

İhracat 500 milyar doları nasıl aşacak

Fikri Türkel 02.07.2010

Merhaba...

Bundan böyle, her hafta üç kere sizlere *Taraf* penceresinden ulaşmaya çalışacağım. Reel ekonomiden, kulislerden, yeniliklerden, başarı hikâyelerini paylaşacağım. Ayrıca Anadolu başta olmak üzere dünyanın dört bir tarafından faydalı, yeni ve farklı bilgi, kişi ve kurumları dikkatinize sunacağım.

Bugün hiçbir yerde okuyamayacağınız bu detaylar gibi.

.....

Birkaç gündür art arda gelen olumlu ekonomi haberlerine birisi daha eklendi. İhracat yüzde 13,15 arttı. Detayları haberlerde yer alıyor. Size daha kalıcı bir durumdan bahsetmek istiyorum.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM), haftasonu 24 sektörün ihracatçı temsilcileriyle Silivri Klassis'te önemli bir toplantıdaydı. Detaylar açıklanmadı ama Cumhuriyet'in 100. yılında ulaşılması hedeflenen 500 milyar dolarlık ihracatın yol haritasını tartıştı. Adı: "Türkiye'nin 2023 İhracat Stratejisi ve Sektörel Çalışmaları."

24 sektörün tek tek kendi hedeflerini ortaya koyduğu buluşmada, Türkiye'nin ihracatının 2023'te 500 milyar doları aşabileceğinin ipuçları ortaya konuldu.

Veriler, sonuçlar yakında açıklanacak. Toplantının, arka planını ve ana hatlarını ise ilk siz okuyun...

Söz konusu çalışma sadece Silivri'dekiyle sınırlı değildi. Öncesinde her sektör kendi içinde çalıştay düzenledi.

24 sektörün bütün katılımcılarına ulaşıldı ve 50 bin ihracatçının bizzat görüşü alındı. Geçen yıl 48 bin 500 ihracatçı rakamının bu yıl 50 bini bulması bekleniyor. Cumhuriyet'in yüzüncü yılında ise ihracat şirketlerimizin sayısının 70 bin civarında olması hedefi üzerinde duruluyor. Yani ihracatın yaygınlaşarak değil, her şirketin ihracat miktarlarının arttırılması yoluyla hedeflerin tutturulması öngörülüyor.

Bu arada şunu da belirtmekte fayda var: İhracatta belirleyiciliği en büyük üç-beş bin ihracatçı şirket sağlayacak. Yani yüzde 80'ini en büyükler yapacak.

Çalıştaylarda herkes için kritik başarı faktörleri belirlendi, risk noktaları ortaya çıkarıldı. Bu, bölgesel sebeplerden kaynaklandığı gibi, dünyanın değişen konjonktürüyle de bağlantılı olabilir.

Bir diğer önemli nokta ise; hedef pazarların analizi. Dünyada üretim yerleri, tüketici profilleri değişirken pazarlar da kayma gösteriyor.

İhracat stratejisinde ilk defa yapılan başka bir detay da dikkatimizi çekiyor. 24 ihracatçı sektörün beş alt alanıyla da ilgili analizler yapıldı. Her alt alanın hem ana sektörle hem de kendi başlarına ihracat hedefleri tesbit edildi.

Mesela otomotiv sektörünün yanı sıra alt sektörler olan binek oto, kamyon araçları, motor, yan sanayi gibi alt alanların stratejileri de ortaya çıktı.

Şimdiye kadar Cumhuriyet'in 100. yılında 500 milyar dolar ihracat hedefi ile yetiniliyordu. Artık bütün sektörlerin yıllara göre ayrı ayrı rakamları belirlendi.

Şimdiye kadar otomotiv sektörü ihracatta, Türkiye'nin birinci sektörü durumundaydı. Yakın zamanda da böyle olması bekleniyor. Ama bu stratejiye göre 2023'te farklı bir sonuçla karşılaşabiliriz. Bu hangisi olacak?

Gıda mı, tekstil mi yoksa bir başkası mı? TİM yöneticileri bunu sır gibi saklıyor.

Haftasonu bütün rakamlar ortaya konuldu. Şimdi konsolidasyonu yapıyor. Her sektörün ve yetkilinin görüşü toplanıyor.

Son iki yılda "Komşu Ülke" stratejisi ve "Yeni Hedef Pazarlar" üzerinde duruldu. Krizde bu, işe yaradı.

2010 yılında 12 trilyon dolarlık dünya ihracat pazarının 13 trilyon dolar olması bekleniyor. Yani artan 1 trilyon dolardan Türkiye önemli bir pay kapmak istiyor. Yılbaşında ortaya konulan 111 milyar dolar ihracat rakamı önceki ay revize edilerek 115 milyar dolara çıkarıldı.

Yılsonuna kadar tekrar revize edilebilir. Ancak bir iki şeye dikkat etmek gerekiyor. Onları da sonra değerlendireceğiz.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Dünya Futbol Şampiyonası'ndan kim para kazanıyor

Fikri Türkel 05.07.2010

Vuvuzelayı artık biliyoruz. Peki Mahindra Satyam, Yingli Solar, Joma, Jabulani, Seara, Erke, Brooks adlarını duydunuz mu?

Güney Afrika'da devam eden 2010 Dünya Futbol Şampiyonası'nın öne çıkan yeni markaları bunlar. Türkiye'de "General Motor" olarak duyduğumuz Erke adı burada da ortaya çıktı. Yeni bir teknolojik devrim değil, Kuzey Kore'nin forma markası olarak.

Mahindra Satyam bir Hintli yazılım şirketi ve saha kenarı reklamlarında kendini gösterdi. Yine saha kenarı reklamlarında gördüğümüz Yingli Solar Çinli yeşil enerji markası. Sekiz ülkede önemli yatırımları bulunuyor. Zulu dilinde "kutlama" anlamına gelen Jabulani, Adidas'ın şampiyona için Bayer'le birlikte ürettiği yeni futbol topu. Joma Honduras'ın, Brooks Şili'nin forma sponsorları. Brezilya'nın et ürünleri şirketi Seara da yine saha reklamlarıyla kendini tanıtmaya fırsatı buldu.

Bu markalar dünya gündemine taşındı ama takımları finale çıkma şansı olsaydı, en az futbolcuları kadar gündemde olacaktı. Türkiye de şampiyonada temsil edilseydi, kazanan sadece futbolcular olmayacaktı, ülkenin markaları da dünya gündemine taşınacaktı.

Deniyor ki Türkiye, Güney Afrika'ya gidemediği için 400 milyon dolar kaybetti. Bence daha fazlasını hatta milyar dolara varan reklam ve algı değerinden oldu..

Yani futbol, spordan daha geniş bir olgu olduğunu her geçen gün daha da hissettiriyor. "22 kişinin oynadığı Almanların kazandığı" sözü kısmen bu şampiyonada daha da kendini belli etti. Dünya seyretti Almanlar

kazandı.

Güney Afrika'nın, Dünya Futbol Şampiyonası için doğrudan 4 milyar avro yatırım yaptığı tahmin ediliyor. Aslında bu kalkınma hamlesinin bir parçası. Çünkü ülke 2014 yılına kadar yapılacak 20 milyar avroluk bir altyapı yatırıma girişmiş durumda.

Peki, Almanya'nın nasıl kazandığına bir bakalım: 4 milyar avroluk şampiyona yatırımının 1,5 milyar avrosunu Alman mühendislik ve müteahhitlik firmaları kazanmış durumda. Siemens bunların başında geliyor. 20 bin ek istihdamı bu şampiyona sebebiyle sağladı.

FIFA'nın ana sponsorları arasında Alman Adidas baş sırada bulunuyor. Diğer beş ana sponsor ise Cola, Emirates, Hyundai-Kia, Sony ve Visa. Bu markaların her birinin FIFA'ya 300'er milyon dolar ödediği söyleniyor. Alt sponsorlar olarak Budweiser, Castrol, Continental, McDonalds, MTN, Mahindra Satyam, Seara, Yingli Solar'ı sayabiliriz.

Belki şampiyonada en net kazanç ve tek başına pasta diliminin en büyüğünü alan kuruluş olarak FIFA'yı gösterebiliriz. Harcamalarının dışında 1 milyar dolarlık kazanç elde ettiği tahmin ediliyor.

FIFA'nın 1978'de bütün yayın hakları için 17 milyon dolar aldığı düşünülürse, gelecekte ne kadar etkin ve güçlü kaynakları olacağı hesaplanabilir.

Sponsorlar bakımından olaya bakacak olursak; FIFA'nın ilk kez İspanya'daki 1982 Dünya Kupası için sponsorlarla imzaladığı anlaşmanın tutarı sadece 23,5 milyon dolardı. 2002'de ise 15 resmî sponsor 40 milyon dolardan toplam 562,5 milyon dolar ödedi. 2002'den sonra ise ana sponsorlarla iki Dünya Kupası dönemini kapsayacak şekilde sekiz yıl için sözleşme imzalandı. Şimdi milyarlardan bahsediyoruz.

Ülkeler bu tip organizasyonları yapmak için büyük yarışa giriyorlar. Güney Afrika, futbol şampiyonasından önce 146 uluslararası organizasyona ev sahipliği yaptı. Bir kongre turisti dört turisti ülkeye getirir, diye bir kural var. Bir organizasyon da diğerlerini ülkeye çeker.

Futbol şampiyonası için ülkeye 350 ila 450 bin turistin gelmesi bekleniyor. Biletlerin yüzde 97'si satılmış durumda. İşsizlik oranı yüzde 25 olan bir ülke için anlamlı bir turizm ve tanıtım etkinliği.

Önümüzdeki Dünya Futbol Şampiyonası, 2014'te Brezilya'da yapılacak. İlginçtir ki 2012'de olimpiyatlara da ev sahipliğini üstlendi. Son yıllarda Brezilya'nın bu kadar çok gündemde kalmasına bu tip organizasyonlar geometrik bir etki oluşturacak.

Nasıl ki Çin 2008'deki olimpiyatların ardından, EXPO 2010 ile Şanghay'da büyük bir ivme yakaladı. Öyle ki EXPO için olimpiyatlardan daha fazla olarak 5 milyar dolar yatırım yaptı.

İşin bir de sosyal mecralar kısmı var. Sadece sponsor olmakla dönüşüm ve kazancı garantilemek yetmiyor. İşin iletişimini yönetmek için de ayrı bir strateji gerekiyor. Sosyal paylaşım sitelerinde Nike yüzde 30,2 ile ilk sırada kendinden bahsettiriyor. Adidas 12, Nike 9 takımla şampiyonada temsil edildiği halde; Facebook, Twitter ve benzeri sosyal medyada iletişimi yönetmede daha başarılı görünüyor. Adidas yüzde 14,4, Coca Cola ise yüzde 11,8 ile onu takip ediyor.

Futbol, zevkli ve seyir zevki yüksek bir oyundur ama ondan öte önemli bir endüstri olarak hayatımızda daha yoğun yer almaya devam ediyor. Türk Milli Takımı'nın sponsorlarının bu hesapları bir kere daha yapmalarında fayda var. Hem kendileri hem Türkiye için...

Kuzey Kıbrıs'ı anlamak için KTHY'ye bakmak yeter

Fikri Türkel 12.07.2010

Ada'nın tek havayolu şirketini iyi anlayabilmek için, 2005 yılına gitmek gerekiyor. O dönemde KTHY'nin yüzde 50 hissesi THY'ye aitti. O süreç Ada'daki ilişkileri ve KTHY'nin geleceğinin nasıl çizildiğinin göstergesidir..

Ankara'ya sırf bu amaçla ziyaretler yapılmış ve Ada Havacılık adıyla kurulan Kuzey Kıbrıs menşeli şirkete THY'nin hisseleri devredilmişti. Yani normal bir özelleştirme sürecindeki gibi ihale uygulanmamıştı.

THY, bir kamburundan kurtulmuş olmalı ki yakın zamanda tekrar hisse alım teklifine isteksiz davrandı. Zaten, KTHY'nin THY Teknik Şirketi'ne de uçak motorlarının bakımı sebebiyle yüksek borçları bulunuyor.

KTHY, özelleştirildikten sonra borçları katlanmaya başladı. 2006'da 19 milyon dolar olan borçlar geçen yıl 103 milyon dolara çıktı. Ne havayolunun ne de ülkenin mali yapısı bunu karşılayabilecek durumda değil.

Türkiye hükümeti de, yardım taleplerine karşı "Kalıcı çözüm bulunmalı" diyerek özel havayolu şirketlerini işaret etti..

Bu dönemde Atlas'ın 20 milyon dolar ile KTHY'nin yönetimine girmesi anlamlıdır.

Hazır sermaye ve turizmde etkin bir şirketin yönetime gelmesi Ada'yı neredeyse karıştırdı. Peki neden? Atlas, teşekkür beklerken, tepki gördü.

KTHY, Ada'nın en güçlü KİT'i durumunda. Öyle ki bakanlar kurulu toplantılarında bile gündem olabiliyor ve uygulamalar için talimatlar çıkarılıyor. Bakanlar kurulunun bir özel şirketin yönetiminde ne işi olabilir? Hisse devri ile sendikaların ayaklanmasının ardında sadece çalışanların hak talepleri olduğunu düşünmeyin.

Zaten Ada'da sendikacılık da bir gariptir. Mesela, Meclis çalışanları bütün tatil boyunca kılları kıpırdamaz hak taleplerinde. Ama Meclis açıldığı günü greve gitmeye kalkarlar. Atlas'ın yönetime gelmesiyle de bu yöntem uygulanmaya başladı.

Astronomik ücretler, verimsizlik veya emsal kadrolara göre iki üç misli istihdam oluşması gibi sebeplerin yanı sıra siyasi konjonktür de sendikal tavırları etkiler. Son hisse devrinde de öyle olmuştur.

Atlas'ın KTHY'nin hisselerini devir sürecinde ara seçim vardı. Dahası Derviş Eroğlu'nun Cumhurbaşkanı olmasıyla boşalan Magosa milletvekilliği için de seçim yapılacaktı. Tam sendikanın sevdiği bir hava.

Sendikalar, KTHY'yi kullanarak seçimde etkin olmaya ve bazı partileri bu yolla etkilemeye veya bazı partiler sendikayı bu yolla kullanmaya başladı.

Konunun Derviş Eroğlu ile de yakın ilgisi vardı. Çünkü kendi yerine aday olan, kızı Resmiye Canaltay'dı. Sonuç ne oldu dersiniz?

Bütün bu muhalefet havaları dikkat ederseniz seçim sonrası sakinleşmiş görünüyor. Çünkü tepki amacına ulaştı. Resmiye Canaltay ise iki oyla seçimi kaybetti. Geçersiz sayılan 19 oyun yeniden sayılmasına rağmen seçilme

şansı bulamadı.

İşin garip bir cilvesini daha söyleyeyim. Resmiye Canaltay'ın iki oyla kaybettiği bu seçimlerde, çok yakınındaki üç kişinin yani ona oy vermesi kesin olan üç kişinin yurtdışında olduğunu da hatırlatmadan geçemeyeceğim.

Resmiye Canaltay, sendikanın KTHY'nin hisse devrini bahane ederek aleyhinde propaganda yapmasına mı üzülün; çok yakınındaki kişilerin bu hesapsız tavırlarına mı? Küçük yerde dengeler çabuk değişebiliyor.

Adada her şeyin KTHY ile bağlantılı olduğunu unutmamak gerekiyor. İster kumar turizmi yapın, ister yeni çalışma yönetmeliği düzenleyin veya yurtdışı tanıtım yapın. Milletvekili adaylığı bile bağlantılı. Her şeyde birinci kapı KTHY olarak görünüyor.

Atlas, büyük bir risk almış görünüyor. Avantajları olduğunu da unutmamak gerekiyor. KTHY sayesinde Londra'da iki havaalanına iniş yapma şansı elde etmiş durumda. Haliyle Kuzey Kıbrıs'ın en fazla yolcu taşıyan şirketi durumuna gelecek. Bu da ayda en az 50 bin yolcu demektir.

Üstesinden gelmesi Kuzey Kıbrıs için büyük bir fırsattır. Başka bir fırsat daha var.

Son olarak Jennifer Lopez olayı ile Kuzey Kıbrıs dünya gündemine taşındı. Bir otel açılışı için Ada'ya gelecek olan Lopez, Güney Kıbrıs'ın muhalefeti ve kulisleri sonucu gelmekten vazgeçti. Bu tür kriz durumları, iletişimi yönetmek için avantaj bile olabilir. Kuzey Kıbrıs, kendini anlatmak için çok iyi şartlar bulmuş durumda.

Yeni Cumhurbaşkanı, yeni bir KTHY ve yeni bir ortam...

Bakalım bu süreci iyi yönetebilecekler mi?

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Kastamonu eko-turizmin başkenti olabilir

Fikri Türkel 14.07.2010

Eğer bir şehrin duyguları olduğu kabul edilseydi; en mütevazı şehirlerin başına Kastamonu'yu yerleştirdim. Arazisi yok ki tarım yapsın, merası yeterli değil ki havancılıkta iddialı olsun. Sahil şeridi Akdeniz'de değil ve havaalanı olsun ki turist çeksın.

Ulaşım imkânları kolay değil ki büyük organize sanayi siteleri kurulsun. El sanatları değer bulmuyor ki ürünler dünyaya ulaşabilsın. Türkiye'nin marka şehir projeleri arasına da girememiş Kastamonu. Tarihi, kültürü, bu ülkeye kattıklarına yönelik onlarca özellik sayılabilir ama böyle fonlar ve desteklerden de mahrum.

Şehre değer katacak ekonomik ölçeklere sahip değil ama olumsuz etkiler rakamlara yansımıyor. Nasıl mı?

Türkiye'de geçen yıl işsizlik oranlarında yükselme yaşandı ve yüzde14'e ulaştı. Kastamonu'da bu rakam yüzde 7 civarındaydı. Vali Mustafa Kara'ya göre, bu rakamın da bir kısmı iş beğenmezlikten kaynaklanıyor. Kriz döneminde sadece Küre Bakır 40 kişiyi işten çıkarma ihtiyacı hissetmiş. Türkiye'nin de en düşük suç oranlarına sahip şehirlerinin başında yer alıyor. Daha ilginç en fazla şehit veren de burası.

Kastamonu'nun örnek bir vakıa olarak incelenmesi gerekiyor.

Cenevizlilerden beri stratejik varlığı bilinen Kastamonu Başkent'in yakınında, Türkiye'nin batısındadır ama gözlerden uzak kendi kendini evirip çeviren bir konumdadır.

Ekonomi Gazetecileri Derneği (EGD) olarak gezi planlamamızın sebeplerinden biri de bu özellikleriydi. Yerinde gördükçe, yerel yöneticilerden bilgi aldıkça takdirimiz daha da arttı. Elde ettiğim verileri, bilgileri, notları aktarmak istiyorum...

Gezi boyunca elde ettiklerimden oluşturduğum ve yazının başlığına da çıkardığım bir sonuç var. Yazdıklarımı da o bağlamda ele alın: Kastamonu eko-turizmin başkenti olabilir.

Ekibimiz İnebolu'da Yakamoz Tatil Köyü'nde kaldı. İstanbul'da yaşayan Kastamonulu işadamları İnebolu Yatırım A.Ş'yi kurarak, belediyeye ait bu turistik tesisin 12 ay açık kalmasını sağlıyorlar. Başkanlığını gıda sektöründen tanıdığımız Mehmet Reis yürütüyor.

Son yıllarda Karadeniz'de petrol araması yapan Brezilyalı şirketin personeli oteli kışın da değerlendirmeye başlamış.

İnebolu A.Ş'nin de ortakları arasında olan, Karadeniz Otelcilik'in ortaklarından Selami Çelebioğlu, bölgeye yeni bir vizyon kazandıracak turistik yatırımların öncüsü durumunda. Kastamonu'nun merkezindeki 400 yıllık Kurşunlu Han'ı restore ettirip turizme kazandırdı. Şimdi de eko-turizm konusunda yatırımlar planlıyor. Bunların başında bir "ekoçiftlik" yer alıyor.

40 bungalov evden oluşacak çiftlikte doğal ürünlerin yanı sıra tarih, kültür ve doğa turlarının yapılabileceği bir ortamın oluşacağını düşünüyor.

Dünyanın dördüncü büyük mağarasına sahip Azdavay, kanyonlarıyla meşhur Küre Dağları, doğa güzellikleriyle ünlü Çatalzeytin gibi önemli merkezler olabilir. Ilgarini Mağarası, Ilıca Şelalesi, Horna Kanyonu, Dipsiz Göl, Kaya Mezarları'nı da sayabiliriz. Her yıl 9 haziranda Türkiye'nin dört bir tarafından davet edilen 500 kişi yukarıda saydığım güzergâhların bir kısmında Doğa Yürüyüşü yapıyor.

İş Kastamonu Merkez'e gelince turizmin çehresi, tarihî ve kültürel eserlerde yoğunlaşıyor. Yakın dönemde 254 tarihî ev restore edilerek yaşama döndürülmüş. Bunlardan bir kısmı butik olarak turizme kazandırılmış. Bu yıl da dört tanesi daha hayata kazandırılacak.

Şehrin tanıtılması için de İstanbul Feshane'de Kastamonu Günleri geleneksel hale getirilmiş. Tanıtım amacıyla Kastamonulu işadamları şimdi de Fatih'te bir Kastamonu Evi yapmak için girişimde bulunmuşlar. Kültürel serginin yanı sıra burada yöresel yemek servisinin yapılması hedefleniyor.

İstanbul, Ankara ve yurtdışında bir milyonun üzerinde Kastamonulunun yaşadığı hesaplanıyor. Turizm çalışmalarında hedef hemşerilerin, yazın ve tatillerde şehirlerine gelmesi amaçlanıyor. Şimdiye kadar 250 bin turiste ulaşan Kastamonu'nun hedefi bir milyon turist rakamına ulaşmak.

İstihdamdaki başarı sırrını da anlatan iki üç not vereyim: 15 yeni fabrika organize sanayi bölgesinde bitmek üzere. Kastamonu Entegre, yeni yatırımlarla dünyanın 7. büyük şirketi durumuna geldi.

Araç'ta bir fabrikası olan Ramsey'in sahibi Remzi Gür, Kastamonu'da 250 kişinin çalışacağı bir gömlek fabrikası kurdu ve yakında hizmete açılacak. Remzi Bey, ayrıca entegre bir hayvancılık tesisini de geçen yıllarda burada hizmete açmıştı.

Kastamonu, imkânları dar ama huzurlu ortamını bozmayan nadir şehirlerimizden biridir. Projeler gerçekleştirildiğinde dünyaya da model olabilecek bir eko-turizm merkezi olabilir.

Yeni balık yatırımları Körfez'e kaçabilir!

Fikri Türkel 16.07.2010

Önceki gün yaşadığım bir anımla konuya başlayayım. Markette yaşlı bir hanım balık seçiyor. "Kızım bu, deniz mi kültür mü" diye çipurayı sordu. Kültür olduğunu duyunca, aman kalsın kalsın, dedi. Dayanamayıp araya girdim.

"Teyzeciğim, niye kültür almıyorsun?" "Lezzeti bakımından," dedi. "Peki, şimdiye kadar aldıkların hep deniz balığı mı?" "Tabii ki," deyince durumu izah ettim: "Bakın özellikle levrek ve çipurada piyasadaki balıkların ancak binde biri deniz balığıdır, geri kalanı kültürdür." Yanımdaki arkadaşlar da tasdik etti.

Kadıncağızın kafası biraz karıştı ama inandığı gibi deniz balığı aramaya devam etti.

Özellikle restoranlarda garip bir durum var: Deniz mi kültür mü diye seçenek sunarlar. İki misli fiyata "deniz"(!) balıklarını yuttururlar.

Piyasada kültür balıkçılığı konusunda garip algılar var. Denizdeki kültür balıkçılığında gelinen son durum şu: Çiftlikler yani kafesler artık açık denizde. En az 30 metre derinlikte ve beş altı km. açık denizde ve devletin belirlemiş olduğu alanlarda yer alıyor.

Dahası yem sanayiinin ve denetimlerin gelişmesiyle lezzet, hijyen ve gıda izlenirliği açısından çoğu kere doğal ortamdaki balıktan çok daha iyi ürünler ortaya çıkmaktadır. Mesela, denizden yakalanan balıkta ağır metal olabilir, kültürde olmaz. Çünkü açık denizdeki neyle beslendiğini bilmeyiz.

Haliyle çevre kirliliği açısından da olumsuz bir durum oluşmamaktadır.

Eğer üç kenarı denizlerle çevrili ülkemizde, protein ihtiyacımız ve beslenmemizde sürdürülebilir bir yapı oluşturacak; açık deniz kültür balıkçılığı daha da gelişmelidir. Denizlerdeki doğal yaşamın daralması, taleplerin fazlalığı sebebiyle zaten kültür balıkçılığı artmaktadır.

Halen 159 bin ton kültür balık üretimiyle Türkiye, bu alanda da önde gelen üreticilerdendir.

Avrupa'nın en büyük üreticisi durumundaki Yunanistan; son krizle birlikte ciddi sıkıntılar yaşıyor. Türkiye'de 25 bin tonluk üretimiyle ilk sırada olan Kılıç Holding, bir taraftan yeni yatırımlar planlarken diğer taraftan da rakipleriyle işbirliği için görüşmeler yapıyor. Yani Kılıç, Yunanistan'daki şirketlerden bazılarıyla ortaklık yaparak Avrupa pazarında etkinliğini arttırabilir.

Kılıç Holding'in merkezi ve ağırlıklı üretim sahaları Bodrum'da bulunuyor. İkinci üretim alanı olarak da Kahramanmaraş'ta alabalık tesisleri yer alıyor. Kılıç, üçüncü üretim alanı olarak da Mersin'i seçmişti. Çünkü Mersin, 2007 tarihinde "İl Çevre Düzenleme Planları" ile İzmir, Muğla ve Antalya ile birlikte organize kültür balıkçılığı bölgesi ilan edilmişti.

Diğer açık deniz kültür balıkçılığı yatırımlarıyla birlikte bölgeye ilgi oluşmuş ve tahmini olarak yıllık 500 milyon dolarlık iş hacmi oluşacaktı. Kılıç Holding olarak da 50 milyon avro yatırımın yanı sıra 1000 civarında da

istihdam planlanmıştı.

Ne olduysa veya sistem nasıl çalıştırılmıyorsa; 8-10 km açıktaki çiftlikler için bir türlü kiralama imzası çıkmıyor.

Sermaye ürkektir... Zaten son 20 yılda üç kere yer değiştirmek zorunda kalan kültür balıkçıları yeni bir arayış içinde.

Yatırımlarıyla ilgili görüştüğümüz Kılıç Holding'in başkanı Orhan Kılıç da bunu doğruluyor. Holding, balıkçılık üretim şirketi Kılıç Deniz'i halka açmaya hazırlanıyor. Bu arada dünyaca ünlü fonlar, ortak olmak için görüşmeler yapıyor.

Körfez'in ünlü fonlarından biriyle de iki ay önce protokol yapılmış bile. Buna göre, Kılıç Deniz'in yüzde 25'i bu fona satılabilir.

Orhan Kılıç, bu fondan gelen paranın önemli kısmını Mersin'e yatırmak istiyor. Ancak fonun kurucularından olan Körfez'deki emirlerden biri, yatırımını Körfez'e yapması için davet yapıyor. Ya Kızıldeniz'e ya da Basra Körfezi'ne yapılacak yatırım için ayrıca 100 milyon doların hazır olduğu mesajını da iletmiş durumda.

Yani Mersin'e yapılacak yatırım Körfez'e kayabilir.

Ayrıca unutulmamalıdır ki Mersin'de 12 ayda yetişen balık Kızıldeniz'de sekiz ayda satışa sunulabiliyor. Enerji, yem, su gibi maliyetler de Türkiye'ye göre daha düşük.

Geçen hafta kırmızı etle ilgili yazıda da belirttiğim gibi; Türkiye'nin protein tedarikini kültür balıkçılığı ile çeşitlendirmek zorundayız. Kırmızı etin ucuzlaması ve 10 liranın altında balık yiyebilmemiz de buna bağlı. Ayrıca en rahat ihraç edebileceğimiz ve önü açık bir doğal kaynağı harekete geçirebiliriz.


Önemli olan Kılıç gibi başarılı bir girişimcinin nereye yatırım yapacağı değil, denizlerin değerlendirilmesi ve stratejisinin eksikliğidir.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Eğer kilo sorunuz varsa, iki resimdeki farklara bakın

Fikri Türkel 19.07.2010

 Eğer kilo sorunuz varsa, iki resimdeki farklara bakın Elinize bir mezura alıp ölçün: Kadınsanız 88 cm, erkekseniz 94 cm'den daha geniş bir bele sahipseniz bu yazıyı dikkatlice okuyunuz.

Canto ve Owen iki maymun. Yan yana iki kafeste, aynı yaşam şartlarında hayatlarını sürdürüyor. Her ikisine de aynı yemekler veriliyor. 20 yıl süren uzun bir araştırmaya konu oluyorlar. Aynı yemekler Canto'ya iki bin kalori verilirken, Owen'a üç bin kalori veriliyor. Aynı sıklıkla ama yüzde 30 daha fazla.

Resimlerdeki fark bile sonuçları gösteriyor. Az kalori alan Canto'nun yüz hatlarında kırışıklık yok, beli kamburlaşmamış ve kafesindeki hareketlilik oranı gayet iyi. Dişleri sağlam ve eklemlerinde kireçlenme görünmüyor. Diğer taraftan kan tahlili ve hastalık risklerinde de farklılık gözleniyor. Kolesterol ve şeker değerleri Owen'da risk sınırlarını aşmış görünüyor.

Bu araştırmayı Metabolik Sendrom Derneği'nin toplantısında Prof. Dr. Kubilay Karşıdağ açıkladı. Dünya literatürü için de yeni bir araştırma.

Buradan alacağımız ilk uyarı şu: Günde üç-beş öğün yemek veya meyve yiyebiliriz. Ama ne yersek yiyelim üçte birini kenara koyalım. Dikkat ederseniz deneyde günlük iki bin kaloriden bahsediliyor. Hâlbuki diyet uygulamalarında bin 200 kalori ile yetiniliyor.

Günlük hayatımızda kadınlar güzelleşmek için ciddi paralar harcıyor, botoks yaptırıyor, estetik operasyonlar geçiriyor. Onun dışında Amerika'da 120 milyar dolar sadece obezite ile mücadelede harcanıyor. Dünyada iki milyar insan açlık sınırında dolaşırken, bir milyar insan da kilolu kabul ediliyor. Bunun 300 milyonu da obez ölçülerinde.

Günlük ihtiyacımızdan fazla kalori sadece obezite ile ilgili değildir. Başka bir ifadeyle "göbek" estetik bir kaygıdan çok bir sağlık sorunudur. Bunun için bel kriterini öncelikle ifade ettim.

Yapılan araştırmalara göre; kadınlarda 88, erkeklerde 94 cm'nin üstündeki durumlarda Metabolik Sendrom denilen en az dört hastalık eşzamanlı olarak görölmeye başlıyor. Bir diğer ifadeyle kalp-damar hastalıkları, hipertansiyon, diyabet, eklem hastalıkları, karaciğer yağlanması, inme, kanser, uyku hastalıkları ve psikolojik bozukluklar başta olmak üzere pek çok hastalığa kapı açmışsınız demektir.

Bel çevresindeki yağ oranının risk oluşturması, buradaki yağların doğrudan kalp ve karaciğeri etkilemesinden kaynaklanıyor.

Konu sadece sağlık uzmanlarının alanı değil. Dünyanın önde gelen gıda şirketleri, akademisyenlerle sürekli fazla ve dengesiz beslenmeyi tartışıyor. Obezite sağlıktan ekonomiye, sosyolojiden çalışma hayatına kadar pek çok alanı etkilemeye devam ediyor.

En son mart ayında konuyla ilgili İsviçre'de bir toplantı yapıldı. Türkiye'den de öğretim üyeleri katıldı. Bilinen bütün gıda devleri de oradaydı. Gündemde yine gıda içeriklerindeki kalori, karbonhidratların azaltılmasıydı.

Büyük şirketler buna hazır ama gıda sektöründeki KOBİ'ler düşündürüyor. Ayrıca lezzet sorunu ve yerel tatlar da gündeydi. Lezzet ve tatları koruyarak, KOBİ'lerin varlığı korunarak nasıl yapılabileceği tartışılıyor.

Sağlıklı yaşam en vazgeçilmez insan hakkıdır. Ağzımızın tadı bozulmadan obezite ve buna bağlı rahatsızlıklara bir çözüm bulmak zorundayız. Belki zorunlu çözümler bulunabilir fakat bunun için geç olur.

Sık sık bel genişliğimizi ölçerek ve yiyeceklerimizi üçte bir azaltarak buna kısa ve etkili bir çare bulabiliriz.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Otomotivin başkentinde neler oluyor

Fikri Türkel 23.07.2010

Tekstile büyük hizmet veren ve tekstil kenti olarak bilinen Bursa artık otomotivin başkenti durumundadır. Önceki gün Bursalı sanayiciler, 250 Büyük Firma'yı açıkladılar. Sadece otomotivde ne olduğunu değil, kriz sürecinde izlenen politikaların yansımaları için de bu araştırmanın takip edilmesi gerekiyor.

Önümüzdeki hafta İstanbul Sanayi Odası, ISO 500 raporunu açıklayacak. Bursalılar erken davranıp kendilerini anlatma fırsatı buldular. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın (BTSO) hazırladığı "İlk 250" araştırmasının sonuçlarında öncelikle toplam ciroları, katma değerleri, ihracatları, istihdamı, sermaye toplamalarını görebiliyorsunuz. Ben resmin arka planına inmek istiyorum.

BTSO Başkanı Celal Sönmez, göçmen ve tekstilci bir aileden geliyor. Bursa'yı iyi tanımak için tipik bir örnektir. TOFAŞ'ın fabrikalarıyla kuruluşundan beri yan yana iş hayatını sürdürüyor. Şimdi "keşke otomotive girseydim" diyor. Çünkü Bursa bir otomotiv merkezi oldu.

Otomotiv ve yan sanayii, İlk 250'nin yüzde 26'sını oluşturuyor ve cironun da yüzde 49'unu sağlıyor. Bütün göstergelerde de otomotiv liderliğini koruyor.

İlk 250 arasında 53 yabancı şirket yer alıyor ve 32 tanesi de otomotiv sektöründe faaliyet gösteriyor.

Peki, tekstil sektöründe ne olmuş? 2001'e kadar azalan cirolar 2002-2005 yıllarında artış göstermiş olsa da kriz öncesi yatay bir seyir izlemeye başlamış. Krizde ise yüzde 11 ve yüzde 15 azalma göstermiş. Yani tekstilin duraklaması doğrudan krizle bağlantılı değil. Ancak 2009 yılının sonlarıyla bu yılın başlarındaki performansında tekstilde tekrar bir toparlanma görüldüğü belirtiliyor.

Makine ve metal ile tarım ve gıda sektörlerinde 2002'den itibaren devam eden artış 2009 yılında krizin etkisiyle eksiye dönmüş görünüyor. Buna karşılık SÜTİŞ, İlk 250 araştırmasında ilk beş arasına girmeyi başardı. Sönmez'e göre bu sektörün pozisyonuyla değil, "SÜTİŞ'in sahibi Muharrem Yılmaz'ın bir başarısı"yla ilgili.

Dünya genelinde 27 milyon kişinin işsiz kaldığı kriz sürecinde, Bursa'daki istihdam kaybının 80 bin civarında olduğu tahmin ediliyor. İstihdam verilerine göre bunların bir kısmı geri dönmüş olsa da; hâlâ 2007 rakamlarına ulaşamadı.

Krizden çıkışla ilgili olumlu veriler de var: 2009'un ilk altı aylık verilerinde ihracat 4,2 milyar dolar iken, 2010'un ilk altı ayında 5,6 milyar dolara çıkmış bulunuyor. Yüzde 36 artışın nasıl sağlandığına bakılacak olursa; "daha fazla koşturmak ve yeni pazarlar bulmak" olarak tanımlanabilir.

İhracattaki başarıda otomotivin payı büyük: Geçen yıl ilk altı ayda 254 bin araç üretilirken bu yılın aynı döneminde yüzde 34 artışla 340 bin araç üretildi.

Bu dönemde Bursa'nın kazançları ve kayıpları da var. Bilişim Vadisi için ciddi bir gayret gösterdi ve şehre kazandırılması için çalışıldı. Ancak Bilişim Vadisi için Gebze'de karar kılındı.

Malum Bursaspor TURKCELL SüperLig'in şampiyonu oldu. Bu yıl Şampiyonlar Ligi'nde de oynayacak. Bu, şehir için kazanç olabilir mi? Eğer aynı başarı birkaç yıl tekrar edilirse şehrin bilinirliğine bir katkı sağlayacak.

Dünyaca ünlü kulüpler şehre gelecek. Yıllardır ihmal edilen havalimanı BORAJET'in uçuşlarıyla tekrar hizmete girdi. Şampiyonlar Ligi ve Türkiye'deki lig ve kupa maçlarıyla yoğunluk bekleniyor. Bursa'da ayrıca Basketbol Ligi'nin iki takımı olduğu da unutulmamalı.

Ancak şehirde turizm tesisleri yeterli bulunmuyor. Çelik Palas yenileniyor. Yeni birkaç otel yapıldı ama diğer şehirlere göre yeterli değil. Uludağ'ın kış turizmi üç aylık bir dönemle sınırlı görünüyor. Uludağ'a ve şehrin diğer turizm tesislerinin hepsine termal su verme projesi var. Eğer bu gerçekleşirse Uludağ bir termal SPA merkezi olacak.

Demirtaş Organize Sanayi Bölgesi'ndeki Bursa Tasarım ve Teknoloji Geliştirme Merkezi'ni (BUTGEM) gezme fırsatı buldum. Burası, çıraklık kursları düzenleyen bir okul. Bu yıl bin civarında mezun vermiş. Önümüzdeki beş

yıl içinde bu rakamın beş bini geçebileceği tahmin ediliyor.

Altyapısı ve sahip olduğu donanımla yüksekokul, hatta üniversite için bir zemin de oluşturabilir. BTO'nun da böyle bir çalışması var. Yani Bursa'ya bir teknoloji üniversitesi kurulabilir. Şimdilik arsa bekleniyor.

Bursa örneğini incelediğimizde şu sonuç çıkıyor: Krizin en önemli faydası verimlilik konusunda oldu. Verimli olmayan şirket yaşayamaz. İkincisi ise; kriz etkisini hâlâ sürdürüyor ama girişimciler ve işadamları bunun üstesinden gelebileceklerine inanıyorlar.

Bakalım Türkiye genelindeki ISO 500 rakamları neyi gösterecek.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Heronların kanatları artık Türkiye'de üretilecek!

Fikri Türkel 26.07.2010

Evet, karbon elyaftan yapılan Heronların kanatları artık Türkiye'de üretilecek. Sadece bu değil. Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin ulaşımındaki otobüslerinin LPG'li depoları da... Rüzgâr türbinlerinin kanatları da, sağlam ve esneklik gerektiren âletler de karbon elyaftan olacak. Çünkü demir-çeliğe göre beş kat daha hafif ve üç kat daha dayanıklı bir özellik gösteriyor.

Cuma günü Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın açılışını yaptığı Akkök Grubu'na ait Aksa tesislerindeki karbon elyaf tesisi stratejik özellikler gösteriyor. Sadece demir-çelik endüstrisinin yerine geçebilecek bir ürün değil. Teknik tekstilden uzaya, güçlendirilmiş yapılardan otomotive geniş bir kullanım alanı buluyor.

Başbakan Erdoğan da açıkladı: Fatih Sultan Mehmet Köprüsü'nün halatları da karbon elyaftan yapılmış. Şimdiye kadar Türkiye'de bunun üretimi yoktu. Aksa'nın Aksaca markasıyla üretime geçen tesisleriyle Türkiye, dünyada onuncu üretici ülke durumuna geldi. Bunun önemi üzerinde biraz daha duralım.

Önümüzdeki aylarda Türkiye'nin Sanayi Strateji Belgesi açıklanacak. Belgenin vizyon cümlesi şu olacak: "İleri teknoloji ile üretim yapan ve Avrasya'nın üretim merkezi olan bir Türkiye."

İşte karbon elyaf, Strateji Belgesi'ne uygun ürünlerden biridir.

Peki, karbon elyaf nedir?

Karbon fiber, yüzde doksandan fazla oranda karbon atomlarından oluşuyor. PAN, -Poli Akrilo Nitril-'den elde ediliyor. PAN'ın karbon fibere dönüşmesi için birkaç işlem gerekiyor.

1. Yükseltgenme Adımı: Öncelikle PAN üç bin dereceye kadar ısıtılır ve böylece moleküler yapısı değişir. Rengi de beyazdan siyaha döner.

2. Karbonlama (grafitleme): Bu adımda, karbon dışında, polimerde bulunan tüm elementler malzemeden uzaklaştırılıyor. Bu işlem, polimeri 10 bin derece ile 30 bin derece arasında ısıtarak gerçekleştiriliyor. Sıcaklığın

yüksek olması sonuçta oluşacak fiberin de kalitesini belirler. Başka bir deyişle, ne kadar yüksek sıcaklık, o kadar kaliteli fiber.

3. Yüzey Kaplama: Son olarak fiberlerin yüzeyi, epoksi reçine ile kaplanır ve böylece diğer işlemler sırasında, polimerle temastan korunmuş olur.

Güçlü fakat hafif bir yapıya sahiptir. Saç telinden 10 kat daha ince teller oluşturulabiliyor. Hem elastik hem de güçlü yapılarından ötürü birçok alanda (örneğin arabaların lastikleri ve bazı parçaları, ev ve ofislerde kullanılan çeşitli araçlar, lityum pillerin kaplanması vs.) kullanılıyor.

Gelelim Türkiye'deki karbon elyafın gündeme gelmesi sürecine.

Hükümet, 2006 yılında harekete geçmiş, Türkiye'de karbon elyaf üretim imkânlarının araştırılması için bir çalışma grubu oluşturulmuştu. Başkanlığını TÜBİTAK'ın yaptığı ve aralarında İTÜ, Marmara Üniversitesi, Barış Elektrik ve TAI'nın yanı sıra Aksa Akrilik'in de bulunduğu çalışma grubu, hazırladığı etüt raporunu 2006 sonunda tamamlamış.

Aksa, projeye 2006 yılında karar veriyor ve 2009 yılında tamamlıyor. TÜBİTAK'ın destekleri ve grubun akrilik sanayiindeki tecrübesiyle krize rağmen yatırıma giriyorlar. Söz konusu proje için 30 mühendis ve kimyager çalışmış, ikisi yabancı biri yerli üç danışmandan destek alınmış. TÜBİTAK, projenin Ar-Ge kısmı için "İleri Malzeme Teknolojisi" kapsamında destek vermiş. Şirket yetkililerinin verdiği bilgiye göre, alınan tutar 11 milyon dolar.

Dünyada 40 bin ton civarında tüketimi olan karbon elyafın 2009 itibarıyla Türkiye'de 70 ton civarında kullanım alanı bulabilmiş. Ancak hızla tüketim artıyor. Aksa, bin 500 ton kapasitesiyle global pazardan yüzde 1,5 pay almayı hedefliyor. Hedefi yüzde 10 pay alabilmek.

Karbon elyafın asıl kullanım alanı kompozit sanayide. Yani birlikte kullanılabileceği sanayiın oluşmasıdır. Akkök Grubu'nun hedefi 2020 yılında kompozit sanayii de kurmak. Karbon elyaf ve kompozit sanayii ile birlikte Akkökler, savunma sanayiine girmiş olacak veya önemli bir tedarikçisi durumuna gelecek. Çünkü sadece Heronların kanatları değil, tankların ve silahların namluları da karbon elyaftan yapılıyor.

Akkök Grubu, "sessiz başarı"lara imza atıyor. Karbon elyaf yatırımlarını Başbakan ve bakanların katılımıyla "sesli başarı"ya dönüştürdü ama yeterince kamuoyunda tartışılmadı. Karbon elyaf ve özellikle de kompozit sanayii daha fazla tartışılmalıdır.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Süper Lig'in isim hakkı kimde kalacak?

Fikri Türkel 28.07.2010

3G'li yaşama geçeli bir yıl oldu. Krize rağmen beklenenin üstünde kullanıcı 3G'yi tercih etti. Bunda medyanın desteği kadar operatörler arasındaki rekabet de rol oynadı. Hele Turkcell, Vodafone ve Avea arasında abone kapma yarışı yeni alanlarda da kendini göstermeye başladı. Son bir ay içinde Süper Lig'in isim hakkı üzerinde yoğun pazarlıklar yaşanıyor. Üç yıldır Turkcell'le birlikte anılan Süper Lig'in isim hakkı kimde kalacak? Burada

olanlara girmeden önce yeni bir rekabet alanı başladı: Turkcell, 2004 yılından beri reklam kullanmadığı Doğan Medya Grubu'na hafta sonu itibariyle reklam vermeye başladı.

Birbiriyle ilişkisi yok gibi görünen bu iki olayı iyi analiz etmek gerekiyor.

Doğan Medya Grubu, Turkcell'in reklamlarını almak için ilk adımı Capital dergisinde Süreyya Ciliv'e yer vererek attı. İkinci hamle olarak aleyhte haber ve yazı girmeyerek bunu devam ettirdi.

Turkcell'in Doğan Grubu'na reklam vermesine birkaç açıdan bakıyorum. Öncelikle kitlesel bir marka, mecralar arasında ayrımcılık yaptığında öncelikle kendi itibarından kaybeder. Her marka ve her reklam her yerde yayınlanacak diye bir kural yok ama, Turkcell gibi bir markanın her yerde görünme zorunluluğu vardır.

Türkiye'de garip bir şekilde bazı markalar siyasi ve ideolojik sebeplerle ayrımcılık yapıyor, tavır alıyor. Mesela Renault da bazı mecraları ve medya gruplarını kullanmıyor. Bunun zararlarını orta ve uzun vadede hissedeceklerinden eminim.

Turkcell'in bu adımından haliyle rakip medya grupları rahatsızlık hissetmiştir. Çünkü bundan böyle pastanın büyüğünü yani reklam bütçesinin önemli kısmını Doğan Grubu alacaktır.

Turkcell'in reklam vermeme tavrı; Doğan Medya'nın Mehmet Emin Karamahmet'e yani Çukurova Grubu'na yönelik olumsuz haberleriydi. Şartlar değişti, Karamahmet'in şirkette hissesi azaldı, Turkcell daha bağımsız hareket eder hale geldi. Diğer taraftan da rakibi Vodafone'un bu mecraı yoğun olarak kullanması konuyu yeniden düşündürmeyi zorunlu kıldı.

Bu iyi niyet gösterisinde Süreyya Ciliv'in diyaloga açık tavrının da etkisi olduğunu düşünüyorum.

Artık, daha fazla ve daha yoğun olarak Turkcell reklamlarıyla karşılaşacağız. Özellikle iki operatör arasında daha etkili rekabeti de göreacağız. Bu rekabetin bütçe dengelerine EBİTTA'ya yani Faiz, Amortisman ve Vergi Öncesi Kar'a (FAVÖK) nasıl yansıtacağını da göreacağız.

Herhalde Doğan Grubu, Türkiye'nin en fazla reklam kullanan bu şirketini almak için şöyle bir gerekçe göstermiştir: "Bizim mecralarda çıkmadan kitlesel ve etkili tanıtım yapılamaz..."

Bu kural değil. Öyle olsaydı; 2004'ten beri Turkcell liderliğini sürdüremezdi. Dahası Doğan Medya, Ak Parti'ye de tavır alıyor ama hâlâ Türkiye'nin en büyük partisi olmayı sürdürüyorlar. Örnekleri çoğaltabiliriz. Doğan Medya bu yönünü de sorgulamalıdır. Ciddi bir inandırıcılık ve etki sorunu var demek.

Evet, şimdi yeni bir rekabet ortamı oluştu ve iki büyük operatör bu şartlarda yeni reklam ve tanıtım bütçeleriyle kendini göstermeye çalışacak.

Gelelim Süper Lig'in isim hakkına...

Brandage Dergisi, son sayısında "Futbol Takımları Marka Kişiliği Araştırması"nı yayınladı. Eğer bir kulübün borsa değeri iki milyar dolara çıkmışsa, o alanda bir araştırma yapılması zorunluydu ve bu eksiklik kısmen giderilmiş oldu.

Dünyanın en büyük danışmanlık firmalarından biri olan A. T. Kearney, Dünya Futbol Şampiyonası öncesi Avrupa kulüpleriyle ilgili bir araştırma yayınlamıştı. Marka araştırmasının yanı sıra böyle bir çalışma da yapılmalıdır.

Yukarıdaki araştırmada en dikkat çeken sonuçlardan biri sponsorlukla ilgili. Kulüplerin başlıca gelir kalemlerinden olan gişe hasılatı, yayın hakları, ürün satışı arasında en hızlı büyüyen segmentin "Sponsorluk"

olduğu görülüyor.

Ziraat Bankası'nın Türkiye Kupası'na, Bank Asya'nın Birinci Lig'e talip olması dikkat çekmişti. Her iki şirket de isim hakkını almaktan memnun görünüyor. Yeni yayın ihalesinden sonra Bank Asya'nın sözleşmesini yenilediğini öğrendim.

Digiturk'ün Super Lig'in yayın ihalesine büyük ödeme yapmasıyla yeni bir sonuç ortaya çıktı. Kulislere göre; Turkcell'in bir yıl daha isim hakkını kullanması mümkün olduğu halde; ya sözleşmeyi feshetmek, ya da yeni beş yıllık bir anlaşma imzalamak seçeneği sunuldu. Bunun anlamı şudur: Demek ki isim hakkı için daha iyi bir fiyat veren var. Yeni müşterinin Vodafone olduğunu tahmin etmek zor değildi. Fakat başkalarının da olduğu konuşuluyor.

Pazarlıkların bu hafta netleşmesi bekleniyor. Haliyle en avantajlı şirketin Turkcell olduğunu söylememe gerek yok. Ancak kaybettiği takdirde kaç yıldır ödediği bu bedele yazık olacak. Alacak olanın da en az iki misli harcama yapması gerekir. Önceki algıyı silmek ve yenisini yerine koymak için.

Bakalım GSM sektöründeki rekabetin boyutları nereye kadar uzanacak?

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

En Büyük Şirketler Muhafazakârlaşıyor mu?

Fikri Türkel 30.07.2010

İstanbul Sanayi Odası (İSO) en büyük sanayi kuruluşlarını yani " ISO 500" listesini açıkladı. En büyükler listesi her yıl daha fazla ilgi görmeye başlıyor. Fortune dergisi, sıralamaya ticaret ve hizmet şirketlerini katarak Temmuz sayısında kendi 500 listesini yayımlıyor. O liste de en az ISO 500 kadar ilgi görüyor.

Fortune Dergisi, global listeyi 1955 yılından beri yayımlıyor. Liste o kadar ilgi görüyor ki CNN son dakika olarak yayın akışını keserek bilgiyi paylaşıyor.

Listelerin önemi, rekabetten çok akreditasyon sağlamasından kaynaklanıyor. Özellikle son yıllarda yükselen Anadolu Sermayesi, geleneksel şehirli sermaye ile boy ölçüşmeye başlayınca listeler daha iyi incelenir hale geldi.

Bir diğer önemli nokta; bu listeler şirketler hakkında bilgi veriyor. En Büyük 500 listeleriyle sermaye ile serveti, marka ile şirketi ayırmaya da yarıyor. Yakında hem dünyada hem Türkiye'de "En Zengin 500" listesi de yayımlanacaktır. "En Büyük Markalar", "Milyarderler" veya "En Lüks Markalar" gibi listeleri de göreceğiz.

Türkiye, dünya listesine giren milyarderler üretebildi ama henüz Fortune 500'ün global listesine girebilen tek bir isim var o da Koç Grubu. Dikkat ederseniz Koç'un bir şirketi değil, grup olarak girebildiler.

Koç'un ISO 500 listesinde ciddi bir ağırlığı var. Özelleştirmeye kamudan devraldığı Tüpraş, ilk sırada ve bu yerini uzun yıllar sürdürecektir gibi görünüyor. Yakın dönemde onu geçebilecek olan tek şirket Botaş görünüyor. Botaş, bir ticaret şirketi olduğu için ISO'da görünmüyor. Fortune gibi listeler bu sebeple bakma ihtiyacı duyuluyor.

Aynı şekilde Türk Telekom ve Turkcell de hizmet şirketleridir ve ISO listesinde yer almıyor. Türkiye'nin en büyükleri arasında onlar da var.

Elektrik Üretim A.Ş. (EÜAŞ), ISO listesinde ikinci sırada görünüyor. Fortune listesinde Elektrik Dağıtım A. Ş. İkinci sırada bulunuyor. Enerji ihalelerinin sonuçlanmasından sonra bu iki kuruluşun orta vadede listelerde yer alma şansı kalmayacak. Zaten kamu şirketlerine öyle değerlendirmek gerekiyor.

ISO'nun ilk 500 listesini genellikle Ağustos ayında yayınlanan ikinci 500 listesiyle birlikte incelenmesi gerekiyor. Zaten ilk 500'ün alt sıralarında ciddi bir sirkülasyon var. Son on yıla bakılacak olursa ilk 10'da pek değişiklik yaşanmıyor. Asıl incelenmesi gereken ilk 500'e yeni giren şirketler.

Türkiye'nin dinamizmini gösteren, gelişen pazarları ve sektörleri anlatan kısımları Koç ve Sabancı rekabeti kadar önem kazanıyor. Eskiden Koç ve Sabancı şirketlerinin analizi yapılırken şimdi Anadolu Sermayesi analizi yer almaya başladı.

Yükselen Muhafazakârlar değerlendirmesine pek katılmıyorum. Anadolu Sermayesi daha olumlu bir tanım olur. Ak Parti'nin hükümette olmasıyla bu yükselen değeri "muhafazakâr" diye tanımlıyorlar.

İster ISO isterse Fortune listesine bakın; son on yılda en büyüklerdeki büyümeler muhafazakârlarda değil. Global listelerle yerli listeler benzer özellikler gösteriyor ve enerji, otomotiv, telekomünikasyon ve perakende ilk sıraları paylaşıyor.

Bu sektörler arasında muhafazakâr bir şirketi hatırlıyor musunuz? Bu sebeple listeleri kişiselleştirerek inceleme yerine sektörler itibarıyla incelenmesi daha sağlıklı sonuçlar verir.

ISO 500'de en hızlı yükselme göstermiş şirketlerin ilk 10'u şöyle: Doğuş Çay, Aksa Enerji, Glaxosmithkline, Birlik Pazarlama, Deva Holding, Eti Gümüş, Özmaya Sanayi, TTL Tütün, Ulagay İlaç, Hayat Kimya. Aslında 2009'un krizinin sonuçları sağlıklı değerlendirme imkânı vermiyor olsa da iyi sonuçlar çıkıyor.

İlaç, gıda, enerji, tüketim ürünleri bundan sonra da yükselen değer olmaya devam edecek. Grup şirketi olmamasına rağmen Süttaş'ın yükselmesini ve en büyükler arasında yer almasına dikkat edin. Doğuş Çay'ın büyümesi şirket satın almalarla gerçekleşti. Yine de çay sektöründe önümüzdeki yıllarda da birleşmeler ve yeniden yapılanmalar olabilir.

Glaxosmithkline'da her ne kadar domuz gribi aşısı etkili olsa da, ilaç sektörü büyümeye devam edecek.

Et Balık Kurumu (EBK) uzun yıllar sonra yeniden listeye girdi. Son et ihalelerinden ve Angus ithalinden sonra önümüzdeki yıllarda da etkin bir şirket olarak kendini gösterebilir. Malûm, askeriye de alımlarının EBK'ndan yapacağını açıkladı. Tedarik işi en az ana sanayiler kadar güçlü olmaya devam edecek. Yani markası olmayan güçlü şirketler çıkacaktır.

Bir de listede adı görünmeyeler var. Her ne olursa olsun listeler iyi incelenirse, güzel dersler çıkacaktır. Ayrıca yeni standartlarla farklı listelemeler gerektiğini unutmamak gerekiyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Petkim, İzmir ve ihracatın geleceği...

Fikri Türkel 02.08.2010

Aliağa'da Petkim tesislerinden yazıyorum. Konu ihracat ama İzmir'e gelince birkaç değerlendirme yapmadan edemiyorum. İzmir için ne yapabilirsek azdır. TİM'in her ay açıkladığı ihracat rakamlarını, bölgeden iyi ve kötü haberlerle yorumlamak istiyorum.

Keşke Kemal Kılıçdaroğlu, 35. Madde değişiklik teklifini 35'i yani İzmir'i değiştirmek için söyleseydi. Şehrin sorunları her geçen gün kronik bir hal almaya devam ediyor.

Malum İzmir limanı için 3 yıl önce ihale yapılmıştı ve süreçle ilgili olarak Danıştay 30 ay sonra özelleştirmeyi iptal etmişti. Devletin cebine girecek olan 1 milyar 275 milyon dolar girmediği gibi şimdi yenileme ve genişleme çalışmalarıyla ilgili olarak da 500 milyon dolara yakın para harcanması gerekiyor.

İzmir'in ihracattan aldığı pay her geçen yıl azalıyor. 2001 yılında yüzde 8,8 pay alırken bu rakam 2009'da yüzde 6'ya düştü. İlk 6 ayın rakamlarına bakarsak 6'nın da altına inmiş durumda.

Türkiye, cumhuriyetin 100. Yılında 500 milyar dolar ihracat yapacaksa, sadece İzmir limanı değil, pek çok limana daha ihtiyaç duyacak ve yeni lojistik yolları bulmak zorunda kalacak.

Bu açıdan bakınca Petkim, başarılı bir örnek olarak daha da öne çıkıyor. Türk - Azeri girişimi olan Socar – Turcas konsorsiyumu olarak özelleşen Petkim'de yeni yatırımlar gündemde.

Petkim niye önemli?

Türkiye, dünyanın 16. büyük ekonomisi ve Avrupa'nın 6. büyüğü durumunda. Goldman Sachs'ın 2050 projeksiyonuna göre de dünyanın dokuzuncu büyük ekonomisi olacak. Ancak petrokimya sektöründeki büyüklüğü 33. Sırada yer alıyor.

Başka bir ifadeyle Amerika'nın petrokimya büyüklüğü yanında 60'da bir, Suudi Arabistan'a göre 20'de bir, Singapur'a göre de beşte bir oranında bir üretim kapasitesine sahip. İhracat potansiyeli olmasına rağmen kendi kendine bile yetemiyor.

Bu amaçla Cumhuriyet tarihinin en büyük yatırım projesini hayata geçirmeye başlanmış durumda. Bu gerçekleştiğinde petrokimya tesisi, ham petrol işlemesi, liman ve depolarıyla lojistikte ve rüzgar enerjisi de içinde olmak kaydıyla enerji yatırımlarıyla iddialı bir konumda olmak istiyor.

Aliağa yarımadası yeni konumuyla Avrupa'nın örnek petrokimya merkezi olmasının yanı sıra, İzmir için yeniden çıkış noktalarından biri olacak.

Petkim'in Genel Müdürü Hayati Öztürk, 2018 yılında Türkiye'nin cari açığına 5 milyar dolar katkı yapacak bu yarımada'daki ekonomik değeri şöyle açıklıyor: "10 ila 15 milyon ton petrol işleyen, 1 milyon ton konteyner parkı, 10 bin doğrudan istihdam ve 5 milyar dolar katma değer üreten bir tesis bir değer merkezi".

Petkim, İzmir ve Türkiye için önemli. Bu stratejik öneminden dolayı da TİM, bu ayki ihracat rakamlarını buradan açıklayarak destek oldu. TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi'nin demeçlerini haberlerden takip ediyorsunuzdur. Kur sorunu hala önemli bir gündem maddesi ve hedeflerin değişmesine sebep oluyor.

TİM, Cuma günü TEPAV'ın ihracatla ilgili çalışmasına bir açıklama gönderdi. Açıklamaya göre; "İhraçatta Eksen Kayması Yaşanmamıştır" hükmü öne çıkıyor. Son aylarda politikada gündem maddesi olan "Eksen Kayması" iddiaları açısından iyi incelenmelidir.

Krizin etkilerinin en yoğun hissedildiği Avrupa'daki ihracat rakamları verileri sağlıklı sonuç vermeyebiliyor. Daha önemlisi, Avrupa'da ne olup bittiği anlaşılmadan ihracat stratejisi yapılandırılmaz. Şimdilik hala ihracattaki payda AB ülkeleri yüzde 46'dır. Kriz öncesi bu oran 2008'de ise yüzde 56 olarak gerçekleşmişti.

Asıl sorun bundan sonrasıyla ilgilidir. AB'de Yunanistan başta olmak üzere her ülke tasarruf tedbirlerine gitmektedir.

Bunun yanı sıra euro – dolar paritesinde esnek kur sistemi ithalatı özendirmektedir. Büyükekşi, Merkez Bankası'nın günlük döviz alımında 50 milyon dolar ve 50 milyon euro alımıyla kurların desteklenmesini istemektedir.

Bu yılın Şubat ayından beri çift hanelerle büyüyen ihracat bu ay yüzde 10 hedefini tutturamamış ve yüzde 5.97 gerçekleşmiştir. Sebep olarak kurlar gösteriliyor.

Sonuçta Türkiye, hem istihdam hem de ihracat hedeflerini yeniden belirlemeli ve buna bağlı olarak parasal dengeleri yeniden oturtmalıdır.

Politikadan bireysel yatırımlara kadar, her şey birbiriyle ilişkilidir. İzmir veya başka bir yerdeki yatırımlarla ihracat hedefleri arasındaki ilişkiyi de hiç unutmamız gerekiyor.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Blackberry Türkiye'de de yasaklanır mı?

Fikri Türkel 04.08.2010

Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) ve Suudi Arabistan'dan Blackberry telefonlarına yasak geldi. Hindistan Hükümeti de, güvenlik endişeleri çözülmediği takdirde Blackberry'e yasak getirebileceğini açıkladı. Güvenlik sorunu artık sınır ihlalleri ve terörist saldırılarla tanımlanmıyor. İletişimde inanılmaz çıkış yapan akıllı telefonlar sorgulanıyor?

Daha önce farklı sebeplerle Youtube ve Google'a yasaklama getiren Türkiye, güvenlik veya farklı bir gerekçeyle yasaklama getirebilir mi? Olaya değişik açılardan pencere açayım...

Geçen ay Kuzguncuk'ta önümüzden bir araç geçti. Düşük hızla seyreden bu aracın tepesinde garip bir alet vardı. Yanımdaki dostum, bunu polislerin güvenlik araçlarından biri sandı. Ben farklı düşündüm. "Bu olsa olsa Google'ın Street View aracıdır" dedim. DPT'de üst düzey görevlerde bulunmuş, eski milletvekili olan dostuma bunu biraz daha izah ettim. Google Maps, bazı ülkelerde üç boyutlu şehir haritaları yayınlıyor. Bunun için de, önceden bütün sokaklarda üç boyutlu çekimler yapıyorlar. İşte bu araç ona benziyor.

"Aramızda casuslar mı dolaşıyor?" paranoyasına girenler de olacaktır.

Bunun konumuzla ilgisini açıklayayım. Bu araçlar Almanya'da çekim yapınca medya tarafından büyük tepki gösterildi. İddia şu: Street View araçları geçtiği yoldaki kablosuz verileri de kayda alıyor ve özel bilgilere de erişme şansı yakalıyor. Önceki ay yaşanan bu olay CNNTürk'te de yer almıştı.

Google yetkilileri konuyla ilgili özür dilediklerine göre, işin gerçeklik payı var.

Google'ın Latitude uygulamasında konum paylaşım bulunuyor. Eğer karşı tarafın davetini kabul ederseniz bulunduğunuz yer karşı taraftan anlık olarak takip edilebiliyor. Benzer uygulamalar yaygınlaşıyor. Foursquare sosyal paylaşım programı da bütün akıllı telefonlara yüklenebiliyor. Size en yakın özellikli yerleri görebildiğiniz gibi arkadaşlarınızın da onda nerede olduğunu takip edebiliyorsunuz. Benzer uygulama Gezenzi'de de var.

Akıllı telefon olarak tanımlanan Blackberry, iPhone, Nokia, HTC gibi popüler markalar bu özellikleriyle yarışıyorlar. 3G'den sonra cep telefonlarının hizmet ağırlığı bu yöne kayıyor. Durum böyle olunca güvenlik tartışması da gündemden düşmüyor. Çünkü yasal düzenlemeler teknolojinin gerisinden geliyor.

Blackberry'deki güvenlik tartışması yeni değil. Üç yıl önce TBMM yönetimi milletvekillerine Blackberry telefonu verince büyük tartışma çıktı. Benzer tartışma Almanya'da da çıkmıştı. Şimdi Hindistan'da karşılaşılan ve BAE'deki durum da aynı gerekçelerle çıkmış görünüyor.

Akıllı telefon pazarında yazılımıyla ve kurumsal kullanımıyla büyük çıkış yapan Kanadalı RIM'in ürünü Blackberry, yüzde 20 payı ile dünyada ikinci sırada bulunuyor. Hatta popüler iPhone'dan daha üst sıralarda olduğunu da hatırlamak istiyorum. Aslında güvenlik tartışmaların bir ayağı da bu rekabetten kaynaklanıyor. Diğer sebep ise; ülke versiyonlarının sisteme yüklenmesi ve yatırım fırsatlarından istifade edilmesiyle ilgili.

Yani Türkiye'nin Google ve Youtube'a getirdiği yasak gerekçesi iPhone ve Blackberry ile birlikte Google'ın Android yazılımları için de getirilebilir. Ancak güvenlik gerekçesi üç yıl önce milletvekilleri ve emniyet mensuplarının Blackberry kullanmaya başladığı dönemde tartışılmış ve geçer not almıştı.

Buna göre; bu telefonların güvenlik akreditasyonu TÜBİTAK'ta incelenmiş ve geçerlilik kazanmıştı. Blackberry'nin kurumsal sunucusu da güvenlik yazılımı da, bağımsız değerlendirme kuruluşlarınca denetlenip EAL2 diye tanımlanan güvenlik kriterlerine uygun bulunmuş. RIM'in şimdi EAL4+ sertifikasını alması bile tartışmaları sonlandırmaz.

Geçen hafta medyada yayınlanan listede iPhone ve Blackberry kullanımı rekabeti konumuz açısından incelenmeye değer. O listede Ulaştırma Bakanı Binali Yıldırım Blackberry kullananlar arasında gösteriliyor.

Güvenlikte önemli olan sim kartı mıdır yoksa cep telefonu aleti midir ya da yazılımı mıdır? Ortada ekonomik değeri yüksek bir alan var ve bu tartışmaların sonu gelmez.

Önceki ay, Utah eyaletinde bir kadın, kendisine bir araç çarpınca Google'ı mahkemeye verdi. "Kendisinin yol güzergâhını Google Map'e bakarak takip ettiğini ve haritanın kendisini şaşırtmış olduğunu" gerekçe göstermiş. Google nasıl savunma yaptı bilinmez ama teknolojinin yoğunlaşmasıyla pek çok davanın günlük hayatımıza gireceğini söylemek istiyorum.

Temel sorun yasal düzenlemeler olduğunu hatırlatayım. Yani sistemde boşluk var ve bu tartışmalar devam edecek. Yasaklama ihtimali az olsa bile, konu gündemden hiç düşmeyecektir.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Dağcılardan öğreneceğimiz çok şey var

Dağcı deyince aklımıza Nasuh Mahruki geliyor. Mahruki, Yılmaz Sevgül'le birlikte mayıs ayı sonunda dünyanın en yüksek tepesi Everest'e tekrar tırmandı. Bu, sıradan bir dağ yürüyüşü değildir. Bilimsel verileri kullanarak, zorlu yamaçları ve buzulları aşmak demektir.

Tırmanışın sponsoru Cantek'in Antalya'daki fabrikasında bu zorlu sürecin filmini izledim. Umarım belgesel olarak da en kısa zamanda televizyonlarda seyrederez.

Mayıs ayında ben de küçük bir macera yaşadım. Erzincan'ın Kemaliye (eski adıyla Eğin) ilçesi, Türkiye'nin doğa sporları bakımından en özgün yerlerinden biri. Türkiye'nin tarihî, kültürel mekânlarından biri olmasının yanı sıra tabiat şartları da dağcılar, kaya tırmanıcıları, rafting ve yürüyüşler için ideal bir konumda.

Her yıl mayıs ayında burada Doğa Sporları Şenliği yapılıyor. Bir hafta devam eden zorlu parkurları yaşıyor veya seyrediyorsunuz.

"Via Ferrata" bunlardan sadece biri. İtalyanca demirden yol anlamına gelen via ferrata, kablolar, basamaklar, merdiven ve köprülerden oluşan dağ yoluna denmektedir. Bu ekipmanların kullanımı sayesinde dağcılık sporuyla uğraşanlar için, zor parkurların birleştirilerek daha uzun parkurlar oluşturulması sağlanmaktadır. Yürüyüş yapanlar ya da dağcılar, via ferrata'ları takip ederek, kendi halat ve ekipmanlarını kullanmadan son derece güvenli tırmanış yapabilirler.

İtalya, Almanya, İngiltere, Fransa gibi Avrupa ülkelerinde ve Amerika, Kanada, Malezya ve Singapur'da birçok via ferrata bulunmaktadır. Dünya üzerindeki ilk via ferrata, İtalya'nın Dolomite Dağlık Bölgesi'nde, 1. Dünya Savaşı esnasında, piyade birliğinin geçişine yardımcı olmak üzere kurulmuş ve sonrasında dağcılık sporu amacıyla kullanılmaya başlanmıştır. Dünyanın en yüksek via ferrata'sı, Malezya'nın Sabah eyaletindeki Kinabalu Dağı'nın 3800 metresinde yer almaktadır. Türkiye'nin ilk via ferrata'sı ise, Kaya Grubu tarafından Erzincan Kemaliye'de Karanlık Kanyon'a 40 metrelik bir parkur olarak kurulmuştur.

Yine Türkiye için bir ilk olan "Base Jump" yani serbest atlayış da burada gerçekleşmiştir. 440 metre yüksekten kendini boşluğa bırakmanın nasıl bir adrenalin ve seyir zevki oluşturduğunu tahmin edemezsiniz.

Şenliğe katılanların; iyi bir yürüyüş, zevkli bir seyir, doğa şartlarıyla mücadelenin yanı sıra özgün yemekler yeme fırsatı da bulduklarını belirteyim. Ancak burada başka bir şeye dikkatinizi çekmek istiyorum.

Etkinliğin sponsoru olan Kaya Grubu hakkında öncesinde bilgim yoktu. Dağcılardan bilgi alırken, kullandıkları ekipmanları Kaya'nın ürettiğini öğrendim. Halat üretiminin en çok çeşide sahip şirketi olan Kaya, ambalaj halatlarından gemiye, yelkenden dağcılarının kullandıklarına kadar farklı ürünleri sunuyor. Kaya Grubu, önümüzdeki hafta yapılacak olan Cumhurbaşkanlığı Kupası kapsamında Match Race yarışlarına da sponsor oldu.

Şirketin Genel Müdürü Güher Türker'den bilgi alınca; Türkiye'de ihmal edilen "İş Güvenliği" konusunda pek çok şeyi de öğrenmiş oldum.

Malum geçen aylarda elim maden kazaları yaşandı. Yine Tuzla tersanelerinde ölümle sonuçlanan onlarca kazaya da şahit olduk. İstanbul'da gökdelen inşaatları birbirini takip ediyor. Yüksekte veya tehlikeli ortamlarda çalışan on binlerce insanımız var. İş güvenliği hepimizin sorunu olarak güncelliğini koruyor.

Kaya Grubu'nun da üretim yanında esas hedefledikleri alanın bu olduğunu gördüm. Halat ve iş güvenliği ekipmanları üreten grup; yılda beş bin kişiyi eğiten bir merkez kurmuş. Yüksekte çalışma eğitimleri bunların başında.

Rüzgâr enerjisi türbinleri, gökdelenler veya vinçler, temizlik şirketleri, yüksek enerji direkleri, tersane çalışanları, maden işçileri bu eğitimi zorunlu olarak almak zorunda.

Mesela Vodafone, baz istasyonlarında çalışanlarına bu eğitimi vermiş. Baz istasyonlarında “dikey yaşam hattı” sistemiyle tam güvenlik sağlanıyor ve büyük tasarruf elde ediliyor. “Yatay yaşam hattı” ile de gemilerde veya madenlerde benzer iş güvenliği sağlanabiliyor.

İşte bütün bunları dağcılardan öğreniyoruz.

İş güvenliği konusuna iki açıdan daha bakmak gerekiyor. AB müktesebatı çerçevesinde mevzuatın yeniden düzenlenmesi gerekiyor. Ayrıca sektörün envanterinin oluşturulması çalışmalarının tamamlanması da lazım.

İster Mahruki’yi izleyin, ister yat gezintisi yapın ama olayın ardındaki detaylara dikkat etmeyi unutmayın. Pek çok şey öğrettiğini göreceksiniz!

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

En iyi iftar yapabileceğiniz 10 adres

Fikri Türkel 09.08.2010

İki gün sonra ramazan ayı başlıyor. İftar geleneği için eş ve dostlarla biraraya geleceğiniz en iyi adresler arayışı da başladı. Bu adresler, her yıl önemini de arttırıyor. Benden de, iyi iftar yapılabilecek yerlerin adreslerini isteyenler oluyor.

Ağız tadı, kültür farkı ve iftardan beklentiler farklı olduğu için ben size adres yerine, ekonomik değeri olan, “en iyi 10 Ramazan fırsatı”nı sunmak istiyorum.

1. İki yıldır yaz mevsimine rastlayan ramazan ayı önümüzdeki yedi sekiz yıl daha yazları devam edecek. Geç saatte iftar ve erken saatte sahur sebebiyle pek çok işyeri gece mesaisine alışmalıdır. Esnek mesai uygulamasının tipik dönemi olarak da Ramazan’ı değerlendirebilirsiniz. Pastaneler, kahvehaneler, restoranlar gibi yerler sahurda servis anlayışını geliştirmelidir.
2. İftar çadırlarının çoğu, Ramazan’ın ruhuna uygun hizmet vermiyordu. Belediyeler çoğunu kapatma ihtiyacı hissetti. Buralara servis verenler bu alanı dolduracak medeni, insanların onurunu zedelemeyecek ama yardım ruhunu devam ettirecek projeler üretmelidir.
3. Evlere servis konusunda internette pek çok portal ve şirket kuruldu. Münhasıran sahura yönelik bir portal bulunmuyor. “İftarsahur.com” gibi siteler ise sadece dinî bilgi ve takvim özelliği taşıyor. İster işyeri ve kuruluş olsun isterse bireysel, iftar verme geleneği vardır. Yaz sebebiyle teravihle birlikte geceyarısını geçen davetler oluyor. Bir de şehir hayatının yoğunluğu hesap ediniz? İftar davetleri gibi sahur davetlerini de düşününüz!
4. Diyet sektörü her alanda etkisini sürdürüyor. Diyetisyenlerin kendini hissettirecekleri en önemli dönemlerden biri Ramazan’dır.
5. Gıda sanayiinde üretim yapan ve pazara yeni markalar sürmek isteyen şirketler için Ramazan’ın ayırt edici bir avantajı vardır. Özellikle içecek sektöründeyse, yaz dönemine rastlayan Ramazan pazara girmek için

ideal bir zamandır. Geçen yıl Ramazan’la limonatacılar büyük bir çıkış yakalamışlardı. Geçen yıl limonata üretimi üç katı artmış ve onlarca firma limonata üretmeye başlamıştı.

6. Yaz demek, tatil demektir. Ramazan’la birlikte tatil anlayışını da değiştirmek gerekiyor. Bu durum, kişisel tercihlerle kurumların açısından farklılık arz ediyor.

7. Ramazan’da tatil pekâlâ mümkündür. Otellerin pazarlama stratejileri sayesinde bu düşünce kırıldı. Ve pek çok yeni tur paketleri oluştu. Yenileri için de zemin ve zaman müsaittir.

8. Son yıllarda hemen her otel mescit açtı. Bu ramazan ayında da otellerin mescitlerinde hocalar beş vakit namaz kıldırarak. İkinci namazından sonra mukabele okunacak yani karşılıklı oturularak Kur’an-ı Kerim hatim edilecek, teravîh namazları otelde cemaatle kılınacak. Hatta dinî sohbet ve vaaz için din görevlileri tahsis edenler de var. Otelde konaklayanlar sahura davulla uyandırılacak. Geleneksel Ramazan eğlenceleri, tasavvuf konserleri, fasıl dinletileri, mehter takımı, çocuklara yönelik animasyon etkinlikleri, illüzyon gösterileri, orta oyunları, Karagöz-Hacivat ve kukla gösterileri yapılacaktır. Otellerde geleneksel sokak satıcıları; bozacı, şıracı, kestaneci, helvacı, macuncu, simitçi bulunacaktır. Malum bu tatil yerlerinde sahura kadar havuz, yaza uygun mönüler de mutlaka yer almalıdır.

9. Geleneksel kültürle ilgili pek çok vakıf ve dernek ile kamu kuruluşları; Anadolu’da unutulmaya yüz tutan Ramazan geleneklerini yaşatmaya çalışıyorlar. Bu ilgi için ideal bir dönem ve yer Ramazan tatili uygulayan otel ve tatil yerleridir.

10. Tatil programları iyi yapıldığı takdirde ev hanımları da; iftar/sahur hazırlamaktan kurtulacakları gibi Ramazan’a uygun bir günlük plan yapabilir ve kişisel bakım projesi uygulayabilir. Sigara bırakma, okuma programını düzenleme, sosyal ilişkileri yeniden düzenleme bunların başında geliyor.

Ramazan ayı, gerek sosyal ilişkiler bakımından gerekse kişisel bakım açısından yüzlerce fırsatı kendi içinde taşımaktadır. Bunların içinde onlarca ekonomik fırsat da vardı. Ben şimdilik on tanesini dikkatlerinize sundum.

Haliyle Ramazan’da iftarın hayatımızda önemli bir yeri var. Ekonomik fırsatların dışında iftar yerleriyle de ilgili tavsiyelerimiz olacaktır. Ama yukarıdaki önemler dururken; aile ve dostlarla birlikte olduktan sonra mekânın önemi ne olabilir?

Hayırlı, bereketli bir ramazan ayı diliyorum! Mübarek olsun.

Not: Geçen hafta “Blackberry Türkiye’de de yasaklanır mı?” başlıklı yazımla ilgili Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK)’tan açıklama geldi. Blackberry ile ilgili 2007 tarihli medyaya yansıyan bir açıklamaya dayanak yaptığımız bilgi için kurum şu düzeltmeyi yaptı. Bilgilerinize sunuyorum:

“TaraF Gazetesi’nin 04.08.2010 tarihli nüshasında “Blackberry Türkiye’de de yasaklanır mı? başlıklı köşe yazısında yer alan, iPhone ve Blackberry telefonlarının güvenlik akreditasyonları TÜBİTAK tarafından incelenmiş ve geçerlilik kazanmış olduğuna dair ifade gerçek dışıdır. Söz konusu telefonlara ilişkin olmak üzere TÜBİTAK tarafından herhangi bir güvenlik akreditasyonu işlemi yapılmamıştır.

Kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi adına saygıyla duyurulur.”

Bitlisli Lacoste'un sırrı

Fikri Türkel 11.08.2010

Ahmet Eren'le uçakta karşılaşınca kendisine "Bitlis'e Lacoste fabrikasını görmeye gidiyorum" dedim. Espriyi anladı ve gülümseyerek, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın "Bitlis'teki Lacoste" ifadesinin aslının "Bitlisli Lacoste" olduğunu söyledi.

Malum, Eren Grubu Lacoste'un üreticisi olması yanı sıra Türkiye ile birlikte Rusya ve Türki Cumhuriyetlerdeki mağazalarının işletmesini de yürütüyor. Bunun yanı sıra Burberry, Swatch ve Calvin Clein saatlerinin de mağazaları da yine grubun işletmesinde.

Krizde büyüme gösterdiler, yine bu yıl 10 mağaza açmayı planlıyorlar. Locoste'un yeni Ceo'su bu yıl ziyarete geldiğinde, krizdeki başarılarının sırrını soruyor. RFID denilen yani radyo dalgalarıyla çalışan etiket takibi yazılımıyla yüzde 30 civarında artış sağladıklarını anlatıyor. Ceo, hemen sistemi Paris'teki yöneticilere anlatıyor ve model olarak bütün dünyada kullanılmasını istiyor.

Eren Grubu'nun başarısı sadece bununla sınırlı değil. Türkiye'de üretilen kağıdın yarısı bu gruba ait. Çimentoda iddialı olmayı hedefleyen bir grup, Bodrum'daki Rixos otelin de sahibi. Yine havaalanı kavşağına yakın bir noktada Rixos'un işleteceği bir oteli planlamış durumda.

Grubun yeni hedef alanı enerji ve sadece Zonguldak'a 1.7 milyar dolarlık yatırımın ilk etabını tamamladı bile.

Bizim jenerasyonun iyi bileceği Eros markası da grubundu. Ancak şimdilik bu markayı tekrar ayağa kaldırmayı düşünmüyorlar.

Eren'in sırrı, aslında Bitlis'in sırrıyla örtüşüyor. Kendisinin Türkmen olduğunu ve Bitlis'i tanımak için Selçuklu kültürünün iyi bilinmesine vurgu yapıyor.

Bitlis ve çevresine Türk boylarının yerleşmesi, Malazgirt Savaşı'ndan önceye dayanıyor. Tam bir Selçuklu merkezi olan Ahlat'ta 1040'lı yıllara ait mezar taşları bulunuyor. Van Gölü'nde çok görülen Azeri lehçesi burada da kendini hissettiriyor.

Bitlis Valisi Nurettin Yılmaz, Selçuklu Üçgeni Projesi'nden bahsediyor. Vakıflar Genel Müdürlüğü, bölgedeki bütün Selçuklu tarihi yapılarını onarmaya başlayacak. Türklerin Anadolu'ya girişinin kapısı olması sebebiyle, Ahlat Belediye Başkanı Mümtaz Çoban, Van Gölü kıyısına Cumhurbaşkanı Köşkü yapmaya hazırlanıyor.

Bitlis'e terör girmemiş, bunun sebeplerinden biri de bölgedeki dini etki. Tarih boyunca, bu havzada medreseler çok etkin olmuş. Yakın döneme kadar hizmet etmiş. Malûm Bediüzzaman Said Nursi, Hizan İlçesi'nin Nurs köyünde doğdu. Yine Fethullah Gülen de kendisini Erzurumlu olması yanında Ahlat'lı da kabul ediyor. Bugün yöre halkı her iki dini büyüğün yanı sıra diğer dini liderle de gurur duyuyor. Medreseler, bugün modern

okullarla kendini belli ediyor. Türkiye'deki en başarılı bin öğrencinin 50 tanesi Bitlis'den çıkıyor ve Türkiye birinciliğini de şehre getiriyor.

Yerel işadamların oluşturduğu Bitlis Eğitim ve Tanıtım Vakfı (BETAV), sekiz yılda 12 okul yaparak şehri bir "Eğitim Vadisi"ne çevirmiş durumda. Artık Bitlis'te okumak isteyen her kişiye okul ve burs imkânı sunuluyor.

Eğitim atağının ilkini Selahattin Eyyübi Koleji oluşturuyor. RodiMood'un sahibi Fetin Kazancı'nın başlattığı bu eğitim yuvasını BETAV'lı işadamları görüp takdir ediyorlar ve benzeri bir yapıyı oluşturmaya başlıyorlar. Her yıl da bu modelin üzerine bir- iki okul koyarak bugünkü duruma getiriyorlar.

Bitlis, dar bir vadiye kurulmuş bir şehir. İlçelerinde tarıma dayalı bir sanayi oluşturulabilir ama diğer sanayilerin kurulma ihtimali pek görünmüyor. Eğitim ve ticaret şehir için ideal bir vizyon. Gencer Ailesi, Tatvan'a Ortadoğu ülkelerine de hitap edebilecek bir Call Center planlıyor ama Türkçe, Arapça, Kürtçe ve Farsça'yı iyi konuşan elemanları nasıl yetiştireceği belirsizliğini koruyor.

Arıcılık, bölge için ideal bir alan görünüyor. Türkiye'de ilk defa Arı Evi burada oluşturuldu ve bölgenin balı için "Betlis" diye marka tescili yaptırıldı.

Ahmet Eren, bölgedeki buğday üretiminin kalitesinden bahsederek makarna fabrikasının kurulabileceğini hatırlattı. Ahlat'ta domates üretimindeki başarıdan dolayı salça fabrikası kuruldu.

Tatvan'daki Nemrut Krater Gölü turizm için ideal bir yer. Kraterdeki Obsidiyen taşları süs eşyalarında kullanılabilir. Valilik, taşları işleyecek ustaların eğitimiyle uğraşüyor ve bir atölye kurmayı planlıyor. Yine bölgede kaliteli mermer yataklarının bulunduğu ve bu alanda gelişme bekleniyor. Yine Nemrut'taki kış turizmi tesisleri tamamlandığında dünyanın en uzun ikinci kayak pisti burada oluşacak.

Eren'in sırrı aslında Bitlis'in sırrıyla örtüşüyor. Asırlarca bir vadiye sıkışmış olan şehir, artık dünyaya açılma niyetinde.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Buyurun size bir fındık hesabı

Fikri Türkel 13.08.2010

Fındığı kaç liraya kuruyemişçiden, marketten alıyorsunuz? Fındık üreticisinin istediği fiyatla tüketicinin rafta ödediği fiyat arasındaki uçurum hep hayretimize gitmiştir. 70 yıldır fındıkta fiyat sorununu çözemediğimiz gibi, ekim alanlarını da düzenleyemedik.

Elimde 2010 mahsulü kavrulmuş fındıkla ilgili imzalı bir iddia var. Fındık Tanıtım Grubu üyesi Ali Haydar Gören'in imzaladığı kağıtta şu yazılı: "2010 mahsulü kavrulmuş, fırınlanmış fındığın Eylül, Ekim, Kasım, Aralık fiyatı 8,5 lira/kg". Tüketiciye bu fiyattan ulaşıyorsa, hesabınızı ona göre yapın.

Bu ortalığın karışacağı anlamına da geliyor.

Hesabı açalım: 1988 yılında Türkiye’de 388 bin hektarda fındık ekimi yapılıyordu. Bu yıl 725 bin hektarda ekim yapıldı.

Geçen yıl 437 bin ton tescilli üretim gerçekleşti. Böyle olunca fındık fiyatı fazla tartışılmadı. Bir önceki yılda ise üretim 900 bin tona yaklaşmıştı. 2010 yılının üretimi 650 bin tonu bulabilir.

Şimdi de tüketimin ne olduğuna bakalım. 230 bin iç fındığı dünyaya ihraç ediyoruz. 90 bin ton da iç pazarda tüketiyoruz. Kişi başına bir kilosunu çikolata, çokokrem, kurabiye, bar gibi ürünlerde yani sanayinde geriye kalan 10 bin civarındaki ürün de kuruyemişçilerde satılıyor.

Yani fındıkta ihracat yapmak zorundayız. Başta Nutella olmak üzere Nestle, Mars, Milka gibi ünlü dünya markalarına muhtacız.

Burada başka bir faktör devreye giriyor. Gürcistan, Ermenistan büyük alım yapanlara arazilerini açtılar. İstedikleri kadar yer tahsis etmeye hazır olduklarını ve gelip fındık ekimi yapabileceklerini açıkladılar. Zaten her yıl ekim alanları genişliyor. Azarbaycan da artık üretici durumunda. Daha ilginç Arjantin bile fındık üreticisi oldu.

Zaten Amerika, badem ve yer fıstığında dünyada belirleyici durumunda. Bu ürünler fındığın alternatifleri arasında ve fındığın kullanıldığı ürünlerde kullanılıyor.

Türkiye’deki sorun oluşmasının en büyük sebebi talep edilmeyen 100 bin civarındaki fındıktan kaynaklanıyor. Önümüzdeki yıllarda hem ekim alanlarını düzenleyeceğiz, hem satışları artıracamız hem de dünyadaki muadili ürünlere karşı bir tanıtım stratejisi geliştireceğiz. Aksi takdirde sorunun kronik hali ağırlaşmaya devam edecek.

Uluslar arası Sert Kabuklu Meyveler Konseyi (INC) adlı kuruluş, dünyadaki fındığı ilgilendiren en önemli çatı örgütü. Bademden fındığa, cevizden fıstığa kadar bütün kabukluların tartışıldığı bir yer. İki dönem Cüneyt Zapsu, INC’de başkanlık yapmıştı ve muadili ürünlerle rekabet konusunda etkin olmuştu. Duyumlara göre Zapsu’ya tekrar başkanlık öneriliyormuş. Umarım seçilir de orta ve uzun vadeli stratejilerde etkin rol oynar.

Çünkü Türkiye’nin fındıkta etkinliğini sürdürebilmesi için beş, on yıllık istikrarlı projeler gerekiyor. Haliyle başta sanayicilere uzun bir perspektif verilmesi gerekiyor. Fındığı işleyen ve ihracat edenlere yönelik bir stratejisi geliştirilmelidir. .

Tanıtım ayağında da çikolata ve bisküvi üreticileriyle yapılacak bu strateji ile yeni pazarlara erişilebilir. Fındık Tanıtım Grubu (FTG), daha çok ham fındık ihracatçılarından oluşuyor. Sanayicilerden FTG’ye daha fazla üye seçilmelidir. Bir ihracat politikası değil, gelecek stratejisi oluşturulmalıdır. Uzakdoğu veya yurtdışı tanıtımları da sadece kuruyemiş olarak değil, nihai ürün ve türevlerinden oluşmalıdır. Çünkü Japonya’daki bir tüketici kuruyemiş olarak değil çikolata, dondurma veya çikolatalı krema olarak bunu tüketmektedir.

Ali Haydar Gören, yıllar evvel Amerikalı Hershey’s firmasına yeni ürünler ve çikolatalarda daha fazla fındık kullanması için ARGE desteği teklif etmiş. Damak tadı farkı, badem ve yer fıstığı kullanım avantajları gerekçeleriyle Hershey’s teklifi kabul etmemiş.

Bir diğer proje de, “Fındık Bar”lar olabilir mi? Fast food zincirlerinin artmasıyla benzer bir uygulama da Fındık Bar’larla tüketimi artırmak olabilir mi? Gören, bu konuda da proje geliştirdiklerini belirtiyor.

Yani fındıkta, Türkiye’de belirsizlik sürüyor. Bu yıl da ne üretici, ne sanayici, ne ihracatçı ne de tüketici fiyattan memnun kalacak. Peki, Nutella’nın sahibi Ferrero veya Mars gibi büyük üreticiler Türkiye’ye gelip sektörde daha etkin rol oynamak isteyebilirler mi? Daha sağlıklı tedarik açısından olmayacak bir sonuç değil.

Eğer ticari bir üründe kazanç yoksa o sektörün gelişmesini bekleyemezsiniz. Fındıkta kimin ne kazandığı da çok tartışılıyor. Gören, bu konuda da bir iddiada bulunuyor. 150 milyon dolarlık ticari iş hacmi olduğunu söyleyen Gören, "ticaret hacmime yüzde 1 kâr verene ömür boyu hizmet edebilirim" diyor.

CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu, "Fındık Kurdu"ndan bahsediyor. Sanırım sektörün politik söylemlerden çok uzun vadeli stratejilere ihtiyacı var ama bu konuda tek laf etmiyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Enerjide neler oluyor

Fikri Türkel 16.08.2010

Geçen hafta enerji konusunda dört önemli gelişme yaşandı.

- 1) 6 Ağustos 2010 günü enerji tüketiminde rekor yaşandı. 700 milyon kilovat saatlik enerji tükendi.
- 2) 9 Ağustos 2010 günü dört bölgenin elektrik dağıtım ihalesi için 5,8 milyar dolar teklif geldi. Bu Türk Telekom'dan sonraki en büyük özelleştirme geliridir.
- 3) 11 Ağustos 2010 günü Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, en tartışmalı bölge olan İkizdere'de hidroelektrik santrali (HES) hizmete açtı.
- 4) 13 Ağustos 2010'da ise Kayseri'de Enerji Verimliliği Raporu açıklandı. ("Niçin Kayseri'de açıklandı", "Neden Kayserili bazı eşraf toplantıya katılmadı", "Rapor niye etraflıca tartışılmadı" gibi soruları bu yazının dışında tutuyorum).

Her biri ayrı analize ihtiyaç duyuyor. Enerjiye genel bir bakışta bulunup, olan biteni anlamak için birkaç detay vereceğim.

Eğer bir yaz günü enerji tüketiminde rekor kırılıyorsa; bunun anlamı bu ülkede bir ısınma sorunu değil, soğutma sorunu yaşanıyor demektir. Genelde kışın gündeme aldığımız "binalarda yalıtım" konusunun yaz mevsimi için zorunlu bir durum olduğudur. Ne yazık ki binalarımızın yüzde 95'i yalıtımsızdır. İşte verimliliği düşünmemizin somut bir örneği daha.

Eğer enerjiyle ilgili rekor bir fiyat geliyorsa ve bu fiyat beklenenin iki milyar dolar üstündeyse, işin potansiyelinin önemi ve gelecekteki etkisini bir düşünün. Gerçekten de Türkiye büyümeye, sanayileşmeye devam ediyor. Bunun için de her yıl dört-beş milyar dolar enerji yatırımı yapmak zorundadır. Verimliliği, tasarrufu düşünmek için bir sebep daha.

Cumhuriyet'in 100. yılında dünyanın en büyük ilk 10 ekonomik gücü arasında olma iddiamız var. Bu yüzden çimento, otomotiv, inşaat, gıda, enerji, tarım, hayvancılık sanayi yatırımları sürüyor. Sanayinin kendisi için de ürünler için de enerji lazım. Mesela, çimentonun içindeki enerji maliyetinin yüzde 55 olduğunu unutmayalım. Enerjinin çelik ve cam ürünlerdeki maliyeti yüzde 30, kâğıtta yüzde 25i, gıdada bile yüzde 10.

Elektrik tüketiminin konutlarda yüzde 49 ile sanayiden fazla olduğunu biliyor muydunuz?

Bu yüzden HES'ler inşa edilirken, termik santral projeleri gündeme gelirken, güneş enerjisi de, rüzgâr türbinleri de, nükleer santral de Türkiye'nin gündeminde olmak zorunda.

Kimse hayat konforundan vazgeçmek istemiyor ve kişi başı enerji tüketimi artıyor.

Türkiye'de 1500 HES projesi var ve bunun 700 tanesi Karadeniz'de planlanıyor. Çevreciler, yöre sakinleri başta olmak üzere herkesin dikkati bu alana çevrili. Diğer enerji kaynaklarının dışa bağımlılığı ve maliyetlerine göre boşa akan suları değerlendirmek bir zorunluluk görünüyor. HES'lerden daha şiddetli zorunlu hal ise verimlilik. İki arasında tercih hakkını hangisi yönünde kullanırsınız?

Enerji verimliliği ve tasarruflu kullanımı konusunda son yıllarda iki sivil toplum örgütü öne çıktı: Enerji Verimliliği Derneği (ENVER) ve Türkiye Enerji Verimliliği Meclisi (TEVEM). Birincisine kişiler, ikincisine kurumlar üye.

Konuyla ilgili Mayıs başında Kartepe'de bir arama konferansı yapıldı. Bu rapor, o arama konferansının sonuçlarını aktarıyor.

Konu anlamlı, hoş ve albenilidir. Hem bireyleri ilgilendiriyor hem kamu ve özel kuruluşları. Malum evlerde tasarruf ampullerine geçildi. Bu yetmez, çünkü evdeki tüketimin sadece yüzde 11,7'si aydınlatmada kullanılıyor.

Enerji verimliliğini bir sistem veya tasarruf olarak nasıl uygulayacağız netleşmiş değil. Teknolojiyi değiştireceğiz ama asıl önemli olan bilinç ve özveri.

Dünyada enerji verimliliği için projeleri hayata geçirmede Japonya, Amerika ve Kanada başı çekiyor. Verimlilikle ilgili projeleri başlatmamada ise Türkiye birinci sıradadır. Konu önümüzdeki dönemde çok tartışılacak.

Enerjinin dünyanın en stratejik alanı olmasıyla birlikte pek çok kavram da hayatımıza girdi. Yenilenebilir enerji, yeşil enerji, yeşil ekonomi, karbon emisyonu, karbon ekonomisi vs. Özellikle Türkiye'nin gündeminde şimdi Yenilenebilir Enerji Kanunu'nun çıkması bekleniyor. Bundan önce Enerji Stratejimizin netleşmesi gerekiyor. Bu kavramları bu sebeple ifade ettim.

İster çevreci olun, ister üretici isterse tüketici, ister enerjide kamu otoritesi olun isterse sivil toplum örgütü, net bir görüş sahibi yok. Durumu önemini, aciliyetini bilmek, verilere sahip olmak iyi bir strateji oluşturmaya yetmiyor. Hele geleceği yönetmeye asla.

50 yıldır nükleer santral kurulamayışın ana sebebi de budur.

Konuşulacak çok şey var ve konuşmaya devam edeceğiz. Şimdilik önümüzdeki tek somut gerçek şu:

Pahalı enerji tüketiyoruz üstelik zengin de değiliz!

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Alkolsüz şarap ve şampanya geliyor

Bunu sakın Ramazan için kaleme alınmış komplo bir yazı olarak ele almayın. Böyle sipariş haber ve yazılara alışık olduğumuz için önce şüpheyile karşıladım. Meğerse doğruymuş.

Önce bir iki firma, sonra yurtdışındaki birkaç girişimcinin konuyla ilgili haberi çıktı. Bazılarınız okumuştur: Kevser Halal Wine. Adını yadırgadım. Dinî kavramların ticarete kullanılmasını hoş bulmuyorum. İki sene önce piyasaya girmeye çalışan Mekke Kola için de aynı düşünüyorum.

Alkolsüz şarap ve şampanyaya bir yenisi daha geliyor. Bu sefer anlaşmanın sahibi Yılmaz Bektaş. Getireceği marka da İtalya'nın butik markalarından ve ihracat yapan genç bir üretici: Isabella Spagnolo. Collezione Isabella Spagnolo ve Iris Vignetti diye iki markası var.

Isabella, 5 Ağustos günü İstanbul'daydı ve söz konusu anlaşmayı Bektaş'la imzaladı. Anlaşmayı imzalayanlar alkolsüz şarabı tattı, alkolsüz şampanyayı da şerefe patlattı. Şimdilik ürünler gelmedi, bu sezon veya önümüzdeki sezonunun ürünlerinden Türkiye'ye ithal edilecek.

Isabella'nın amacı Arap Dünyasına satış yapmak. Türkiye de hedef ülkeleri arasında. Yılmaz Bektaş ise, bu ürünlerin ilgi göreceğini ve Spagnolo ile birlikte Ege'de üzüm üretip, alkolsüz şarap ve şampanya üreteceğini söylüyor. Teoride başarı şansı görünüyor. Ama benim bildiğim şarap içinler üzüm tadı için değil, çakır keyif veya sarhoş olmak için bunu tüketiyor. Böyle etkisi olmayan bir ürün sadece protokollerde işe yarar.

Diyanet'in konuya yaklaşımını da cidden merak ediyorum. Çünkü aynı markanın muhtemelen alkollü versiyonları da olacak.

Konu Yılmaz Bektaş olunca çoğunlukla spekülasyonlar da oluyor. Asıl yazmak istediğim fasıl da o kısım.

Jenifer Lopez gelemedi Rihanna gelecek mi

Malûm geçen ay Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde ultra lüks Cratos otelinin açılışı yapıldı. Otelin açılışını neredeyse bütün dünya konuştu. Nedeni de; Amerikalı ünlü sinema oyuncusu Jennifer Lopez, otelin açılışına davetliydi. Ama gelemedi...

Rum lobisi, bütün etkinliğini kullandı ve Lopez'in açılışa gelmesine mani oldu. Şimdi daha büyük bir projenin temeli atılıyor ve davetli olan kişi de popüler Amerikan sanatçılarından Rihanna. Bektaş, "Fashion Castel adlı konseptin 18 Eylül'deki temel atma törenine Rihanna da gelecek" diyor.

Sadece o gelmiyor. Bulgarî'nin sahibi Silvano Bulgari, ünlü tasarımcı ve kendi markası da olan Tom Ford, Fashion Tv'nin sahibi Michael Adam, CMC'nin Asya Başkanı Armando De Rossi. Malum iki - üç yıl evvel tekstilciler Tom Ford'u Türkiye'ye getirmek istemişlerdi ama astronomik bir para isteyince getirmekten vazgeçilmişti.

Proje konusunda bilgi vereyim. Fashion adı, Fashion Tv'den geliyor. Hisselerini borsada halka açan Michael Adam, marka değerini yükseltmek için Fashion adını pek çok ürüne veriyor. İlk defa da bir turizm konseptine verilmiş olacak.

Girne'deki Fashion Castel konseptinin içinde, Bulgari adıyla 84 suit odası olan butik bir otel yer alacak. Limanda marinası olacak ve özel yatları ile beyaz Rolls Royce'lar kapıda bekleyecek. Yine aynı proje içinde 19 villa yer alacak. 85 metre yüksekliğinde bir cam kulesi de olacak. Çocuklar için ayrı bir oyun alanı olan projede, özel üyelikle kumarhane olacak. Daha fazla özelliklerine girmeyeyim. Hollandalı bir grup işletmeyi üstlenecek.

Gelelim, Rihanna'yı ve bu ünlüleri getiren kişiye. Yılmaz Bektaş, Batmanlı bir ailenin genç ferdi. Ailenin Kuzey Kıbrıs'ta kuyumculuk işleri var ve o da orada doğuyor. Eğitiminin çoğunu yurtdışında yapıyor.

Babasıyla ilgili ağır suçlamalar var. Ancak o annesiyle yaşadığını ve kendisini ilgilendirmedğini vurguluyor. Türkiye’de de birkaç tane kuyumculuk mağazası olduğunu söylüyor. Bir ara kurduğu Intel Grubu adına, İtalyan CMC grubuyla Türkiye’de ihale alıyor. Savarona yatında kutlama yapınca adı tekrar spekülasyonlara bulaşıyor. Bektaş da çekip İspanya’ya yerleşiyor.

Daha önce de adı, Filipinli Dünya Güzeli Ruffa Gutierrez ile evlenmesiyle gündeme gelmişti. Bektaş, ikinci evliliğini de Portekizli Dünya Güzeli Zuleyka Rivera Mendoza ile yaptı.

Liberya’da elmas madenleri olduğunu söylüyor. Angola’da ise elmas ve altın madeni işletiyor. Bulgari’ye elmas modelleri çiziyor.

Yine Liberya’da petrol arama lisansı almış ve Irak’ta petrol depolama, baraj, rafineri konusunda bir konsorsiyuma ortak olmuş.

Haliyle ondan bahsederken spekülasyon olmaması mümkün değil gibi.

Şimdi Rihanna ile birlikte dünyaca ünlü 100 kişi daha gelecek. Ama Yunan ve Rum basını ve lobileri harekete geçmiş durumda. Her ne kadar Güney Kıbrıslılar da Rihanna konserine geleceklerini söylese de, engelleme faaliyetleri hızla yürüyor.

Bektaş, her ihtimale karşı bir başka ünlüyü de yedekte tuttuğunu ima ediyor. Bakalım sonuç ne olacak?

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

TÜSİAD’la Hükümet arasında ne oluyor

Fikri Türkel 20.08.2010

İktidar ile muktedir arasındaki farkı anlamak için bu olaylar iyi bir örnektir. Hükümetler “İktidar”, TÜSİAD gibi kuruluşlar kendini “Muktedir” kabul eder. Kabuller egoları, egolar tartışmaları doğuruyor.

Hiç kimse hükümetten “Makamın İzzetini” bırakıp tevazuda bulunmasını beklememeli. Devlet de, hükümet de baba gibidir, evlatlarını ayıramaz. Yine hükümet, hiç kimseye “Bizden” veya “Bitaraf” muamelesi yapamaz.

En son ortalığı Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın “Bitaraf olan bertaraf olur” sözü oldu. Bu sözün taşıdığı anlamları sadece “Referandum”la sınırlamak olayları açıklamaya yetmez. Aslında sözün edildiği buluşmadaki ifadelerin çoğunu katılmak mümkün ama “bertaraf”ın politik üslubu ve nezaket kurallarını zorladığı söylenebilir.

Duayen yazarlardan Rauf Tamer olsaydı konuya “Yangın ve İtfaiyeci” örneği ile yaklaşırdı: Ortada bir yangın var. Ya itfaiyeciden yana olacaksın, ya da yangından. İtfaiyeciden yana olmamak yangını desteklediğin sonucunu doğurur. Yani yangında bitarafım diyemezsin.

“Bertaraf” sözü uzun yıllar tartışma götüreceği kesindir.

TÜSİAD’a karşı bu sertliği anlamak için onun tarihine bakmak gerekiyor. 1979’da Ecevit Hükümeti’ne ilanla savaş açan bir “Patronlar Kulübü”nden bahsediyoruz.

28 Şubat'ta, 27 Nisan'da taraf tutan, İmam Hatip Liseleriyle birlikte Meslek Okullarının Anayasal Haklarını elinden alınırken, başörtülü kızlar okullara sokulmazken bundan zevk alan bir güçlüler topluluğundan bahsediyoruz.

Etik değerleri bahane ederek, bazı üyelerini "bertaraf" eden ama hortumlamalar diz boyu yürürken "Bitaraf" olan bir sivil toplum örgütünden bahsediyoruz.

367 saçmalığı ile yasama, yürütme ile birlikte topyekûn demokrasi budanırken buna sessiz kalan bir TÜSİAD'dan bahsediyoruz.

Gelelim son kertedeki hamleye.

Daha iki ay önce TÜSİAD'ın Kuzey Irak Kürt Bölgesi'nin etkin lideri Mesud Barzani ile görüşmesi "Hükümet'le TÜSİAD yaklaşması" olarak veriliyordu. Aynı günlerde "Tayyip ile TOBB'un arasının bozukluğu" da manşetlerden düşmüyordu.

Yılbaşında TÜSİAD'ın başına Ümit Boyner gelirken, çoğumuz ona büyük anlamlar yükledik ve patronlar kulübünün değişeceğini, hükümetle arasının eskisinden iyi olacağını bekledik.

Dernek, IMF ile anlaşma yapılmasını çok arzuluyordu. Hükümet beklentilerini boşa çıkardı. Onlar için bu büyük ekonomik kayıptı. Bu kaybı acaba Irak'taki ekonomik pasta ile telafi edebilirler miydi? Sanırım Barzani buluşması bunun için önemli bir adımdı. Sanırım istenen olmadı.

Her ne kadar, Irak'a ihracat patlamış olsa da, Afrika ile ilişkiler dev adımlarla geliyor olsa da bu pazarlarda sözü geçen en etkili odak malum dernek değildi.

Daha da ilginç üç ay önce Başbakan Erdoğan'la arasında ciddi sorunlar olduğu söylenen TOBB Başkanı Rıfat Hisarcıklioğlu son iki haftada iki kere biraraya gelmiş ve gayet olumlu izlenimler yansıdı. TÜSİAD'a olan net mesajın arka planında bunun etkisi var mı?

Olayları okumak için düne değil yıllar öncesine uzanan dernek kayıtlarına bakmak gerekiyor. Gerginliğin sonuçlarını anlamak için ise 2011 seçimleri ve Cumhurbaşkanlığı seçimi gibi sonrasındaki muhtemel gelişmeleri de düşünmek gerekiyor.

En önemlisi "EVET", "HAYIR" oylarının sonuçları da bu ilişkilerde belirleyici bir noktadır. Muhtemelen TÜSİAD'ın üyelerinin çoğu "EVET" diyecek ama bunu deklare etmek istemezler. Çünkü burası bir hayır cemiyeti veya hobi merkezi değil bir "Menfaat Topluluğu"dur. Her durumda ortaya çıkacak bir sonuca göre pozisyon almak istiyorlar.

Demokrasiye sık sık vurgu yapan TÜSİAD'ın bunu kendi içinde ne kadar yaşattığına bakmak gerekiyor. Dahası demokrasinin en önemli uygulamalarından biri olan referandumu benimsediği ve işlevsel olarak topluma yerleştirilmesine taraftar olduğunu da pek sanmıyorum.

Bir seçimde kimse diğerinin oyunu açıklamasını beklememeli. "EVET" de demek, "HAYIR" da demek demokratik bir haktır. Açıkça "HAYIR" kampanyası yapanlara bile "Bertaraf" ifadesi kullanılmıyorsa, sanırım ortada başka bir

hesap var veya kapalı kapılar ardında geçen bir kulisin varlığına atıfta bulunuluyor.

Diğer taraftan, iftar davetleri ve toplantılar sebebiyle pek çok işadımı grubuyla biraraya geliyorum. Genelde Başbakan'ın çalışmaları, gayreti ve izlediği strateji beğeniliyor. Ama "üslup" konusunda pek çoğu eleştiri getiriyor.

İktidar ile muktedirler arasında bu tip gelişmeler, gerilimler hep yaşanacaktır. İyi organize olmuş oluşumlar sürdürülebilir yaşamlarını devam ettiriyorlar. Bunların en iyi örneği de yine TÜSİAD'dır. 40 yıldır dimdik ayakta durmalarını nasıl izah edersiniz?

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Referandumdan başka konuşulacak şeyler de var

Fikri Türkel 23.08.2010

Referandumun önemi, Anayasa'nın bazı maddelerinin değiştirilmesinden ibaret değil. Çok önemli bir demokratik işlevin de hayatımıza girmesiyle ilgili. 12 eylülde "Evet" veya "Hayır" derken, demokrasinin bir yaşam biçimi olmasını da göstermiş oluyorsunuz.

12 eylüle kadar başka bir organizasyonu da yaşayacağız. "Dünya Basketbol Şampiyonası"ndan bahsediyorum. Dünyada en fazla seyirci toplayan Formula 1, Futbol ve Basketbol'dan biri olan şampiyona bu hafta başlayacak.

THY'nin bununla ilgili yeni reklamı var. "Türkler Uçuyor" adıyla sunulan reklamda beş bin metrede basket atan oyuncular göreceksiniz. Şu an Türkler uçmuyor ama Dünya Basketbol Şampiyonası ile uçabilir. Beş kıtadan 18 takımla, Güney Afrika'nın futbolla sağladığı çıkışı Türkiye de basketbolla sağlayabilir.

Kobe Bryant'ı Galata Köprüsü üstünde gösteren afişlere bakın. Türkiye Basketbol Federasyonu'nun "Destination Turkey / Dev Buluşma" konseptiyle yürüttüğü kampanyada 14 NBA yıldızı rol aldı. Gerçekten de Türkiye tanıtımı için dev bir fırsat.

Hele bütün dünyanın ilgisinin Türkiye'de olduğu bir dönemde onlara "Evet", "Hayır" veya "Referandumu Boykot" kavgasıyla mı cevap vereceğiz.

İşin başka bir boyutu var: 12 Dev Adam benimsenen bir tanım oldu. Avrupa Basketbol Şampiyonası döneminde, basketbolu daha çok sevdik ve benimsedik. Sponsorlar büyük destekler sağladı. Dünya Şampiyonası'nda bu ilgi daha da kitleselleşecek. Sinan Erdem Kapalı Spor Salonu gibi yeni mekânlar da edindik. Genç nesil üzerinde spor sevgisi için ideal bir ortam oluştu.

Burada başarı hikâyesi ve kişisel marka örneği sunmak istiyorum: LeBron James.

1 milyar doları reddeden adam

Amerika'da iki aydır hâlâ gündemin konusu. Dünyada yılın transferi olarak kabul edilen LeBron James'i sadece basketbol oyuncusu olarak görmeyin. O bir kişisel markadır. Bu anlaşmayı sadece sporcuların örnek alması gerekmiyor; sanatçılara ve siyasetçilere de söyleyebileceği pek çok şey var.

Evet, LeBron James temmuz başında New York Knicks kulübünden gelen 1 milyar dolarlık paket teklifi kabul etmedi. Hatta kendi kulübü Cliveland Cavaliers'de kalsaydı spor hayatı içinde alması beklenen 700 milyon dolar civarındaki geliri de reddedip, Miami Heat'e gitti. Görünen maddi kaybı 400 milyon dolar civarında.

Pakette şunlar var: NBA kuralları gereği bir oyuncu altı yıl için en fazla 116 milyon dolar alabiliyor. Ünlü spor markaları yıldızlarla reklam sözleşmeleri yapıyor ve en az bu kadar gelir anlamına geliyor. Diğer taraftan bu fonların yıllık getirileri var ve bunu yöneten ünlü brokerlar bulunuyor.

Kişisel hayatıyla ilgili kontratlar yapılıyor, konferanslar düzenleniyor. Yıldızlara bağlı olarak kulübün borsa değeri, forma satışları ve yayın hakları da bu sunulan pakette yer alıyor. Bütün bunlar yılda 60 ila 90 milyon dolar veya spor yaşamının sonu kadar 600 milyon dolar civarında bir gelir demektir.

Tercihteki gelişmeleri anlamak için, bir kişisel markanın nasıl yönetildiğine iyi bakmak gerekiyor.

LeBron, 18 yaşında çaylak bir oyuncuyken Michael Jordan, sahalarda âdeta uçuyordu. LeBron'u biçimlendiren ikonlardan biri bu oldu. Hedef, Jordan'ın duble duble rekorlarıydı ve genç oyuncu bunları ilerletebildi.

Marka, endüstriyel bir tanımdır ve kişiye, kulübüne, ait olduğu yere katma değer ve kâr sağlamalıdır. İster bir tüketim ürünü, isterse bir sanatçı veya LeBron'da olduğu gibi bir sporcu olsun.

Kişisel Marka Değeri nasıl ortaya çıkar? Maaşı, reklam gelirleri, forma katkısı, bilet geliri, maç yayınları, maç performansı, gelirlerin yönetimi vs. hepsi bu sepetin içindedir. Eğer kişiyle ilgili orta ve uzun vadeli bir strateji çizemiyorsanız, mevcut anlaşmanın da uzun vadeli bir gelire dönüşmesi beklenemez.

Dünyanın ticaret merkezi New York, teklifini yaparken salt maddi gelirler ve bunların türevlerinden oluşacak bir paket sunmuştu ve bu milyar dolar ediyordu. LeBron, tarihî rekor teklif karşısında oyuncu olduğunu unutmadı. Amerika'nın şöhretliler şehri Chicago'ya da gitmedi.

Miami Heat'te tek başına değil Dwayne Wade ve Crish Bosh ile takım arkadaşı olacak. Bunun için LeBron'un söylediği "Başarıyı birlikte yaşamak istiyoruz!" ifadesi kişisel marka için sağlıklı bir tercihtir. Kahraman olabilirsiniz ama başarı sürdürülebilir bir olgudur.

Bunun için bu genç oyuncuya bu anlaşmayla LeBron'dan esinlenerek " LeBrand" yani "Marka" diyebilirsiniz.

Dev adamlar Türkiye'ye geliyor! Türkiye, bu vesileyle referandumun yanı sıra tür konuları da gündemine taşımaktadır.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

İhracatçılar Merkez Bankası Başkanı'nı bekliyor

Fikri Türkel 25.08.2010

Merkez Bankası Başkanı Durmuş Yılmaz, referanduma kadar konuşmayacak. Son aylarda gerek döviz kurları ve faiz oranları gerekse Mali Kural (Her ne kadar Maliye Bakanlığı birinci derecede sorumlu olsa da) sebebiyle çok eleştiri aldı. Eleştirenlerin başında da ihracatçılar geliyor.

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi, TL'yi değerli tutan bir politikanın ihracata ciddi ölçüde zarar verdiğini düşünüyor. Benzeri tartışma önceki başkan Oğuz Satıcı döneminde de vardı. Büyükekşi'nin üslubu nezaket kuralları içinde de olsa, bu kamuoyu desteği ile medyada sert eleştiri getirenler de oldu.

TİM, en sonunda Merkez Bankası Başkanı Durmuş Yılmaz'ı meclisine davet etti. Yılmaz da, bayramdan sonra, iki aylık suskunluğunu burada bozacak.

Oğuz Satıcı döneminde hem TİM hem de Merkez Bankası karşılıklı olarak birbirlerine sunum yapmışlar ve sonrasında biraz yumuşama yaşanmıştı. Her iki sunum da bende var, MB sitesinden Yılmaz'ın sunumunu indirebilirsiniz.

Peki, ihracatçılar Merkez Bankası Başkanı'na ne anlatacak, ne soracak?

Geçen cuma akşamı TİM Başkanı Büyükekşi, basına iftar verdi. Gündemde referandum olduğu için, medyaya sadece ihracatçıların Anayasa değişikliğine "EVET" açıklamaları yansıdı. Bence asıl mesaj MB Başkanı'na yapacakları sunumun, soruların içeriği idi.

Bu arada şunu da ifade edeyim: Siyasiler, referandum kampanyasını görevli veya gönüllü yönetenler, Büyükekşi'nin konuşma metnini temin edip, güzelce okumalıdır. Anayasa değişikliğinin önemini bu kadar açık ve net ifade eden ve referandumdaki "EVET"e bu kadar mantıklı yaklaşan bir konuşmaya şimdiye kadar rastlamadım.

MB Başkanı'nın TİM ziyareti öncesinde durum şu:

"Biz ihracatçıyız, dolayısıyla bizim gündemimizi dünya belirliyor. Dünya ekonomisindeki gelişmeleri yakından ve dikkatlice izlememiz gerekiyor." TİM'in yaklaşım tarzı bu. İster reel sektörde isterse para piyasalarında global bir gelişme yaşandığından ihracatçı ânında bundan etkileniyor.

Temmuz ayına kadar sürekli çift haneli büyüme yaşanan ihracatın, geçen ay yüzde 6'da kalması, avro ve doların değerlendirilmesi faktörüne bağlanıyor.

Zaten TİM ihracatçılarla ilgili bir araştırma yaptırdı. Buna göre de en büyük sorun döviz kurları. Şöyle ki:

- Yüzde 72 döviz kurları.
- Yüzde 59 enerji maliyetleri.
- Yüzde 51 hammadde ve ara malı fiyatları.
- Yüzde 44 vergi maliyetleri.

TİM'in diğer konulardaki yaklaşımlarına da değinelim:

ABD ve Avrupa: "Dünya ekonomisinin en büyük pazarı ABD'de ilk yarıdaki kuvvetli canlanma ve ileriye yönelik pozitif beklentilerin yerini ikinci bir kriz ve durgunluk tartışmalarına bıraktığını görüyoruz." "Bizim en büyük pazarımız olan Avrupa'da ise durgunluk bir türlü aşılamıyor." "Gelişmiş pazarlarda yaşanan bu gelişmelerin bize etkisi iki yönlü oluyor. Bir tarafta pazar-talep gelişmeleri dolayısıyla etkileniyoruz. Öte yandan ise durgunluğun ortaya çıkardığı sermaye hareketlerinin bir sonucu olarak maliyetlerimizde ortaya çıkan etkiler var."

Oluk oluk gelen para: "Ülkemiz yılın ilk yarısında dönemde 20,7 milyar dolarlık bir cari açık verdi. Aynı dönemde ülkemizin sermaye hesabına baktığımızda 28,3 milyar dolarlık bir artış var." "Doğrudan yatırım maalesef sadece 2,3 milyar dolar. 6,8 milyar doları portföy yatırımı, 21,1 milyar doları bankaların kaynak kullanımı."

Bunun için Büyükekşi, kontrolsüz giren paraya dengeleyici araçlar geliştirilmesini istiyor. Bunun için de sermaye kazançlarından stopaj alınmasını ve spekülatif döviz işlemlerinden de yüzde 1 kesinti yapmasını öneriyor.

Bir diğer uygulama da, MB'nin günlük döviz alımlarını yükseltmesi yani 50'şer milyon avro ve dolar alması.

Bankalar aracılığıyla gelen bu sıcak paranın sebebinin faiz gelirleri olduğunu düşünen Büyükekşi, uzun dönemdir faizlerin indirilmesini istediklerini en sonunda bunu Başbakan'ın da bizzat ifade ettiğini söylüyor.

TİM'in söylemleri, talepleri kamuoyu tarafından da büyük destek görüyor. Ancak bütün dünyada olduğu gibi, kamu maliyesi ve parasal işlemler teknik bir alan olduğu gibi çok seçenekli işlemler sonucunda oluşturulan bir hesap işidir. Bu sebeple de Merkez Bankası'nın özerk olması tavsiye edilir.

Ayrıca Satıcı dönemindeki tartışmaya ve sunuma bakınca, Yılmaz'ın gerekçeleri de tatminkâr. Bakalım TİM - MB karşılaşmasının ikincisinde neler yaşanacak?

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Saanen Keçisi çılgınlığına dikkat!

Fikri Türkel 27.08.2010

Evet, çılgınlık diyorum...

Birkaç yıl önceydi; bir okurum aradı. Beni hatırladınız mı, diye sordu. Daha önce aramış ve hayvancılık yatırıma gireceğini söylemişti. Şimdi de İstanbul'a gelip bana yemek ısmarlamak, istiyordu.

"Niye?" dedim. "Ben sana bu işe girme, demiştim. Yoksa girdin mi?" "Maalesef girdim. Siz bir yılda 20 bin dolar zarar edersiniz, demiştiniz. Altı aylık zararım on bin dolar. Sizin söyledikleriniz aklıma geldi, teşekkür etmek için size yemek ısmarlamak istiyorum" dedi.

Gerek yok, dedim. Yol parası ve yemek parasını heba etme şimdi, deyip birkaç nasihat etmiştim.

Bu genç arkadaşımız 20 baş hayvanla, süt besiciliği yapacaktı. Hatası, ölçek ekonomisi ve verimlilik hesapları yapmadan işe girmiş olmasıydı.

Kenan Evren'in Pekin ördekleri ne oldu

Benim öğrenciliğimde Pekin Ördeği modası vardı. Kenan Evren'e Çinliler Pekin Ördeği hediye etmiş, ardından pek çok ördek çiftliği kurulmuştu. Evren'e hediye edilen ördeklerle diğerlerine ne olduğunu ayrıca araştırmak gerekiyor.

On beş sene önce Çinçilya modası başlamıştı. Kafeslerde bu şirin hayvanları besleyip, kadınların imrendiği kürkleri dikilecekti. Herkes büyük paralar kazanacaktı. Eniştem de bu modaya kapılanlardan olmuştu.

Münhasıran onun yaşadıklarına girmek istemiyorum. Etrafınızda örnekleri çoktur ve ne yazık ki hepsi sonuçsuz birer hobi olarak kaybolup gitti.

On sene önce devekuşu çiftlikleri türedi. Bununla ilgili somut örnekler verebilirim. Onlar da kaybolup gitti sanırım.

Şimdi moda Saanen Keçisi gibi görünüyor. Son üç yıldır hangi şehre gitsem, mutlaka bir iki Saanen Keçisi işine girmiş veya girmek için gayret sarf eden kişilerle karşılaşıyorum. Erzurum, Adana, Bolu, Çanakkale, Eskişehir fark etmez, her yerde bir çiftlik niyeti ve girişimi görüyorum.

Ben keçi uzmanı değilim. Besi veya süt hayvancılığından da anlamam. Ama bildiğim bir şey var: Talep ve arz dengesi içinde üretim yapılmalı ve pazarlama süreçlerine dikkat edilmeli. Yani bir malın talep edilmesi yetmez hem fizibil olmalı hem de kâr edilebilecek bir yapıya sahip olmalıdır.

Endüstriyel bir ürün söz konusuysa, pazarı hakkında somut bilgilere hatta örneklerle sahip olunmalıdır. Teorik olarak cazip olan pek çok şey uygulamada aynı sonucu vermez.

En son Bitlis'ten Muş'a gelirken görmüştüm. Bir Saanen Keçi çiftliğinin önünde AB'nin desteklediğine dair bir tabela vardı.

İddia o ki, bu beyaz ve şirin keçilerin etinden, tüyünden ve en önemlisi sütünden faydalanılıyor. Sütü anne sütüne yakın, tüyü kıymetli ve yetiştirilmesi kolay. Hiçbir hayvan için bu kadar çok şey yazılmadı İnternete girin bakın! Şimdiye kadar hiçbir hayvan için bu kadar çok şey yazılıp çizilmedi. Bununla ilgili yüzlerce site bulabilirsiniz. Binlerce yazı ya övüyordur ya da dikkat çekiyordur. Hesaplara göre piyasada ihtiyacı duyulan bir şey ama başarılı olmuş bir iki örnekten başka gösterilen yok.

Dahası süt ürünlerinde bilinen ve iddialı markalar konuyu da sahiplenmiş değiller. Aman ha maceraya girmeyin. Akademisyenlerin dışında medyada konuyu en çok Rüştü Bozkurt yazdı. Mutlaka yazılarını okuyun. Benzer uyarıları ben de yapmak istiyorum:

- Geleneksel üretim tarzını unutun. Merkezî bir çiftlik etrafında sözleşmeli bir tarzı benimsemenizi tavsiye ederim. Büyükbaş süt besiciliği gibi, büyük markalarla sözleşme yapmayı tercih edin.
- Bu bir hobi veya yan iş değildir. Bu bir üretim olduğu gibi, bir hizmet sektörüdür de. İşin başında durmayacaksanız, dertlenmeyecekseniz sonuçları da istediğiniz gibi olmayacaktır.
- Türkiye'de Saanen'in üretim süreçleri bir model olarak yerleşmediği gibi, iklim şartlarına alışmış bir ırk da tam oluşmuş sayılmaz. Seçilen ırkın uyumu sorun oluşturur.
- Bu bir sanayi ürünüdür. Haliyle ürün türevleri de endüstriyel olacaktır. Peynirden pastörize süte, dondurmadan çocuk mamasına kadar katma değerli ürünleri seçmek ve bunlarla ilgili piyasa şartlarını analiz etmek gerekiyor. Mandıra, pastane veya hastane ile anlaşmak sağlıklı çözüm vermez.
- Projenin arkasında sadece akademisyen, sadece veteriner veya bir müşteri olması yetmez. Hepsini birlikte bulunmalı ve bunun için de maliyeti kaldırarak büyüklükte bir işe başlanmalıdır. Bu, sadece hayvancılıkta geçerli olan bir durum değildir. Her işte böyledir. Birkaç yıl önce büyük bir grup 55 bin kiraz ağacı ektiler. Bir hastalık oluştu ve geçen yıl bütün ağaçları sökmek zorunda kaldılar. Daha kötüsü, bu araziye hastalık sebebiyle birkaç yıl hiç kullanamayacak.
- Bir diğer tuzak da mera ile yem oluşturmaktır. Saanen Keçisi mera hayvanı değildir. Uzun dönemde mera kullanılsa bile bu süreci iyi kontrol etmek gerekiyor.

Sayabileceğim pek çok uyarı maddesi daha var. Bu sektörle ilgilenin, hesap yapın ve girişimde bulunun ama maceraya girmeyin!

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

THY'nin eksen kayması

Fikri Türkel 30.08.2010

Geçenlerde THY Bosna-Hersek, Saraybosna'da iftar verdi. Önceki hafta da Arnavutluk'ta benzeri bir iftar vardı. Bu hafta da başka bir balkan şehrinde iftar olacak. Bunu THY'nin eksen kayması olarak okuyacak biri çıkarsa, THY'nin vizyonunu ve işlerin sürecini iyi takip edemediğini ortaya koyar.

THY'nin iftar geleneği geçen yıl başladı. Üsküp'te bir iftar programı yapıldı. İftara başta Cumhurbaşkanı ve Başbakan olmak üzere 600 civarında katılım gerçekleşti. 15 bakandan 12'si de hazır bulundu. Üçü yurtdışında olduğu için dileklerini iletiler.

Bu ilgiyi gören THY Yönetim Kurulu Başkanı Hamdi Topçu, Ramazan'da yurtiçinde yapılacak iftar ve benzeri programları iptal ederek, yakın coğrafyada Üsküp'teki gibi benzeri iftarlar yapılmasını istedi. Saraybosna'daki iftara da Bosna-Hersek Başbakanı'nın yanı sıra Ulaştırma Bakanı ve ülkedeki diplomatik temsilcilerin çoğu katıldı.

Topçu, bu yıl üç veya dört iftarla yetineceklerini anlattı. Kendisinin veya Genel Müdür Temel Kotil'in iftarlara bizzat katılarak ilişkilerin geliştirilmesine katkı sağlandığını belirtti.

Yüzde 145 yolcu artışı

Gerçekten de THY, geçen ay Karadağ'ın başkenti Podgorica hattını açarak Balkanlar'da her ülkeye uçmaya başladı. Saraybosna'nın başka bir önemi var. Bosna-Hersek'in ulusal havayolu şirketi BH Airlines'in yüzde 49 hissesi THY'e ait. BH Airlines'e iki uçak verilmesinin yanı sıra, bütün operasyonlarını bizzat THY yollarında yetişen kadrolar yönetiyor. Bunun sonuçları hemen görülmüş. BH Airlines, bir yılda yüzde 145 yolcu artışı sağlamış. Dahası iş süreçlerinde ve maliyetlerde tahminlerin ötesinde verimlilik sağlamış.

Bu operasyondan sonra onlarca havayolu şirketi tarafından THY'ye davet gelmiş: Gelin bizi satın alın.

Aslında bu davet, sadece zordaki havayolu şirketlerinden gelmiyor. Barcelona ve Manchester United futbol kulüplerine sponsor olunca, diğer kulüplerden başlamış. Dünyanın her yerinden onlarca kulüp, THY'den sponsorluk istiyor. Buna yerli kulüpler de dâhil.

İster iftar programı isterse sponsorluk olsun, o ülkelerdeki marka bilinirliğinin yanı sıra müşteri bağımlılığı da hızla artıyor.

Son günlerde "Türkler Uçuyor" konulu THY reklamı çok konuşuluyor. Dünya Basketbol Şampiyonası sebebiyle yayınlanmaya başlanan reklam dünya televizyonlarında da gösterilecek. Ayrılan bütçe büyük değil. Şampiyona ile ortaya çıkan Türkiye algısı çerçevesine THY'nin de konulması hedefleniyor. Ama asıl stratejik reklam çekimlerine eylülde başlanıyor.

Barcelona'nın yıldızları ekimde reklama çıkıyor

Barcelona Kulübü oyuncularının rol alacağı reklamın büyük ses getirmesi bekleniyor. Ekimde dönmeye başlayacak reklamla, THY hem marka bilinirliğini hem satışı hedefliyor.

Aslında THY iki stratejik karar aldı. Birincisi kapasite ve verimliliği arttırmak, diğeri de İstanbul'u bir merkez haline getirmek ve Doğu ve Güney ülkelerinin yolcularını İstanbul üzerinden dünyaya taşımak. Bunun için yeni uygulamalar başlattı. Çünkü bazı yolcular İstanbul'da beş-altı saat konaklamak mecburiyetinde kalabilirler.

Bunun ilk adımı olarak; aktarma için burayı kullanan yolculara bedava İstanbul turu hediye ediliyor. Yolcu havaalanında bekleyeceğine şehri geziyor. Yeni olan bu uygulamaya ilgi başlamış görünüyor.

THY, uçaklardaki duty free satışlarını kaldırdı. Buradaki amaç da hosteslerin satışa değil, hizmete odaklanmaları.

Diğer bir uygulama ise, BH Airlines gibi partner havayolu şirketlerinin elit kart yolcularına dış hatlarda CIP lounge hizmeti vermeye başlandı. Eskiden bu hizmetten 19 avro karşılığı faydalanıyorlardı.

THY'nin en rekabet edebileceği bölge olarak üç saatlik uçuş alanları belirlendi. Balkanlar, Doğu Avrupa, Rusya ile Bağımsız Devletler Topluluğu, Ortadoğu ve Kuzey Afrika bu bölgede yer alıyor. Bu bölgede, halen en beğenilen ve en istikrarlı havayolu şirketi durumunda bulunuyor.

İkinci halka olan Avrupa'da THY'nin en güçlü rakibi olarak Alman Lufthansa yer alıyor. Doğu'ya gittikçe de rekabet kızışıyor. Emirates, Singapur Airlines, Cathay Pasific bunların başında yer alıyor. THY, Alliance ile Batı Avrupa ve Uzakdoğu'da paslaşarak yer almayı hedefliyor. Çünkü hem uzak uçuşlar için yeterince uçak yok, hem de yoğun rekabetin yaşandığı alanlar.

Aslında THY'nin yeni eksen, Türkiye'nin dış politikası ve dış ticaretiyle birlikte şekilleniyor. Yeni eksen sadece belli yöne değil, radyo dalgaları gibi her tarafta etkisini gösteriyor. Sadece Saraybosna'daki iftarı dikkate almamak lazım, THY'nin uçuş hatları bunu çok güzel anlatıyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

TOBB niye hedef tahtasında

Fikri Türkel 01.09.2010

Son tartışmayı biliyorsunuzdur: Makine Tanıtım Grubu Başkanı ve Orta Anadolu Makine İhracatçıları Birliği Başkanı Adnan Dalgakıran'ın eleştirisiyle gündeme geldi. Yani "TOBB, iş dünyasındaki gerçek STK'ların gelişmesini engelleyen bir 'Kültür.' Haliyle konuyu açmak için kullandığı "hantal yapı", "bölünmeli" gibi ifadeler de işin tuzu biberi oldu.

TOBB Başkanvekili ve İTO Başkanı Murat Yalçıntaş, Dalgakıran'ın eleştirilerine hemen cevap verdi. Tartışma bitecek mi, sanmıyorum. Niye?

Geçmişe şöyle uzanalım.

TOBB gerçekten güçlü ve yaygın bir kuruluş. Türkiye'deki her işadami zorunlu üyesidir. Türkiye genelinde 365 oda ve borsa ile organik bağı var. Herhangi bir proje için geniş kaynakları ve söylemleri için desteklere sahip.

Think tank kuruluşundan üniversiteye, gümrük işletmelerinden gayrimenkul varlığına kadar lojistik ve maddi kaynaklar da bu gücünü destekliyor. Bu yönüyle dev bir holdingdir.

Kurum bu açıdan incelenebilir ama asıl ilginç yanı başkanların siyasetle ilişkisidir.

Bu sürecin Necmettin Erbakan'la başladığını hemen hatırlayalım. 1969 yılında TOBB'da genel sekreter olan Erbakan, başkanın ayrılması sebebiyle yönetim kurulu başkanı olunca, tartışmalar da başladı. Polis zoruyla TOBB'dan atıldıktan sonra Milli Nizam Partisi'ni kurdu. Dönemin başbakanı Süleyman Demirel, onun başkanlığına itiraz etmeseydi Milli Görüş Hareketi ne olurdu bilinmez ama bu süreci başlatan olay işte bu kovulmadır.

Yetmişli yıllarda başkanların siyasetle ilişkisi her ne kadar sessizliğini korumuş olsa da, 1979'da başkan olan Mehmet Yazar'ın siyaset hayatı 80'li yıllara damga vurdu.

Sonraki başkanlar Ersin Faralyalı, Ali Coşkun, Yalım Erez, Rona Yırcalı ve Fuat Miras daima siyasetin gündeminde yer aldılar. Ersin Faralyalı ve Ali Coşkun bakanlığa kadar geldiler. Yalım Erez'e hükümet kurma görevi bile verildi. Şimdiye kadar sadece Rona Yırcalı, işadamlığı pozisyonunu korudu ve siyasete mesafeli durdu.

Fuat Miras da doğrudan politikaya girmemiş olsa bile, demeçleri ve tavırları ile bir siyasi aktörden farklı değildi.

Başkanların kişilikleri politik yaklaşıma uymasa bile; etrafı, Anadolu'dan gelen talepler ve Ankara'nın politik havası bir şekilde siyasete bulaştırıyor. En azından izlenim bu.

TOBB'un her çalışmasında siyasi beklenti ve hedef algısı oluşuyor. TOBB Başkanı Rifat Hisarcıkıoğlu ile ilgili "politikaya girdi, girecek" şeklindeki söylentiler de bu algıdan kaynaklanıyor.

Vakıa böyle bir baskının olduğunu herkes duymuştur. Son on yılda Recep Tayyip Erdoğan'dan başka siyasi lider çıkmamasının bunda etkisi de vardır. Yeni bir lider arayışı, yeni bir politik zemin veya alternatif bir parti pek çok kesimde tartışılıyor. Haliyle ilk akla gelen isim de Rifat Hisarcıkıoğlu oluyor.

Peki, Rifat Bey politikaya girer mi? Benim olduğum platformlarda bile en az on kere kendisine bunun sorulduğunu duymuşumdur. Kendi ifadeleri yorumlanınca durum şudur: "2013 yılına kadar dönem için seçildim, görevimin başındayım. Sonrası Allah Kerim."

Bir projeksiyon yapalım: 2011 yılında seçim var. Geriye sayım başladı ve kulisler yapılıyor. 2012 yılında Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün görev süresi sona eriyor. Tekrar seçilebilir ama Recep Tayyip Erdoğan da Köşk'e çıkabilir. İşte hesaplar buna göre yapılıyor. Erdoğan'dan sonraki lider kim olacak?

Eğer Rifat Bey siyasette görev almak istiyorsa ve ciddi bir kamuoyu desteği olduğuna inanıyorsa; 2011'de Meclis'e girmek isteyecektir. Aksi takdirde 2013 yılına kadar bekleyip, sonra parti kurmak veya bir partiye girmek şimdiki etkiyi oluşturmayacaktır.

Tam burada şu soruyu sormak gerekiyor: Bu kadar güçlü bir yapı ve kamuoyu desteğine rağmen şimdiye kadar TOBB'dan niye güçlü bir lider çıkmadı?

Burada Dalgakıran'ın eleştirilerinden birine haklılık verilebilir: "TOBB, güçlü ve yaygın bir yapıdır ancak statükocudur. Değişime, dönüşüme açık değildir." Menderes, Özal, Erdoğan hep değişim söylemiyle gündeme

geldi ve iktidar oldu. Dünyadaki liderlere de baktığımızda “değişim” en güçlü söylemdir.

TOBB’a eleştiriler kısa vadede durağanlaşsa da önümüzdeki dönemde tekrar gündeme gelecektir. Benim yaklaşımım şudur: Oda ve borsalara üyelik gönüllü olmalı. Ayrıca üyeleriyle rekabet edebilecek teşekkül ve oluşumlardan da bu kurumlar uzak durmalıdır. Kriz anında hep kapılarını çalsak da, haliyle kurumların kaynakları çok göze batıyor. Bu kaynakların daha etkin ve şeffaf kullanılması gerekiyor.

Yine de, eğer sürekli göz önündeyseniz eleştiriler bitmeyecektir.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

TÜSİAD, kendini yeniden tanımlamalıdır

Fikri Türkel 03.09.2010

“Bitaraf” ile “Bertaraf” tartışması sürüyor. Türkiye’nin en köklü ve etkili işadamları derneği olan TÜSİAD’la ilgili spekülasyonlar bununla kalmaz. Önümüzdeki dönemde de tartışmanın odağında olmaya devam edecektir.

“Ümit Boyner’i son canlı yayında nasıl buldunuz” diye etrafıma soruyorum. Dikkatli gözler, olumsuz bulmamışlar ama tatmin de olmamışlar. Bende bıraktığı ilk izlenim: Beyaz yakışmış.

Basından üç yazardan alıntılar ekrana yansıdığına Boyner’in suratındaki şaşkınlığa şaşırdım. Sanki ilk defa bu iddiaları duyuyor gibiydi. .

Ne zaman TÜSİAD akla gelse iki kavram beni derinlerden uyarıyor: Patronlar Kulübü algısı ve Anadolu Sermayesi karşıtlığı...

Patronlar Kulübü tanımına on yıl önce eleştiri getirmiştım. Erkut Yücaoğlu, 1999’da profesyonel yöneticiyken TÜSİAD’a başkan seçilmişti. Bu, sorgulanması gereken bir durumdu. Ben de “Profesyoneller Kulübü” tanımlamasını yapmıştım.

Geçen her dönem beni haklı çıkarmaya devam ediyor. Bugün 11 yöneticinin başkan dâhil altısı profesyonel yönetici statüsündedir.

Bunu yadırgamıyorum. Şirketler kurumsallaştıkça yönetim kadrolarına daha fazla profesyonel almak zorundadır. Sadece CEO görevi değil, şirket başkanlığını bile profesyoneller üstlenebilir.

TÜSİAD’ın sorunlarından biri de buradan kaynaklanıyor. Son 20 yıl içinde hızla artmaya devam eden TÜSİAD’ın dışındaki dernek, federasyon ve konfederasyonların dinamizm ve iş yapma süreçlerindeki ve projelerindeki başarıların ardında bir tarafta profesyoneller diğer tarafta girişimciler ve patronlar olmasıdır.

Bu haliyle TÜSİAD, diğer sivil toplum örgütleri veya kurumlar kadar risk alamaz. Geçmiş yıllarda takındığı tavrı, şimdi görmememizi ve bitaraf kalmalarını da buna yorabilirsiniz. Haliyle başka etkenler de var.

Profesyonel yöneticinin değerleriyle, kişisel ve fikrî bağlarıyla girişimcilerin ve patronların yaklaşımları bir olamaz. Mesela, patron olan, uluslararası bir kulübün yaklaşımına tavır koyabilir ama aynı lobinin üyesi profesyonel tavır koyamaz.

Her ne kadar Ümit Boyner, TÜSİAD'ın açılımı için bir şans olsa da; derneğin reflekslerini artık profesyonellik anlayışı içinde değerlendirmek gerekiyor. Yine bu sebeple Yüksek İstişare Kurulu'nun (YİK) açıklamaları her zaman TÜSİAD Başkanı'nın beyanlarından daha fazla etki oluşturuyor. Çünkü istişarî bir makam olsa bile YİK hâlâ patronlardan oluşuyor.

Anadolululuk-İstanbulculuk yaklaşımı da anlamını yitirdi. 15 yıl önce gazetelerde "Anadolu Aslanları" dizileri yapılıyordu. Çok da ilgi görüyordu. Ulusal yapıya kavuşan ve dünyaya açılan Anadolu sermayesini temsil ediyordu. Rahmetli Turgut Özal'la başlayan süreçte elinde bavulla Türk cumhuriyetlerine giden bu girişimciler arasında bugün ulusal medya patronları da, TÜSİAD'ın yönetimine girenler de var.

Burada yeni tanım gerekiyor! Veya TÜSİAD, gerçekten neyi temsil ettiğinin farkına varmalı.

Medyaya yansıyan ifadelere bakınca, Anadolu Sermayesi çoğu kere muhafazakâr sermayenin yükselişine gönderme yapıyor. Bu tür tanımlamalar hem Anadolu girişimcisine, hem de inançlı insanlara saygısızlık oluyor.

TÜSİAD'ın *Görüş* dergisi son sayısında "Sarkaç Doğuya Kayıyor" başlığı ile eksen kaymasını işledi. Boyner bunu, "Küresel güç kayması" olarak tanımlıyor.

Olaya iki açıdan bakmak gerekiyor: Dünyadaki sermaye hareketlerinden Türkiye'ye düşen pay ve 500 büyük şirket sıralamasında kim nasıl yer alıyor?

Eğer Türkiye'ye yılda 21 milyar dolar yabancı sermaye geliyorsa (kriz sebebiyle geçen yıl 7,9 milyar geldi): sermayenin cinsiyle ilgili yorumlar anlamsızlaşıyor. Diğer taraftan gerek ekonomik gerçekler, gerekse yeni şirketlerin ilk 500 sıralamasında yer almaları geleneksel büyük şirket benzetmelerini de değiştirdi. Yeniler arasında Anadolu Sermayesi de, yabancı da var. Bunun TÜSİAD veya başka bir STK, kurum olmasıyla ilişkisi yoktur.

TÜSİAD'ın güçlü ve geçmişe dayanan bilgi ve deneyimleriyle daha iyi pozisyon alması avantaj sağlamıştır ama yenilerin varlığına da engel olamamıştır.

Boyner'in ifadesiyle "Tosyalı Osman'la, Kayserili Sakıp'ın kurduğu TÜSİAD" hem köklerini hem de realiteyi iyi görmelidir.

Evet, dernek kendini yeniden tanımlamalıdır. Bu tanımlama, TÜRKONFED'i tanımakla ve desteklemekle yeterli olamaz. TOBB'la sağladığı yakın ilişkiyi, MÜSİAD'la başlayan ziyaret sürecindeki yakınlığı, TUSKON'la da, diğer Anadolu dernekleriyle de sürdürmesi gerekiyor. Bu ilişkiler ülkeyi tanıma sürecidir.

Kendini tanımlama süreci ise görev ve yetkinliklerinde yeni amaç ve hedeflerin belirlenmesidir. Pastanın paylaşılmasındaki becerilerini, Türkiye'nin dünyanın ilk 10 devleti arasında yeniden konumlandırılmasında da göstermelidirler.

"Eğitim Raporu" 20 yıldır unutulmadı. On yıldır da bu olumsuz algısına pek çok olay eklendi. Her birini saymaya gerek yok. Yani, suskunluklarının "bitaraf" değil "hayır" olarak algılanmasında Başbakan haksız değildir.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Bu oy verecek olanlar kimdir

Fikri Türkel 06.09.2010

Bir şirket yöneticisi olsam, bugünlerde iş müracaatına gelen bir satış elemanına şunu sorardım: "Referandumda sonuç ne olacak?"

Tam tahmin yapanı hemen işe alırdım. Hele bölgesel ve şehirlere yönelik sonuçları bilenlere prim bile verirdim.

Eğer satış, hedef kitleyi tanımaksa; bunun sağlamasını yapabilen güzel bir mekanizma var önümüzde: Referandum. Genel veya yerel seçimlerde bu daha sağlıklı bir yöntemdir.

Kendime soruyorum: Bu oy verecek olanlar kimdir?

Bizim varoş, köylü, kentli, entel, ulusalcı, muhafazakâr gibi tanımlamalarla oluşturduğumuz kalıplar, acaba ne kadar ifade ediyor bu oy verecekleri?

Eğer Türkiye insanını iyi tanıyorsanız, tahminlerde yanılmayacaksınız!

Kamuoyu anketlerini hazırlayanlar niye doğru tahmin yapamıyorlar?

Eğer iyi niyetli bir araştırma yapılıyorsa yani sonucu etkilemek amacı güdülüyorsa; genelde sonuçlar gerçeğe yakın olur. Örneklemler esas olmalıdır ve sorular doğru sorulmalıdır.

Türkiye'yi anlatan bir araştırmadan bazı kesitler sunacağım. Buna göre Türkiye'de oy kullanacakları daha iyi tanıyalım.

Ipsos KMG araştırma şirketi ocak ayında "Türkiye'yi Anlama Kılavuzu" yayımladı. Değişen değerlere ve sosyoekonomik yapıya göre toplumsal katmanları inceledi. Saha çalışması 11 ay önce başladı ve bir ayda tamamlandı. Araştırmanın teknik detayları için kendi web sitesine bakabilirsiniz.

Siyasi açıdan son günlerde çok konuşulan "kamplaşma" gerçeği araştırma sonuçlarından çıkmıyor. Dinî ve geleneksel değerler yüzde 66 ile en güçlü etken olmasına karşın, siyasi yönelimlerde faktör etkisi yüzde 6'lık bir düşme gösteriyor.

"Ordunun yıpranması/ yıpratılması" da soruldu. Son altı yıl içinde ordunun güven kaybı sürüyor. Özellikle bu ivme 2007'den sonra hızlanmış durumda.

"Bu ülkeyi beğenmeyen gitsin" cümlesiyle ifade edilen durumda da yine yüzde 6'lık bir gerileme söz konusu.

2009 yılı ekonomik krizin de etkilerinin en yüksek oranda hissedildiği bir dönem oldu. Ekonomik sonuçlarda bunun da etkisi var ama araştırmada emeklilik ve ailenin geçimi endişesinin arttığını unutmayalım. Bu endişe yüzde 55'ten yüzde 62'ye yükselmiş durumda. İşsizliğin azalmasıyla ve ekonomideki hareketle bunda ne derece bir düzelme olduğuna yeniden bakmak gerekiyor.

Türkiye'nin ve kendisinin durumunun iyi gittiğine inananlar ancak toplumun dörtte birini oluşturuyor.

Eğitim konusunda da devlet okullarına güvensizlik hâlâ yüzde 63 oranında görünüyor. Son yıllarda özel okul, vakıf üniversitesi ve kreşlerin artmasının ardındaki itici güçlerin başında bu geliyor sanırım.

Başka şehirde yaşamak isteyenlerin oranının yüzde 35, başka ülkede yaşama fikrine sıcak bakanların oranının yüzde 24 olduğu bir ortamda yaşıyoruz. Kimlik ve aidiyet bakımından şehircilik ve gelecek uzmanlarının üzerinde düşünmesi gereken bir durum var.

Yaşam tarzı araştırmasında, 123 değişken yardımıyla küme analizi yapıldı. A, B, C1 vs. diye yaptığımız sosyoekonomik statünün (SES) yanı sıra, kendi içinde homojen, kümeler arasında heterojen segment yapıları oluşturuldu. Bu beş kümeye özel adlar verildi.

Kentli gelenekçiler, kentli modernler, kırsal kayıtsızlar, tutunamayan yurttaşlar, kırsal statükocular gibi. Sokakta birbirimize varoşlar, sosyetikler, enteller, köylüler gibi ifadeler yerine yukarıdaki tanımın yeni durumu daha izah ettiğini düşünüyorum.

Her ne kadar Türkiye nüfusunun yüzde 36'sının kırsalda olduğu bilinse de, yeni tanıma göre en kalabalık kesimi yüzde 30 ile kentli gelenekçiler oluşturuyor. Bunu yüzde 23 ile kırsal kayıtsızlar ve yüzde 20 ile kırsal statükocular takip ediyor.

Kümeleri anlamak için bir iki detay vereyim. Mesela kentli modernler yüzde 14 ile 7,5 milyonluk bir kitleyi oluşturuyor. Marka bağımlılığı en üst düzeyde olduğu bu küme, "demokratik açılıma" ve "Kürtçe eğitime" en az destek veren gruptur. En fazla Marmara ve Ege Bölgesi'nde yaşamaktadır.

Tutunamayanların oranı kentte ve kırsalda aynıdır ve her bölgede görülmektedir. C, D ve E, SES gruplarından kişilerden oluşmaktadır.

22 milyon kişiye tekabül eden kentli gelenekçiler, türbana karşı olan, orduya güven duyan kesimden oluşmasına karşılık bu küme de internet kullanan, siyasi gidişten memnun olmayanlardan oluşmaktadır.

Kırsal statükocular ise Türkiye'nin iyiye gittiğine inanan, dinî ve geleneklere sahip bu kümede, orduya güvenle siyasilere olan güven de aynı derecede yüksek görünüyor.

İşte önümüzdeki referandumda bu kümeler ve Türkiye "evet" veya "hayır" diyecektir. Tahminde bulunmak isteyenler veya 13 eylül için plan yapanlar bir daha bu araştırmayı incelesin.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Rüzgârın ağası...

Fikri Türkel 08.09.2010

"Şimdi bir rüzgâr geçti buradan

Koştum ama yetişemedim

Nerelerde gezmiş, tozmuş

Öğrenemedim..."

Mut'ta Toros dağlarının zirvesinde rüzgâr türbinlerini seyrederken bir arkadaşım Cahit Külebi'nin bu şiirini gönderdi. Artık rüzgâra yetişiyoruz, nerelerde koştüğünü, tozduğunu öğreniyoruz, dahası elektriğe, ekonomik değere dönüştürüyoruz. Rüzgâr için hem talep var, hem de yeni rüzgâr santralleri yatırımları yükseliyor.

"Su akar Türk bakar"ın yeni versiyonları olan "Rüzgâr eser Türk bakar", "Güneş açar Türk bakar" ifadeleri de unutulup gidecek. Niye mi?

Rüzgârdan elektrik üretimi için işin başındayız. Amerika 25 bin megawatt (MW), İspanya ve Almanya 20 bin MW elektrik üretirken, Türkiye'nin istifadesi daha bin MW dolaylarında. Çanakkale, Çeşme, Çatalca'da yeni görmeye başladığımız rüzgâr türbinlerinin artık katlanarak çoğaldığını göreceğiz.

Rüzgâr türbinlerinin yeni konumlandığı alanlardan biri de Mut yakınlarında Torosların tepeleri. Haftasonu Ağaoğlu Şirketler Grubu'nun 11 kulesinin resmî açılışı vardı. Yakınlarında Sabancı'nın inşaatları sürüyor. Potansiyel olarak yeni yatırımcıların rüzgâr türbinleri de yakında buralarda konumlanabilir.

Ağaoğlu'nun patronu Ali Ağaoğlu, renkli bir sima olarak sık sık medyada boy gösteriyor. Sadece konut projeleriyle değil, özel hayatıyla ve hobileriyle de manşetlere çıkıyor. Meraklı biri ve bu yönüyle yatırım alanlarında ilklerden ve büyük projelerden hoşlanıyor.

Rüzgâr enerjisi üretiminin, grubun itibar yönetimi açısından stratejik bir değeri de var. Ali Bey, haftasonu çok heyecanlıydı. Rüzgâra önem veriyor. Açılış için iki uçak, iki helikopter ve 50'ye yakın lüks araç kiralayarak bunu gösterdi. Organizasyonda bir iki sorun olsa da, projeye verdiği önemi göstermiş oldu.

Turizmde, Türkiye'nin bin yatak üzerindeki tesislerini ilk kuranlardan biri. Konutta da yine en büyük projeler ona ait. Enerji şirketini iki yıl evvel kurmasına rağmen, projeleri hızla hayata geçirdi ve sekiz ayda rüzgâr türbinlerini hizmete soktu. Mut'taki tesislerden 25 bin konut enerji ihtiyacını karşılayabilecek. Yine haftasonu Bandırma'da temeli atılan tesislerle bu kapasite dörde katlanacak.

Ancak, biliyoruz ki Bursa'da, Seferihisar'da da benzeri rüzgâr projeleri var. Ayrıca termal enerji yatırımlarıyla ilgili de çalışmaları sürüyor. Halen Türkiye'deki rüzgâr enerjisinde yüzde 10 kapasiteye sahip olan Ağaoğlu, diğer yatırımlarla bu alandaki iddiasını sürdürmek istiyor.

Türkiye'nin geneline baktığımızda rüzgâr popüler bir alan. 80 bin MW'a yakın lisans müracaatı var. Ancak, hâlihazırda devletin alabileceği ve faaliyete başlatabileceği kapasite 8 bin 500 MW kadar. Cumhuriyet'in yüzüncü yılında da 25 bin MW elektrik üretiminin rüzgârdan sağlanması hedefleniyor.

Yeşil enerji de denilen rüzgâr, güneş, biyolojik yakıtlarla ilgili Yenilenebilir Enerji Yasası'nı sadece Türkler değil, yabancılar da bekliyor. Yatırım projelerinin şekillenmesi ve hızlanması buna bağlı.

İşin ilginç tarafı, lisans sahiplerinin 1 milyar dolayındaki teminatları üç yıldır bankalarda bekliyor. Bu konuda da sızlanmalar yakında başlayabilir.

Rüzgâr enerjisi, temiz enerji olarak adlandırılıyor. Ne yazık ki yatırım maliyeti yüksek ve ithal bir teknoloji ile mümkün olabiliyor. Dünyada sayılı üreticisi var ve en büyükleri Danimarkalı Vestas şirketi.

Ağaoğlu da Vestas ile çalışıyor. Dünyanın bir numarası olan Vestas'ı, Amerikalı General Electric (GE) takip ediyor.

Vestas'ın CEO'su Thomas Kirk Jepsen ile görüşme şansı buldum. Türkiye'nin yeni bir pazar olduğunu ve çok gelişeceğini söylüyor. Öyle ki Türkiye, şirketin Ortadoğu merkezi olmuş durumda. Dahası Türkiye'deki ofis birkaç komşu ülkede fizibilite çalışması yaptı ve bir tanesine teklif de verdi.

Dünyada 40 tane fabrikası olan Vestas'ın hedeflerinden biri de Türkiye'de yatırım yapmak. Bunun için projelerin optimum büyüklüğe gelmesi bekleniyor.

Bilgi vermek için rüzgâr kuleleriyle ilgili birkaç not ekleyeyim. Her biri en az 80 metre ve kanatları 44 metreden oluşuyor. Her biri bir daire genişliğinde bir tabana oturuyor. Yani yoğun demir çelik kullanılıyor.

Vestas'ın Türkiye ve Ortadoğu Bölge Lideri M. Ali Neyzi'ye göre her yıl Türkiye'ye yeni bir yatırım hedefleniyor. GE'nin de bu alanda yatırım çalışmaları sürüyor.

Rüzgâr enerjisinde sadece geleneksel teknoloji kullanılmıyor. Yeni üretilen 54 metrelik kanatlarla yüzde 30 daha fazla enerji üretilbildiği gibi, az rüzgâr alan yerlerde de bu kanatlarla fizibil yatırımlar sağlanabilecek. Önümüzdeki yıldan sonra yeni kanatların takılacağını açıkladılar.

Sonuçta arabalarıyla ve özel hayatıyla gündeme gelen Ali Ağaoğlu, bundan böyle yenilenebilir enerjilerle sıkça manşetlere çıkacak görünüyor. O artık sadece konutun değil, rüzgârın da ağası.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Ağzımızın tadı bozulmasın...

Fikri Türkel 10.09.2010

İnsanı tanımlamada kelimelerin varlığı önemlidir. Toplumun kültüründe de deyimlerin varlığı zenginliğinin işaretidir. "Ağzımızın tadı bozulmasın" da bunlardan biridir. Bayramlara yakışan bir deyim.

Birileri, toplumu gelecek bir şeyleri mutlaka buluyorlar. Son günlerin gerginliği referandum oldu. Pakistan'daki sel felaketinin sonuçları, 11 Eylül Kur'an'ı Yakma Günü hazırlıkları gibi onlarca sebep zaten var. Su uyur şeytan uyumaz ve şeytan fitnesini her an üflüyor. Onun askerleri de gereğini yapıyor.

İyi bir ramazan ayını yaşadık. Sıcaklar bunaltmış olsa da, toplumda sükûnet ve huzur etkisini yardımlaşmalarla, kaynaşmalarla kitlelerde etkisini gösterdi.

Ağzımızın tadı bozulmasın; milli takımlarımız da bayram ikramında bulundu: Önce futbolda Belçika'yı, sonra basketbolda Slovenya'yı yenerek coşkulu şekilde bayrama girmemize katkıda bulundular.

Ağzımızın tadı bozulmasın; yılbaşından beri sanayi verimliliğimiz sürekli artıyor. İstihdamda işsizlik oranı yüzde 14'ten yüzde 11'e geriledi. Daha da azalması için olumlu düşünceler var.

Ağzımızın tadı bozulmasın; ihracat rakamlarında temmuz rakamları hariç iki haneli büyüme sürüyor. Dövizde kur sorunu, küresel kriz etkisi ve acımasız rekabete rağmen dış pazarlardaki varlığımız ve etkimiz sürüyor. Arife günü, Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) yönetim kurulu üyeleri Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'a sorunlarını sundular ve yeni strateji hazırladıklarını belirttiler. 2023 yılı hedeflerine hazır olduklarını açıkladılar.

Ağzımızın tadı bozulmasın; Ramazan Bayramı'nın en anlamlı yönü şekerle anılması. Artık şeker ve lokum geleneği azalmış olsa da yerini çikolataya bıraktı. Sadece Türkiye'de değil dünyada da çikolata alışkanlığı artıyor. Türk üreticileri de pazardaki varlığını her geçen gün arttırıyorlar.

İstanbul Sanayi Odası Başkanı Tanıl Küçük'ün şirketi Elit Çikolata, büyüklük sıralamasında 36 basamak birden sıçradı. Gaziantep'te kurulan ve çikolata ihracatında önde gelen şirketlerden olan Şölen de bu yıl 27 sıra birden yükseldi.

En yaygın, en bilinen, itibarlı ve tatlı bir markamız var: Godiva. İki yıla yaklaşan süre içinde Ülker'le uyumunu olumlu yansıttı ve Türkiye adıyla anılmaya başlandı. Artık Godiva mağazamız da açıldı. Bunun sembolik bir

anlamı var. Başta Ortadoğu ve Uzakdoğu olmak üzere yüzlerce mağaza talebi var ve önümüzdeki dönemde bunlar açılacak. Eti'yi, Elvan'ı, Kent'i de bunlara ekleyin.

Dünyanın en büyük şekerleme şirketi olan Kraft, İngiliz Cadbury'i satın aldı. Türkiye'nin geleneksel şekeri Kent de artık Amerikalıların oldu. Kraft, Türkiye'deki şirket birleşmesini tamamladı ve önümüzdeki dönemde pek çok stratejisini Kent üzerinden yönetecek. Yani çikolatanın devleri de bu ihracat kervanına katılacak.

Evet, artık çikolata Güney Amerika'ya, Afrika'ya veya Belçika, İsviçre'ye has bir şey değil. Türkiye de bu pazarda iddialı durumdadır.

Ağzımızın tadı bozulmasın; 90'lı yıllarda Rusya'ya ihracatla başlayan bu tatlı serüven, Türkiye'yi artık küresel oyuncu yapmıştır. Baskette, futbolda veya atletizmde olduğu gibi...

Tatlı deyince Pelit'i unutmak mümkün mü? Pastane zincirinin seçkin markası, Ankara'da ikinci mağazasını açmaya hazırlanıyor. Şehir dışına çıkması dünya markası için bir adımdır. Onu dünya pazarlarında da görmek istiyoruz.

Nasıl ki Kahramanmaraş'ın Mado'su artık yurtdışında da varlığını hissettiriyor; aynı şekilde Antalya'daki Nur Pastaneleri 50. mağazayı açtı, Doğu Anadolu'nun Kılıçoğlu Pastaneleri de öyle. Ülkenin her yerinden bir marka çıkıyor.

Güllüoğlu'ya yurtdışından gelen talepleri biliyorsunuz. Yunanistan'da, New York'ta, Belçika'da, Baltık'ta bilinen bir marka o.

Ağzımızın tadı bozulmasın; sadece şekerleme, tatlı sektöründe değil her alanda da Türkiye'nin varlığını hissettirmek ve etkinliğini arttırmak zorundayız.

Güzel bir havada Ramazan Bayramı'nın ilk saatlerini idrak ettik. Devamının da böyle olmasını diliyorum, ağzımızın tadı bozulmadan. Nice bayramlara sağlık ve afiyetle..

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Bundan sonra ne olacak

Fikri Türkel 13.09.2010

İtalya'nın birliğinin oluşmasında *Prens*'in yazarı Machiavelli'nin (Makyavel) fikirlerinin etkisi büyüktür. "Amaç için her şey mubah" diyen Makyavelizm'i savunamayız ama Nicola Machiavelli'nin sözlerinden referans olarak kullanılabilecekler vardır: "Bütün cumhuriyetlerde, ortaya çıkan her meselede birtakım eski kanunlar yürürlükten kalkar, yerine yenileri konur."

Referandumla ortaya konulan da, bu sonuçlardan biridir.

Dün sabah erkenden kalkıp referandumda tercihimizi yaptım. Yağmur başlamamıştı.

Oy kullandığım okulun dış kapısına geldiğimde yaşlı bir beyefendi yüzüme gülümsüyordu. Ben de gülümsedim. "Hiç yaşlanma!" dedi. "Maşallah sen de yaşlanmamışsın," diye cevap verdim. "50 yıldır bu

mahallede yaşıyorum. Yaşlanmışım. Şimdi oy kullanmak için nereye gideceğimi bile bilmiyorum.” Teselli ederek, yolu tarif ettim.

Ardından bakarken gülümsemeden edemedim. “İşte referandum bu!” Gencin de, yaşlının da, şehirlinin de, köylünün de, entelin de, çobanın da tercihini ortaya koyduğu bir sistem. Hepsi aynı derecede saygındır. “Evet” diyen de, “Hayır” diyen de.

Pek çok kişi de bu tercihini yaptı ve Türkiye için yeni bir deneyim başlamış oldu: Referandum.

Aslında bu ilki değildi. Şimdiye kadar beş kez halkoylamasına yani referanduma gittik. En son, cumhurbaşkanının halkın oylarıyla seçilmesi konusunda oy kullanmıştık. Buna alışmamız gerekiyor. Referandum, demokrasilerde başvurulan bir yöntem olarak gündemimizden hiç düşmeyecek. En azından her iktidar kendi döneminde bir veya iki kere bu metodu kullanacaktır.

Referandumun yerel yaptırımlarla ilgili de uygulamaları olmalıdır. Yasal altyapısı tamamlansa; kentsel dönüşüm veya master projeler bu sebeplerden biri olabilir.

Peki, bu referandumun kısa vadede etkileri ne olacak?

“Evet” ve “Hayır” oylarının oranı en fazla iki hafta tartışılır. Sonra unutulur gider. Özal döneminde yapılan “siyasi yasakların kaldırılması” referandumundaki oy oranı neydi? Bilmenize gerek yok, önemli olan sonuçtur. Bir oyla bile olsa kazanan haklıdır ve geçerliliğini korur.

Öncelikle spekülasyonlar çok konuşulacak. İki belirti referandum öncesinde ortaya çıktı. Bu satırları sabahın ilk saatlerinde yazıyorum. BDP’liler ve CHP’liler sandığa gidilmesinden ve sonrasında karışıklık çıkmasından memnun olduklarını belli ettiler. Vaka-ı adiyeden sayılan olaylar bile abartılacak. Kasten olay çıkaranlar da olacaktır.

İkinci spekülasyon; seçimde sahtekârlık yapıldığı şayiaları çıkacaktır. Kaybolan sandıklar, çöpte bulanan oy pusulaları, kayıt sistemindeki sanal hileler gibi. İnternet portallarında, sosyal paylaşım sitelerinde bunların çığ gibi yayıldığını göreceksiniz.

Kamuoyu araştırma şirketleri de hedef tahtasına konulacak. Yayınlanmayan, eksik yayınlanan, değiştirilen, faklı yorumlanan araştırmalar üzerine savunmalar ve saldırılarda bulunulacak. Kamuoyu araştırma şirketleri her seçim aynı hataya nasıl düşüyor, kendi itibarlarını yönetmekte niye bu kadar rahat davranıyorlar, anlamak mümkün değil.

Haliyle partilerde hesaplaşma da başlayacaktır. Bazı şehirlerdeki oy oranlarıyla duyulan gurur gibi. İzmir bunların başında geliyor. Belediyecilikte en geri ama siyasi bağnazlıkta en ileri olan şehirler var. Ne hikmetse bağnazlık ile şehircilik ters orantılı buralarda.

Parti hesaplaşması kısa vadeyle sınırlı kalmayacaktır. Önümüzdeki genel seçimler sonrasında da sürece bu hesaplaşma.

Referandumda gördük ki Ak Parti’de Recep Tayyip Erdoğan’dan başka aynı gayreti gösteren yok. Önümüzdeki genel seçim kampanyasında da bu sürece. Aksiyle de pek çok ilde tokat yiyecekler. Çünkü referandum sonuçları parti oyları anlamına gelmiyor.

Kemal Kılıçdaroğlu, kamuoyunun verdiği desteği kerhen genel seçimlere kadar sürdürecektir ama MKYK’daki mantıkla milletvekili adaylarını belirlediği takdirde partinin parçalanmasını hazırlamış olacak.

Devlet Bahçeli için ne dense yanlış anlaşılıyor. O kitlede tartışılacak ana konu; “ölkücölük mü”, “particilik mi” olacaktır.

Türkiye’deki yeni lider sancısı Cumhurbaşkanlığı seçimlerine kadar tartışılacak ana konulardan biridir. Niye lider çıkmadığını düşünün!

Bloomberg kanalında, sıfır enerjili bir ev konuşuluyor. Demokratik sorunları aşanların neleri tartıştığına dair güzel bir örnektir. Amaç karbon izini sınırlamak ve böyle bir hayatın varlığını göstermek. Ve biz hâlâ referandumun gerekliliğini sorguluyoruz. Alacağımız daha çok mesafe var.

Niye bu aşamalara gelemedik? Cemil Meriç’in bir sözüyle cevap vereyim: “Her aydınlığı yangın sanıp söndürmeye koşan zavallı aydınlarım: Karanlığa o kadar alışmışsınız ki yıldızlar bile rahatsız ediyor sizi! Düşüncenin kuduz köpek gibi kovalandığı bu ölkede, düşünce adamı nasıl çıkar?”

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Referandumu Twitter kazandı

Fikri Türkel 15.09.2010

Ne “Evet” ne “Hayır” hatta ne Tayyip ne de Kılıçdaroğlu kazandı bu seçimi!.. Seçimin gerçek galibi Twitter oldu.

Hatta hükmü genelleştirebilirsiniz!

Ne Anadolu Ajansı, ne Cihan Haber Ajansı bu kadar hızlı bilgileri aktarabildi okurlarına. Ne Gür, ne KONDA ne de Denge bu kadar izlendi, takip edildi.

Son yılların en kalabalık sosyal medya ve paylaşım sitesi Facebook’a bile bu kadar çok mesaj yüklenmedi.

Cep telefonları sustu, SMS’ler durdu, Twitter show yaptı.

Olayı sosyologlar değerlendirsın ama tesbitlerimi aktarayım.

Aslında Twitter’ın etkisini ilk defa görmüyoruz. “Etro Kemal” tartışması da ilk burada başladı ve gazeteler, ancak 36 saat sonra durumu manşetlerine aktarabildi. Hâlâ da Etro Kemal tanımlaması kullanılıyor.

Kemal Kılıçdaroğlu bu gömleği bir daha giydi mi emin değilim. Hâlbuki bu onun tanımlanması için bir nokta olabilirdi. Gömlek İtalyan olabilir, pahalı olabilir ama kumaşı ve üretimi Türkiye’den. Bir siyasi lider Türkiye’nin tekstil ve giyim sanayiine başka nasıl destek vermeyi düşünüyordur?

Türkiye, 10 bin dolar milli geliri yakalamış ve dünyanın 16 büyük ekonomisinden biri. Tartıştığı şeylere bak. Bunlardan biri de havuzlu villa. Ne yani Türkiye’nin başbakanı, ana muhalefet lideri havuzlu villada oturmayacak mı?

Bu örneği vermemin sebebi; gelineen noktanın hesap edilememesidir. Aynı şekilde Twitter gerçeği var ve pek çok kişi bu trendin farkında değil.

İki yıl önceki Facebook dalgasını bir düşünün. Yakında benzeri dalga Twitter’da yaşanacak. Dahası bu dalga kendisiyle sınırlı kalmıyor. İlişkili olduğu Foursquare, Friendfeed, Fizy gibi paylaşım sitelerinin üyeliğini de katlandırıyor.

Özellikle Foursquare’ın diğer bütün sitelerin önüne geçeceğini ve kredi kartı puanları gibi kazanç ve ticari değer, itibar da sağlamasının sözkonusu olacağını düşünüyorum. .

Twitter’ın referandumda büyük sükse yapacağı, Dünya Basketbol Şampiyonası’nda kendini gösterdi. Salonlara gidemeyen, tv başına geçemeyen on binlerce meraklı Twitter mesajlarıyla maç heyecanına ve sonuçlara ânında ulaştı. Türkiye maçlarında hit rekoru kırıldı.

Referandum günü Twitter mesajlarını iyi takip etmek gerekiyor. Doğu’da saat 16:00’da sandıklar kapanır kapanmaz sonuçlar akmaya başladı. Seçim yasakları Twitter’a ulaşamamıştı. Veya seçim yasaklarını düzenleyenler bu mecrayı düşünememişlerdi. Hız 17:00’de batıdaki sandıkların kapanmasıyla âdeta katlandı. Türkiye’nin dört bir tarafından rakamlar yağmaya başladı.

Hatta onlarca twit, yasaklanma uyarısı taşıyordu. Youtube’un ve Google’ın başına gelenler Twitter’ın başına gelir miydi?

Seçim yayın yasakları kalktığında Twitter’daki açılan sandık oranı yüzde 35’i geçmişti. Sadece oy oranları mı?

Önceki günkü manşetlerde yer alan bütün başlıklar, haberler, yorumlar en az 12 saat önce Twitter’ın gündemiydi. Kılıçdaroğlu geyikleri diye gazetelerin yayımladığı haberler nereden alındı?

İlginç bir anekdot da şu oldu: Kemal Kılıçdaroğlu geceyarısı yaptığı açıklamada; oy kullanamayacağını iki gün önce öğrendiğini belirterek seçmeninden özür diledi. Twitter hemen devreye girdi ve bu öğrenmenin 6 ağustosta bilindiğini ve kendisine de soru olarak 8 ağustosta yöneldiğini ortaya koydu. Bu twitler yağmur gibi çoğaldı ve canlı yayınlara taşındı. Twitter olmasaydı bu hız yaşanmazdı ve Kılıçdaroğlu yalanlanmazdı.

Aslında Twitter’daki hesabı gerçek mi, değil mi hâlâ tartışma götüren Kemal Kılıçdaroğlu, lider olalı beri Twitter’la yıldızı hiç barışmadı. Her ne kadar Twitter’daki oylamada yüzde 75 civarı “Hayır” oyu almış olsa bile, malzeme olmaktan kurtulamadı. Canı istediğinde Twitter’ı, istemediğinde etrafındaki danışmanlarını mı dinliyor, bilemem.

Sonuçta Twitter, sadece Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, Sanatçı Gülben Ergen, Gazeteci Ahmet Hakan’ın takip ettiği bir hobi olmaktan çoktan çıktı. Ciddi, itibarlı ve etkili bir sosyal medya olarak artık Türkiye’nin gündeminde yer alıyor. Pazartesi gazetelerinin hepsinin birinci sayfalarında yer alması bunun en büyük ispatıdır.

Kendisini teknoloji konusunda uzman ve öncü olarak tanıtan bir yazar, bazı “Evet”çileri “Referandum Tohumlamacıları” olarak tanıtarak Twitter’ı bastıklarını belirtiyor. Orada saydığı çoğu özellikler referandum sonrası düşmüştür. Ama bilinmesi gereken bir şey varsa, buranın etkisinin devam ettiğidir.

Twitter yenidir ama referandumun gerçek galibidir. Unutulmamalıdır ki ara bir mecradır ve asıl mecraları doğuracaktır. Bunu Kristof Kolomb’un gemisine benzetin. Buna katılarak ya yeni bir sosyal medyaya ulaşırsınız ya da yeni keşfedilen mecraya varmak için ekstra imkânlar ve zaman harcamak zorunda kalırsınız.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Yüzde 60'ı aptaldır sendromu

Fikri Türkel 17.09.2010

Zekâ ile akıl arasındaki fark nedir? Biri matematiksel bir ölçü, diğeri duygusal bir sonuçtur. Yani bir insan zeki olabilir ama akıllı olmayabilir. Doğru karar verebilme yeteneği duygularla ve kültürle mümkündür veya doğrudan ilişkisi vardır.

Zekâ dediğimizde Einstein vurgusu yapılır. Gerçekten de Einstein en zeki insan mıdır? IQ'su ölçülüp 210 falan olduğu mu tesbit edilmiştir. İlkokul öğretmenlerinde, "okumasına gerek yok, zaman kaybı" kanaati oluşan kişiden bahsediyoruz. Peki, son 20 yılda ortaya atılan EQ'yu nereye koyacağız?

Ya aptallığa ne dersiniz? İkiide bir Aziz Nesin'in yüzde 60 olarak nitelendirildiği bu ölçü birimini ne zaman terk edeceğiz. Son referandumda yüzde 42'lik "hayır"çılar bu yaklaşımı o kadar çok kullandı ki iğrenmeye başladım hallerine.

Zekâ ile aptallık arasında ilişki kurmama; Kemal Kılıçdaroğlu'nun son yorumu sebep oldu: "Zengin ve eğitilmiş olanlar 'Hayır', fakir ve eğitimsiz olanlar 'Evet' oyu verdi." Hani bir zamanlar, fakir ve onurlu bir genç vardı, ne oldu ona? Ya zengin ama eğitimsiz olanların durumu, ya da fakir ama eğitilmiş olanların durumu?

Ah Kılıçdaroğlu, madem oy kullanma kabiliyetin yok, konuşma kabiliyetin de olmasaydı! Geriye almayacağın, yutmayacağın bir lafın olsun. Gelelim konumuza:

Madem yüzde 60, içindeki yüzde 2'yi ayırın sonra konuşalım. Veya yüzde 42'den eminiz de yüzde 18'i bulalım, da diyebiliriz. Malum geçen seçimde yüzde 60, sizin taraftaydı. Konuyu uzattıkça her iki tarafı da aptallığa sürükleyen bir durum sonuç çıkıyor.

Her şeyi Temel'le izah eden bir metodumuz var. Aslında belli kesimin bu kadar "aptallık" yorumu yapmasının analizini Vamık Volkan'a sormamız gerekiyor. Vakıada antropolojik ve psikolojik izler varsa tesbit ettirilmelidir. Çünkü her geçen seçimde durum daha kronik hale geliyor.

Madem psikiyatrlarımız, sosyologlarımız konuyla ilgili konuşmuyor, biz durumu Temel'e soralım: "Temel! Güzelliği mi istersin, aptallığı mı?".. Temel duraksamadan cevap veriyor: "Uyy aptallığı isterim daa"... "Peki, neden aptallık?"... "Haa uşağumm, çüzellik geçicidir daaa!"

Önemli olan "Sürdürülebilirlik"tir. Aptallığın da sürdürülebilir olması makbuldür(!). Temel'e yorumu için teşekkür ederiz.

Temel, deyince aklıma geldi.

Malum sahil şeridindeki İyonya ve Likya Cumhuriyeti'ndeki oy oranlarıyla balık tüketimi arasında bir ilişki kurulmuştu. Sahiller balık yediği için zeki oluyormuş? Ne yani sahillerdeki yüzde 50 kesim balık yemiyor mu?

Yoksa Rize'de ve Trabzon'un balıklarında bir sorun mu var? İzmir'in suyu konusunda elimizde zehirli raporu var ama, Karadeniz'in suyunda veya balığında ne var?

Dedim ya, konuştukça kendini aşağıya çeken bir mantıksızlık sergileniyor. Psikologların, psikiyatrların ve antropologların hemen devreye girmesi gerekiyor. Bölünme değil, kopma burada yaşanacak.

Veya "Hayır"çılar sosyologların, siyaset bilimcilerin, iletişim uzmanlarının bu konudaki analizlerini ve sağlıklı yorumlarını dinlemeliler. Dinlemekle kalmamalı kendilerine çekidüzen vermelidirler.

İnsanlar nasıl karar veriyor? Konunun dünyadaki en önde gelenlerinden olan Martin Lindstrom'un son yazısından bir veriyle bağlamak istiyorum. En son *Buyology* eseri iletişim çevrelerinde büyük sükse yapan Lindstrom, yaptıkları bir araştırmanın sonuçlarını *Brandage* dergisinde kaleme almış.

Dünyanın farklı ülkelerinde iki bin civarında kişinin yüzde 37'si, çevrelerini değerlendirirken en önemli duyularının görmek olduğunu söylüyor. Yüzde 23 oranındaki insan da kokunun hayati önem taşıdığını vurguluyor.

Ya geri kalanı? Diğer duyular dokunma, tatma, duyma devreye giriyor. Aynı araştırma yöntemi Polonya'da süt markaları arasındaki tercihte kullanılmış. Süt temel, gerekli, seksi olmayan ve günlük bir ihtiyaç maddesidir. Marka tercihinde ortaya çıkan sonuçlar şöyle: Yüzde 54,6 tat, yüzde 41,1 dokunma ve görme, yüzde 31,5'i duyma, yüzde 10,7'si de kokunun tercihte birinci tercih sebebi olduğunu belirtiyor.

Yani araştırma, zeki olan şöyle, aptal olan böyle karar verir demiyor; zekâ duygularla birlikte karar veriyor.

Yazıyı bir anekdotla bağlayayım: Her Ankara'ya gidişimde, gündemdeki fıkrayı sorarım. Önceki gün de Ankara'daydım ve yine sordum. "Kılıçdaroğlu'dan sonra fıkra üretmiyoruz" dediler. O yetiyormuş... Bu cevabın yüzde 100'lük kesimden geldiğini söylememe gerek yok sanırım.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Dünyanın en iyi markalarında neler oluyor

Fikri Türkel 20.09.2010

Interbrand'ın Best Global Brands 2010 listesi yayınlandı. Haliyle ilk göze takılan Coca Cola'nın listenin başında değerini arttırarak yer alması oldu. Krize rağmen değer arttırmasının başarısını Muhtar Kent'le de bağdaştırıyoruz. Peki, listenin altında neler oluyor?

Bu listeyi her yıl incelerim. En büyük sıçramayı yapanlar, değer kaybedenler, istikrarını koruyanları belirlerim. Birkaç yıllık takipler yaparım ve dünyanın gidişatını, ekonomideki trendleri yakalamaya çalışırım.

Dünyayı politikacılar yönetir ama onları da etkileyen küresel etkilerdir: çevre, küresel ısınma, beslenme alışkanlıkları, moda vs.

Ancak bazı olaylar var ki şirketlere beklenmedik değer kaybettirir. Enerji sektörüne ilgi artmasına rağmen BP, beklemediği bir değer kaybıyla karşılaştı. Çünkü Meksika Körfezi'nde yaşadığı sızıntı kendisi hakkında büyük bir türbülansa dönüştü. Geçen yıl 83. sıradaydı ama bu yıl ilk 100 listesine giremedi. Shell'in 93. sıradan 81. sıraya yükselmesinde BP'nin rekabetçi özelliğini kaybetmesinin ilgisi olabilir mi?

Ancak asıl değer kazananlar ve kaybedenler şöyle: Yüzde 37 değer artışı ile Apple listenin başında yer alıyor. Bunda iPad'i piyasa sürmesi ve iPhone-4 versiyonunu çıkarmasının etkisi büyük. Kabul edilen, trend oluşturan ürünler Apple'ın marka değerini 21.1 milyar dolara çıkardı.

Google'ın Türkiye'de başı beladaydı ama dünyada değer artışını yüzde 36 arttırmayı bildi ve marka değerini 43,5 milyar dolara çıkardı. Üçüncü olarak değerini en fazla arttıran marka Kanada'dan. Yine telekomünikasyon

sektöründen ve trend bir ürün ve marka olarak Blackberry. RIM'in küresel markası Blackberry, yüzde 32 artışla marka değerini 6,7 milyar dolara çıkardı.

Her üç marka da, son üç yılda en fazla değer arttıran markalar arasında yer alıyor. Önümüzdeki yıllarda da değer artışları sürebilir.

Değer artışında diğer üç marka ise yüzde 29 ile J.P. Morgan, yüzde 28 ile Allianz ve yüzde 26 ile Visa yer alıyor. Bunlar da finans sektörünün oyuncularını.

Değer kaybeden ilk altının lideri Harley-Davidson. Marka bağımlılığının, lüksün, tutkunun lider markası olarak şaşırttı ve yüzde 24 değer kaybetti. Bu değer kaybı yeni değil, üç yıldır süren bir dönemde kıymeti yarıdan daha aşağıya düştü bu markanın. Sebeplerini araştırmak gerekiyor.

İkinci en fazla değer kaybeden de motorlu sanayiden ve dünyanın en büyük otomotiv şirketi olan Toyota. Yüzde 16 düşmesinin perde arkasına inmeye gerek yok: Araçların geri verilmesi olayı sadece maddi bir kayıp değil marka itibarını ve kıymetini düşürdü.

Blackberry ve iPhone değer kazanırken dünya lideri Nokia değer kaybetmeye devam ediyor. Yüzde 15 değer kaybeden Nokia, en son CEO'sunu görevden almıştı. Batı'dan ve Doğu'dan gelen cep telefonu modellerine karşı Finlilerin nasıl cevap verecekleri nihai tüketiciler de merak ediyor.

Nokia'yı yüzde 14 düşüşle ile Dell takip ediyor. Pazarlama dâhisi Dell'in Uzakdoğu'nun Asus, Acer, Toshiba ve Innova'sına karşı yapabilecekleri gerçekten de sınırlı.

Küresel kriz etkisini yüzde 13'er düşüşle CITI Grup ve UBS'te görmek mümkün.

En büyüklerle ilgili bir iki şeye dikkat etmek gerekiyor: 70,4 milyar değerindeki Coca Cola, sadece geleneksel ürününü satmıyor. Vakıf kurdu, sağlıklı ürünler konusunda girişimlerde bulunuyor ve ürünler sunuyor. Maden suyu bunlardan biridir. Ayrıca iletişimde de öncü. Facebook'ta 11 milyon, Twitter'da yüzbin üyesi var.

64,7 milyar dolarlık iki numaralı IBM ise, pek çok stratejik değişikliklere rağmen konumunu koruyor. Bundaki başarısı kendini yeniden tanımlarken hata yapmaması olarak yorumlanıyor.

Microsoft, parçalanır mı bilinmez ama marka değerini yüzde 7 arttırarak 60,8 milyar dolara çıkardı. En büyük rakibi pozisyonuna gelen Google da dördüncü sıraya çıkarak onu yakalamış oldu. Bundan sonra ikisinin rekabetini göreceğiz. Ama bu hızla Google'ın önümüzdeki beş yıl içinde dünyanın en büyük markası olması işten bile değil.

Yüzde 10 düşmesine rağmen General Electric (GE), Amerika'nın ve dünyanın devleri sıralamasında 5. sırada bulunuyor. GE'nin bundan sonraki stratejisi sağlık ürünleri ve enerji tasarrufu olması bekleniyor. Bakalım bu iki önemli eğilimler GE'ye nasıl bir ivme kazandıracak.

Bundan böyle Mc Donald's'ı daha yakın çerçeveden inceleyeceğiz. Çünkü rakibi Burger King el değiştirdi. Yüzde 4 büyümeye gösterdi ama gıda sektöründe kavramlar ve konseptler değişiyor.

Markalar trendleri yakalayabildikleri ölçüde konumlarını koruyabileceklerdir.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Sarsılmaz, ilk özel mühimmat fabrikasını kuruyor

Fikri Türkel 22.09.2010

Tabanca ve tüfek konusunda dünyanın sayılı şirketlerinden biri olan Sarsılmaz, Türkiye'nin ilk mühimmat fabrikasını da kuruyor. Adapazarı'nda 150 milyon dolara üretilecek olan mermiler, ağırlıklı olarak ihraç edilecek.

Çin malı mermilerin çelikten yapılmasına karşılık, Sarsılmaz'ın mermilerinin sarı metalden yapılacak olması, Avrupalı tüketicilerin ilgisini çekiyor. Çünkü, çelik mermi namluya zarar verirken, sarı metalden yapılanların daha az zararlı olduğu kabul ediliyor.

Sarsılmaz'ın yönetim kurulu başkanı Latif Aral Aliş ile hem mühimmat fabrikasını konuştuk, hem de tüfek ve tabanca pazarında dünyada ne olduğuna dair gelişmeleri öğrendik.

Türkiye'de hafif silahlarda pazarın kontrolü MKE'de bulunuyor. Sarsılmaz veya Karadeniz'deki atölyelerde üretilen silahlar MKE'ye veriliyor. O da satış noktalarına sevk ediyor. Mühimmat fabrikası kurulduktan sonra satış yine MKE üzerinden işleyecek.

Kalaşnikofun yerine geçecek Türk silahı

Dünyada hafif silahların satışında azalma olmuyor. Aliş'e göre, krizlerde bu artıyor. Gelecekte de büyük savaşlar olmayacağına göre, tabanca ve tüfek gibi silahlar her zaman talep görecek.

Terör amaçlı silahların varlığının sebebi dünyanın farklı yerlerinde devam eden savaşlardır. Çünkü çatışmadaki askerler sahip oldukları silah ve mühimmatı illegal örgütlere sevk ediyor. Terörün beslenme kaynakları budur.

Ruhsatlı silahların suç fiillerindeki kullanma oranı oldukça düşük. Türkiye'de olan olayların ilk sırasında yüzde 27 ile bıçakla şişlenme geliyor. Ardından yüzde 17 ile ip, sonrasında ise yüzde 15 taş yer alıyor. Silahın suçlarda kullanılma oranı yüzde 10. Bu yüzdenin onda birini ise ruhsatlı silahlar oluşturuyor.

Latif Aral Aliş, hedeflerini "kontrollü silah, kontrollü insan" olarak belirlediklerini söylüyor. Kaçak silah alan kişilerin illegal hareket etme meyli artıyor. Peki, bu nasıl olacak?

Amerika'da 300 milyon kişide 280 milyon ruhsatlı silah bulunuyor. Türkiye'de ise sadece 600 bin ruhsatlı silah var. Bunun sebebinin başında ruhsat alma zorluğu geliyor. Silahla ilgili yeni tasarı Meclis'in gündeminde; sanırım bu konuda yeni düzenlemeler de olacak.

Sarsılmaz dünyadaki ilk beş sırada bulunuyor. 600 kişinin çalıştığı tesislerde yılda 250 bin silah üretiliyor. Dünyanın en büyüğünün kapasitesi ise 600 bin civarında.

Aliş ailesi, 12 sene evvel dünyanın en eski silah fabrikalarından İtalyan Bernardelli'yi satın almıştı. 1727 tarihinde kurulmuş olan Bernardelli'de tanesi 45 bin dolar olan tüfekler bile bulunuyor. Hemingway adına üretilen tüfek hâlâ büyük ilgi görüyor. 120 kişinin çalıştığı Bernardelli'de yılda 35 bin tüfek ve tabanca üretiliyor.

Sarsılmaz'ın TÜBİTAK'la birlikte yürüttüğü yeni nesil piyade tüfeğinin başarısı çok konuşuluyor. Aliş, halen Savunma Bakanlığı'ndan onay bekleyen tüfeğin, sadece Türkiye'de değil, dünyada da tercih edilecek özellikleri olduğu iddiasında.

Bu silahın, piyasaya çıkmasıyla kalaşnikof ve M4'ün yerine geçmesi bekleniyor.

Sarsılmaz grubu, Türkiye'de Emniyet ve askeriyeinin ihalelerinde neredeyse rakipsiz durumda. Sadece yerli üretimde değil, yabancı markaların dağıtımında da tek mmessel durumunda bulunuyor.

23 günde yapılan dünya şampiyonası

İzmir'de beş gündür devam eden Dünya Atıcılık şampiyonası var. Bugün sona eriyor. Shutgun adıyla yapılan organizasyonda dünyanın en seçkin 60 atıcısı yarıştı. Konuyla ilgili haberler medyada yer aldı.

şampiyonanın Türkiye'de yapılmasına karar verildiğinde İstanbul, İstinye'deki poligonda yapılması bekleniyordu. Ancak İstinye Poligonu devletindi ve özel bir kulübe 49 yıllığına kiraya verilmişti. İşin içinde başka hesaplar olmalı ki üzerine düşen görevleri kulüp yerine getirmedi.

Sanırım bu konu, önümüzdeki günlerde çok tartışılacak. 160 dönümlük bu arazi büyük rant oluşturabilecek bir konumda yer alıyor.

Atıcılık Federasyonu da, alelacele karar vererek; İzmir, Yakaky'deki susuz, elektriksiz tesisleri şampiyona için hazırlamaya karar verdi. GSGM, İzmir Büyükşehir Belediyesi ve Federasyon hep birlikte 23 günde şampiyonayı gerçekleştirecek altyapıyı hazırladı.

Muhtemelen 2014 yılındaki dünya şampiyonası da buradaki başarı sebebiyle Türkiye'ye gelecek.

Ayrıca buradaki başarının, muhtemelen Türkiye'de 50 tane modern poligonun kurulmasına da önayak olması bekleniyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Boyumuz 1 cm uzadı ama...

Fikri Türkel 18.10.2010

Yazılarıma üç hafta ara verdim. Bu dönemde yazılarımı beklediğini ısrarla her gün hatırlatan okurlarıma teşekkürlerimi gönderiyorum. Sağlık olsun, işte buradayım.

Sağlık olsun deyince başlıktaki mesaja dikkat çekmek istiyorum. Son 12 yılda Türkiye'deki erkek ve kadınların boy uzunluğunun arttığına dikkat çekmek istiyorum. Sadece boyu uzamadı, ömrü de dört yıl uzadığını bilmenizi isterim. Fakat araştırmada sadece bu iki veri yok. Dramatik sonuçları da barındıran bir araştırma bu.

Geçen hafta Antalya'da yapılan Endokrinoloji Kongresi'nde açıklanan bir araştırmanın ilk zet sonuçlarından iki tanesi bu. TURDEP-2 diye bir araştırmaya göre; diğer dikkat çeken sonuçlar şöyle: 12 yıllık süreçte kadınlarda ağırlık 6 kilo, bel çevresi 6 cm, kalça çevresi 7 cm; erkeklerde ise ağırlık 8 kg, bel çevresi 7 cm, kalça çevresi 2 cm. arttı.

Araştırmayı Sağlık Bakanlığı'nın işbirliği ile İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi yürüttü. Tam adını da yazalım da içerik iyi anlaşılsın: Türkiye Diyabet, Hipertansiyon, Obezite ve Endokrinolojik Hastalıklar Prevalans alışması.

Endokrinoloji, hormonal hastalıkları inceliyor.

Politikacılara sorarsak; Türkiye, son 12 yılda milli gelirini üç bin dolardan 10 bin dolara çıkarmıştır. Şu kadar yatırım yapılmış, bu kadar ihracata erişilmiş vs. şeklinde yorumlar yapılır. Doğrudur. Ancak sağlık hakkı ve sağlıklı nesiller medeniyetin en temel göstergelerinden biri olmalıdır.

Cumartesi günü Dünya Gıda Günü'ydü. Geçmiş yıllarda olduğu gibi, yine dünyadaki bir milyar aç insandan bahsettik. Yani bir milyar insan, günde bir doların altında bir gelire yaşamaya mecbur kalıyor. Diğer taraftan da iki milyar insan obez tanımı içine giriyor. Yani fazla beslenmeden kaynaklanan sorunları var.

TURDEP-2 araştırmasındaki veriler sadece tıp uzmanlarını ilgilendirmiyor. Hepimiz öğrenmeli ve sonuçları üzerine kafa yormalıyız. Araştırmanın ilki 1997-98 yıllarında yapılmış. İkincisi ise bu yılın ilk altı ayında gerçekleştirilmiş. Bu süreçte sosyolojik gelişmenin sonuçlarında şehirlilik oranının arttığını unutmayalım.

Diyabetin 1988 yılına göre yaklaşık olarak beş yıl daha erken başladığını söyleyebiliriz. Yani daha az hareket ediyoruz, daha düzensiz besleniyoruz. Hareketsizlik açısından da bir veri ile ifademizi doğrulayalım. Diyabet daha az hareket edenler arasında yüzde 20, daha fazla hareket edenler arasında ise yüzde 10 olarak görülmektedir.

Coğrafi dağılıma da baktığımızda Karadeniz insanı, diyabet açısından Güneydoğu'ya göre daha sağlıklı görünüyor. Bu oran Kuzey Anadolu'da yüzde 14,5 iken, Doğu Anadolu'da yüzde 18,2 çıkmıştır.

Diyabetin obezite ile doğru orantılı görüldüğünü de unutmayalım. Bu sebeple şişmanlığı yani obezitenin görülme sıklığının yüzde 32 olduğunu hatırlayalım.

Bu arada olumlu bir tesbit yapılmıştır. 12 yıl içinde sigara içme oranı yüzde 29,8'den yüzde 17,3'e gerilemiştir. Yani sigara içenlerin oranı yüzde 42 azalmıştır. Buna karşılık da bu dönemde diyabet sıklığı yüzde 90, obezite ise yüzde 44 artmıştır.

Bu saha ile ilgili doktorlara endokrinolog deniyor. Türkiye'de kayıtlı ve bilinen uzman endokrinolog sayısı 391. Her ne kadar iç hastalıkları uzmanları bu sahaya yardım etse de; sonuçta 300 bin hastaya bir endokrinolog yani hormonal hastalıklar uzmanı düşüyor.

Bu bilgiler, hastaların hangi uzmana başvurması gerektiği açısından önemlidir.

Mesela son günlerde Türkiye'de de popüler olan York Testi'nin kullanılmamasını İngiltere sağlık otoritesi önermiştir. York Testi, hangi gıda veya gıdalara karşı intoleransınız olduğunu hemen öğrenebileceğiniz bir kan testidir. İntolerans, gıda ile tetiklenen vücudun tepkisidir. Bu alan artık endokrinologların işidir.

Son yıllarda çevre kirliliğinin hormonal sistemler üzerindeki etkilerini de ilgi alanlarına almışlardır.

Gelişmişlik kriterlerine mutlaka sağlık verilerini de eklemek gerekiyor. Toplum sağlıksızlaşırken cebimizin, banka hesabımızın artmasının pratik faydaları olamaz. Önümüzdeki günlerde işin ila ve ilgili diğer taraflarına da değineceğiz.

Sağlıkla kalın...

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Savarona'da ne olmalı

Fikri Türkel 20.10.2010

Eli kulağındadır Savarona yine gündeme gelecektir. Birileri devlet tarafından sahiplenilmesini istiyor. Konu duygusal, Atatürk bu yatta birkaç hafta yaşamış. Şimdi bu damar kullanılıyor.

Olayı kavramak için ocak ayına gidelim. Gazetelerde bir haber: "Savarona'yı TOBB alıyor."

TOBB Başkanı'nın olaydan haberi yok. Kültür Bakanlığı, Millet Meclisi Başkanlığı, Türk Tarih Kurumu almaya kalksa bir anlam vereceğim ama niye TOBB? Çünkü birliğin parası var. Nasıl Formula-1 pistini, gaza getirip ona yaptırdılar; herhalde bunu da alırlar. Yaklaşım bu olmalı.

Rıfat Hisarcıkıoğlu'dan ses gelmeyince iki üç hafta sonra gündem tekrar yenilendi: "Rus ve Araplar talip ama illa TOBB almalı." Yabancıya gitmesi yakışmazmış, Savarona'ya sahip çıkılmalıymış...

TOBB Başkanı Hisarcıkıoğlu, nisan ayı başında Kartepe'de yapılan Ekonomi Gazetecileri Derneği Zirvesi'nde durumu açıkladı: "Kahraman Sadıkoğlu'nun işletemediği Savarona'yı biz nasıl işletelim? Devlet görev verirse başımızın üstüne ama biz gemi işletmecisi değiliz."

Demek ki Savarona, verimsiz ve kârsız bir işletme.

Mesaj yerine gitti ve Savarona gündemden düştü. TOBB çekilince ne Arap şeyhi, ne de Rus oligarkı kaldı ortada.

Aradan altı ay geçti bu olay patlak verdi. Savarona'da meğer ne işler dönüyormuş? Eğer kanun dışı bir uygulama olmuşsa bunun cezası çekilmelidir. Eylem ayrı bir şey, Savarona'nın işletme yetkisinin geri alınması başka bir anlam taşır ve birbiriyle hiç ilgisi yoktur.

Mesele, Atatürk'ün anısını korumak ve saygının gereği ise Savarona bu listenin çok altlarında yer alır. Mustafa Kemal'in Sofya'da kaç yıl ve hangi binalarda kaldığına sahip çıkıldı mı? Ya Manastır'daki okulu, Trablusgarp Cephesi'ndeki izleri? Say say bitmez. Peki, temelini attığı işletmeler ve kurduğu İş Bankası, Sümerbank? Hatta Bandırma gemisini de işletmeye devam edelim. Listeyi siz tamamlayın...

Savarona, ihtişam ve talihsizlikler gemisidir. İki kere yenilenip sefere konulmuştur. İlki 1933 yılında Hamburg'da yapıldı. Bütün dünya hatta Hitler'in bile hayran kaldığı söylenir. Diğeri ise hurdalıklar arasından çıkarılıp yeniden hizmete sokulduğu 1991 tarihidir..

Unutmayın! Okul gemisi olarak kullanıldığı sırada 1986 yılında askerî envanter içinden çıkarılıp terk edilmeye bırakılmıştı. O zaman Atatürk'ün gemisi değil miydi?

Armatör Sadıkoğlu, bir Japon girişimci ile birlikte gemiyi özel turlar, etkinlikler amacıyla devletten kiralamak istedi. Rahmetli Özal'ın talimatıyla da prosedürler yerine getirilip işletme hakkı 49 yıllığına devredildi. 19 yılı doldu, geriye 30 yıllık bir süresi var. Sorun da burada.

Bu 30 yılın bedelini kim ödeyecek? Sadıkoğlu'nun bir karşılık beklemesi hakkıdır. Ama mesele hak arama değildir.

Geminin tarihinde hep konjonktürler konuştu, yine öyle olacak gibi.

Gemi, Hamburg'da yapılacak ama Amerika'da kullanılacaktı. Vergiler ve bedelinin düşük gösterilmesi sebebiyle Amerikan hükümeti gemi ve sahibi hakkında soruşturma başlattı. Malum Amerika'da mafya ile mücadele yıllarıydı. Bu kavga Savarona'ya çarptı.

Hitler de istedi ama savaş rüzgârlarının estiği bir dönemdi ve Türkiye'ye jest yapılması gerekiyordu. Üstelik Atatürk rahatsızdı. Alman hükümeti aradan çekildi ve yat Türkiye'ye geldi. Üstüne üstlük devletin misafirlerini ağırlayacak protokol teknesine ihtiyaç vardı. Yani konjonktür Savarona'dan yanaydı, öyle oldu.

Atatürk fazla sevemedi yatı. İki ay bile kalmadan ayrıldı. İsmet İnönü, İkinci Dünya Savaşı döneminde satmaya kalktı ama olmadı. Menderes döneminde gelen-giden çok oldu ama konjonktür elden çıkarılmasına mani oldu.

1979 yılında yangın geçiren Savarona, bakıma alındı ve okul gemisi olarak kullanılmaya başlandı. Ama bir taraftan masraflar diğer taraftan okul gemisi için fonksiyonel olmaması askeriye'nin envanterleri arasından çıkarılmasına mani olamadı.

Bugünlere geldik ve hâlâ uluslararası gündemini koruyor. Son olaylar sadece Türkiye'yi değil, Rusya ile birlikte Türk Cumhuriyetlerinin de gündeminde. Gemisi bizi, içindekiler başkasını rahatsız etti.

Savarona'da yakın tarihin izleri vardır ama sahiplenmek devlete tahmin ettiğinden daha fazlaya mal olur. Bu yat hangi ülkeye giderse gitsin, alanlar tarihî izlere sahip çıkacaktır. Paniğe gerek yok.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Ömür boyu iki milyon reklam izliyoruz...

Fikri Türkel 22.10.2010

Evet, hayatımız boyunca toplam iki milyon reklam izliyoruz. Günde neredeyse bin reklamı izliyor, duyuyor, gözümüze çarpıyor veya okuyoruz. Vurucu sorum şu: Dün izlediğin veya gördüğün üç reklamı hatırlıyor musun?

Ne yazık ki, çoğunluğumuz buna cevap veremiyor. Muhtemelen benim yazımı okurken, karşınızdaki tv'de reklamlar dönüyor veya arabayla giderken radyodan bir şeyler dinliyorsunuz. Aynı anda iki üç iş yapıyorsunuz. Telefonla konuşurken film izlemek, arkadaşlarıyla sohbet ederken bilgisayardan chat yapmak gibi.

Ne yazık ki, beyin aynı anda iki iş yapma konusunda beceriksiz.

Pazarlamacıların en büyük buluşma konferanslarından biri kabul edilen Perakende Günleri'nde bu konu tartışıldı. Bu sahada dünyanın en önemli isimlerinden biri kabul edilen Martin Lindstrom, satış ve pazarlamanın beyinle ilişkisini anlattı. *Buy-ology* kitabında da konuyu detaylı işlemişti. Sorun şu: Beyin satın alırken çoğunlukla gerçek olmayan gerekçelerle karar veriyor.

Bu irrasyonel kararın yüzde 85 gibi yüksek bir oran olduğunu da unutmayın.

Yetişkinler aynı anda 1,3 iş yaptıklarını söylerken, gençler aynı anda 5,4 iş yaptıklarını söyleyebiliyorlar. Yürürken sakız çiğnemekten bahsetmiyorum. Facebook'ta arkadaşıyla mesajlaşırken, matematik sorusunu çözmeye çalıştığı ve tv'de dizi seyrettiği gibi... Ne yazık ki, beyin bu kadar marifetli değil.

Bu konu pazarlamacıları veya marka sahiplerini niye bu kadar ilgilendiriyor? Çünkü son yılların moda alışkanlıkları iPhone ve Blackberry, sürekli elde ve diğer mesajları, algıları yok ediyor. Markaların en büyük rakibi artık bu aletler. Amerika'da krizde bile kuyruklar kurulmasını sağladılar. Veya genç bir kız elindeki son parasını Louis Vuitton'a yatırabiliyor. Niye satın aldığı da bilmiyor?

Bu sabah uyanıp işyerinize geldiğiniz süre içinde yüzlerce reklamla muhatap oldunuz ama kaç tane billboard'u, kaç tane reklamı veya hangi tabelayı hatırlıyorsunuz? Reklama ödenen onca para boşuna mı harcanıyor?

Lindstrom, beynin satın alırken gösterdiği reflekslere göre marka ve ürün sahiplerine yeni yollar gösteriyor. Bu sadece reklamla bağlantılı bir sorun değil. Yeni kurulan her 10 markadan dokuz tanesi bir yıl olmadan kaybolup gidiyor.

Yeni nesil sadece aynı anda üç beş iş yapmaya kalkmıyor, ayrıca sabırsız da. 5 sn. önce gönderdiği SMS'in niye cevaplandırılmadığına da kızıyor.

Bir de mesaj bombardımanı içinde varlığını hissetmek için sadece görsel bir mesaj yetmiyor. Duyularla bunu beslemek gerekiyor. En güçlü algı görüntü değil duymak. Kulağın yeniden keşfedilmesi de demek gerekiyor buna. Ama etkin olmak için her mağazanın ayrı bir kokusu, fark edilir bir rengi, kendisine ait bir müziği veya cıngılı, bir hizmet tarzı olmalıdır.

15 Mart 2010 günü *Wall Street Journal* gazetesi bir makale yayımlandı. Makalede, sigara reklamı sebebiyle Marlboro'nun logosu yerine barkodunun Formula-1 aracı üzerine işlendiğini ve bunun bile yazıdan etkili olduğunu yazıyordu. Bu makale sonrası Marlboro hemen barkodu kaldırmak zorunda kaldı. Gerçekten de Formula-1 aracını gören, sigara içme ihtiyacı hissediyordu.

İkonlar günümüz ve gelecekte marka ve logoların yerini alacak. Sadece ikonlar mı? Ses, ışık, renk de öyle.

Marka oluşturma konusunda bildiğimiz pek çok şeyi de yeniden yazmamız gerekiyor:

» Tüketicinin aklında yer etmek isteyen markalar, etkileyici bir hikâye anlatmalılar. Böylece tüketicinin aklında daha uzun süre kalırlar.

» Bir ritüeliniz olsun. Sosyal kampanyalar ve yeni alışkanlıklar edindirsin.

» Beyin gerçeküstü kararları seviyor. Tahtaya vurmak, bilmediğinden korkmak vs. Bunu bilerek markaları konumlandırmakta fayda var. .

» Dolaylı iletişim daha etkili. "Beni al" şeklinde iletişim değil, gizli iletişim önemli.

» Markayı oluştururken en güçlü duyunun ses olduğunu unutmamak gerekiyor. Bugün ise markaların yüzde 33'ü göze hitap ediyor.

» Gelecekte logolar önemini kaybedecek. Yerini ikon, ses, renk ve dokunmaya bırakacak.

» Rakibiniz güçlü ise, siz de güçlenirsiniz. Büyük düşündüğünüzü hissettirin.

» Marka, aidiyet yaratmalı. Bunun için markaların ve şirketlerin paylaşım siteleri, sosyal medya ve twitter gibi uygulamalarla ilişkiler yoğunlaşacak.

» Gizemli görünün. Coca-Cola, KFC gibi şirketlerin özel açıklanmayan tarifleri var. Bunun için, şirketlerin de kimseyle paylaşmadıkları sırları olmalı.

Kıbrıs'a yeni yatırımlar gelir mi

Fikri Türkel 25.10.2010

Ankara'nın KKTC'deki yatırımlar için ayırdığı 200-300 milyon dolara talip çıkan yok! Bunun hikâyesini az sonra anlatacağım ama önce adadaki hareketlilikten söz edeyim.

Son günlerde Kuzey Kıbrıs'ta yoğun bir toplantılar zinciri yaşanıyor. Adayı yakından takip edenler; "çözüm arayışlarının ilk defa bu kadar net talep edildiğini görüyoruz", diyorlar.

"Çözüm"den maksadın ne olduğu tam belli değil ama öncelikle yeni yatırımların gelmesi, turizm hareketinin yoğunlaşması ve en büyük gelir kalemlerinden biri olan üniversite eğitiminin geleceğine yönelik belirsizliklerin giderilmesi, anlaşılıyor.

Adaya yatırımların gelmesi, ekonomik canlılık ve ikili ülke ilişkilerinin gelişmesi demektir.

Bu konuda önemli bir adım atıldı ve ekimin başında Yatırım Danışma Konseyi (YDK) kuruldu. Bunun anlamı şu: Başta KKTC Cumhurbaşkanı ve hükümet olmak üzere Kuzey Kıbrıslılar, Türkiye ayağında ise Başbakan Yardımcısı, TOBB, DEİK olmak üzere güçlü bir destekle yatırım talepleri değerlendirilecek ve yeni yatırım arzları oluşturulacak.

Süreci sadece YDK olarak düşünmeyin! Konsey toplantısı öncesi Türkiye'den Sayıştay yetkilileri oradaydı ve Kuzey Kıbrıs'taki Sayıştay'ın yapılanması ve işbirlikleri konusunda önemli bir buluşma sağladılar. Ayrıca AB'li uzmanlar da Avrupa mevzuatıyla uyumlaştırma konusunda görüşlerini aktardılar.

TEB, Türkiye'de 13 ayrı şehirde arama konferansı yaparak, yörenin ekonomik yatırım avantajlarını ortaya çıkarıyor. Bunların sonuncusunu Kuzey Kıbrıs için yaptı. Sonuçları da yine aybaşıda açıklandı. Buna göre ada için belirlenen en önemli özellikler; turizm, eğitim ve tarım olarak öngörülüyor.

Aynı süreçte başka bir gelişme daha yaşandı: Pek çok kişinin artık "hayalet şehir" olarak nitelendirdiği Maraş turizm yatırımcılarına açılsın. Nasıl açılacağı, kimin yatırım yapacağı ve yönetimin nasıl gerçekleştirileceği konusu meçhul. Kulislerde dünya turizmcileri için yeni bir destinasyonun olacağı ve yüz milyarlarca yatırımın gelebileceği.

Yol ve yöntem bulunursa Akdeniz'in en büyük turizm projesi olarak ortaya çıkabilir.

Yabancıların adaya ilgisi önemli. Kuzey Kıbrıs'a Jenifer Lopez'in gelmesine bile tahammül edemeyen bir Rum diasporası var. Hâlâ uluslararası bir otel açılmış değil. İsrail'in katı tutumuna rağmen Filistin'in başkenti Ramallah'ta bile uluslararası zincirler var. Ama KKTC'de yok.

Daha acısını söyleyeyim: Vodafone Türkiye'de yoğun yatırım yapıyor ve ülkenin geleceğine olan inancını CEO'su bizzat Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'a aktarıyor. Vodafone, KKTC'deki Telsim'i satın aldı ama Türkiye'de yaptığını orada yapmadı ve adını değiştirmede. Acaba, Vodafone markasını kullanmaya cesaret edemiyor mu? Rum Kesimi'nde kullanan markasını Türk Kesimi'nde niye kayıtlara geçiremiyor?

Uluslararası markaların adaya gelmesi zorunlu görünüyor.

Gelelim 200-300 milyon dolarlık hazır paraya: Ada'daki yatırımları desteklemek için Türkiye, yatırım teşvikleri uyguluyor. Buna göre, teşvikli alanlar ve projelerin yüzde 40'ı yapıldığında teşvik uygulamaları yürürlüğe giriyor.

Buna göre; daha önce proje oluşturup teşviklere talip olanların almadığı para yani almayı hak edemediği para bu kadar birikti.

Şimdiki yönetim, başta turizm yatırımları olmak üzere, daha önce tahsis ettikleri yatırım arazileri için altı aylık ek süre verdiler. Buna göre sadece Ankara'nın ayırdığı fon değil, araziler de elden çıkacak. Bu karardan sonra birkaç tane yatırım hemen başladı bile.

YDK'nın 46 maddelik sonuç bildirgesini incelemesi gerekiyor.

Yeni dönemde Kıbrıs için gündeme gelebilecek projeler için ipuçları vereyim:

» Türkiye'de her ile üniversite açılmasından sonra Kıbrıs'taki üniversitelere öğrenci akışı azaldı. Buradaki okullar, muhtemelen yüksek lisans ve yeni branşlar açılmasıyla yeni bir ivme kazanabilir.

» Akdeniz'in ortasındaki bir ada için marina en cazip yatırımlardan biri. İlk etapta yedi marina projesi konuşuluyor.

» Kıbrıs Türk Hava Yolları, dört beş yıllık sürede kârlı yapısını kaybedip 120 milyon dolardan daha büyük zarara sokuldu. THY'nin desteği ile sağlıklı bir yönetime kavuşması bekleniyor. Anadolu Jet'in ve özel sektörün ortaklığı ile üçlü bir yönetim öngörülüyor. Adının değişmesi bile ihtimaller arasında.

Gazetelerde yer alan 200 milyon dolarlık Wonderland projesi haberi, yatırım hareketliliğinin ilk işaretlerinden biri kabul edilebilir. Yeni iş fırsatı arayanların Kıbrıs'taki bu süreci takip etmesi gerekiyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Türkiye bu ticaretten ne kazanıyor

Fikri Türkel 27.10.2010

Türkiye bu ticaretten ne kazanıyor

Konuya girmeden önce Türkiye'deki bitkisel yağ sektörüyle ilgili rakamları paylaşayım. Yaşamımızda önemli yer tutan yağlarla ilgili de bir bilginiz olsun.

Bitkisel yağ sanayii sektörü beş milyon ton yağlı tohum işleme, 1,5 milyon ton rafine margarin üretim kapasitesine sahip olup parasal hacmi yaklaşık dört milyar dolar civarındadır

Ülkemizde kişi başına yağ tüketimi yıllık 20 kg'dır. Oysa gelişmiş ülkelerde bu rakam 35-40 kg'dır.

Ülkemizde yaklaşık 900 bin ton likit, 500 bin ton margarin ve 150 bin ton civarında da yem, boya, sabun vb. diğer sanayi kullanımı olmak üzere toplam 1,6-1,7 milyon ton bitkisel yağ tüketilmektedir.

İhracata baktığımızda ise, 2009 yılında 264 bin tonu sıvı ve 91 bin tonu da margarin olmak üzere toplam 355 bin ton yemeklik yağ ihracatı gerçekleştirilmiş ve karşılığında 450 milyon dolar gelir elde edilmiştir.

2009 yılında 1,8 milyon ton yağlı tohum üretilmiş ve bu tohumların işlenmesinden 510 bin ton ham yağ elde edilmiştir. Görüldüğü üzere yerli üretim bitkisel yağ ihtiyacının yüzde 30'unu, diğer bir ifade ile üçte birini karşılamakta ve geriye kalan ihtiyacımız da yağlı tohum ve ham yağ olarak ithal edilmektedir. Ülkemiz bitkisel yağda dışa bağımlı net ithalatçı bir ülkedir.

Bu rakamları vermemin bir sebebi var: İstisnai de olsa, sistemin işlerliğinde yanlışlıklar sürüyor. Türkiye'de saygın ve güçlü markalar var. Ama çapraz ticaretten ve sistemdeki boşluklardan faydalananlar olabiliyor.

Yağ, beslenme için önemli bir üründür ve dışa bağımlılığımız devam ediyor. Ülke enerji kaynaklarının yüzde 70'i ithal olduğu gibi, bedensel enerji ihtiyacımızın da yüzde 70'i ithal olarak elde edilmektedir.

Ülkemizde bitkisel yağ sanayiini teşvik için ithalata yüksek gümrük vergileri uygulanmaktadır. 1995'te Dünya Ticaret Örgütü ile yapılan anlaşmada yağlı tohumlar ve ham yağ en yüksek yüzde 27-36 gibi seviyelerde tutulmuştur.

Ancak aynı yağı gıda sanayiinin dışında örneğin boya ve temizlik sanayiinde kullanmak isterseniz bu defa "sıfır" gümrük vergisi ödenmektedir. Yani insanlarımızın temizliğini beslenmesinden daha çok düşünmekteyiz. Veya eşyalarımızın boyasının güzel olması bizim için daha önceliklidir.

Böyle girift bir sektörü yönetmek ve böyle bir mantığı anlamak mümkün mü? Ülkemizde boya ve temizlik (deterjan) sanayii için 150 bin ton civarında yağ ithal edilmektedir. Ancak hiçbir boya ve temizlik sanayii böyle kaliteli bir yağ tüketmemektedir. Daha ziyade yağ asitleri kullanılmaktadır. Yağ asitleri hariç, temizlik ve boya için ithal edilen yağlar da gıda sanayiine gitmektedir.

Burada sorun, yapılan düzenleme ve konan kuralların bir bütün olarak ele alınmamasıdır. Kurallar konduktan sonra da bunun uygulamasının kontrol edilmemesidir.

Yine ayçiçeği yağı ile ilgili uygulamadan bir başka örnek verelim: Piyasada çok fazla marka altında ayçiçeği satılmaktadır. Özellikle beş litrelik satışı, pazarın yüzde 65-70'ine sahiptir.

Raf fiyatlarına baktığınızda pahalı olanlarla ekonomik olanlar arasında yüzde 15-20 fiyat farkı vardır. Hepsinin üzerinde de "yüzde 100 ayçiçeği yağı" yazmaktadır.

Bazılarının satış fiyatlarının, maliyetin bile altında olduğunu görürsünüz. Üretim maliyetinin yüzde 92-95'i zaten hammadde ve ambalaj, geri kalan yüzde 5-7 diğer üretim giderleri. Marka değerini bir tarafa bırakırsak; pahalı olanla ucuz olan arasında en fazla yüzde 2 fark olur.

Rekabette fiyat avantajı sağlamanın iki yolu var:

1- Başka yağlar karıştırırsın (soya, kolza, pamuk vb. mevsimine göre ucuz olan yağlar).

2- Yağı başkalarından ucuz fiyata alacaksın. Bunun da en önemli yolu gümrük vergisi ödemedi temin etmektir (boya sanayii, ihracat karşılığı yanlış beyan ederek yurtiçine sokma vb. gibi yollar).

Bu çarpıklığı, çarkın içinde olan herkes biliyor. Yani, marketten aldığınız ayçiçeği yağı, gerçek olmayabilir. Gerçek olsa bile, vergisi ödenmemiş olabilir.

Bu, bahsettiğim ithalattaki oyun. Bir de ihracata yönelik tarafı var.

Bir örnek de, Kuzey Irak pazarından verelim: Geçen yıl Kuzey Irak'a diğer ürünlerde olduğu gibi yağ ihracatı da arttı. Rakamlar üzerinde şüphe etmemize sebep şu oldu; Kuzey Irak'taki yağ fiyatı Türkiye'deki yağ fiyatından (vergiler düşüldükten sonra bile) daha düşüktür.

Bunun nasıl olduğunu anlamak için hesap bilmek yetmiyor. Acaba reexport olarak ihraç edilen yağların gitmeme ihtimali mi söz konusu? İşin içine girdikçe kafa karışıyor. Bunu da uzmanlar araştırсын.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Krizden nasıl bir ders çıkardın

Fikri Türkel 29.10.2010

Başka bir soru daha sorayım: Sosyal paylaşım sitelerinden biri olan Twitter'dan ayakkabı satılır mı?

Amerikalı Zappos, Twitter'ın bu kadar popüler olmasını gözönünde bulundurarak bunu bir satış mecrası olarak yapılandırmış. Ayakkabı numarası ve modeli yazıp gönderiyorsunuz, postadan siparişiniz geliyor. Sistem işliyor.

Kriz ve yeni durum üzerinde kafa yormuş ve böyle bir sonuç ortaya çıkmış. 7 gün 24 saat çalışan bir sistem var. Farkındalığı da oluşmuş ki burada lafını ediyoruz. Bu örneği geçen haftaki Perakende Günleri'nde dinledim. Daha ilginç örnekler de var.

Dünyanın en büyük şirketi olan Wal-Mart, "daima ucuz" sloganını kullanıyordu. Kriz sonrası bunu, "Paranızı tasarruf edin, iyi yaşayın" olarak değiştirdi. Hatta ABC kanalına sponsor olarak, ailelerin birlikte izleyebileceği filmlerin gösterimine başladı. Müşteri yaklaşımında farklı duygulara hitap etmeyi hedefliyor.

Kriz, dünyanın pek çok yerinde girişimcilere, işadamlarına yeni metotlar öğretti.

Son üç günde gördüğüm, konuştuğum, dinlediğim yerli örnekleri de aktarmak istiyorum. İnovasyon yani ekonomik değeri olan bir yenilikçilik kaçınılmaz. Krizin de fırsat doğuracağını düşünüyorsanız bu iki yaklaşımla mutlaka farkındalığı olan çözümler üretebileceksiniz.

Sadece havaalanı güvenliklerinden geçişte değil, artık pek çok yerde X-Ray kontrollerinden geçiliyor. Haliyle erkekler için en büyük sorun kemerlerin çıkarılması. Erkek giyim markası Süvari, buradan hareket ederek; X-Ray cihazında ötmeyen kemer yapmış. Cihazdan geçerken tokasını çıkarıyorsunuz o kadar. İki saniyelik bir işlem.

Anadolu'dan çıkmış ve krizde yurtdışına da açılmış olan Süvari, basit bir inovasyonla farkındalık oluşturdu. Marka daha önce 'kravat olmasa da düz durabilen yaka', 'gömlekten ayrı kol ve yaka bedenleri', 'esnek belli pantolon ve kemer' gibi inovatif ürünlerle erkeklerin günlük yaşamlarına kolaylık ve rahatlık sağlamayı hedefleyen yenilikler yapmıştı.

Ekonomik değeri yüksek değil ama farkındalık oluşturan bir buluş. Sonuçta kendinden bahsettirebiliyor.

Yerel marketler, perakende sektörünün en dinamik oyuncularında. Özellikle krizde yüzde 15 büyümeye kaydettiler. Bunlardan biri de Uyum Market oldu. Krizi çok iyi değerlendirdi, kurumsallığını kaybetmedi ve halka açılmaya karar verdi.

İstanbul Avrupa yakasında 33 mağazasıyla faaliyet gösteren Uyum, önümüzdeki hafta talep toplamaya başlayacak. İMKB’de dört tane market markasının olduğu düşünülürse; yerel bir marketin bu girişimi büyük cesaret veriyor. Beş ortağın 14 sene önce kurduğu tek mağazadan bugün bölgesel bir perakende zinciri haline geldi. Uyum halka açılmanın yanı sıra yeni kiraladığı mağazalarla Anadolu yakasına ve Marmara Bölgesi’ne de açılıyor.

Krizi değerlendirmenin başarısı güçlü bir market olmayı doğurdu. Bu yolla 2011 yılında yüzde 100 büyüme hedefleri koymuş durumdalar.

Bir diğer örneğim enerji sektöründen: Yeşil enerji de dediğimiz “Yenilenebilir Enerji” dünyanın gündeminde. General Elektrik, Siemens, Google gibi farklı alanlardaki şirketlerin de yeni faaliyet alanı haline geldi. Yenilenebilir enerji yani başta güneş, su ve rüzgârdan faydalanmayı esas alan bu faaliyet konusunda da yerli girişimler var.

Bunlardan biri de GSR Enerji oldu. WAW adını verdiği dikey türbinlerin dünyada benzeri yok. Yüzde 30 daha verimli ve çok daha ucuza mal oluyor. GSR Enerji, su türbinleri ve güneş panelleriyle de ilgili AR-GE çalışmalarının olduğunu açıkladı. Amaç yenilenebilir enerji kaynaklarında yerli potansiyelleri değerlendirmek.

Mutlaka başkaları da vardır. İşin ilginç tarafı yeniliklerin öncüsü büyük ve bilinen şirketler değil, Anadolu’dan çıkan küçük ve orta ölçekli işletmeler oluyor. Bence bu durum krizden çıkmadan daha büyük bir gelişmedir.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Türkiye’nin başkentleri...

Fikri Türkel 01.11.2010

St. Vincent Grenadines’i bilir misiniz? Siz bunu düşünürken ben konunun başka tarafından yazıya gireyim.

Kaç tane başkentimiz var? Her ne kadar; Ankara dışında başkent önerisinin bile yapılamayacağı Anayasa koruması altında olsa da, pek çok vilayetimiz başkentliğini ilan etmiş durumda. Haksız da sayılmazlar...

Antalya, turizmin başkenti!

Şanlıurfa, Peygamberler Şehri özelliği ile dinî turizmin başkenti!

Mersin, meyve ve sebzenin başkenti!

Resmen de ilan edildi. İstanbul, finans başkenti!

Çay’ın başkenti Rize, fındığın başkenti Ordu!

Politik konulara da girebiliriz. CHP’nin başkenti İzmir, MHP’nin başkenti Osmaniye!

Konya hububat ambarı, Adana mısır ve pamuğun merkezi...

Bursalılar, futbolda şampiyon oldular şeftaliyi unuttular. Havludan çok, timsah onları hatırlatır oldu. Ama onlar, sanayinin başkenti! Futbolu sevdiler ama Bursa’ya yakışan sanayi başkentliği.

Bu başkent yaklaşımını sevdim. Şehirler arasında rekabetin artmasını sağlar, marka değerini yükselten bir farkındalık oluşturur. Yoksa hiçbirisi Ankara'ya veya oranın devleti temsil noktasına karşı çıktığı yok. Oraya özenme ihtiyacı da duymuyor.

Peki, Bursa bu özelliğini niye vurguluyor?

Rakamlar da bunu destekliyor. Bursa'nın Türkiye'nin GSYİH'dan aldığı pay yüzde 4. Ekonomik değer olarak dördüncü büyük şehri. Futbolun beşincisi şampiyon takımına sahip ama ihracatta ikinci sırada yer alıyor.

Bursa'ya otomobilin de başkenti diyebilirsiniz. 2001 yılında 90 bin araç ihraç eden bu şehir, geçen yıl krize rağmen 350 bin araç satmayı başaramıştır.

Sanayi dışında da iddialıdır. Türkiye'de meyveciliğin en iyi yapıldığı şehirlerin başında yine Bursa geliyor. Kaplıca turizmi potansiyelini kullansa, dünyanın sağlık turizmi merkezi olabilir. Almanya'nın Baden Baden'ine eşdeğer termal kaynakları vardır. Kış turizmindeki şöhreti de malumdur.

Tekstil veya tarım fark etmiyor. Türkiye'nin en önemli aktörleri hâlâ burada konumlanmış ve üretime devam etmektedirler.

İstihdamda Türkiye'de yüzde 11 artış olurken, burada yüzde 12 olmuştur.

İstanbul'a yakınlığı sebebiyle uçak şirketleri buraya uçmuyordu. Şimdi günde dört uçak iniyor.

Halen 20 tane beş yıldızlı otel projesi başlamış ve yarısının da uluslararası zincirler tarafından işletilmesi bekleniyor. Hayranlık uyandıracak bir yatırım hamlesidir.

Hangi kritere göre bakılırsa bakılsın Bursa sanayinin ve üretimin başkenti özelliklerini gösteriyor.

Önceki gün, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın artık gelenekselleştirdiği "Ekonomiye Değer Katanlar" ödül töreninde bunları düşündüm.

Gelelim baştaki soruya: St. Vincent Grenadines'i bilir misiniz? Karaib Adaları'nda Trinidad ve Tabaco'nun yanında küçük bir ülkedir. Bursalılar, bu ülkeye de ulaştılar ve kablo sattılar. 120 bin nüfuslu bu küçük ada ülkesinin sembolik bir anlamı var. Bursa, 186 ülkeye ihracat yapmasının yanı sıra yeni pazarlar da buluyor.

Türk Prysmian Kablo, 480 bin dolarlık ihracatıyla bu küçük ada için önemli bir altyapı ürünlerini tedarik etmiş oldu.

Yeni pazar kadar yeni ürün ihracı da önemlidir. Benzinli motorlar için yüksek basınçlı enjektör ihracı da ilk defa yine Bursa'dan yapıldı. Veya soğutma sistemleri için taşınabilir depozitolu gaz tüpleri gibi. Bunlarla sınırlı değil haliyle.. Başka örnekler de var.

Bursa ile ilgili geçen aylarda başka veriler paylaştığım için ekonomik rakamlara daha fazla girmek istemiyorum.

Bundan sonra yapılması gereken şey, "sanayinin başkenti" sıfatını koruyacak adımlar atmak ve başarıyı sürdürülebilir kılmaktır.

Törende TOBB Başkanı Rıfat Hisarcıklıoğlu, Bursaspor örneğini verdi. Şehrin marka değeri için bunun kullanılması gerektiğini işaret etti. Bir şehir yükselirken, bütün değerlerine sahip çıkılmalı. Malum Manchester United önümüzdeki günlerde Bursa'da olacak. Bütün dünya televizyonları maçı verecek.

Süper Lig şampiyonluğu sadece futboldan ibaret bir olay değildir. Her şeyi entegre değerlendirmek ve yeni hamleler için bunu kullanmak gerekiyor. İngiltere’de Manchester bir sanayi kentidir ve iki önemli takımı da dünyada kendinden bahsettirmektedir. Bursaspor niye Manchester United ve City olmasın?

Türkiye, İstanbul’dan ibaret olmadığı gibi, özellikleri itibariyle de tek başkentimiz Ankara değildir. Erzurum, Kafkasların başkenti, Gaziantep Ortadoğu’nun başkenti olmaya layıktır. Mardin, tarihî şehirlerin başkenti, Kayseri mobilyanın başkenti olmaya yakındır.

Siz bu örnekleri çoğaltın ve Anadolu şehirlerinin sahip olduğu değerleri onlara verin.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Başbakanın süper projeleri!

Fikri Türkel 03.11.2010

“Başbakan’ın Süper Projeleri” lafından beri tek bir sızıntı olmadı. Kimse ne olduğunu bilmiyor. Geçen hafta **Gebze-Yalova Köprüsü** ile **Bursa-İzmir Otoyolu Projesi**’nin temeli atıldı. Maliyeti en az beş milyar dolar. Açıklanan proje beş milyarsa, süper olan kaç paradır?

Demek ki süperden daha çok “çılgın” tanımını hak ediyor..

Peki, bu çılgın projeler nedir? Şimdilik Başbakan Recep Tayyip Erdoğan biliyor gerçeklik payını. Başkaları da olabilir ama Başbakan hangisini açıklarsa, sadece onu bileceğiz. Araştırmalarımız bizi bazı ipuçlarına götürdü ama yeterli bilgi sayılmaz..

Önceki gün, bir gazetede İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Kadir Topbaş’la röportaj vardı. Kadir başkan da söylemiyor. Mesela üçüncü havaalanından bahsediyor ama o da çılgınlıklar arasında değil. Geriye ne kalıyor?

Medyada bahsedilen **Haliç’in İstinye’ye bağlanması** gündeme geldi, beğenenler oldu. Boğaz sakinleri beğenmez böyle projeyi. Boğaziçi’nin eşsizliğini sürdürmesini isterler. Ancak bu zorunluluktur. Deniz ulaşımını zenginleştirmeli ve hareketlendirmeliyiz.

Haliç ya Karadeniz’e ya da Boğaz’a bağlanabilir. Karadeniz’e bağlanırsa kuzey kıyıları yeniden şekillenebilir. Böylece yeni bir ulaşım hattı oluşur ve Haliç Kültür Havzası hak ettiği ekonomik değere de ulaşır.

Yassıada’nın Demokrasi Müzesi olması yazıldı, çizildi. Orayı müze yapıp, yaşanmayan bir mekân yapılacağına Singapur’daki Santosa Adası benzeri **Rekreasyon ve Eğlence Adası** olabilir. Finanse edilebilir hale getirilebilir. Adanın etrafı dolgu ile daha da zenginleştirilir. Fakat, projede kumar talebi sorun oluşturuyor.

Üç dört senedir konuşulan başka bir çılgınlık daha var: Başbakan’ın yönlendirdiği genç bir ekip, bu tür projelerle çalıştığı söyleniyor. Kimseye bilgi vermiyorlar ama onlar sustukça söylentiler şehir efsanesi haline dönüşüyor.

En başta **Ege’de düşünülen şehirde** 200-250 bin insan yaşaması planlanıyor. Temel özelliği, modern şehirciliğin bütün mimari ve yapı özellikleri kullanılacak. Sanayi kesinlikle olmayacak. **Eğitim, turizm ve ticaret merkezlerinden** oluşacak.

Abu Dabi'deki Masdar City olarak adlandırılan, karbon üretmeyen ve sıfır atık özellikleri olan örnek bir yaşam merkezi ve eko şehir yükseliyor. Çin'in Dongstan Projesi'nin askıya alınmasından sonra Masdar City dünyadaki tek karbonsuz şehir projesi kabul ediliyor. 2016 yılında tamamlanması bekleniyor. Acaba saklı tutulan proje Mastar City gibi bir eko şehir mi? Böyle bir proje dünyanın ilgisini çekebilir.

İlk Ege için planlanan bu proje Riva'ya kaydırılmış olabilir mi? Çünkü Riva'daki hazırlıklar yeni bir ivme kazandı. Topbaş da, buranın Bodrum gibi olacağını söylüyor.

Şehir deyince iki alternatif daha var: Birincisi **Sağlık Kenti** olacak. Yani dev bir sağlık üssü kurulacak. Tahminen kurulması gereken alan **İstanbul** olacak. Sağlık kenti konusunda dünyanın dev sağlık donanımları ve teknolojileri şirketleri de görüş belirtmişler ve projeyi destekleyecekleri mesajı vermişler.

Ancak bu projedeki sorunu; **Cerrahpaşa ve Çapa Tıp Fakültesi** Hastanelerinin taşınmasını üniversitenin istememesi olarak gösteriliyor. Bu iki fakültenin arazileri yeniden yapılandırılacak ve **sağlık merkezi** olacak ama asıl merkezleri de bu sağlık kentinde olacak.

Her iki fakültenin arazisi de sur içinde ve büyük rant oluşturuyor. **Rezidans, otel ve şehir hastanesi** ile birlikte yeniden yapılandırılması düşünülüyor. Bu gelir alanı sağlık kentini de kısmen finanse edebilecek kıymette.

Sağlık kentinin yanında da birkaç vakıf ve devlet üniversitesi yerleşkelerinin konumlanması bekleniyor. Şimdilik Büyükçekmece ve Çatalca'nın kuzey kısmı düşünülüyor.

İstanbul'un finans merkezi olması konusunda resmen adım atıldı. Finans merkeziniz varsa, ultra yaşam alanlarınız da olması gerekiyor. Mevcut konut projelerinden öte değeri her birinin en az 10 milyon doları bulan villaların olduğu yeni araziler de barındırmalı içinde. Bu iş için ya Riva ya da Karadeniz sahilindeki eski kömür ocaklarının yapılandırılması düşünülüyor.

Öyle ki dünyaca ünlü sanatçı veya sporcular bile buralardan villa satın alabilsinler.

Terkos ile Zekeriyaköy arasındaki alan, her hükümet döneminde gündeme geldi. Burası yukarıda bahsettiğim projelerin yanı sıra **üçüncü havaalanı** için de konuşuluyor. Ulaştırma Bakanı yeni havaalanı için Silivri'nin kesinleşmediğini söylüyor. Kömür ocaklarının oluşturduğu enkaz görüntüsü belki de üçüncü havaalanı ile ortadan kalkacak.

Bu projelerin hepsi veya bazıları hayata geçebilir. Çılgınlık diye de nitelendirenler olacaktır. Bakalım Başbakan ne zaman bu veya kendi tercih ettiği projeleri açıklayacak?

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Verimsiz insanlar diyarı mı yoksa...

Fikri Türkel 05.11.2010

Bir Türk işçisinin saat verimi 12 dolar iken, Avrupa'da bu verim saatte 40 dolar. Buna göre Avrupalı, bir Türk'ten 3,5 kat daha fazla üretim yapıyor.

Resmin bir de arka yüzü var. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, 2008 yılında Japonya ziyaretinde otomotiv sanayilerini de gezdi. Toyota'nın Başkanı kendisine şunu anlattı: "Adapazarı'naki Toyota fabrikası, sıfır hata ile

dünyadaki fabrikalar arasında en verimli olanı.”

Buna ne diyeceğiz? Başkası da var.

Yıllar evvel Siemens’in Türkiye başkanı benzer şeyler söylemişti. Yani, dünyadaki en verimli fabrika Türkiye’deki Siemens.

Benzeri bir açıklama da Güney Kore’den gelmişti. En verimli fabrikaları Kocaeli’deki Hyundai, diye. Yine Ford aynı şeyi söylüyor. Kocaeli’deki Otosan, Ford’un en verimli fabrikası.

TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklioğlu, Dünya Verimlilik Kongresi’ndeki konuşmada ikilemin cevabını veriyor:
“Sorun insanımızda değil, sistemde!”

Bereketli topraklarımız, çalışan insanımız ama verimsiz bir sistemimiz var!

Milli Prodüktivite Merkezi’nin (MPM) ev sahipliğinde yapılan Dünya Verimlilik Kongresi’ni bu açıdan izledim.

Türkiye, MPM’yi 1965 yılında kurdu. 1969 yılından beri de Dünya Verimlilik Kongrelerine katılıyor. Planlı dönemin başladığı 60’lı yıllarda konunun konuşulması bu alanda ciddi adımlar atıldığı anlamına gelmiyor. Sistem gereğini yapıyor ve verimsiz bir iş yaşamı sürüp gidiyor.

Sorun niye sistemde?

TIR şoförleri incelendiğinde şu görülüyor: Kapıkule’ye girinceye kadar sürat, sağ şerit, solama gibi trafik kurallarına riayet eden şoförler, sınırı geçince ihlallere başlıyor. Onları ihlallere iten sebepler nedir? Eğer dünyanın ikinci büyük kara taşıması filosuna sahipseniz bu önemli bir detaydır.

Ekonominin ağırlığı kamuda ise, verimlilik değerlendirmelerinin yeniden yapılmasında fayda var.

Ziraat Odaları Birliği Başkanı Şemsi Bayraktar’ın açıkladığı gibi; dünya nüfusu 2050 yılına kadar yüzde 50 artış sağlayacak. Ancak gıda ihtiyacı yüzde 80 olarak artacak. Bu ikilemi nasıl çözeceksiniz? Temel kriter verimlilik artışıyla olacak. Özellikle küresel ısınma ve tabii kaynakların azaldığı bir dönemde bu daha da büyük ihtiyaç. Sistemin yeniden gözden geçirilmesindeki belki en acil nokta budur.

Diğer taraftan dünyada enerji ve kaynakların maliyeti sürekli yükseliyor. Yeşil ekonomiye geçiş zorunluluk gösteriyor. Bir taraftan sürekli büyüme sağlanırken, hem ekolojik yapılanma içinde olmamız hem de gelirin adil paylaşımı gerekiyor. Verimlilik tanımı içinde bunlar da var.

Çalışan ürettiği değerden pay alamayacağını gördüğü sürece özverili davranmayı bırakır.

Eğer şimdiye kadar verimlilik ölçütleri esas alınsaydı ne gibi sonuçlar doğacaktı: 3,5 kat verim artışıyla Türkiye, en az iki trilyon dolarlık bir ekonomi haline gelecekti. Kişi başı 30 bin doları aşan milli gelirde olacaktık. Yani dünyanın sekizinci büyük ekonomisi olması işten bile değildi. Cumhuriyet’in 100. yılında 10 büyük ekonomisi hedefi düşünülecek olursa büyük sıçrama olabilirdi.

Bu sadece Türkiye’nin sorunu değil. Bütün dünya konu üzerine kafa yoruyor. Özellikle de gelişmekte olan ülkelerin ilgi odağı. Bu sebeple Antalya’da süren kongrede en çok Çinli katılımcı görmek beni şaşırtmadı. 100 delege ile katılacağız diyen Çinliler her ne kadar 35 katılım sağlamış olsalar da, Pakistanlılar, Hintliler ve Orta Asya ülkelerinin temsilcilerinin yoğunluğu bu kanıyı güçlendiriyor.

Tasarruf ve verimlilik çoğu kere birlikte kullanılıyor. Ayrıca son yıllarda inovasyon yani yenilikçilik de verimlilikle birlikte kullanılan kavramlardan biri oldu.

“Yiyiniz, içiniz israf etmeyiniz” gibi kültürümüzde de köklü bir anlayış var. Diğer taraftan Peygamberimizin “İki günü eşit olan ziyandadır” ifadesi sadece bizim için değil dünyadaki bütün verimlilik uzmanlarının ve kişisel gelişim gurularının ilke edindiği bir yol işaretidir.

Buna rağmen Türkiye’de verimsiz bir sonuç çıkıyor? Bu paradoksun kırılması gerekiyor. Şeffaflık, demokratik yönetim olmadan yani sağlıklı karar verilmeden verimli sonuçlar almak mümkün görülüyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Kanser hastaları evde daha mutlu

Fikri Türkel 08.11.2010

Aspirin gibi bir haberle başlıyorum...

Aspirinin yeni bir faydasına yönelik haber çıkmayan yıl yok gibi. İşte bir yenisi daha çıktı. Araştırmalar daha işin başında ama önemli bir alanda. **Aspirin, bakterilerin bağıışıklığını zayıflatan yönüyle gündeme geldi.**

Dünyada 25 milyon insan bakteriyel enfeksiyondan ölüyor. Ve bu bakteriler her yıl ilaçlara karşı bağıışıklık kazanıyorlar. **Enfeksiyonun başlangıç döneminde aspirin kullanıldığı takdirde, bakterilerin bağıışıklığı azalıyor ve ilaçlar etkisini göstermiş oluyor.**

Şimdilik hayvanlar üzerinde test edilen bu durumun doktorların reçetelere koymasına daha vakit var. Belki ileride ateşi çıkan birisine “tamam iki tane aspirin veya aspirin benzeri ilaç al ve sabah hastaneye gel” gibi bir şey söylenebilir. Ama şimdi söylenemez.

Güzel bir haber olduğu kesin ancak başka bir araştırma hepimizi daha fazla ilgilendiriyor: **“Hastalar nerede ölsün?”** Ölmesini kimse beklemez ama ölümcül kanser vakıalarında hastanede mi, yoksa evde mi hastanın son dönemlerini geçirmesi gerekiyor?

Türk Hematoloji Derneği Başkanı Prof. Dr. Muhit Özcan, bu hafta Antalya’da yapılan Ulusal Hematoloji Kongresi’nde sonuçları açıkladı: **“Kanser hastaları evde bakımları yapıldığında daha huzurlu ve mutlu oluyorlar.”**

Boston’daki Dana-Farber Kanser Enstitüsü’nden Dr. Alexi Wright’ın yaptığı bir çalışmasında, **evde hasta bakımının sadece maddi değil, fiziksel ve ruhsal acıyı da azalttığı belirlendi.** Her ne kadar kanserli hastalar evde ölmeyi tercih etse de yüzde 35’i hastanede, yüzde 10’u yoğun bakım ünitesinde ölüyor. Kanser hastaları, evde daha huzurlu biçimde ölüyor ve hastabakıcıları da duygusal olarak bunu daha iyi sonuçlandırıyor.

Araştırmacıların 13 eylül tarihinde *Klinik Onkoloji Dergisi*’nde online olarak yayınladıkları rapora göre, **evde yapılan tedavi bakımı, yalnızca para tasarrufu değil, aynı zamanda fiziksel ve duygusal acı tasarrufuna da neden olur.** Yoğun bakım ünitesi veya hastanede ölen kanserli hastalar, daha fazla fiziki ve duygusal acı yaşayarak, yaşamlarının sonunda daha kötü bir yaşam kalitesine sahip oluyor.

Buna bağlı olarak, evleri uygun olmayanlar ne yapacak? Öncelikle "evde bakım" konusunda yasal prosedürler esnetilebilir veya hastane ortamı dışında bakım yerleri ihdas edilebilir mi?

Hasta yakınlarının, ölümcül hastalarının yanlarında son dönemlerini geçirmediği takdirde beş katı daha psikolojik stres yaşadıkları da gözlenmiş durumda.

Hastalarımıza her şartta sahip çıkmayı ve ilgilenmemizi gerektiren önemli bir araştırma diye düşünüyorum.

"1300 Airbus düşüyor!"

Eğer bilgiyi "uçak düştü" olarak tanımlarsak daha fark edilir olur. Ne yazık ki 1300 Airbus uçağı düşmesi kadar dramatik bir sonuç yaşıyor ama tepki oluşmuyor.

Prof. Dr. Muzaffer Demir, kan bilimcilerinin yeni uğraş alanından bahsederken uçak örneğini veriyor. Maalesef sadece **Avrupa'da 550 bin insan her yıl damar tıkanıklıklarından ölüyor.**

Daha belirgin şekilde söylemek gerekirse; **toplardamarlardaki tıkanıklıklar sebebiyle oluşan pıhtı, akciğer damarlarına gitmesiyle ölümcül sonuç doğuyor.**

Kan bilimciler, çalışmalarını yürütmek istiyor ama **Türkiye'nin 51 ilinde hematolog yani kan uzmanının olmadığının** da bilinmesi gerekiyor. Her ilde üniversitemizin olması, sağlık alanında dev adımlar atılması yeterli değil.

Kan konusunda rehberler hazırlayan Türk Hematoloji Derneği, Türkiye'nin dört bir tarafında eğitimlere başladı. Sinop'ta başlayan programın bundan sonraki ayakları Adıyaman ve Nevşehir olacak. Amaç kan sonuçlarını okuyabilmek ve acil tanılara ulaşabilmek.

Bir diğer haber ise "embriyonel kök hücre"lerle ilgili.

Bütün dünyada çok yayın yapılıyor. Prof. Dr. Mutlu Arat'ın ifadesine göre, daha alınacak çok mesafe var. Her gün yeni haberler alınıyor ama tedavide uygulanmasına yönelik herhangi bir bilgiyi kamuoyuna aktarmak doğru değil.

Arat: "Bu bir mucize sanıp hastalarımıza değişik şekillerde doğasına nasıl etki ededeğini ve göreceğimiz sonucu nasıl yorumlayacağımızı bilmeden uygulamaya kalktık. Bütün dünya aynı hatayı yaptı. Fakat sonra gördük ki bu şekilde işe yaramıyor. Ayrıca, işe yarıyor dediğimiz hastalarda dönüp baktığımızda; ne dozu belli, ne verilme şekli belli, ne de hangi tipin nasıl verileceği belli. Bunun üzerine bu çalışmaların hepsi bitti. Anlamsız olduğu anlaşıldı"

Sağlık her şeyin başıdır. Araştırmalar her gün bize yeni ipuçları veriyor ve hayatımızı yeniden tasarlamamız ve yapılandırmamız gerektiğini söylüyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Bir girişim fikriniz var mı

Fikri Türkel 10.11.2010

Bloomberg'in en sevdiğim programı **Dragon's Den**'dir. Türkçe anlamı: **Ejder Mağarası**. Programı, İngiliz versiyonu ile tanıdım. Şimdi yerli Dragonları yani Ejderleri izliyorum. Aslında Dragonlardan çok, girişim fikirlerini seviyorum.

Programdaki Ejderlerden Alphan Manas ile program ve girişimciler hakkında sohbet ettim. Ayrı yazı konusu olacak hoş bilgiler var.

Seyretmemiş olanlar için programla ilgili bilgi vereyim: **Dragon's Den 22 ülkede yayınlanan bir girişimci avı programıdır. Girişim fikri sahibi, beş yatırımcı işadamlarının karşısına çıkıyor ve projesini anlatıyor. Beş gerçek yatırımcı konuyla ilgili sorularını soruyorlar. Projeyi beğenirlerse yüzde 10 veya 50 ortak olurlar.**

Aslında bu program Sony'nin girişimciyi desteklemek amacıyla kurguladığı bir yarışmaydı. Çok tutulunca önce Japonya'da televizyon programı oldu sonra bütün dünyaya yayıldı.

Programa ilgi fazla olunca *NTV* de, **Bir Fikrin mi Var?** diye başka bir programı yakında yayına sokmaya hazırlanıyor.

Türk insanı girişimci kabul edilir, girişim ruhu önemli ancak hâlâ yeterli boyutta değil.

Dünyanın en önemli üniversitelerinden biri olan MIT, farklı ülkelerde girişimcileri desteklemek için **Enterprise Forumlar** oluşturuyor. Bu forumlardan biri de artık Türkiye'de kuruldu. **MIT mezunlarının kurduğu bu girişimci yetiştirme forumları, girişimci yarışmaları, iş çalışma programları ve konferanslar organize ediyor.**

Hem mezunlarını biraraya topluyor hem de girişimcilerin fikirlerine destek sağlıyor.

Önceki akşam yapılan tanıtım toplantısına Türkiye'deki MIT mezunlarının yanı sıra girişimci işadamlarımızdan da katılanlar oldu.

MIT, 1978 yılında bu programı başlatmış ve bugüne kadar 33 bin 600 şirketin kurulmasına öncülük etmiş. Bu şirketlerin bugün sahip oldukları iş hacminin 2,5 trilyon dolar olduğu tahmin ediliyor.

MIT EF Turkey'in başkanlığını Ali Rıza Bozkurt'un kızı Gülsün Bozkurt yürütüyor. Google Türkiye Genel Müdürü Bülent Hiçsönmez, Selçuk Kiper, İlknur Aslan, Atom Damalı, Tayfun Demirören, Volkan Ekinci, Çağlan Kuyumcu gibi MIT mezunları da gönüllü olarak projede yer alıyorlar.

Ali Rıza Bozkurt da davetteydi. Yıllar sonra tekrar altı aylığına işadamlığına dönmüş. Sebebi de, Körfez ülkelerinde sahip olduğu ilişkilerle çocuklarının işlerini geliştirmek. Çocukları rica etmişler, gel bizi temsil et, diye.

Kendisini çok heyecanlı buldum. Türkiyeli işadamlarının Körfez'de büyük itibarı olduğunu ve bu potansiyeli değerlendirmesi gerektiğini tavsiye ediyor.

İktisat Bankası'nın kurucusu Erol Aksoy da bir MIT'li. Geceye katıldı, daha çok girişimcileri tanımak ve dinlemekle yetindi. Malum, TMSF ile tavsiye süreci hâlâ devam ediyor.

Dünya Genç Girişimci ödülünü almış olan İbrahim Mirmahmutoğulları da oradaydı. İbrahim Bey, Dizayn Boru ile başlayan girişim süreçlerini artık Mir Holding olarak tarım, tıp, su taşıma sistemleri başta olmak üzere AR-GE şirketleri olarak devam ettirme düşüncesinde olduklarını söylüyor. Miracle ile dönüm başına 80 ton domatesle başladıkları tarımsal faaliyetleri şimdi diğer ürünlerde de sürdürmeye karar verdiklerini anlattı.

Ayaküstü yaptığımız sohbette, tıp konusunda da diyalize bağlı hastalarla ilgili projede makineye bağımlılığını minimuma indirecek projenin sonuna geldiklerini belirtti.

Kıbrıs Barış Suyu Projesi ile başlayan su taşıma sisteminin yakında Ortadoğu Barış Suyu Projesi olarak hayata geçeceğini anlattı.

MIT girişimcilik yarışmasının benzerini yıllardır "Beyin Gücü" projesiyle uyguladıklarını söyledi.

Beyin Gücü gibi, MIT EF'nin yarışma programının da süreceğini ve pek çok gencin ilgisini çekeceğini düşünüyorum. **Üç aşamalı bir yarışma süreci var ve ilk aşamada internet üzerinden bilgilendirme ve katılım başlayacak.** Pek yakında da üniversitelerde konferansları olacak. **Bu fikirlerin arasından 30 tanesi seçilecek.**

İkinci aşamada bu 30 girişim fikrine şirket kurdurulması sağlanacak. Gerekli danışmanlık hizmetlerini de yine MIT EF sağlayacak.

Bu iş fikirlerinin yarıştırılmasıyla da en iyi üç girişimcilik projesi 50 bin dolar, 15 bin dolar ve 5 bin dolar ile ödüllendirilecek.

Ödülün ana sponsorluğunu Toyota yapıyor, Turkcell de destek veriyor.

Forumun tanıtım gecesinde, MIT EF'in global başkanı Richard Kivel da vardı. Kivel "Biz her girişimcinin içindeki tutku ve yaratıcılığı destekleyip hayallerini gerçekleştirmeye odaklandık" diyor.

Türkiye'nin hızla gelişme döneminde daha fazla girişimciye sahip olması için şartları uygun hale getirmesi gerekiyor. Bakalım insanımızdaki bu girişimcilik potansiyeli ne kadar ateşlenecek ve ne derece tutkuya dönüşecek?

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Futbolda başarısızlığın sebepleri

Fikri Türkel 12.11.2010

Futbol sadece Türkiye'nin değil dünyanın en fazla seyir zevki veren sporlarının başında yer alıyor. Markalar, milyarder işadamlarının da gözdesi bir spor dalı. İngiltere, yabancı sermayeyi en iyi çekebilen kulüpleri

barındırıyor.

Dünya Kupası'nda yoktuk, Şampiyon Kulüpler'den elendik, UEFA'da durumumuz ciddi değil. Üç büyükler onca transfere ve yüz milyonlarca dolar harcamaya rağmen istikrarlı bir başarı çizgisi gösteremiyor.

Gelin farklı bir açıdan konuyu analiz edelim. Şeyh Mansur Bin Zayed El Nahvan 2009'dan beri Manchester City kulübüne 575 milyon sterlin yatırmış durumda. Önümüzdeki sezon için de 100 milyon sterlin harcanması bekleniyor. Buna rağmen 2011 / 2014 döneminde kulübün yine de 39 milyon sterlin zarar etmesi bekleniyor.

Konuşulan sadece kulübün bütçesi değil. Önceki hafta İngiltere'nin bir numaralı konusu; Wayne Rooney'nin Manchester United'dan ayrılma ihtimaliydi. Sebep de, menajeri Paul Stretford'un lisansının iptal edilmiş olması ve mahkemece şahitliğinin kabul edilmemesiydi. Kişisel durumu sorun olunca aldığı para da konuşulmaya başlandı. Son sözleşmeden menajeri bir milyon sterlin alacaktı. Diğer taraftan İngiltere'deki menajerlerin yıllık toplam gelirinin de 80 milyon sterlin olduğu bu sebeple gündeme geldi.

Bu olayı yazmamın sebebi şu: **Futbolda sadece oyun içi başarılar konuşulmuyor. Paranın transferi, oyuncunun ve futbol adamlarının ahlakı, bütçenin yönetilmesi ve şöhretlilik sektörün başlıca konuları arasında yer alıyor.**

Peki, Türkiye'de durum nasıl? Kulüpler, marka olma konusunda ne yapıyorlar ve kulübün, paranın verimliliği konusunda hangi adımlar atılıyor?

Bu sahada ilk defa bir araştırma yapıldı. Araştırmanın özet bilgilerini ilk yayımlayan da Taraf olacak.

Marmara Üniversitesi öğretim üyelerinden **Zahid Seraslan**'ın başkanlığında yapılan araştırmada **futbol kulüpleri yöneticilerine kulübün maddi ve potansiyel değerlerine verdikleri önem soruldu**. Çıkan sonuçlar kulüplerin potansiyelinin kullanılmadığını göstermesi açısından anlamlı sonuçlar içeriyor.

Bu araştırma önceki hafta Dünya Verimlilik Kongresi'nde sunuldu. Sonuçlar; beş büyükler dışında Spor Toto Süper Lig'den 25 ve Bank Asya Ligi'nin 78 yöneticisi ile Basketbol Ligi'nden 22 yönetici olmak üzere diğer branşlarla toplam 216 ilgiliye sorular yöneltilerek bulundu.

İsim hakkı, lisanslı ürün, taraftar kartı, yayın hakkı gibi unsurların ne kadar kullanıldığının yanı sıra taraftar odaklılık, ahlaki değerler, medya ile ilişkiler, uluslararası maçlar, sponsorluklar stadyum gelirleri, altyapı ve gençlik geliştirme merkezleri gibi alanlarda sorular yöneltildi.

Ankete göre; **en fazla önemsendiği ifade edilen konu yüzde 66 ile futbolcunun ahlakı olarak görünüyor**. Bunun bile savunma refleksiyle verilmiş cevaplardan kaynaklandığını düşünüyorum.

Futbola aktif katılım gerekliliği yüzde 58, medya ile ilişkilerin varlığı yüzde 54 ile diğer en önemli değer olarak seçilmiş.

Yukarıdaki değerler motivasyon ve ilişki yönetimi açısından kayda değer ancak maddi sonuçlar doğuracak ve kulübün istikrarlı yönetilmesine katkıda bulunacak konularda olumlu cevaplar çok az.

Yıldız oyuncu gerekliliği yüzde 16 olarak belirtilirken, taraftar odaklı bir yönetim gerekliliği yüzde 25 olarak görünüyor.

Futbolun bir şölen olduğuna inanan yöneticilerin oranı yüzde 12, "marka önemlidir" diyenler ise yüzde 12,5'la sınırlı kaldı.

Mali kaynakların profesyonelce ve verimlilik içinde yönetilmesi bile yüzde 8,3'te kaldı.

28 sorudan "ahlaki kaygı" dışında olumlu cevap neredeyse verilmedi.

Potansiyel harekete geçirilmediği gibi, hiçbir kulüpte uzman bir pazarlamacının olmadığı da tesbit edildi.

Kulüplerin pazarlama odaklı yönetilmesi gerekiyor. Çünkü UEFA'nın da beklentileri şeffaf yönetimlerin oluşması, denk bütçe ile idare edilmesi ve kulüp lisanslarının kaybedilmeyecek şartların oluşturulması gerekiyor.

Aslında UEFA, bütçe dengliği içinde olmayan kulüplere önce ihtar, sonra para cezası, ardından puan indirimi, lisans verilmemesi hatta küme düşürülmesi yaptırımlarını uygulayabilir.

Belki de bu yönüyle en toleranslı ülke Türkiye görünüyor.

Profesyonel yönetim konusunda belki de tek kulüp Fenerbahçe görünüyor. Futbol dışındaki branşlara önem veren kulüp olarak da sadece Fenerbahçe dikkat çekiyor. Mesela yüzmede yaz kamplarını programlı yapan tek kulüp FB. Diğer kulüplerde sporcuların paralarını aileleri ödüyor.

Bu araştırmada ortaya çıkan bir diğer sonuç ise daha dramatik bir durumu gösteriyor.

Gençlerbirliği, Antalyaspor ve İstanbul Büyükşehir dışındaki bütün kulüplerin bütçesi zararda görünüyor.

Profesyonel yönetim olmadığı sürece, kurumsallık olmayacağı gibi orta ve uzun vadede başarı da beklemek hayal gibi görünüyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Başbakan Twitter'a girmeli mi

Fikri Türkel 17.11.2010

Yeni gündemimiz bu. Twitter, kendi gündemini oluştururken, liderler ve şöhretliler de ona yardımcı oluyor.

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, şahsiyle ilgili Twitter hesaplarını incelemeye aldırılmış. Doğru da yapmış. Ancak, kendi veya makamı adına bir hesap açılıp açılmayacağını bilmiyoruz.

Daha önce de sosyal ağlarla ilgili olarak hem MİT hem de Başbakanlık elemanlarına uyarıda bulunmuştu.

MİT'in "Karşıt unsurlar Twitter'ı kullanabilir" uyarısının ardından Başbakanlık da, personeline "Facebook ve Twitter hesaplarımı kontrol edeceğim" diye tutanak imzalattırdı.

Bunun gerçek anlamı şudur: **"Paylaşım sitelerine girmeyin!"**

Ancak uygulama ve yaygınlık bize resmin tamamını gösteriyor...

Dünyada en hızlı yaygınlık kazanan bu yeni mecraya ilk giren siyasi liderimiz Cumhurbaşkanı **Abdullah Gül (@cbabdullahgul)** oldu. Üç gibi kısa bir sürede **Türkiye'nin en fazla takip edilen Twitter üyelerinden biri** oldu.

Bence CHP lideri **Kemal Kılıçdaroğlu (@kilicdaroglu)**, **bu alanı en iyi kullanan parti başkanı konumunda**. En son Cumhurbaşkanı'na "tvit" attı. Evet, laf atıyor, görüşlerini paylaşıyor, cevap veriyor, siyasi mesaj yayınlıyor. Bir muhalefet liderinden ne beklenir?

Son günlerin en şaşırtan Twitter üyesi ise MHP Genel Başkanı **Devlet Bahçeli**. **Bu haftanın rating rekoru onda**. Gerçekten de **@dbdevletbahceli** adresi ona mı ait. Bu teknoloji çağında hâlâ öğrenemedik adresin kime ait olduğunu.

Sosyal paylaşım ağlarında bir adresiniz olaksa ve konumunuzla ilgiliyse mutlaka şeffaf ve interaktif olmalı.

Sosyal ağlar, bir taraftan toplumu dönüştürürken diğer taraftan da ekonomiyi dönüştürüyor. Sizin reklamınızı yapan, söyleminizi paylaşan ve menfaatsiz, beklentisiz destekçileriniz oluşuyor. Klasik ekonominin pek çok özelliğini üzerinde taşıyor. Viral etki oluşturuyor ve iletişimin en etkin uygulanmasını sağlıyor.

Mobil ve internet gibi **sosyal ağları da en iyi kullanan lider** olarak **Barack Obama (@BarackObama)** gösterilebilir. **Dünyada en fazla takipçisi olan siyasi lider olarak görünüyor**. Sadece Twitter'da altı milyona yakın takipçisi bulunuyor. Bahçeli gibi sadece takip edilmesiyle yetinmiyor. Kendisi de 700 binin üzerinde kişiyi takip ediyor.

İtalya Başbakanı **Silvio Berlusconi** Twitter'da yok ama kendisiyle dalgasını geçen adresler oluşmuş. **@cavalieresilvio** diye **özel yaşamıyla ilgili magazin haberlerini paylaşıyor**. İngiltere Başbakanı **David Cameron (@DavidCameron)**, Twitter'daki adresinden Muhafazakâr Parti'ye (**@conservatives**) yönlendirme yaparken. Rusya lideri **Vladimir Putin** de **bu mecraya önem vermeyenler arasında** görünüyor. Devlet Başkanlığı (**@KremlinRussia_E**) daha aktif görünüyor.

İletişim dili önemli, Belçika Başbakanı Yves Leterme, bozuk İngilizce ile yazdığı twit'inde çok farklı anlamlara gelen cinsel bir mesajı paylaşmış gibi oldu ve medyanın gündemine düştü.

Öncelikle kabul edilmesi gereken şudur: Twitter'ın etkinliği her geçen gün artıyor. Katlanarak yeni üyeler kazanıyor ve her konuyu gündemine alabiliyor. Mobil iletişim yollarını kullanmasıyla birlikte varolan en hızlı iletişim yolu ve interaktif özelliği ile de en etkili medya aracıdır.

Başbakan Erdoğan, *International Herald Tribune* gazetesine verdiği röportajda; sosyal paylaşım ağlarına bakışıyla ilgili soruya verdiği cevapta **"face to face" yani yüz yüze bir iletişim yöntemini tercih ettiğini söylüyor**.

Erdoğan, gerçekten de mitinglerde, televizyonda ve ikili görüşmelerde çok başarılı. Siyasetçinin başarısının ölçütü seçim sandığıdır ve sonuçlarını görüyoruz. Bu durum Twitter'da olmamasının mazereti olabilir mi?

Twitter'a karşı olduğumu sanmıyorum. Oğlu Bilal Erdoğan, başta Mehmet Şimşek olmak üzere neredeyse bütün bakanları, milletvekillerinin pek çoğu, başta Edibe Sözen olmak üzere iletişimde siyasi danışmanları bu mecraada yer alıyor.

Gazete, teknoloji konusunda 25 siyasi ve toplumsal liderden daha görüş istedi. Bakalım yan yana yazılınca nasıl bir anlam çıkacak? Yüz yüze iletişim, el yazısıyla mektup ve duygularını anlatacak bir görüş kadar sıcak olmasa da yeni sosyal dalganın kimse önünde duramayacak gibi görünüyor.

Peki, Başbakan Twitter'a girmeli mi?

Medyada Twitter konusunda **en paylaşımcı ve aktif yazarlar Taraf'ta** yer alıyor. Herhalde yakında Twitter adreslerimizi de yazımızın altına koyacağız.

Bakalım yüzde 42 ve yüzde 58, Başbakan'ın Twitter'a girmesine ne diyecek?

Bugün bayramın ikinci günüdür. Bilvesile bütün okurlarımın, Twittaşlarımın ve insanlığın Kurban Bayramı'nı kutlar, sağlıklı ve huzurlu nice bayramlar dilerim. (@FikriTurkel)

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Şöhretler Kıbrıs sorununu çözer mi

Fikri Türkel 19.11.2010

Hafta sonu Kuzey Kıbrıs gazetelerinde bir ilan yayımlandı. Kıbrıs'ta çözümle ilgili bir şeyler yazmadan önce, yapıyı tanımak için ilginç bir ilan bu.

Biberonlu bir bebeğin resmiyle yer alan yazı şu: "Tanı bunları, tanı da büyü." Başlığın altında da şöyle devam ediyor: **"Bunlar ekmeğimize, aşımıza göz koyanlardır... Bunlar senin sütüne el uzatanlardır... Bunlar senin geleceğine ipotek koyanlardır.."**

Bu yazının altında da Recep Tayyip Erdoğan, Cemil Çiçek ve Derviş Eroğlu'nun fotoğrafları yer alıyor.

İmza: Sendikal Platform.

İllegal örgüt el ilanları gibi bir düzenleme ilan gazetelerde tam sayfa yer aldı.

Böyle bir hak arama üslubu olamaz.

Kaldığım otelde Ada'daki belediye başkanlarından biriyle sohbet ediyorum. İlanın sebebini sordum. **"Ak Parti'nin yıllarca beslediği işte bu sendikacılar"** dedi. **Mehmet Ali Talat'ın adamlarıymış.** Yani hem iktidar hem muhalefet bu üsluptan memnun görünüyor.

Sendikal Platform ilanla da yetinmedi malum. Cemil Çiçek protesto edildi, programlanmış bir iki etkinlik iptal oldu.

Görünüşteki sebep; emekli maaşlarının yeniden düzenlenmesiydi. Malum eski Cumhurbaşkanı Rauf Denktaş da maaşından şikâyet etmiş ve medyada geniş yer bulmuştu.

Ulusal Birlik Partisi, şimdi kurultaya hazırlanıyor. Bu sebeple Başbakan İrsen Küçük, olaylarla ilgili olarak sert bir tavır takınmadı.

Ada, belki de son yılların en hareketli haftasını yaşadı. Ne zaman hareket başlasa, arka planda da çözüm arayışlarının yoğunlaşması var demektir.

Aslında sadece tepkiler yoktu. Amerikalı sanatçı Anastacia'nın Cratos'taki konserine her ne kadar Rum Kesimi tepki göstermese de çok rahatsız ettiği kesin. Hatta konser başlamadan kesilen şehir elektriği de Rumlara bağlandı. **Kuzeyde yapılacak her uluslararası nitelikteki konser, güneyi rahatsız ediyor. Çünkü dünya gündeminde yer alıyor.** Hatta güneyli gençler de konsere geliyor. Yabancı turizm acentelerinin ilgisini çekiyor. Yani her konser çok yönlü bir ilişki sürecini başlatıyor.

Otelin açılışına Jennifer Lopez de gelecekti ama Rum Lobisi'nin baskısıyla son anda vazgeçti. Ne olursa olsun, gelseydi bu kadar konuşulmazdı.

Otelin sahibi Murat Bozoğlu, sansasyonu seviyor ve gündemde kalmayı beceriyor. Sanırım yılbaşında da yine uluslararası bir şöhreti adaya getirecek.

15 kasım Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin kuruluş yıldönümü. Olayların kuruluş yıldönümüne denk gelmesi de ilginç.

Kuruluş yıldönümü kokteylinde bir ilk yaşandı. İtalyan Senatör Paolo Amato'ya KKTC vatandaşlığı verildi. Amato'da bundan şeref duyduğunu ve çözüm için çalışacağını belirtti. İtalyanların cesareti beni şaşırtıyor. Geçen sene de İtalyan bir seyahat acentesi beş bin civarında turisti Ada'ya getirmek için protokol imzalamıştı.

Ada'dan ev alan İngilizler ve İsrailliler de uluslararası lobi oluşturmada etkin iki taraf diye düşünüyorum. Yeni projelerle yeni İngiliz ve Yahudi devre mülkçülerin Ada'ya gelmesi bekleniyor. Bunun yanı sıra yeni turizm projeleri de gündeme gelmek zorunda.

Yani sadece şöhretlerin Ada'ya gelip şarkı söylemesi, boks maçı yapması Ada'daki çözüme yetmeyecektir.

Yakın Doğu Üniversitesi'nin kurucusu Suat Gürsel, adanın en zenginlerinden biri. Türkiye'deki milyarderler listesinde bile yer alıyor. Eğitimle büyük bir servet oluşturdu. Gürsel şimdi de Ada'ya otomobil fabrikası kurmayı hedefliyor. Bunun olup olmayacağını bilmiyorum ama mevcut turizm projelerinin yanı sıra üniversitelerin de yeniden yapılandırılmasına ihtiyacı var.

Ada'da sadece kumar turizmi değil; Rusya ve Ortadoğu başta olmak üzere pek çok turisti Ada'ya çekmek mümkün görünüyor. Diğer taraftan Ada'daki üretimin, ihracatın da çözüme kavuşması gerekiyor.

Geçen ay yazmıştım. Yatırım Danışma Konseyi'nin kurulması ve işleyişi çözüm için önemli bir adım niteliğindedir. İlk izlenimlerin olumlu olduğu söyleniyor ve somut adımlar atılmasına sebep oluyor. Üç aylık dönemlerle toplanacak Konsey'in önümüzdeki ay yapılacak olan toplantısının gündemi belirlenmek üzere.

Kıbrıs'ta çözüm konusunda herkes iyi niyetli ama yeterli değil. En iyisi, şöhretler gelsin, etkinlikler yapılsın; en azından uluslararası kamuoyuna olumlu bir mesaj verilmiş olur. Çünkü Ada'daki pek çok unsur çözümün yöntemi ve kendisi hakkında ortak bir kanaate sahip değil.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

50 milyar SİM karta hazır olun

Fikri Türkel 24.11.2010

Dünyada beş milyar potansiyel cep telefonu kullanıcısı var. Halen 1,5 milyar insan internete giriyor ve yaklaşık olarak iki milyar cep telefonu kullanıcısı bulunuyor. Peki, **kaç tane SİM kart satılabilir?**

Bunun cevabını bu alandaki en etkili isimlerden Turkcell CEO'su Süreyya Ciliv'den alıyoruz: **50 milyar SİM kart.**

Bu nasıl mümkün olur? Neredeyse kişi başına 10 SİM kart.

Olayı anlamak için günümüz ve geleceğin teknoloji altyapısına bakmak gerekiyor. Dün yapılan İŞTCELL Teknoloji Zirvesi'nde sadece buna yönelik fikirler konuşulmadı. Kapitalizm de yeniden sorgulandı. Bu, sadece 3G, Facebook, Twitter değil, bambaşka bir ekonomik ve sosyolojik bir yapıya geçildiğini de gösteriyor.

Ciliv, 50 milyar SİM kart öngörüsünü tek başına yapmıyor. Dünyanın en büyük işletim sistemi şirketi olan Intel'in CEO'sunun da bu konudaki bilgilerini paylaşıyor. Yani bazı kişilerde iki tane SİM kart olabilir. Ancak **arabaya, iPad gibi elektronik aletlere, buzdolabına, çocuğun okul çantasına, hatta bazı hayvanlara bile SİM kart takılması bugünün teknolojisinde bile uygulanıyor.**

Niye başka bir şey değil de SİM kart? **Bilginin paylaşımı, aktarımı, temin edilmesinin en pratik ve hızlı yolu artık SİM kartla yapılıyor. Mobil iletişim imkânları hayata kolaylık getirirken, sosyal yapıyı da dönüştürüyor.**

Son G20 toplantısında da dünya liderlerinin üzerinde durduğu beş milyar insana bilginin ulaştırılmasının yolu da yine bununla mümkün. En kolay, en hızlı ve en ucuz yöntem şimdilik bu.

Dünyanın yaşayan en iyi 50 düşünüründen biri kabul edilen **Don Tapscott**, geline durumla ilgili daha somut örnekler veriyor. Son ekonomik krize dikkat çeken Tapscott, belki de uzun dönemli bir yıkım sürecinin başladığını ama kendisinin geleceği dönüştürülebileceğine inanıyor. Pek çok endüstrinin battığını, hatta dünyanın en büyük şirketi kabul edilen General Motors'u iflastan Amerikan hükümetinin kurtardığını söylüyor.

Artık 3. Dalga'yı yazan Alvin Toffler'in emek ve sanayiden sonra gelen bilgi toplumu bile geride kaldı. Yeni dönem üzerine kafa yorulması gerekiyor. "Gazeteler bilgiyi, haberi alır ve dağıtır" diyen Tapscott, artık "Haberler önemli ise o bizi bulur" diyen bir neslin geldiğini ve imkânların da bunu sağladığını söylüyor.

Yeni dönemde, dünyada rakipsiz görünenlerin varlığı sorgulanır hale geldi. **Microsoft'u Google'ın, CNN'i YouTube'un, Yellov Page'i Craigslist'in, Facebook'u Twitter'ın New York Times'ı The Huffington Post'un niye geçtiğinin düşünülmesini tavsiye ediyor.**

Sanayi döneminde en büyük seferberliğin Dünya Savaşı'nda yaşandığını söyleyen Tapscott, karbon emisyonu, çevre duyarlılığı ve pek çok konuda her gün yeni seferberliklerin yaşandığına dikkat çekiyor.

Tapscott, "Bugün ABD'de zeki öğrenciler okula gitmiyor ama "A" alabiliyorlar. Çünkü konusundaki en büyük uzmanlarla Twitter'da konuyu tartışabiliyorlar" diyor. Ve ekliyor: "Üniversite süreci eskimiş bir sistemi anlatıyor. Eğitim kitlesel, tek yönlü. Demokrasi de öyle."

ABD Başkanı Obama'nın 35 bin platformu harekete geçirmesiyle başkanlığı kazandığını hatırlayın.

Son kitabının ilk lansmanının oğlunun kendinden habersiz şekilde Facebook'ta yaptığını ve kitabı oğluna verdikten iki saat sonra kitap hakkında eleştirileri almaya başladığını söyleyen Tapscott, bundan sonraki kitabını Twitter'da yazmaya başladığını ve tanıtımını da Twitter'da yapacağını söylüyor.

Olaya eleştirel olarak da yaklaşılabilir. **"Dünya mobil hale geldi" demek için belki erken. Fakat bilinmesi gereken daha büyük ve önemli gerçek var: Sanayi devrini kaçıran Türkiye için tarihî bir fırsat çıktı. O da,**

Türkiye'nin dijital çağı yakaladığı ve bunu kaçırmaması gerektiğidir.

Teknolojiyi daha çok konuşacağız. Bu yazı da bunlardan biri...

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Koç, TÜSİAD ve IMF...

Fikri Türkel 26.11.2010

Adaletin sustuğu yerde vicdan vardır. İtiraf, vicdanın konuşmasıdır. İnsanı yüceltir ama itiraf edebilmek ağır bir yükür.

Mustafa Koç, IMF konusunda itirafta bulunuyor: "IMF'siz çok iyi yönettiler." Kolay değil IMF reddedildiğinde, "IMF'den alınacak 30-40 milyar doları nasıl elimizin tersiyle ittiğimizi anlayamadım" demişti.

Takdir edilecek ve alkışlanacak bir sorumluluk örneğidir.

Sadece Koç açısından değil, herkesçe büyük bir paradan bahsediyoruz. O dönemde bana da sıkça IMF sorulmuştu. Bu tür anlaşmalarda kural şudur: Teklife bakarsınız. Paranın büyüklüğü değil, kredi şartları önemlidir. Zaten Başbakan Recep Tayyip Erdoğan da hiçbir zaman "IMF'ye hayır" diye slogan atmadı. Oturdular, konuştular ve şartlarda anlaşamadılar...

Tavır bu olmalıydı...

TÜSİAD'ı eleştirdiğimiz nokta da budur: Önyargının tehlikesi kadar, ön şartsız kabuller de tehlikelidir.

Konuyu önceki gün *Takvim* gazetesi gündeme getirdi. Manşeti attı ve gündemi yakaladı. Tarihe geçecek bir ifadedir bu. Niye *Takvim*? İşin gazetecilik açısından komik bir tarafı var.

Koç Grubu, dönemsel olarak gazetelerin ekonomi müdürleriyle biraraya gelir. Ya yıllık verilerin paylaşılacağı gündemle veya önemli gündem maddelerinin paylaşılacağı dönemlerde. Yine böyle oldu ve hafta başında ekonomi müdürleri Bursa'ya davet edildi.

Bu sohbet esnasında söylenmiş sözler bunlar. Müdürler perşembe yayımlanmak üzere centilmenlik anlaşmasına varıyorlar. *Takvim* bu kurala uymuyor ve manşeti patlatıyor.

Burada birkaç centilmenlik dışı hareket var ama hepsine değinmiyorum.

Bunu söylememin asıl sebebi şu: **Mustafa Koç, bu açıklamayı kişisel olarak mı yaptı, Koç Holding Başkanı olarak mı yoksa TÜSİAD Yüksek İstişare Kurulu Başkanı (YİK) olarak mı?**

İş dünyasının, IMF konusundaki açıklamaları genelde TÜSİAD aracılığı ile yapılıyordu. Eğer durum böyleyse, TÜSİAD Başkanı Ümit Boyner'in bilgisizliğine ne diyorsunuz? Yoksa centilmenlik dışı bir açıklama mı yapıldı?

Koç'un açıklamalarına "haberim yok" diyor. Boyner, IMF ile görüşmeler sürecindeki TÜSİAD'ın tavrını şöyle açıklıyor: "TÜSİAD, krizin başladığı dönemde 'bir Stand-By anlaşması olursa işimiz kolaylaşır' dedi. Dünyadaki

ekonomik gelişmeler aslında hepimizin beklentisinin ötesinde krizden çıkışın belli ülkelerde daha çabuk olduğunu gösterdi. Türkiye ciddi şekilde küçüldü ama hızlı bir şekilde tekrar büyüme rakamlarına geçti. Bence o günkü konjonktürde biz bir tavsiyede bulunduk, ben onun arkasında duruyorum. Ama bir IMF kredisi kullanılmadığı, anlaşma yapılmadığı için de biz zarar görmedik. Bundan dolayı da çok mutluyum.”

Acaba, **IMF reddedilince TÜSİAD yönetimi kendi aralarında bir değerlendirme toplantısı yapmadı mı? “Haberim yok” açıklaması bunun ifadesidir.**

Koç’un, TÜSİAD’ı da bağlayacak şekildeki son ifadelerinin bir önemi de YİK Başkanlığını bırakma ihtimalinden kaynaklanıyor. Rahmetli Vehbi Koç, bu görevde en uzun kalan başkan olmuştu. Mustafa Koç’un babası Rahmi Koç da dört sene YİK başkanlığını sürdürmüştü.

Bakalım yeni dönemde patronlar, başkanları konusunda nasıl karar verecekler? Bence en güçlü aday Tuncay Özilhan görünüyor.

Ocak ayında derneğin genel kurulu var. Aralık ayında da hem YİK Başkanlığı konumu hem de yeni başkan seçilme ihtimali üzerinde durulacak. Her ne kadar **Ümit Boyner, iki yıllığına gelmiş olsa da**, geçmişte örnekleri var, **ocak ayında başkanlığı bırakabilir.**

Mesela, Cem Boyner, bir yıl görev yapmıştı. Bırakmaya karar verince, Turgut Özal’ın bırakmasın diye babası Osman Boyner’i aradığı söylenir. O dönemde de Özal’a en sert muhalefet edenlerin başında TÜSİAD geliyordu. Malum ünlü Eğitim Raporu da Cem Boyner döneminde hazırlanmıştı.

Haziran 2011’de genel seçimler var. **TÜSİAD, yeni döneme hazırlanmayı düşünüyorsa başkanları değiştirmese bile, hükümetle uyumlu bir çalışma ekibi hazırlaması gerekiyor.** Koç’un yorumlarını bir de bu açıdan okumak gerekiyor.

Tartışılması gereken bir diğer nokta ise: Türkiye’nin en büyük grubu, en büyük patronlar kulübü ve en deneyimli kadroları; daha kaç kere IMF’deki durum gibi vizyonsuz ve alternatifsiz fikirlerle yakalanacaklar?

Şimdi aklıma takıldı: “Önümüzdeki 10 yılı görüyoruz” diyen kimdi ve hangi tarihte söylemişti?

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Her gün 220 kaza, üç ölü, beş sakat...

Fikri Türkel 07.12.2010

İş güvenliğini gündemimize iki sebeple alıyoruz: Tersanelerdeki ölümlü kazalar ve madenlerdeki patlamalar. Sonra unutup gidiyoruz. Yeni bir kaza ve maden vakasına kadar rafa kaldırıyoruz.

Aslında her gün 220 iş kazası oluyor. Ne acıdır ki bu iş kazalarının sonucunda üç kişi hayatını kaybediyor ve beş kişi de ciddi şekilde sakatlanıyor yani iş göremez hale geliyor.

Geçenlerde Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Müsteşarı’na bir maden sahibi geldi. İş güvenliği eksikliği sebebiyle ocağı kapatılmıştı. “Ne olur açın!” diyordu.

Müsteşar, kapatılma sebebine bakınca şaşırdı: **Madende grizu ölçecek alet yoktu.** Yani kapatılma sebeplerinden biri buydu. Maden sahibine sordu: "Gazı fark etmeyip bir patlama olursa bunun sorumluluğunu nasıl üstleneceksin?". Adam başını eğdi, haklısınız deyip, sorunu hemen çözeceklerini söyledi. Ama yanında işbilir(!) bir maden mühendisi vardı hemen atıldı: **"Şimdiye kadar bir şey olmadı, sorun çıkmaz."**

"Bize bir şey olmaz abi!.." yaklaşımı her yerde var. Dünyada da benzer rakamlar yaşıyor.

Dünyada 2,8 milyar işgücü olduğu tahmin ediliyor. Ve her yıl 300 milyon iş kazası yaşıyor. Asıl acı tarafı şu: Her yıl iş kazalarından ölen sayısı 1,2 milyon kişi.

Ölümle sonuçlanma oranı yüzde 1'lerde görünüyor ama bunun ekonomik değeri yüzde 4'e kadar çıkabiliyor. Yani can kayıplarını azaltmayı hedeflediğinizde ekonomik olarak çok büyük katkılar da sağlayabiliyorsunuz. **İş güvenliğini arttırmanın maliyeti, iş kazasının maliyetinin neredeyse yarısı.**

Toplam iş kurma maliyetinize yüzde 1-2 ilave ettiğinizde ideal iş güvenlik standartlarını sağlıyorsunuz. Bu ister maden olsun, isterse tersane olsun.

Peki, çözüm ne?

Hafta sonu Çalışma Bakanlığı konu çerçevesinde bir "çalıştay" düzenledi. Bakanlık üst düzey yöneticilerinin yanı sıra mesleki ve sivil toplum örgütlerinin temsilcilerinin yanı sıra üniversiteden akademisyenlerin de katıldığı yoğun bir çalıştay yani arama konferansı yapıldı.

"Strateji Çalıştayı" olarak isimlendirilen bu programla iş sağlığı ve güvenliği konusunda bir yol haritası çıkarılması hedefleniyor. Hafta sonumuz, kurumsal yapı, mevzuat ve uygulamalar, iş kazaları ve meslek hastalıklarının envanterinin çıkarılması ve iş güvenliği eğitimi konusunda kapsamlı bir beyin fırtınasıyla geçti.

İnşallah sonuçları en kısa zamanda alınır ve uygulamaya geçer. Çünkü her gün üç yeni ölüm, en az beş engelli vatandaşın hayatına mal oluyor bu kazalar.

Bakanlık Müsteşarı Birol Aydemir, "verilen önem yetersiz" diyerek konunun aciliyetini özetliyor. Bugün Ankara'da 137 uzman yardımcısı alımı yapılacak. Yeni hazırlanan uzman istihdamı yönetmeliği de hazırlandı. Bu kadar uzman yardımcısı yeterli mi?

Haliyle değil. Çünkü **Türkiye'de işyeri hekimliği yapanlar tahmin ediliyor ama iş güvenliği uzmanları ve hekimlerinin sayısı kesin olarak bilinmiyor.** Daha önce 300 işyeri ile anlaşma yapmış bir işyeri hekiminin olduğu tesbit edilmiş. Tek hekim bu kadar yere nasıl yetişiyor tahmin edin.

Yeni düzenlemeye göre bir doktor ancak 10 işyeri ile anlaşma yapabilecek.

10 milyon çalışan, 1 milyon 200 bin işyerine karşılık 480 iş müfettişi var. 20 bin işyerine bir müfettiş düşüğünü sanmayın. **Bu müfettişlerin yarıdan fazlası masa başı görevlerde bulunuyor.** Yani 50 bin işyerini bir müfettiş teftiş ediyor.

Sonuç olarak ancak yüzde 1,5'i denetlenebiliyor. Denetlemelerde işyeri güvenliği konusunda belirlenen eksikliklerin ancak üçte biri düzeltiliyor.. ceza kesilmesine rağmen.

Bir vurdumduymazlık var.

Bunu etrafınızda da gözlemleyebilirsiniz. Otomobilde emniyet kemeri takmamanın sebebini söyleyebilir misiniz? Ama işin başka bir boyutunu da gösteriyor bu: Emniyet kemeri takmayan bir işverenin işyerinde

emniyet tedbirlerini tam alacağına inanır mısınız?

Yılbaşından beri iş güvenliği şartlarına uyulmadığı gerekçesiyle 287 inşaat ve 57 maden ocağı kapatıldı. Durdurulan inşaatlar arasında kamuya ait yerler de var.

Bakanlık kararı: İnsan hayatı tehlikeye girecekse, o işyeri kapatılacak.

Bakanlığın önünde 50 civarında proje var. Daha önce İş Kanunu'ndaki iş güvenliği maddeleriyle yetinilirken, şimdi İş Güvenliği Yasa Tasarısı hazırlandı. AB standartlarındaki bu tasarının yılbaşından itibaren Meclis'e gelmesi bekleniyor.

Eğitim işin başı olduğu için YÖK'le görüşülmüş ve pek çok üniversiteye "iş güvenliği" derslerinin konulması için adım atılmış. 10 üniversitede dersler başlamış durumda.

Bütün bunlara rağmen İngiltere'ye göre 15 kat daha fazla kaza ve ölüm yaşıyor işyerlerinde. Bunun da çözümü uzun bir zaman alacak gibi görünüyor.

Her şeyin başı sağlık ama öncesinde iş güvenliği...

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

WikiLeaks'i geç, şeffaflık hareketine dikkat et!

Fikri Türkel 09.12.2010

1967 yılında Amerikan Deniz Kuvvetleri için bir iddia ortaya atıldı. San Diego'daki Donanma Üssü Coronado'nun L şeklinde dört binadan oluşan binaları hakkındaydı: **"Deniz Üssü'nün havadan şekli gamalı haç yani Nazi Amblemi görünümünde."**

Üst komuta kademeleri bu iddiaya sessiz kaldılar. Gerek Soğuk Savaş döneminin etkisi, gerekse medyanın yaygın olmaması konuyu unutturdu.

40 yıl sonra konu tekrar gündeme geldi. 2006 yılında Google Earth görüntüleri bloglarda paylaşılmaya başlandı. Çok kısa sürede medya da buna yer vermek zorunda kaldı. Savunma Bakanlığı önce komplekste değişiklik düşünmedi ama 2007 eylülünde Deniz Kuvvetleri 600 bin dolar harcama yapmak durumunda kaldı. Çevre düzenlemesi ve çatı değişikliği ile görüntü değiştirildi.

Bu kadar yıl sessiz kalan üst yönetim: "Böyle bir sembolle anılmak istemiyoruz" demek zorunda kaldı.

Buradaki en etkili güç blog ve sosyal paylaşım siteleri. **Kamuoyu şeffaflıktan yana. Şeffaflık raporları, saydamlık hareketleri, opaklık araştırmaları teknolojinin de gelişmesiyle yeni bir dalgayı haber veriyor.**

Aslında şeffaflık noktasında ilk olay bu değil. Kilometre taşı niteliğinde daha ilginç Bill Clinton'la ilgili. Clinton'un cinsel ilişkisiyle ilgili bilgi ilk medyaya yansıdığı anda sumen altı edilmişti. Ancak Matt Drudge adlı internet yazarı olayı ortaya çıkardı. Şeffaflık hareketinin başlangıcı olarak bu olay gösterilir.

Ama teknolojik olarak şeffaflığın başlamasında *blogger.com* adlı blog sitesinin 1999'daki kuruluşu daha esaslı bir takvimdir.

WikiLeaks'e gelmeden önce bir iki detay daha vermek istiyorum. İki hafta önce Don Tapscott Türkiye'de konferans verdi. Özellikle şirketler arasında şeffaflığa dikkat çeken ve sosyal ağların kullanılmasını zorunlu gören kitabının adı neydi: *Wikinomi*. Ne tesadüf değil mi?

Dünyanın en büyük dört denetim şirketinden biri kabul edilen Price Waterhouse Cooper (PWC), 2001 yılında Opaklık Endeksi diye bir araştırma yayınlamaya başladı. Buna göre Amerika, dünyanın en şeffaf beş ülkesinden biri ve puanı 21. Opaklık yani şeffaf olmama özelliği yüzde 26 civarında.

Peki, ekonomik gelişmeleriyle herkesin ilgisini çeken Çin'de durum nedir? Çin'in aldığı puanı 48. İslam ülkelerinden Endonezya ve Suudi Arabistan'ın puanı ise 50'nin üzerinde. En kötü durumda görünen ülke 60 puanla, Afrika'nın en büyük ekonomilerinden birine aday olan Nijerya.

Ülkelerin gizli gündemleri varsa, bu opaklığa yani örtülülüğe işarettir. Kimin Kızıl Elma'sı yok ki?

Şeffaflık hareketi ülkelerin, kurumların gizli gündemleri olmaması üzerine söylem geliştiriyor. Sadece devletler değil, hükümetler, siyasi hareketler, sivil toplum kuruluşları hatta şirketler için geçerli bir durum.

Başta PWC olmak üzere pek çok şirket her yıl Şeffaflık Raporları yayınlamaya başladı. Google bile geçen ay böyle bir raporu yayınlamak zorunda kaldı.

Bunun yaptırım gücü şimdilik nereye kadar gider bilemiyoruz ama **WikiLeaks, katalizör gibi şeffaflık kavramını bütün dünyanın gündemine taşıdı. Bundan en çok kimin fayda sağlayacağını şimdilik bilemeyiz.**

Sıkı yönetilmesi gereken bir iletişim sürecindeyiz. Ve hiç kimse bu etkiden uzak kalamayacak.

İki yıl evvel *Şeffaflık* adlı bir kitap yayımlandı. Optimist Yayınları da ekim ayında Türkiye'de tercümesini yayımladı. Dünyada şeffaflığın nasıl yayıldığını ve etkilerini inceliyor. Bu kitaba göre, dünyada şeffaf bir hareketin yayıldığını hissedersiniz.

2007 yılında Çin'in güney kentlerinden Xiemen'de bir olay yaşandı. Şirin bu liman kentine bir petrokimya tesisi kurulacağı kulaktan kulağa yayıldı. Binlerce protestocu belediyeye akın etti. Yerel yöneticiler kılını bile kıpırdatmadı. Eylemciler durmadı.

Protestocular bu eylemleri cep telefonlarıyla kaydedip bütün dünyaya duyurmaya başladılar. Medya da buna yer vermek zorunda kaldı. Hükümet yetkilileri de, tesisin çevre etkilerini araştırıp değerlendiren çalışmanın sonuna kadar tesisin yapılmasını durdurdu.

10 yıl önce böyle bir şey mümkün değildi.

WikiLeaks'i ister İsrail, isterse Amerika planı olarak görelim. Sonuçları itibariyle bütün dünyanın üzerinde konuştuğu belgeler ve buna bağlı açıklık, saydamlık yani şeffaflık hareketi söz konusu.

Şeffaflık kavramı, bir toplumsal dalgaya da dönüşecek görünüyor. Bir diğer anlamı şu: Amerika, yarı gizli de olsa bazı örtülü kararlarını açıkladı. Sıra Çin'de, Rusya'da, Türkiye'de veya herhangi bir devlette.

WikiLeaks bahane, şeffaflığa kimse karşı koyamayacak görünüyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Her şehre farklı strateji gerekiyor!..

Fikri Türkel 14.12.2010

Dünyanın ve ülkenin genel gidişatına bakarken, Anadolu şehirlerindeki gelişmeleri çoğu kere gözden kaçıırız. Krizden çıkarken asıl başarı hikâyeleri buralarda yaşanıyor.

Geçen hafta Kocaeli Sanayi Odası'nın Performans Ödülleri'ne katıldım. Ulusal basından benden başka kimse yoktu. Kocaelililer, şirketlerin verimliliğini arttırmak, gelişmeyi yönlendirmek ve başarıyı alkışlamak için farklı bir uygulamaya başlamışlar. İyi de olmuş. Ayrıca Kocaeli bu performans çalışmasına Sakarya, Düzce, Bolu, Bilecik ve Yalova'yı da katarak bir bölge stratejisi yürütüyor.

Şehrin dinamik yapısı ve İstanbul'a yakınlığı sebebiyle gölgede kalan bu başarılar da diğer sanayici ve işadamlarına örnek oluyor.

Burada ödül alanlara değil, şehir stratejilerinin önemine değineceğim:

Krizden çıkışta en çabuk kendini gösteren olumlu gösterge ihracat oldu. İhracatla birlikte sanayi üretimi ve istihdam rakamları artış gösteriyor. Yılın ilk dokuz ayında Türkiye ihracatı yüzde 12 artarken Kocaeli'nin ihracatı yüzde 105 artış gösterdi. Bahsettiğim etrafındaki beş ilin artışı ise yüzde 74 oldu.

Bu performans devam ederse, otomotiv ve sanayinin en önemli ihracat şehri Bursa bile geçilebilir.

Protestolu senetler ekonomideki olumlu tablo için önemli bir veri oluşturuyor. Buna göre; Türkiye'de protestolu senetler yüzde 25 azalırken, Kocaeli'nde yüzde 35 azalış gösterdi.

Bölgedeki beş ille birlikte Kocaeli'ye özel bir gelişme stratejisi çizilmeli. ISO'nun 100 Büyük Şirket sıralamasında bölgenin 70 şirketi bulunuyor.

Teknokent, limanların düzenlenmesi ve lojistik imkânların artırılması gibi projeler için acele edilmesi gerekiyor.

[Yazının devamını okumak için tıklayın.](#)

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Nasıl bir şehirde yaşamak istersiniz

Fikri Türkel 21.12.2010

Çevre yolundan giderken gökdelenleri her gördüğümde zihnime farklı sorular geliyor. Bu dev yapılar nasıl bir şehir hayatına götürüyor bizi? Trafiği boş verdim, insan ilişkileri, yaşam alanı ve şehrin gelişmesi çizgisinde yürüyen projeler çözüm üretecek mi yoksa yeni engelleri mi oluşturacak?

Başakşehir örneği başta olmak üzere **TOKİ projeleri konut üretiminde lokomotif görevi yaptı**. Peki, **bu projelerin hangisinde ideal bir yaşam alanı oluşturma gayreti güdüldü?** Post-modern Türk mimarisinin izleri mi yer aldı, geleneksel yaşam anlayışımıza çağdaş çözümler mi sundu?

Mevcut projeleri pek çok bakımdan yetersiz görüyorum.

İnşaat ve konut, son yılların en büyük gelişmeyi kaydeden sektörlerin başında geliyor. **Konut projelerinin büyüklüğünü kavramakta bile zorluk çekiyoruz.** Buna rağmen dünyada şehircilikte en fazla olumsuzlukları barındıran ülkeyiz.

Bu tesbit sadece bana ait değil. Etrafınıza bakın benzer şeyleri düşünüp söyleyeceksiniz. Aslında, Bayındırlık ve İskân Bakanı Mustafa Demir de aynı şeyi söylüyor.

Tezatlar ülkesiyiz kabul de işin bu kadar dramatik olduğunun çoğu kimse farkında olmayabilir. Çünkü bir kısırdöngü yıllardır beklenti ve umutlarımızı da törpülüyor. **Kentges adı verilen plan ile yeniden umutlandığımı söyleyebilirim.**

Umutlanan sadece ben değilim. Türkiye’de mimar ve şehir plancısı denince akla gelen duayenlerden **Behruz Çinici** bile **Kentges’e “umudun eşiği” diyor.** 60 yıla yaklaşan meslek hayatında gördüğü en kapsamlı ve tutarlı bir proje olduğunu kabul ediyor.

Kentges nedir?

Açık adı, **Bütünleşik Kentsel Gelişim Stratejisi ve Eylem Planı.**

[Yazının devamını okumak için tıklayın.](#)

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Bu topraklardan bir gıda markası çıkar mı

Fikri Türkel 28.12.2010

“Kendi kendine yeten yedi ülke” efsanesi artık konuşulmuyor. İyi de oluyor. Artık **kendi kendine yeten değil “Lider yedi ülkeden biri olmak” hedeftir.**

Biz yine de önce soframızın kaç mal olduğuna ve ne kadar pahalılaşmaya başladığına bakalım. Bir de küresel olarak tanınan bir gıda markamız olup olmadığına bakalım.

Potansiyelimiz var ama yeterli adımlar atılmıyor.

2011 yılında ne gibi fırsatlar var önümüzde? Geçen gün Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu (TGDF) Başkanı da onu söyledi: **“Daha önce de bahsettiğim gibi Türkiye, gıda üretimi açısından dünya ile rekabet edecek önemli bir güce sahip. Bizlerin 2011 yılında gerçekleştirmeyi planladığı en önemli odaklardan biri de global marka yaratmak.”**

Bunun için neler yapılacağını hep birlikte göreceğiz ama öncelikle uluslararası bir teşvik sisteminin beklendiğini hatırlatayım.

Önce gıda sektöründe ne olduğuna bakalım.

Bahar aylarında AB heyeti tarımla ilgili 12. Fasıl’ı müzakereye açmıştı. İşin içinden çıkılmadı ve geçici olarak kapatıldı. Sebep de **“İşletmelerin AB’ye uyumlaştırılması” konusunun işin içinden çıkılmaz halde** olmasıydı. Eğer müzakereler devam etseydi binlerce gıda tesisinin kapanması gerekebilirdi. Ayrıca AB ile uyum sürecinin ağır maliyeti var.

Türkiye'nin, gıda üretim ve ihracatında önemli bir ülke olduğunu kabul edelim. Dış ticaret karşılama oranının yüzde 205 gibi lehimize olduğu görülüyor. Sanayimiz bir milyon istihdam ve imalat sanayii endeksinde yüzde 20,79 ile dördüncü büyük.

[Yazının devamını okumak için tıklayın.](#)

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Yeni müşteri tipi, yeni şirket tarzı

Fikri Türkel 04.01.2011

Geçmişin muhasebesi mi, geleceğin planlaması mı? Biri olmadan diğerine adım atılmıyor.

Alışveriş olmadan ekonomik potansiyellerin değeri pek anlaşılmaz. O sebeple müşteriden başlamak istiyorum

Yeni trendler geleceğin ekonomisindeki potansiyelleri de gösteriyor. Öncelikle unutmamamız gereken nokta şu: **bir milyar insan açlık sınırında, bir milyar insan da obezlikle mücadele ediyor.** Ciddi bir dengesizlik hüküm sürmeye devam ediyor ve kısa zamanda da bunun telafisi mümkün görünmüyor.

İnternet, her geçen gün etkisini arttırıyor. **Amerika'da insanların yüzde 75'i internetsiz yaşayamam, diyor. Gençler günün 38 dakikasını aileleriyle geçiriyor geri kalan 20 saatini de internet başında.**

Ev kadınları farklı mı? **2010 yılında internetten 1,4 milyar yemek tarifi indirilmiş.**

Mobil iletişim en gözde sektörlerin başında bulunuyor. Sadece cep telefon satışından bahsetmiyorum. **Cep telefonları artık bir ödeme aracı, alışveriş yapılan yer, oyun alanı veya paylaşım ortamı olarak kullanılıyor.** Etkinliğini daha da artıracak görünüyor.

Hem internet hem mobil üzerinden online satışlar artacak.

Oyuncak mağazaları, araçları ve alanları da etkin bir görünüm veriyor.

Sağlık bir eğilim alanı. Sadece gym'e giden insanlardan bahsetmiyoruz. Herşeyle bağlantılaşan bir kavram olmaya devam ediyor. Mesela, daha Türkiye'de pek görülme de kalori yakan çorap ve ayakkabılar çıktı.


Buna bağlı olarak kişisel bakım ve ürünleri de pazarda etkisini gösterecek. Carrefour Planet'lerde geniş kişisel bakım bölümlerinde uygulamalar yapılacak.

[Yazının devamını okumak için tıklayın.](#)

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Türkiye'de meslek hastalığı yokmuş...

Fikri Türkel 11.01.2011

 Türkiye'de meslek hastalığı yokmuş... **İşyeri şartları sebebiyle kanser hastasına pek rastlanmamış. Yani dünyanın her yerinde mesleği sebebiyle kansere yakalanan var ama Türkiye'de yok.** Sevinelim mi?

Acele etmeyin!.. Dünyadaki ortalama göre; meslek hastalığı görülme sıklığı bin kişide dört ila 12 arasında bulunuyor. Türkiye’de 10 milyon çalışan olduğuna göre; mesleğinden dolayı hasta olan kişi sayısı en az 100 bin kişi olması gerekiyor.

Ancak bildirilen meslek hastalığı sayısı sadece 539’dur. Burada bir gariplik görünüyor.

Olayın bir de kanserli sayısına bakalım: Türkiye’de yeni kanserli vakası yılda 150 bin civarında görünüyor. Mesleki kanserler, mesleki hastalıklar içinde yüzde 6 ila 10 orasında görülüyor. Buna göre meslek hastaları arasında dokuz bin ila 15 bin arasında karşılaşılması gerekiyor.

“Türkiye’de meslek hastalığı yok” diye bildirilmesinin anlamı yok. Çünkü her gün yüz binlerce çalışan, “kanserojen” yani kanser yapıcı madde olarak sınıflanan maddelere maruz kalmaktadır.

Bu sonucun sebebi işyeri hekimlerinin hasta bildirimlerinde mesleki ilişkiyi belirtmemiş olmalarından kaynaklanıyor. Yani akciğer kanseri diyoruz ama mesleki bağını söylemiyoruz. Asbest, nikel, krom, arsenik, radyasyon, benzen gibi pek çok madde akciğer kanserine sebep olabilir. Ancak bu detay hasta bilgi notunda belirtilmemiş olabilir.

Önceki hafta Antalya’da kanserden korunma konusunda çalışma yapan doktor ve uzmanların katıldığı Prevantiv Onkoloji Sempozyumu’nda ilginç bildiriler yayımlandı. Sempozyum Başkanı Prof. Dr. İsmail Çelik, sadece meslek hastalıklarıyla ilgili değil, kanser yaptığı şehir efsanesine dönen baz istasyonları ile kanseri önleyen bitkisel karışımlarla ilgili de ilginç açıklamalarda bulundu.

Mesela bir işyerinde kadın işçilerin yüzde 65’i hem sigara içiyor hem de kanser yapıcı maddelere maruz kalıyordu ama hiç meslek hastalığı bildirilmemiş. Demek ki meslek hastalığı tarama usulünde bir yanlışlık yapılıyor.

Bir diğer garip durum da; meslek hastalığı tanımının tıp müfredatında yer almaması olarak gösteriliyor. Kurşun hangi hastalığa sebep olur, hangi şartlarda çalışılmalı ve ne kadar, nasıl yaklaşılmaması gerektiği noktasında tıp uzmanlarına bilgi verilmediği gibi böyle bir düzenleme de yapılmıyor.

Yukarıdaki tabloya göre, ülkemizde çeşitli sektörlerde çalışan birçok işçi kanserojen olarak sınıflanan maddelere maruz kalmaktadır:

Kanserle ilgili şehir efsanelerinden iki tanesi hakkında da açıklamalar yapıldı. Bunlardan biri cep telefonlarının kanser yaptığı hakkındaydı. Öyle ki söylentiler teknofobiye sebep olmaktadır. Teknofobik kurbanlar arasında telefon, televizyon, mikrodalga fırınlar, çamaşır makineleri sözkonusu olabiliyor.

Cep telefonlarıyla ilgili yapılan araştırmayı açıklayan İsmail Çelik’e göre, baz istasyonlarının kanserle ilişkisi olmadığı tesbit edilmiş. Çelik’e göre kanser yol açan gerçek sebepler çevresel ve yaşam tarzıyla ilgili olanlardır. Bunlar da: **Tütün mamulleri kullanımı, beslenme alışkanlıkları, şişmanlık, fizik aktivite azlığı, alkol kullanımı, çeşitli enfeksiyonlar ve bilinçsiz güneş ışığı kullanımı kanser sebeplerinin yüzde 90-95’ini oluşturuyor.**

Dünya genelinde iki milyar insan cep telefonu kullanıyor. Bu kadar yoğun kullanım haliyle sağlıkla ilgili bir gündem oluşturuyor.

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Bu ülkeden Nobel Tıp ödülü çıkar mı

Fikri Türkel 17.01.2011

İki hafta önce Gaziantep'te **"Gençlere Sağlık" projesini** yerinde görmeye gittik. Proje, gençlerin ihtiyaç duyacağı temel sağlık bilgilerini biraraya gelerek öğrendiği ve öğrettiği bir sivil toplum çalışmasını kapsıyor. Buna **"sağlık okuryazarlığı"** diyorlar.

Toplum Gönüllüleri Vakfı'nın yürüttüğü 700 projeden biri olan Gençlere Sağlık projesinin sponsorluğunu Pfizer üstleniyor. Bu etkinliklerle iki bin gence eğitim verilmiş ve 20 bin kişiye de ulaşma imkânı bulunmuş. **Gençlere Sağlık projesiyle katılımcılar uygulamalı eğitimlerle; sağlık hakları, hijyen, beslenme, bağımlılık, kazalardan korunma, güvenli cinsel yaşam gibi temel sağlık konularında bilgileniyorlar ve öğreniyorlar.**

Avrupa ve Amerika'da da benzerleri uygulanan Gençlere Sağlık veya "Akran Eğitimi" ile sağlık masraflarının artmasının da önlenmesi bekleniyor. Çünkü Amerika'da yapılan bir araştırmada sağlık bilgisi az olan kişilerin sağlık masraflarının, sağlık konusunda bilgi sahibi kişilere oranla dört kat fazla olduğu gözlemlenmiş.

İlaç, en çok tartışılan sektörlerin başında geliyor. Bunda sosyal güvenlik kurumlarının yerleşik bir yapıya kavuşmaması, yabancı sermayenin piyasada etkin olması, yerli ilaçta patent bulunmaması gibi pek çok etken rol oynuyor.

Pfizer Türkiye'nin Genel Müdürü **Melih Memecan** ile sektördeki gelişmeler üzerine de konuşma fırsatı buldum. Dünyanın en büyük ilaç şirketlerinden bir olan Pfizer'ın Türkiye'deki konumu ve geleceğine de ışık tutan açıklamalar yaptı.

Memecan, Türkiye'nin ilaç yatırımlarında İrlanda örneğini iyi kullanmadığını ve pek çok ilaç firmasının da yatırımlarını çekemediğini düşünüyor. Ancak, Orhan Pamuk'un Edebiyat Nobel'i almasından sonra, "Acaba bu ülkeden bir Tıp Nobel'i de çıkabilir mi" düşüncesiyle yeni bir çalışma başlattıklarını da ekliyor.

Uluslararası başarı için iyi bir eğitim ve bilimsel imkânların da gerekli olduğunu düşünerek tıp eğitime ve AR-GE çalışmalarına yönediklerini belirtiyor.

Peki, Türkiye'den bir Tıp Nobel'i nasıl çıkacak?

Bu amaçla, 2009 yılında Hacettepe Üniversitesi ile "Kilit Stratejik Merkez Anlaşması"nı imzalıyorlar. Anlaşmaya göre, ilaç AR-Ge ve inovasyon çalışmaları birlikte yürütülecek. Bu amaçla da iki kurumun yöneticilerinin katıldığı bir arama konferansı yapılarak amaç ve sürecin işleyişi belirlendi.

Anlaşma doğrultusunda **geçen yıl Hacettepe Teknokent'e bir AR-GE ofisi açıldı.**

Aynı yıl, ülkemizde yüksek standartlarda klinik araştırmaların yapılması ve yaygınlaştırılması için **Türkiye'nin ilk Sağlık Bakanlığı onaylı "Araştırmacı Eğitim Programı"nı başlattı.** Programla klinik araştırmaların artması, akademik tebliğlerin oluşması hedefleniyor.

Pfizer, klinik araştırmalar için Türkiye’de şimdiye kadar 14 milyon dolar harcadı.

Yine 2009 yılında Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı ile inovasyon ve araştırmaların derinleştirilmesi için bir iyiniyet zaptı imzalandı.

Bunlar kâğıt üstünde kalmadı. AR-GE Ofisi’ne Pfizer’ın dünyadaki en etkin araştırma yöneticilerinden ikisi gelerek, yürütülecek projeler belirlendi.

Halen uluslararası nitelikte 31 proje yürütölüyor.

Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakóltesi’nden seçilen öğrencilere, her yıl dünyanın değişik yerlerindeki Pfizer’ın altı AR-GE merkezinde staj ve eğitim imkânı sunuluyor.

Bütün bunlar Nobel ödölü almak için haliyle yeterli değil.

İlaç sektöründeki son dönemde yapılan fiyat düzenlemeleri, ilaç üreticilerinin kârını azalttı. Ayrıca gerek sempozyum destekleri, gerekse doktorlara yönelik promosyon ve ilaç tanıtım gezileri de oldukça azaldı. Özellikle uluslararası şirketler, bir taraftan fizibilitelerini düzenlerken diğer taraftan da yeni alanlar aramaktadır.

Türkiye’deki yabancı sermayeli ilaç şirketlerinden biri olan Pfizer da, Genel Müdürü Melih Memecan’ın duyarlılığı ile kendine başarılı bir kurumsal sosyal sorumluluk alanı seşmiş.

Bu araştırmalar sonucunda Nobel ödölü alınmasa bile, gerek tıp mensuplarının uzmanlaşması gerekse klinik araştırmalar alanında önemli somut adımlar atılacak. Bu vizyona başka kurum ve kuruluşlar da katılmalı, tıp camiası da Nobel alabileceğine inanmalıdır.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Türkiye’nin çelik kralının yeni hedefleri

Fikri Türkel 19.01.2011

Bak şu Sobacı şefik’in çocuklarına? Artık onlar, Türkiye’nin demir çelikteki en büyük ismi oldular.

Önce sobacılıktan çelik krallığına dönüşümün hikâyesini anlatayım:

Adından da anlaşılacağı üzere Tosyalı Ailesi, Kastamonu’dan göç etmiş. 200 yıl evvel, Tosya’dan çıkıp Kilis’e yerleşmişler. Farklı rivayetler var, ama Kuyucu Murat döneminde yaşanmış bir göç. 60 yıl evvel de aile Kilis’ten çıkıp İskenderun’a yerleşiyor.

Boru işini 1952 yılında teneke soba borusu üreterek şefik Tosyalı kuruyor. 1972 yılında çocuklar devreye giriyor. İş öğreniyorlar ve faaliyet alanı genişlemeye başlıyor. 1988 yılında da modern demir çelik üretimine dönüşüyor.

Tosyalı Holding’in başkanı Fuat Tosyalı ile tanışalı bir yıl iki ay oldu. Önceki görüşmemizde Osmaniye’de kurduğu ve açılışı daha yapılmayan yassı çelik ve boru üretiminden bahsetmişti. Bir milyar dolar yatırdığı yatırımların Türkiye’nin ithal ikameli ürünleri için stratejik önemi olduğundan bahsetmişti. Gerçekten de burada üretilen yassı çelik ve borular için Türkiye, çok büyük ithalat değerleri ödüyordu.

Aslında bu tesisin eşsizliği sadece Türkiye ile sınırlı değil. Dünyada tek seferde yapılan en büyük çelik boru yatırımı olarak da tarihe geçmiş durumda.

İlk yıl bir milyon ton sıvı çelik üretilecek ve üç yıl içinde de iki milyon tona ulaşılacaktı.

Ne acıdır ki bu dev tesisin hayata geçtiği günlerde Şefik Tosyalı vefat etti.

Bu görüşmemizde Fuat Tosyalı, yeni tesislerindeki hedefi yüzde 25 aştıklarını söyledi. Hedef aşımı sadece yeni tesiste yaşanmamış. Meğerse grubun bütün şirketlerinde ve tesislerinde hedefi aşarak büyümeye devam etmişler.

2010 yılında toplam üretimi yüzde 85 artarak 2 milyon 500 bin tona ulaşmış. Holdingin cirosu aynı dönemde yüzde 133 büyüyerek 1,6 milyar dolara, ihracat ise yüzde 40 artışla 400 milyon dolara yükselmiş.

Grubun başka özellikleri de var: Yapısal çelikte yüzde 10 artış sağlanmış, granül çelikte ise yüzde 42 büyüme olmuş.

Tosyalı Holding, ISO 500 sıralamasına göre, sıçramadan önceki 2009 rakamlarıyla zaten Türkiye'nin en büyük ilk 45 sanayi şirketi arasında yer aldı.

Bu yatırımlar Fuat, Ayhan ve Fatih Tosyalı Kardeşlerin iştahını kesmiş değil. Üçüncü nesil henüz okulları devam ederken işlere adapte olmuş durumdalar. Tosyalı Kardeşler, şimdi de yeni tesisler için kolları sıvamış durumda.

Bu yıl için planlanmış üç önemli yatırıma başlamışlar bile.

Osmaniye'deki tesisin yanında 500 milyon dolarla yapılacak yeni yatırımla, ilave olarak 1 milyon 250 bin ton sıvı çelik kapasiteli yeni tesis devreye sokulacak.

Bunun yanı sıra iki yıldır uğraşılan İskenderun Erzin'deki liman yatırımı başlamak üzere. Bürokratik işlemler sebebiyle ancak bu yıl devreye sokulabilecek. Doğu Akdeniz'in en büyük limanlarından biri olacak bu yatırımın kapasitesinin önemli kısmını zaten hurda ithali ve boru ihracı için kendileri kullanacak.

Ayrıca Kuzey Afrika ülkelerinden birinde 500 milyon dolar yatırımla yeni bir demir çelik tesisinin önümüzdeki ay temeli atılacak. Bu tesiste çalışacak kişilerden 250'si Türkiye'den gidecek.

Demir Çelik tesislerinin en önemli özelliği çok büyük enerji harcamalarıdır. Bu yıl termik veya doğalgazla çalışacak bir enerji santrali için de adım atılıyor. 1,5 milyon dolarlık yatırımla enerji sektörüne de girmeyi planlamış durumdalar.

Planlanan yatırımlarla Tosyalı Holding, sektördeki kapasitesini yüzde 47'ye çıkarıyor. 2011 yılı için ayrıca yeni yatırımlar da planlanıyor. Özellikle yapısal çelikte yapacakları ve halen yer arayışlarını sürdürdükleri tesisle Türkiye, hızlı tren rayları, açık deniz doğalgaz sondaj boruları, petrol borularında da dünyanın sayılı ülkelerinden biri olacak.

Sadece Türkiye'de değil, dünyada da sayılı demir çelik üreticilerinden biri durumundaki Tosyalı Ailesi, farklı alanlara girmeyi düşünmediğini ve 2015 yılına kadar yoğun bir gündemleri olduğunu söylüyor.

Sobacılıktan demir çelik krallığı sürecinde bu büyük başarıyı Johns Hopkins Carey Business School da fark etmiş ve Fuat Tosyalı'yı üniversitede girişim dersleri için davet etmiş.

Tosyalı, Anadolu sermayesinin nereye ve nasıl gittiğine dair bir örnektir. Eminim benzerleri de vardır ve bunu başkaları da takip edecektir.

Yerli otomobilimiz olacak mı

Fikri Türkel 24.01.2011

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın TÜSİAD Genel Kurulu'nda "yerli otomobil" istemesini piyasa yeterince tartışmıyor. Aslında, Türkiye'de ilk defa bir devlet yetkilisi, yerli otomobil isteğini bu kadar açıklıkla ifade ediyor. Peki, yerli otomobilimiz olacak mı?

Başbakanın konuştuğu zevatın gözlerine, düşüncelerine bakarsak bu olmaz. Eğer bunu Erdoğan istemişse olabilme ihtimali var demektir.

Olayı birkaç açıdan incelemek gerekiyor.

Öncelikle Türkiye'nin bir otomotiv üreticisi olduğunu unutmayalım. 2010 yılında 17,3 milyar dolar ihracat rakamıyla bütün sektörlerin önünde yer alıyor. Bir önceki yıla göre üç milyar dolar daha ihracatını arttırabilmiş bir sektörden bahsediyoruz.

Yerli otomobil deyince hemen **Devrim** ve **Anadol** markaları geliyor. Devrim trafiğe çıkamadı, Anadolu'un ne derece yerli otomobil olduğu konusu tartışmalıdır.

Otomobilde bir marka değerine bir de piyasa payına bakmak gerekiyor. Adet üretimlerde dünyanın en büyüğü Japon **Toyota**'dır. 7,2 milyon adet üretimi ve 131 milyar dolar piyasa değeriyle açık ara önde bulunuyor. Onu Amerikan **General Motors** 6,4 milyon adet üretimi ve 66 milyar piyasa değeriyle takip ediyor. Dünya üçüncüsü ise Alman **Volkswagen** grubu. **Ford**, **Hyundai**, **Peugeot**, **Nissan Fiat** ve **Suzuki** ilk ondaki oyuncular.

Görüldüğü gibi en itibarlı markalardan **Mercedes**, **BMW** bu listede yer almıyor.

Bir de son 10 yılda gündeme gelen Çinli ve Hintli markalar var: **Chery**, **Tata** en önemli iki markadır. Çin'in kalabalık nüfusuna ve devletin iddiasına rağmen Chery'nin satışları daha bir milyon adede ulaşamadı. Yerli otomobil tartışılırken gündeme gelen niş markalar var. Malezyalı **Proton**, İranlı **Samand** gibi. Samand, en yüksek üretim adedine 2007'de 186 bin adetle ulaştı. Halen 170 bin civarlarında üretiliyor. Ayrıca bu alanda kaç tane patenti var, ona bakılmalı.

Proton, 1984'de kuruldu. Mahatır Muhammed bunu bir devlet politikası olarak ortaya koydu. Çin ve Hindistan'ın 2000'li yıllarda ortaya koyduğu vizyonu 15 yıl önce ortaya koymasına karşılık yeterli mesafe aldığı söylenemez.

Otomobil tasarımı deyince akla gelen İtalyan markalarını da düşünmek gerekiyor. **Ferrari**, **Alfa Romeo**, **Lomborghini** gibi. Formula-1 pistlerinin iddialı modeli Ferrari'yi total satışlarda hiç önde göremeyiz. Amerikan **Porsche** de öyledir.

Bir de **MAN** gibi güçlü markaları düşünmek gerekiyor. Ağır ticari araçlar kategorisi de dünya devleri arasında görünmüyor.

Yerli otomobil isterken hangisini tercih etmemiz gerekiyor?

Şu anda bütün dünyanın konuştuğu elektrikli otomobiller gündeme geldi. Hibrid veya elektrikli otomobil seçeneğini de listeye eklememiz gerekiyor.

Gelelim Başbakanın talebine. Yerli otomotiv sanayicilerinin çoğu TÜSİAD'ın üyeleridir. Başbakan otomobil isteğini kendine yakın gösterilen dernek ve odalarda değil de niye bunu TÜSİAD'dan istiyor.

Doğrusu, işi bilenden istemektir. Dünyanın en rekabetçi sektöründe üretim yapılacaksa bunu "Babalar"dan istemelidir.

Yerli otomobil deyince ilk akla gelen grup Koç Holding'tir. Daha önce Anadol deneyimini yaşadılar. Halen Ford ve Fiat gibi dünyanın devleri arasında gösterilen iki markasıyla uzun dönemli anlaşmaları bulunuyor. Damatları İnan Kırac'ın Peugeot ile anlaşması da düşünülürse üç markaya üretim yapıyorlar.

Teknik olarak Koç Grubu'nun Koç gibi bir yerli otomobil yapması stratejik bir hata olur.

Türkiye'de en fazla markanın ticari operasyonlarını yürüten Doğuştur. Volkswagen Grubu'nun Türkiye temsilcisi olmasına karşılık şimdiye kadar otomobil üretimi konusunda güçlü adımlar atmadı. Bırak yerli üretimi, VW markalarının tek fabrikası için bile risk aldığını görmedik.

Sabancı Grubu, Toyota üretimine iddialı girdiler ama Özdemir Sabancı'nın katledilmesinden sonra önce üretimden sonra pazarlamasından çekildiler. Temsa ile otobüs ve minibüs üretiminin yanı sıra otomobil lastiğinde iddialarını devam ettiriyorlar.

Mercedes ve MAN Türkiye'de otobüs üretiyor. Dünyada tercih edilen otobüslerin rekabet alanı farklı ve yabancı marka ile üretim yapılıyor.

Tercihle bulunurken öncelikle kısa ve uzun vadeli stratejiler çizilmelidir. En önemlisi ise bunu sektörün şimdiki temsilcileri yapmaz, yapamaz. Sorunun teknoloji olduğunu sanmıyorum. Otomobil teknolojisinin bilinmeyen sınırları yoktur. **Üretim yapmak rekabetçi bir marka üretmek anlamına gelmez. Tekstilde dünyanın en iyi üreticisi durumundayız ama hâlâ uluslararası bir markamız yok.** Aynı şekilde gıda sektöründe uluslararası üretim standartlarını yakalamış ve farkındalık oluşturmuş üreticilerimiz var ama küresel bir oyuncumuzun olduğu tartışılabilir.

Güney Kore, yerli otomobil vizyonunu Türkiye gibi ilk defa 1960'lı yıllarda konuşmaya başladı ama bunu ancak 1980'li yıllarda ortaya koyabildi. Bence uzun vadeli bir strateji ortaya konulmalı ve geleceğin otomobilini yapmak için yola çıkılmalıdır. Geleneksel tarz otomobillerde rekabet şansımız zor görünüyor. Elektrikli otomobil bu bakımdan bir fırsattır.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Erzurum Kış Oyunları olimpiyatları getirir mi

Fikri Türkel 26.01.2011

İki gün sonra Kış Oyunları başlıyor. Resmî adıyla Winter Universiade 2011 (Üniversitelerarası Kış Oyunları) sadece Erzurum'u değil Türkiye'deki herkesi ilgilendiriyor. Kar duasını bile gündeme getirmesinin sebebi budur.

Spordan Sorumlu Devlet Bakanı Faruk Nafiz Öz, ekonomi yazarlarını da davet ederek, kendi perspektifimizden yatırımları ve oyunları değerlendirmemizi istedi. O kadar çok yazılacak şey var ki burada yazılanlar yapılanları ve olayın etkinliğini anlatmamıza yeterli olmaz.

Klasik bir sokak ağzı yaklaşımı vardır: **“Biz kim, olimpiyat kim organize etmek kim?” Bu söz bence Erzurum 2011’den sonra tarihe karışacak.** Mesele Atlama Kulesi, Buz Hokey Salonu, Curling Salonu yapmak değil. Bunların her biri dünyadaki örneklerinden çok ilerde. Atlama Kulelerinin Türkiye’de ilk olmasının yanı sıra dikkat çeken özelliği ile Erzurum’un şehir ikonu haline bile gelebileceğini öngörebilirsiniz.

Atlama Kulelerine Telekom bir milyon dolar vererek sponsor olmuş ve adı Telekom Atlama Kuleleri olmuş.

Bu gibi detaylara girmeden önce genel bir bakış vereyim: **Şimdiye kadar 670 milyon dolar harcanmış. Oyunların kapanışına kadar bu miktarın 700 milyon dolar olması bekleniyor.** Her şehir için büyük sayılabilecek bu harcamanın sadece oyunlar için olduğunu düşünmeyin.

Palandöken’in dört-beş km. yakınında Konaklı Bölgesi’ne yapılan yatırımlar orta vadede yeni bir kış turizm bölgesi kazandırılmasıyla ilgilidir. Kış turizmi için altyapısı tamamlanmış ve otelleri bekleyen bir havza oluşmuş durumda. 10 tane otel yapılabilir ve aynı anda yedi-sekiz bin kişiye kayak yapma şansı veren ideal bir merkez özelliği gösteriyor. Uzmanlara göre, dünyanın en iyi beş kayak merkezinden biri olabilecek potansiyele sahip. Palandöken’deki 10 bin kapasiteli pistleri de düşününce şehre nasıl bir vizyon çizildiği daha iyi anlaşılıyor.

Şu anda şehirde iki-üç bin yatak kapasitesi var. Önümüzdeki beş yıllık dönemde milyar doları bulan yatırımlar bekleniyor.

Turizm yatırımlarının bir diğer özelliği ise, Konaklı Bölgesi’ne Pasinler’den termal suyun getirilmesi; fizibilitesi de yapılmış. Buraya yapılacak otellerin kış ve termal turizmi birlikte yapma şansı verecek.

Kış Oyunları sebebiyle yapılan yatırımlar arasında en çok dikkat çeken suni karlama altyapısı görünüyor. Bu sadece oyunlarda kullanılmayacak. Bölgedeki kış turizmi etkinliklerini iki ay daha uzatabilecek bir altyapı yatırımı anlamını taşıyor.

Kar ihtiyacı olduğu günlerde günde bin ton su harcanıyor ve pistler karla kaplanıyor.

95 ve 125 metrelik dev Atlama Kulelerinin yanında üç tane de eğitim amaçlı Atlama Rampaları yer alıyor. Daha önce bu alanda sporcumuz yoktu. İlk defa burada özel izinle liseli atlama sporcularımız atlayacak. Çünkü şimdilik atlama yapan üniversiteli kayakçımız bulunmuyor.

Tesislerde konaklama imkânı da bulunuyor.

Bu oyunlarla Türkiye, dünyanın en güzel Curling Salonlarından birine sahip oldu. Türkiye’ye yabancı olan bu spora ilgi bütün dünyada artıyor. Zaten etkinliklerin biletlerinde ilk tükenen de Curling Yarışları olmuş. Aynı şekilde Atlama Yarışları ve Buz Hokeyi biletleri de şimdiden bitmiş durumda.

Bilet deyince katılımlar konusunda da bilgi vereyim: Dünyadan gelecek basın mensuplarının yanı sıra **Türkiye’den bin 500 gazeteci akredite olmuş. 50’ye yakın büyükelçi, 300 milletvekili de açılışlara geleceğini teyit etmiş durumda.**

Seneye Kış Oyunları Slovenya’da olacak. Slovenler hem teknik danışmanlığını yapıyor, hem de deneyim elde etmek için kalabalık bir grupta Erzurum’da bulunuyorlar. Oyunlarla en fazla ilgili ülke Japonya. En erken gelen grup da onlar.

Etkinliklerin gösterilerini Mustafa Erdoğan'ın Anadolu Ateşi gerçekleştirecek. 70 cirit sporcusu da yine oyunların açılışında gösteri yapacak.

Erzurum demek oltutaşı demektir. Tespihinden süs eşyasına oltutaşına büyük ilgi var. Bakan Özak, misafirlere hediye edilmek üzere iki bin tespih sipariş etmiş bile. Ayrıca Karadeniz'in fındığı, Ege'nin zeytinyağı da hediyelikler arasında yer alıyor.

İzmir, Üniversitelerarası Yaz Oyunları'nı organize etmişti. Kış Oyunları'nın zorluğu barınma ve giyinmede kendini gösteriyor. Organizasyonda görevlilerin giymesi için beş bin bot yaptırılmış. Ayrıca sporcuların kıyafetleri ve çalışanların soğuğa karşı teknik kumaşlardan oluşan giysileri de öyle.

Eksi derecede yayın yapmanın zorlukları var. Ayrıca atlama ve kayakçıların çekimleri için özel teknikler ve aletler gerekiyor. Teknik altyapıyı İngilizler yapıyor ve yayın hakkı elinde olan TRT'ye teknik destek için her türlü imkân verilmiş durumda. Pek çok yeni alet alınmış. 10 milyon dolara yakın paranın teknik alet ve yayın için harcanması bekleniyor.

Bir başlangıç olunca arkası geliyor. **Erzurum'a seneye de Dünya Gazeteciler Kayak Yarışması için 350 sporcu gelecek** ve tekrar dünya gündemine taşınacak. Türkiye Kayak Federasyonu Başkanı Özer Ayık'a göre **her yıl ulusal ve uluslararası nitelikte üç-dört yarışmanın Erzurum'da yapılması planlanmış durumda. 2012 Kuzey Disiplini Dünya Gençler Kayak Şampiyonası ve Balkan Triatlon Yarışları gibi.**

Atatürk Üniversitesi'nin bünyesinde üç bin kişiye hizmet verecek beş yıldızlı otel kalitesinde yemekhane yapılmış. Uzakdoğu mutfağından vejetaryene, sürekli açık büfeden yerli ürünlere kadar herşeyin düşünüldüğü dev catering hizmeti de unutulmamış.

Bunun yanı sıra Ruslar ve İranlılar da kış turizmine büyük önem veriyor ve Erzurum'a ilgi gösteriyor. Önümüzdeki yıllarda komşu ülkelerden büyük turist gelişi bekleniyor.

Oyunlar bir milat ve asıl turistik ilginin bundan sonra olacağı bekleniyor. Mesela, Meclis Başkanı Mehmet Ali Şahin, oyunlardan sonra milletvekilleriyle kayak yapmaya geleceğine söz vermiş.

Görkemi, heyecanı, farkındalığı ve etkinliklerle Erzurum Kış Oyunları bir milat olabilecek gibi görünüyor. Ama daha önemlisi Türkiye'nin en az 50 yerinde daha kış turizmini harekete geçirecek bir atmosferin oluşturulmasına da sebep olacak.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Gelecek üzerine düşünmek

Fikri Türkel 28.01.2011

Son günlerde mobil ve internet pazarlama konusu çok konuşuluyor. Konu buraya gelince hemen bana soruyorlar: **Taraf'ın internet aboneliği nasıl gidiyor? Taraf bu konuda sanırım lider durumda.**

İnternet aboneliği yaygınlaşıyor. **New York Times'ın 2016 yılında kâğıt gazeteyi bırakacağını biliyor muydunuz?** Gazeteler yeni döneme zihinsel olarak hazır olmalı. Çünkü teknoloji gelişirken toplumu da, düşünce tarzını da dönüştürüyor.

Son iki hafta içinde, dünyada çok konuşulan iki ayrı düşünce adamını dinleme fırsatı buldum. **Rasyonel Olmayan Düşünceler üzerine yazdığı kitapla meşhur olan Dan Ariely’i Turkcell, pazarlama konusunda ilginç fikirleriyle uzun yıllardır gündemde kalmasını bilen Don Peppers’ı ise Vodafone Türkiye’ye davet etmiş.** Yani reklamlarda, kampanyalarda gördüğünüz rekabet pazarlama gurularının getirilmesinde de görülüyor. Güzel bir rekabet olduğunu düşünüyorum.

Yazıya internet aboneliği ile başladığım için o konuyla ilgili bir soruyla gireyim. Size abonelik konusunda üç teklif sunacağım:

- 1- Sadece gazetenin internet abonesi olmak aylık 15 lira.
- 2- Gazetenin her ay kapınıza gelmesini istiyorsanız 30 lira ödemeniz gerekiyor.
- 3- Hem internet hem de gazetenin kapınıza gelmesini istiyorsanız 30 lira ödeyin.

Hangisini tercih ederdiniz? *The Economist* birkaç yıl önce böyle bir kampanya yapmış. Haliyle ikinci seçeneği kabul eden çıkmamış. Birinci tercih yüzde 16, üçüncü tercih yüzde 84 olmuş. Dan Ariely, ikinci seçeneğin olmadığı bir test yapmış. Sonuç: üçüncü seçenek yani hem gazetenin basılı hali hem de internet aboneliği yüzde 68’e düşüyor.

Gördüğünüz gibi hayatta rasyonel olmayan tercihler var. Ariely, uzun süre hastanede ciddi yanıklar içinde yatıyor. Bu hastane sürecinde insanların hareketlerini inceliyor. Taburcu olunca da çalışmalarına devam ediyor ve Rasyonel Olmayan Hareketler üzerine kitaplar yazıyor.

Daha sağlıklı düşünmek için seçtiğim birkaç notu aktarmak istiyorum:

- » Yaşamlarımızda ne yapmak istediğimizi bile bilmeyiz –tamı tamına yapmayı düşündüğümüz şeyi yapan birine rastlayıncaya kadar.
- » Birinin bir şeyi çok istemesini sağlamak için tek yapılması gereken o şeyin elde edilmesini zorlaştırmaktır.
- » Bir şey için ne kadar çok emek sarf ederseniz, ona yönelik daha fazla sahiplik hissetmeye başlarsınız.
- » Uzun vadeli hedeflerimize ulaşmada defalarca başarısız oluyoruz. Neden? Çünkü ön taahhütler olmadan, kendimizi cezbedici şeylere kaptırmaya devam ediyoruz.
- » Şu bir gerçek ki kumardan alınan keyif ödülün ne zaman geleceğini öngörmeye gücümüzün yetmemesinden gelir. Oynamaya devam etmemizin nedeni budur.

Yabancı uzmanlar geleceği konuşuyor. Günlük köşe yazarlarına bakınca bu konuda ne kadar eksik olduğumuzu gördüm. Don Peppers, “Mobil Gelecekte İş Yapmak” üzerine yaptığı konuşmada, gelecekte iş yapmak için “güvenilir” ve “saygın” olmanın öncelikli zorunluluk olduğunu belirtiyor.

Müşteri ile ürün arasındaki farkın, müşterinin düşünebilme ve tercih hakkı olduğunu belirterek, “müşteriniz balık değildir” diye değişen beklentilere dikkat çekiyor.

Bir giyim mağazasından bir gün arayla aynı kravattan almaya kalksanız, tezgâhtar size “Dün aynısından aldınız” diye uyarıda bulunur mu? Amazon, daha önce aldığınız kitabı aldığınızı hatırlatıyor. Niye gelirinden fedakârlık yapıyor? Çünkü müşterinin güveni, kârından daha önemlidir.

Yeni dönemde “kendini tanımla, farklılaş ve etkileşim kur” diyen Peppers’ın konuşmasından da birkaç not aktarmak istiyorum:

- 1) Teknolojinin gelişmesi sonucu CRM konusunda seçenekler artacak. Kişiselleştirilmiş ürünlere yönelin.
- 2) Gelecekle ilgili bazı trendleri tahmin edebileceğimizi ancak tam olarak, nerede, nasıl, hangi boyutta gelişmeler olacağını asla bilemeyeceğiz.
- 3) Müşteriler, şirketlerle yaşadıkları deneyimleri asla unutmuyorlar.
- 4) Geleceğe hazırlanırken, şirketlerin yapması gereken en önemli şey, kısa dönemli kârları değil, uzun vadeli ilişkiye odaklanmaktır. Güven olmadan ilişki olmaz.
- 5) E-posta demode oldu, sosyal paylaşım siteleri daha etkin. Gelecek mobil pazarlama, uygulamalar üzerine kurulacak. Mobil internetle herşeyi yapmak mümkün olacak.
- 6) Güven kazanmak için hem iyi niyetle işe başlamak, hem de işi çok iyi yapmak gerekli. Müşteriler beceriksizliği, kötü hizmeti affetmiyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Küçük sanayicilerin büyük sıçrayışı

Fikri Türkel 31.01.2011

İstanbul’da küçük sanayici deyince İMES yani İstanbul Madeni Eşya Sanatkârları Sanayi Sitesi akla gelirdi. Ekonomik kriz ve sonrasında Dudullu merkezde olanların, diğerleri hakkında da somut örnek oluşturacağını düşünüyorum.

Dikkat ederseniz İMES’in adında sanatkâr ifadesi yer alıyor. Konuya oradan girmekte fayda var. Osmanlı ve Cumhuriyet’in ilk yıllarında üreticilerin çoğu sanatkâr ustalardan oluşurdu. Üretim ve tamirat işleri ile uğraşanlar da gayri Müslim vatandaşlarımızdı. Tornacı, frezeci, dökmeci, modelci gibi meslek dallarında çok küçük ölçekte sanayi ve tamirat işlerine sahiptiler. Bu işyerleri tersanelere yakın olması bakımından Haliç’in iki yakasında konumlanmıştı.

Anadolu’dan göçlerle birlikte bu işyerlerine çırak gelenler, zamanla merdiven altı tabir edebileceğimiz gayri sıhhi işyerleri, atölyeler açmaya başladılar. 60’lı yıllardan itibaren KOBİ’lerin desteklenmesi amacıyla kooperatifler ve sanayi siteleri teşvik edilmeye başlandı.

Bugün şehrin ortasında kalan İMES’in Dudullu’daki arazisinin 1971 yılında satın alındığında etrafında tek bir bina yoktu. Kooperatif olarak 1976 yılında temeli atıldı ve 1986’da ise faaliyete geçti.

100 metre ile 400 metre arasındaki her bir küçük atölye bugün dev fabrikalar doğurmuş olmasına rağmen, Gebze’de kurdukları üç bin dönümlük Organize Sanayi Bölgesi bile artık ihtiyaçlara cevap verememektedir.

Geçenlerde İMES’in Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Akar ve Yönetim Kurulu üyeleriyle sohbet etme imkânı buldum. Kriz sonrası küçük sanayicinin nasıl yeniden yapılandığına dair ilgi çekici bilgi ve örnekler sundular. Bu

notları paylaşmak istiyorum:

» İMES'te 1.100 işyeri bulunuyor. 800 küsuru kooperatif üyesi. İMES'tekilerin yüzde 70'i ise kiracılardan oluşuyor.

» 2009 başında 86 işyeri boşaldı. Bu İMES'in en dip noktasıydı. Bu süreçte işyeri değerleri de azaldı. Hâlbuki kriz öncesi, İMES'teki işyerleri diğerlerine göre daha fazla prim yapardı. Örneğin 100 metrekarelik bir işyerinin kirası 2500 liraydı, kriz döneminde 1500 liraya düştü. Fakat şimdi tekrar 2500 liraya geldi.

» Şu anda fiyatlar yine etraftaki işyerlerine göre daha fazla prim yapıyor. 600 metrekarelik bir dükkânın satış fiyatı 2,5 milyon liraya geldi. Kriz öncesi seviyesini çok geçti. Showroom'a yönelik işyerleri iç kısımlarda yer alan işyerlerinden çok daha değerli.

» Bir sanayi bölgesi için lokasyon çok önemli. İMES, Anadolu'nun kapısı özelliğini taşıyor. Trafik sorunu yok. Kocaeli, Sakarya'dan gelen biri hiç trafiğe girmeden, ihtiyacı olan ürünü İMES'ten alıp dönebiliyor. Bu nedenle Anadolu'daki firmalar İMES'i tercih ediyor. Türkiye'nin en eski sanayicilerinin bulunduğu yer olmasıyla İMES'teki iş gücünün kalitesine güveniliyor.

» İMES'teki bir firma büyüdükçe başka yerlere gidiyor. Ancak kimse İMES'teki yerini boşaltmıyor. Çünkü İMES, stratejik önemini hâlâ koruyor. Gidenler de genelde Gebze OSB'ye gidiyor. Eski üyelerin yüzde 30'u gitti. Gebze OSB'de yer taleplerine cevap verilemiyor.

» İMES'te ağırlıklı olarak her türlü makine, oto yan sanayii, beyaz eşya gibi sektörler bulunuyor.

» İMES bir ticaret merkezi haline dönüşmüş durumda. Etrafında birçok konut projesi var. İMES için "Şu müteahhide satıldı" gibi laflar çıkıyor, ancak yönetime göre böyle bir şey yok. Yine de ileride ne olacağı ve kentsel dönüşüm projelerinden birine cevap verip vermeyecekleri kesin değil. Demek söylentilerde az da olsa haklılık payı var.

» İMES'te 22 banka şubesi var. Bazı bankalar ikişer şubeli.

» KOSGEB'in de şubesi var. KOSGEB'in gerek danışmanlık, gerekse kredilendirme konularında yönetimle ilişkileri oldukça iyi görünüyor. Bu arada İMES'teki işletmelerin hepsini KOSGEB veri tabanına kaydetmeye çalışılıyor.

» İMES, yapı kooperatifinden, işletme kooperatifine geçti. Yapı kooperatifinin amacı işyeri yapıp teslim etmekti, şimdi bir alışveriş merkezi, organize sanayi bölgesi gibi işletmesini yürütmek ve hizmetlerde daha seri kararlar alabilmeyi hedefliyor. .

» Eximbank'ın yurtdışındaki makine alımlarını kredilendirmeye başlaması, İMES üye ve yöneticileri tarafından büyük ilgi görüyor.

50-60 yıl önce iç göçle Anadolu'dan gelenlerin oğulları ve torunları artık Türkiye sanayiinin en etkili oyuncularında. Bunların en canlı örnekleri de İMES'te bulunuyor. Takip etmekte fayda var.

fikriturkel@gmail.com

Ali Ağaoğlu markası üzerine...

Fikri Türkel 02.02.2011

Son günlerde seyrettiğim en güzel reklamlardan biri THY'nin Caroline Wozniacki'li olanlarıdır. Kişisel değerleri ve marka olmuş kişilerle bir hizmet ve ürünü sunan bir reklam az gördüm. En azından çok etkilendim.

Kişileri markada kullanmak büyük risktir. Başarılı olanları da çok azdır. Virgin Air'le yakından tanıdığımız Virgin Atlantic'in kurucusu Richard Branson bunlardan biridir. Donald Trump bir başkasıdır.

Geçenlerde bir haberde iki Ali'yi değerlendirmişler: Ali Ağaoğlu ve Ali Sabancı. İkisi de kendi şirketlerinin reklamlarında rol aldılar. Ali Ağaoğlu'na farklı teklifler de varmış. Sonuçlarını göreceğiz. Ama benim her iki Ali'den de olumlu beklentim yok. İşlerinde başarılı olmaları, iyi bir reklam figürü olacakları anlamına gelmez.

Öncelikle ortada bir "marka kişi" olmalı. İşinde başarılı olmak, onun kişisel olarak da marka olduğu anlamına gelmez. Bir de kişisel markanızı iyi yönetmiyorsanız, algılarının sonuçları istemediğiniz doğrultuda gelişebilir.

Yani hakkınızda her zaman çevreci otomobillerle ilgili haberler, yorumlar çıkmayabilir. Mesela, yatağınızın 120 bin dolar olmasının kişisel markalama ilişkisi kafa karıştırabilir. Ben evinde birkaç milyon poundluk koltuk bulunan evler gördüm. Londra'da Sotheby's açık arttırmasına girmiş ve bilmem hangi kralın koltuk takımını satın almış. Peki, hiç bunu duydunuz mu? Acaba niye söylemek ihtiyacı hissetmez bu işadamı?

Veya başkası niye yatak odasını kamuoyuna açma ihtiyacı hisseder?

Bir gün Ağa'nın kızı röportaja katılır ve "sevgilim olsa babama söylemem" der. Veya gazetecilerle Uludağ'da zirvede hiç ortaya çıkmamış eşile birlikte yemek yer. Çok duygusal ve etkileyici gerçekten...

Yazın Ağaoğlu'nun Mut'ta rüzgâr enerji santralinin açılışı vardı. Konya Ovası'nda törene giderken yanımızda bir Rolls Royce belirdi. Ağa plakalı ve üstü açık arabaya kurulmuş biri yanımızdan süzülüp geçti. Hemen Ali Ağaoğlu'dur diye baktım. Meğerse şoförü etrafa hava ata ata geçip gitti. Sadece bende değil, onu gören herkes bir yargıda bulundu.

Rolls Royce'un dağın başında ne işi var, diye sorabilirsiniz...

Ali Ağaoğlu'nun imaj koçluğunu kim yapıyorsa zikzaklar çiziyor. Bir hafta önce 120 bin dolarlık yatakla gündeme geleceksin, ertesi hafta aile saadeti içinde görüneceksiniz. Çevreci enerji ile sattığınız evlere değer katacaksınız, olumlu imaj çezeceksiniz ardından çevrecilerin karşı çıktığı kentsel dönüşüm konusunda yeni projelere talip olacaksınız. Kafa karıştıran durumlar.

Ali Bey, tipik bir Karadenizli hatta Oflu. **Agresif bir işadamı ve büyük projelere imza atıyor.**

Ağaoğlu'nun inşaat grubu sanırım yılsonunda borsada halka açılacak. Londra'daki projesiyle birlikte yeni kurumsal yapılaşma içine de girecek. Ağaoğlu büyük ihtimalle My Group olacak. Çok şirin bir isim. Bu süreci yönetenler Ali Bey'in kişisel markasını da yönetmek isteyeceklerdir.

Bu ele avuca sığmayan işadamını nasıl yönetecekler merak ediyorum. Ne Paris Hilton'la ne başkasıyla reklama çıksın onun Beyaz Türk olma ihtimali yok.

Gördüğüm kadarıyla **klasik sanatlardan hoşlanmıyor. Aldığı arabalar spor ve ileri teknoloji ürünü.** İşyerlerindeki orijinal tablolarla da baktığımızda **modern sanatlara ilgisi daha yoğun görünüyor.** Reklamlarda çizdiği tipe, çıktığı kızlara ve yattığı yatağa bakarsak; **kişisel tavırları, refleksleri klasik, hobileri post modern... Buyurun yönetin bu markayı!**

Kişisel marka konusu çok tartışmalıdır. Öncelikle Ağaoğlu'nun danışmanları bunu iyi bilmeli ve başarılı uygulamaların bile olumsuz sonuçları olabileceğini öngörmelidirler. Özellikle muhatabınız, dev projelere imza atan bir şirketin başkanıysa.

Marka yönetiminde yüzlerce madde sıralanabilir ama sözkonusu olan kişisel markalama ise neler yapılmayacağına dair de özellikler öne çıkar. Bunların arasında bazı maddeleri seçme ihtiyacı hissettim:

- » Olmadığın gibi görünme.
- » Senin için miktarlar önemliyse, kaliteli davranma.
- » Kendini çok fazla promosyon olarak ortaya koyma.
- » Herşeyi yapmaya çalışma.
- » Sürekli gündemde olmaya da çalışma.
- » Gerçekçi olmayan hedefler koyma.
- » Hedefinizde hayali beklenti ve algılar oluşturma.
- » Tutarsız olma.
- » Aşırı rahat olm.
- » Çok fazla özelinizi paylaşma.

Bu maddeleri uzatabiliriz. Bu listeyi sadece Ali Ağaoğlu okumasın. Özellikle seçim sürecine girdiğimiz bu dönemde siyasilere de yol haritasını çizerken bunları eklemelidir.

Ağaoğlu, inşaat sektörünün büyük adıdır ve iddialı işler yapıyor. Şirketin taşıdığı riskler Ali Ağaoğlu'nun markalamada taşıdığı risklerden daha az diye düşünüyorum. Ve bu gidişle Ağa çok konuşulmaya devam edecektir.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Küresel her olay önce tarımı etkiliyor

Fikri Türkel 04.02.2011

Herkes Mısır'daki gelişmelere dikkat çekiyor. Bölgemizdeki veya dünyanın herhangi bir yerindeki gelişmeler sadece diplomatik ilişkilerimizi değil öncelikle tarımı etkiliyor.

Mısır karışınca petrol fiyatlarını tetiklemesinin yanı sıra pamuk ve iplik fiyatlarını da etkiledi.

Aslında bu süreç daha önce başlamıştı ve **yeni durum iki-üç yıl daha Türkiye'deki pamuk ekimi ile uğraşanlar için cazip sonuçlar doğurabilir.**

Konu sadece pamukla veya siyasi olaylarla ilgili değil. **Geçen yıl Rusya'daki orman yangınları bazı tarım ürünleri ihracatını durdurdu ve dünyadaki tarım ürünü arzı ve fiyatlarının değişmesine sebep oldu.**

Her felaket, beklentileri değiştiriyor. **Pakistan ve Brezilya'daki seller de benzeri tetiklemeyi yaptı. Yine Avustralya'daki geçen yılki kuraklar gibi bu yılki fırtınalar da etkileyecek gibi görünüyor.**

Tarım deyince akla gübre geliyor. Dün Ekonomi Gazetecileri Derneği yöneticileri olarak, Türkiye'nin en önemli tarım şirketlerinden biri olan **Gübretaş'ın Genel Müdürü Mehmet Koca'ya ziyarette bulunduk.**

Gübretaş, Tarım Kredi Kooperatiflerinin bir kuruluşu. Yani **sahibi ve ortakları çiftçiler. Ancak köylü ile çiftçiye karıştırmamak gerekiyor.**

Dünya Bankası, 2003 yılında bir rapor hazırlayarak Tarım Kredi Kooperatiflerinin kapatılmasını istedi. Ancak birlikler bu süreçte yeniden yapılanarak pek çok kârlı kuruluş kurdu ve sağlıklı birer yapı oluşturdu. Gübretaş da bunlardan biri.

Koca ile sohbetimiz, dünya olaylarından tarım politikalarına geldi. Artık dünyada herşey birbiriyle ilişkili bir süreci yaşıyor. Türkiye'de tarımın önem kazanması ve stratejik özelliğini arttırmasıyla sektördeki şirketler de büyük ivme kazanıyor.

Beş yıl evvel 30 milyon dolarlık bir şirket değeri olan Gübretaş, bugün bir milyar borsa değerine ulaştı. Dahası İran'da Razi Petrokimya'yı alarak uluslararası bir oyuncu durumuna da geldi. Önümüzdeki yıllarda başka ülkelerde de yeni ataklarını görebiliriz. Şimdilik büyümenin ve yapılanmanın olgunlaşmasını bekliyor.

İran'daki şirketten büyük ihracat gerçekleştiriyor ve Gübretaş'ın kârlılığı da buradan geliyor. **Gübretaş, tarımda etkin bir oyuncu olabilmek için Manisa'da tarım ilacı şirketi, nakliyat için gemi sahipliği, RORO seferleri, depolama gibi pek çok şirket de kurdu.**

Türkiye tarımı için bunun anlamı nedir?

Eğer bir vizyonunuz varsa bunun lojistik ve felsefi altyapılarını da yapmanız gerekiyor.

Mesela, Türkiye'de tarımda yanlış gübre kullanımı var. Bazen yetersiz bazen de yanlış ve fazla kullanım gerekiyor. Bölgesel olduğu kadar toprak analizi yapılarak gübre kullanılması gerekiyor.

Gübre deyince de akla azot, fosfat ve potasyum geliyor. Her üçü bakımından Türkiye yeterli değil. Yani hammadde olarak dışarıya bağlıyız. Amonyum üretimi bakımından da doğalgazın pahalılığı Türkiye'yi dışa bağımlı kılıyor. Bu sebeple **Türkiye'deki gübre kuruluşları uluslararası oyuncu olmak zorunda. Aksi takdirde rekabetçi ürünler yani gübre üretebilmeleri imkânı görünmüyor.**

Gübretaş, ilk defa **Toprak Verimliliği Haritası** hazırlıyor. En gelişmiş tarım alanlarının olduğu **Trakya hakkındaki veriler** bile **durumun içler acısı halini ortaya koyuyor:**

- » Bölgenin yüzde 82,4'ü organik maddece fakir topraklar.
- » Yüzde 28'inde tuzluluk, yüzde 73'ünde hafif tuzluluk problemi bulunmaktadır.
- » Yüzde 15,2'sinde potasyum eksikliği görülüyor.
- » Yüzde 80,6'sında çinko noksanlığı bulunuyor.
- » Demir noksanlığındaki oran ise yüzde 10,4 olarak belirlendi.
- » Yüzde 10'nunda kalsiyum, yüzde 11,7'sinde magnezyum eksik.
- » Asit karakterli toprak miktarı yüzde 42,2, alkali karakterli olanı ise yüzde 57,8 olarak tesbit edildi.
- » Yüzde 45,7'si ise killi olduğundan pek çok tarım ürünü için uygun görülüyor.

Topraktaki eksiklikler insan bünyesindeki eksikliklere benzer. Ya hasta eder ya da her şartta olumlu sonuç doğurmaz. Geçmiş yıllara bakılınca Türkiye'de beş milyon ton gübre kullanılıyor. Dünyadaki benzer tarım uygulamalarına göre ise kullanılması gereken gübre miktarı sekiz milyon ton olarak tahmin ediliyor.

Yani **gübre sanayii gelişmeye açık bir alan olarak görülüyor.**

Türkiye, sadece 70 milyon insanını doyurmakla yetinemez. Dünyada sekizinci büyük tarım ülkesi olması özelliği ile rekabet edilebilir ve ihracatta yeni hamleler yapabilecek yapıda bulunmalıdır.

Bu sebeple de Gübretaş gibi yeni oyunculara ihtiyaç duyulmaktadır.

Türkiye başta miras yapısı sebebiyle geniş tarım alanlarından yoksun bırakılmış. Bu alanda yeni bazı iyileştirmeler yapılmış olsa da yeterli bulunmuyor.

Dünyadaki gelişmelerin yanı sıra Türkiye'de bu yıl seçim var. Seçimler tarım sektörünü genelde sevindiriyor. Seçim etkisinin yanı sıra yüzde 5 faiz sübvansiyonu ve tarım sigortalarının üçte ikisinin devlet tarafından ödenmesi iyi bir dönem geçirileceği şeklinde yorumlanıyor.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

En güçlüler listesindeki Türk kadını

Fikri Türkel 07.02.2011

En güçlüler deyince hemen petrokimya sektörü akla geliyor. Küresel oyuncuların en büyükleri bu sektörde bulunuyor. Bildik markaların sahipleri gibi ortalıkta görünmezler ama uluslararası dengelerin kurulmasında daima önemli rol oynarlar. İşte onların arasında artık bir Türk oyuncu da yer aldı. Hem de bir işkadınıymız.

Petrokimya sektörünün en önemli dergilerinden olan *Petrochemical* dergisi, 50 kişilik "The Power List"e Bayegan'ın Başkanvekili Rüya Bayegan'ı da seçti. Bu seçimde kullandığı gerekçe olarak şu detaya yer verilmiş: **"Bayegan Grubu 1940 yılından beri oluşturduğu bilgi birikimiyle petrol ve petrokimya**

sanayiinde faaliyet göstermeye devam etmekte. Bayegan, Türkiye’de gücünü kanıtladıktan sonra şimdi de Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi piyasasına odaklanıyor... Ürün pazarlama gücü, sektördeki deneyimi ve herşeyden önemlisi sektör devleri ile güvenilir bir iş ortağı olması, Rüya Bayegan’ın ‘En Güçlü’ 50 oyuncu arasında yer almasında önemli rol oynuyor”

Petrochemical dergisi, Ortadoğu’nun bu alandaki en önemli referans yayınıdır. Dergi, hedeflerine odaklanan ister güç, ister nüfuz, ister başarı olsun, bölgenin en etkin profesyonellerinin profilini çıkarıyor.

Listeye göz atınca kimlerle dans edildiği daha iyi anlaşılıyor: Suudi Aramco’nun CEO’su Khalid Al Falih, International Petroleum’dan Khadem Al Qubaisi, Sabic’ten Mohamed Al Mady, Chema WEyaat’tan Mohamed Al Azdi, Qatar Indruies, Takreer, Sipchem, Aramco, Chevron, Shell vs. Yani Ortadoğu’nun bütün özel ve kamu niteliğindeki devleri listede yer alıyor.

Ortada bir başarı hikâyesi var. Ben Rüya Hanım’ın başarısı üzerinde değil, pek bilmediğimiz bir grup ve sektör hakkında biraz bilgi vermek istiyorum. Günlük politikalar içinde, dünyanın karmaşası karşısında önemli detayları kaçırmayalım.

Bayegan Ailesi’nin bir kolu Selanik’e diğer kolu ise Azerbaycan’a dayanıyor. Şirketin yönetim kurulu başkanlığınıERCÜMENT Bayegan, başkanvekilliğini ise eşi Rüya Bayegan yürütüyor. Ticaret dışında ailenin başka uğraşları var mı pek bilinmiyor. Ancak Bayegan’ın kelime anlamının “Kayıtlı” olduğundan yola çıkarak Osmanlı’da devlette bir memuriyetin olabileceği de düşünülüyor.

Aile Cumhuriyet’in ilk yıllarında Türkiye’ye göç ediyor. Ticaretle uğraşan dedenin ilgi alanı kimyevi ürünler. Savaş yıllarında parafin ihtiyacı ortaya çıkınca ithalatını Bayeganlar yapıyor.

Yine plastiğin bulunmasıyla birlikte **Türkiye’ye ilk plastik ithalatını yapan yine Bayeganlardır.** Petrokimya ürünlerindeki uzun süreli deneyimi de buradan gelmektedir.

Bayegan’ın Dubai’deki şirketi BGN International, grubun bölgede güçlenmesine büyük katkı sağladı. Dünyanın en önemli şehirleri yanı sıra 21 ülkede ofisi bulunuyor. En son, Mısır’da faaliyet gösteren **Oriental Petrokimya** ile imzaladığı anlaşma ile sektörde ve bölgede gücünü biraz daha ileriye taşıdı.

Diğer taraftan, **Chevron Philips’in Suudi Arabistan’da bulunan fabrikasında üretilen stiren monomer ürününün uluslararası temsilciliğini** de üstlendi.

Bayegan’ın ana uğraş alanı petrokimya olmasına karşılık son yıllarda **çimento, demir-çelik, uluslararası gıda ticareti ve inşaat sektörü** de yer alıyor.

Ercüment Bayegan, bu sektörlerle zorunlu bir giriş yapmak zorunda kaldığını söylüyor. İran veya Körfez ülkelerinden aldıkları ürünler karşısında para yerine mal talep edilmeye başlanmasıyla bu alanlarda da etkin rol oynamaya başladıklarını anlatıyor.

Öyle ki, **Türkmenistan’ın en büyük çimento tedarikçilerinden biri haline gelmiş durumdalar.** İran’dan aldıkları çimentoyu Türkmenistan’a, Katar’dan aldıkları petrokimya ürünlerine karşılık onlara da demir-çelik satmaya başlamışlar. Bayegan, barter ticaret payının cirolarında önemli yer tuttuğuna da dikkat çekiyor.

Diğer taraftan Amerika’nın İran’a ambargo uygulamasına rağmen, **hem Amerikan petrokimya devleriyle, hem de İranlı kuruluşlarla stratejik işbirliği yapan dünyadaki önemli şirketlerden biri durumunda.** Devlerle dans ifadesini bunun için kullandım.

İnşaat sektörüne **İstanbul'da bir alışveriş merkezi ile başlayacak** olan Bayegan'ın sektör vizyonu daha kesin belirlenmemiş.

Sonuçta ülkelerin uluslararası stratejilerinin oluşması sadece politikacılara bağlanacak kadar basit değildir. Rüya Bayegan gibi oyuncularla daha sağlıklı ve güçlü bir ilişki ağı oluşmaktadır.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Ülker nereye koşuyor

Fikri Türkel 09.02.2011

Aslında Ülker mi demeliyiz, Yıldız Holding mi yoksa Murat Ülker mi?

Son günlerde ardı sıra grupla ilgili haberlerin sonu gelmiyor. İlk haber Yıldız Holding'in iştiraklerinden **Bizim Toptan Satış Mağazaları'nın halka açılacağı** haberi yayınlandı. Ardından **Ülker'in Doğan Medya'ya teklif verdiği** haberleri düştü. İki üç gün sonra da **İtalyan gıda ambalaj devi Nuroll SpA satın alındı**. Anlaşılan o ki benzeri haberlerin devamı gelecek.

Önce neler olduğunu iyi anlayalım. Doğan Medya'ya verilen teklifi okuyalım. **Ülker'in bağlı olduğu holdingin adı veya çatı şirketi Yıldız Holding'dir**. Yıldız Holding, Gözde adıyla bir "girişim sermayesi yatırım ortaklığı" kurdu. **Medyaya girmeye karar veren Gözde Finansal Hizmetler'dir**.

Yıldız Holding ortaklığı olan Gözde'nin ileride sermaye ağırlığı Murat Ülker başta olmak üzere aile bireylerinde olacak. Şu anda yüzde 87 Yıldız Holding'te görünüyor. Şimdilik 500 milyon lira sermaye ile kurulmuş olmasına karşılık kısa zamanda 1 milyar liraya çıkarmayı düşünüyorlar. Ayrıca halka açılması da sözkonusu olacak.

Grubun amacı, mevcut yatırım alanlarının dışında yeni yatırımlara daha sağlıklı odaklanmak için mevcut yönetim yapısıyla işleri ayırmayı amaçlıyorlar. Bu sebeple Gözde'nin yönetim yeri bile holding dışında tutuldu.

Gözde, Amerikalı Kohlberg Kravis Roberts & Co (KRR) ile Doğan Yayın Holding A.Ş'nin alıcı tarafında konsorsiyum kurmaya karar verdi. Muhtemelen ortaklık yapısı yüzde 50'şer olacak.

Ancak Gözde'yi önümüzdeki dönemde çok konuşacağız. Çünkü şu anki sermayenin yarıya yakınını medyaya ayırsa bile geride bir o kadar daha yatırım sermayesi olacak. Ayrıca fon miktarı 1 milyar liraya çıkarılacağına göre, Murat Ülker hangi sektörlere girmek istiyor, sorusu akla geliyor. Malum girişim sermayeleri cazip buldukları alanlardaki şirketlere belli sürelerle giren yatırımcılardır. Sanıyorum Ülker Ailesinin kapısında pek çok satıcı birikmiş durumdadır.

Peki, medyada ne olacak? Son günlerde bazı medya yayınlarına dikkat edilirse; Ülker'in bu sektörde olmasından memnun olmayan kesimler var. Bir nevi "Medyaya Hoş Geldin(!)" haberleri bunlar. Ya medyadaki kesişmeden, ya da muhtemelen sektör rekabetinden rahatsızlığın ifadesi olarak okumak gerekiyor. Öyle ya, Ülker ya enerjiye girerse, madencilğe el atarsa veya telekomünikasyonda konumlanırsa... Bazı haberleri endişelenen kesimlerin varlıklarını belli etmesi olarak okumak gerekiyor. Nişasta bazlı şeker üretimiyle ilgili; dolaylı ve doğrudan birkaç haber yapıldı. Bunların zamanlamasının da tesadüfi olduğunu düşünmüyorum.

Ülker'in medyada nasıl bir farkındalık oluşturacağı şimdilik net değil. Ancak sadece basılı ve görsel medyayı değil internet ve mobil mecraları da incelediği söylentiler arasında yer alıyor.

Gelelim gıda ambalaj konusuna: Polyester gıda ambalaj şirketi Nuroll SpA'nın bağlı olduğu M&G, polyester ambalaj hammaddesi üretiyor. Sahasında lider konumunda... **Nuroll SpA, Yıldız Holding ve Anadolu Grubu'nun Manisa'da kurdukları Polinas'ın bünyesinde yeniden yapılandırılacak.** Polinas, kendi alanında dünyadaki en iddialı şirketlerden biri ve üretiminin yarıya yakını ihraç ediyor. Nuroll SpA'nın üretim kapasitesi 20 bin ton olmasına karşılık benzeri bir fabrikayla Türkiye'de de 30 bin ton kapasite eklenecek. Polinas'ın kapasitesinin ise 100 bin ton olduğunu da unutmamak gerekiyor.

Yıldız Holding daha önce de ambalaj sektöründe Tire Kutsan'ı bünyesine katmış ancak onu satarak yerine Büyük Endüstriyel Ürünler, Farmamak Ambalaj, Rotopaş Ambalaj Sanayi, Polmak Ambalaj ve Duran-Doğan Basım ve Ambalaj şirketleri satın alınmıştı.

Grubun perakendedeki şirketlerinden **Bizim Toptan Satış Mağazaları, kurumsal müşterilere hizmet veren yapısıyla Türkiye'nin en büyük oyuncusu olarak kabul ediliyor.** Altı ay önceki rakamlara göre 106 mağazası bulunuyor. Yıldız Holding'in gıda marketçiliğindeki tek şirketi bu değil. **Grup, BİM'in de ortakları arasında yer alıyor.** İndirim marketi olarak bilinen BİM'in de Türkiye'nin en yüksek cirosunu yapan ve üç bin mağazayı açan özelliğini unutmamamız gerekiyor.

Yıldız Holding son şirket alımıyla birlikte Türkiye dâhil 11 ülkede üretim yapar hale geldi. **Grup, Nuroll'dan önce de yine bir ambalaj şirketi olan Fransa merkezli Rotopaş'ı satın almıştı. Yıldız Holding, 2009 yılında da Danimarkalı Gumlink ile sakızda, Alman LSH Holding ile çayda işbirliği yapmıştı.**

Bütün bu operasyonlarla Ülker Ailesi, Türkiye'nin en büyük küresel oyuncular arasında yer aldığını unutmamak gerekiyor. Medya alımının kesinleşmesinin, Ülker Ailesi için yatay büyüme ve genişlemelerinde tarihî bir dönüm noktası olacağını düşünüyorum.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Şeker savaşı niye çıktı

Fikri Türkel 11.02.2011

İki haftadır medyada açık bir meydan okuma yaşanıyor. Buna şeker savaşı da diyebilirsiniz. **Pancar şekerine toz kondurulmazken, nişasta bazlı yani mısırdan üretilen şekere amansız hücumlar ve aleyhte yazılara yer veriliyor.** Dahası tv programları da bunu takip ediyor.

Neler oluyor?

Kavram kargaşası içinde, sağlığımız kullanılarak yapılan bu yayınların ardında keskin bir mücadelenin izlerini görmek için basirete gerek yok. **Rekabet demiyorum resmen bu bir ticaret savaşı.** Zaten Tarım Bakanı M. Mehdi Eker de bir gazeteye yaptığı açıklamada "Lobiler ve rantçılar kafa karıştırıyor" diyor. Diğer taraftan Sağlık Bakanı Recep Akdağ dün yaptığı açıklamada, konunun "Bilimsel Kurul"a sevk edildiğini söyledi.

Kim bu lobi ve rantçılar? Bilimsel Kurul önemli ama niye oluşturulması için acele edilmedi?

Önce tanımlara yer vermek gerekiyor. Şeker, glikoz, früktoz, NBŞ yani nişasta bazlı şeker, suni tatlandırıcı tanımları en fazla kullanılanlar arasında.

Teknik tanımlardan uzak durmaya çalışacağım. **Pancardan üretilen şekere genelde sakaroz veya şeker deniyor. Mısırdan elde edilen şekere glikoz ve früktoz deniyor.** Teknik olarak farklı ürün olmasına rağmen glikoz ve früktoz genellikle mısırdan elde ediliyor. Nişasta, bütün yeşil bitkilerin tohumlarında bulunuyor. Yani mısır gibi buğday, pirinç veya patatesten de bulunuyor. Ama ticari olarak daha çok mısır ve pirinç nişastası tüketiliyor.

Bir de son tartışmalarda fazla yer verilmese de üzerinde asıl durulması gereken **sunî tatlandırıcılar var.** Aspartan olarak bildiğimiz sıfır kalorili diye lanse edilen tatlandırıcılardan bahsediyoruz. Son yıllarda tüketiminin önemli derecede arttığı (toplam şeker tüketiminin yüzde 10'u olduğu iddia ediliyor) tatlandırıcılar hakkında elimizde somut veriler yok. **Halk arasında sunî tatlandırıcılarla nişasta bazlı şekerler karıştırılıyor.**

Karıştırılan bir diğer durum ise, GDO'lu ürünlerle nişasta bazlı şeker kavramının neredeyse ayrılmaz hale gelmesidir.

Türkiye'de NBŞ'lere kota getirilmiştir. Bunun da sebebi, pancar üreticilerinin korunması gibi stratejik bir gerekçeyle dayanmaktadır. Bilinmesi gereken bir diğer durum ise; Türkiye'deki mısır üretiminin yüzde 25 -30'unun NBŞ sanayiinde kullanılmasıdır. NBŞ sanayii, şeker dışında farklı ürünler de üretme kapasitesine sahiptir. Mısır, ağırlıklı olarak yem sanayiinde tüketiliyor. Kaynamış darı olarak yediklerimizin endüstriyel mısırla pek ilgisi olmadığı gibi yüzde olarak küçük bir miktarı oluşturmaktadır.

Şeker savaşında iki ana lobi görünüyor. **NBŞ sanayiinde beş fabrika üretim yapıyor.** Şeker fabrikalarını değerlendirirken üretim kapasitelerinin, bölgelerinin ve özelleştirme olup olmamasının da iyice değerlendirilmesi gerekiyor.

Kavganın sebebi üzerine farklı senaryolar var: Senaryoları daha iyi okumak için özelleştirme sürecini ve parti ile bazı kişilerin seçim stratejilerini takip etmek gerekiyor. Son günlerde yayınlanan haberlerin arka planlarıyla ilgili kulislere en ciddi bulduğum iki nokta budur.

Daha gerçekçi bilgileri Şeker Kurulu'na sormak gerekiyor. Bütün bu tartışmalar içinde Şeker Kurulu'nun daha fazla konuşması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü sektörü düzenleyen üst kurul burasıdır.

Küresel olarak da bazı gelişmeler bekleniyor. AB başta olmak üzere, destekleme alımları ve kotalar konusunda yeni düzenlemeler söz konusu olabilir. Ayrıca yukarıda bahsettiğim sunî tatlandırıcı veya aspartan gibi ürünlerin pazardan pay kapma rekabetine bakılmalıdır.

Bir de haberlere göre iki grup karşı karşıya geldi. **Ciner Grubu, gazete ve tv ile NBŞ aleyhine yayınlara başladı ve doğrudan Ülker'in ismini muhatap aldı.** Tartışma orada başlamadı ama onlar sahiplendi. Ülker'in Doğan Medya Holding'e teklif vermesiyle ivme kazandı.

Bildiğim kadarıyla Ülker'in şeker ürünlerinde kullandığı pancar bazlı şeker miktarı, nişasta bazlı şekerden daha fazla. NBŞ üretiminde de en büyüğü değil. Buna rağmen bu tavır almanın ardında, medyada rakip olmaları mı yoksa bilmediğimiz başka alanlarda da yollarının kesişmesi mi yatmaktadır? Yoksa bazı mecralarda söylendiği gibi reklam bütçesini arttırmak mıdır?

Türkiye'de tarım her geçen gün etkisini artırıyor? Bence yeniden stratejik bir plan yapılmalıdır ama kotalar bunu düzenlemekten aciz. Mesela mısır ve pancar üretiminde niye ethanol üretimi hesap edilerek bir teşvik

sistemi uygulanmamaktadır. İkisi de önemli bir yenilenebilir enerji kaynağıdır.

Konunun bir de sağlık yönü mü var? Haberlere göre öyle. Sağlık Bakanlığı'nın açıkladığı "Bilimsel Kurul"u önemsiyorum. Daha az şeker tüketin ama spekülasyonlara da pek aldırmayın. Konuya önümüzdeki günlerde devam edeceğim.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

Sanal ticaret patlamasına hazır mıyız

Fikri Türkel 18.02.2011

Burhan Karaçam, Türkiye'nin en popüler bankacılarından biriydi. Uzun dönem Yapı Kredi'deki genel müdürlüğünü, bankanın Koç Holding'e devri ve İtalyan UniCredit ile ortaklığını gerçekleştirdikten sonra emekliye ayrılmıştı. Geçenlerde onunla farklı bir ortamda karşılaştık. İnternet bazlı bir konut kredi brokerlik hizmeti verecek internet sayfasının tanıtımında. Emekli biri için yepyeni bir alanda bulmak şaşırttı beni.

Aslında **internet bazlı hizmet ve ticaret portallarında patlama yaşanmasını bekliyorum.**

Karaçam, yenilikçi enstrümanların ortaya çıkması ve yaygınlaşması için **www.konutkredisi.com.tr** adlı portala ortak olmuş. Sembolik ortaklığından amaç, gençlere moral vermek ve yeni hizmetlerin yaygınlaşmasında katkı sağlamak, olduğunu söylüyor. Sistem hakkında bilgi verip, B2B dediğimiz bu internet tabanlı hizmetler hakkında birkaç şey söylemek istiyorum.

Türkiye'de geçen yıl Google'da "konut" kelimesi beş milyon kez aranmış. Toplumda büyük bir konut talebi var. Genç nüfusumuza, şehirleşme oranının artışına, ev sahipliği oranının azlığına dikkat edecek olursak, her yıl en az 500 bin yeni konut üretilmesi gerekiyor. Halen GSMH'nın yüzde 5'inin konut için kredilerde kullanıldığını da unutmamak gerekiyor.

Evsahibi olmak bir kişinin evlenmeden sonraki en önemli kararlarından biri kabul ediliyor. Hem ekonomik değeri büyük hem de sosyal yaşam açısından zorunlu bir karar.

Bu potansiyelden yola çıkarak işte "konutkredisi" projesi ortaya konulmuş. **İsteyen kendi durumunu belirtiyor ve portala giriş yapıyor. Önüne farklı bankaların seçenekleri konuyor. Eğer konut müşterisi isterse, site yönetimi bankadan kredi alıyor ve satın alma süreci başlıyor.**

Konutkredisi, sistemi İtalyan Gruppo MutuiOnline adlı şirketi örnek almış. Zaten bu şirketin kurucuları da kişisel olarak gelip ortak olmuşlar. Çünkü İtalya'da yılda 20 bin konut satışı iki milyar avroluk işlem hacmine ulaşmış durumda. Türkiye'deki piyasasının daha büyük olduğu tahmin ediliyor. İtalya'da halen ayda sadece Gruppo'dan 10 bin kişi kredi müşterisi geliyor ve bunun onda biri işlem gerçekleştiriyor.

Herhangi bir internet sitesine girdiğinizde mutlaka fırsat reklamlarını görüyorsunuzdur. Dünyanın en popüler ve gelişmekte olan internet satış şirketi Groupon bunlarında geliyor. Google, Groupon'a üç milyar dolarlık teklif yapmıştı. Görüşmeler yarıda kesildi.

Groupon, Türkiye’de www.sehirfirsati.com ile hizmet veriyor. Başkaları da var ve yenileri de gelecek. Sadece yerli değil yabancıların da Türkiye pazarıyla ilgilendiklerini unutmayalım. **Kadınların en popüler sitelerinden biri kabul edilen www.strawberrynet.com kozmetik alanında fırtınalar estiriyor. Hong Kong merkezli bu sanal ticaret merkezinin sadece Türkiye cirosunun 300 milyon doları bulduğu tahmin ediliyor.**

Tüketici Trend Araştırmasına göre; internet üzerinden alışveriş yapanların oranı ise yüzde 26’ya ulaşırken, **online alışverişlerde en fazla tercih edilenler**, yüzde 61.6’le **Gittigidiyor birinci**, yüzde 57.1’le **Hepsiburada ikinci** ve yüzde 16.3’le **Türk Hava Yolları üçüncü**, **Teknosa** yüzde 13.5’la **dördüncü** ve **Markafoni** yüzde 11.4’le **beşinci** sırada yer aldı. **En çok bilinen teknoloji zincirlerinde ise**, yüzde 94.4’le **Teknosa ilk sırada yer alırken**, **ikinci sırada** yüzde 61.5’le **Vatan Bilgisayar**, **üçüncü sırada** yüzde 60.6’yla **Bimeks** oldu.

Mesele sadece ticaret değil, medya da bu alanı çok sevdi. **Özellikle mobil uygulamalar ve iPad’den sonra gazeteler paralı abonelik ve uygulamalarını hayata geçirmeye başladı. Tek abonelikle bütün dünyadaki gazete ve dergilere ulaşmak artık çok kolaylaştı. Türkiye’de ücretli internet aboneliği en iyi başaran gazete Taraf olduğunu hatırlatayım.**

Amerika’da blog yazarı olarak başlayan **Arianna Huffington**, bugün en etkili gazetelerden biri olan **Haffington Post’u ortaya çıkardı. İnternet sitesini ayda 26 milyon kişi ziyaret ediyor.** En önemli özelliği yazarlarının her birini blog yazarı ve platformu gibi konumlandırması gösteriliyor.

İşte bir siteden çıkan bu popüler yayını AOL, 315 milyon dolara satın aldı. **2016 yılında kâğıt baskı gazeteyi bırakacağını açıklayan New York Times’ın durumuna göre değil, Haffington Post’a göre konumumuzu ayarlamamız gerekiyor.**

Ne yaparsanız yapın, mobil ve internetin etki alanını mutlaka hesap edin.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)

‘Güney Kore, generalleri 1993’te yargıladı’

Fikri Türkel 21.02.2011

Prof. Dr. Jeong Won Nah Güney Koreli bir siyaset felsefecisi. Geçen hafta Türkiye’deydi. “Güney Kore’nin Kalkınma Modeli” adıyla PASİAD’da bir konferans verdi. Güney Kore ile Türkiye’nin ekonomisindeki gelişmeler paralellik gösteriyor. İkisi de G20 grubu içinde ve bölgelerinde belirleyici durumlar.

Nah, ülkesini seviyor ve hâlâ sosyo-politik gelişmesi için çalışmalar yapıyor. Türkiye’ye ilgisi iki üç yıl önce başlamış. Bu ilgi, Amerika ve Uzakdoğu’da kültürel etkinliklerde bulunan Rumi Forum’la başlamış. Mevlana Celaleddini Rumi adına oluşturulan forumla birlikte ilgi Türkiye’ye yönelmiş. Önce Mevlana sonra Fethullah Gülen üzerine okumalar yapmış ve araştırmalarda bulunmak istiyor.

“Bu engin kişileri ve değerleri ortaya çıkaran toprakları görmek için Türkiye’ye geldim” diyor. Bu ziyaret içinde de Pasifik ülkelerinde sosyal faaliyetlerde bulunan PASİAD da kendisini konuşmacı olarak davet etmiş.

Aslında Güney Kore’yi anlamak için tarihî sürecine bir bakmak gerekiyor. Kökü Milat’tan önce iki binli yıllara kadar giden Güney Kore’nin kuruluşu 2. Dünya Savaşı’ndan sonra 1948’e dayanır. 1987 yılına

kadar despot yönetimler altında idare olunur. BM'ye 1987'de pek çok uluslararası örgüte katılımı ise 1990'lı yıllarda gerçekleşti.

Nah'a göre, Güney Kore'yi konuşurken üç kavramı gözönünde bulundurmak gerekiyor: Demokratikleşme mücadelesi, iki Kore'nin birleşmesi ve dünya devleri (Çin, Japonya, Rusya) arasında rekabet mücadelesi.

Jeong Won Nah'ın eğitim ve kültür temelleri olmadan demokrasinin olmayacağına işaret ediyor. **Dünyada diktatörlerin çok azının iyi olduğunu ve bu şansın da Güney Kore'ye nasip olduğunu söylüyor. "Darbeci generaller bizde ekonomik olarak iyi iş yaptı" diyen Nah, 1987 öncesi diktatör yöneticilerin kendi konumunu korumak için ekonomik kalkınma hamlesi başlattığını ve ailelerin de her şeylerini harcayarak çocuklarının eğitime çaba gösterdiğini vurguluyor.** Nah, Güney Kore'nin bugünkü demokratik ortamın oluşmasındaki iki önemli etkeni böyle özetliyor.

Ekonominin ne kadar önemli olduğunu anlatmak için Nah, şu örneği veriyor: **"İhracatı bir strateji olarak benimseyen yönetimler kadınlara saçlarını uzatmalarını söyledi. Daha sonra bu saçlar kesilip, doğal peruk olarak ihraç edildi. Daha komik olanı şuydu: Yol kenarlarına tuvalet ve pisuarlar yapıldı. Burada biriken üreler toplanıp kimyasal olarak ihraç edildi."**

Güney Kore bu zihniyet ile herşeyini ihracata seferber ederek ekonomik başarı modeli oldu. Bu modelde diktatörce seçilmiş bazı aileler, dev holdingler kurdular ve dünyaya markaları kurdular. Bu büyük holdingler tırnak makası da helikopter de üretiyorlardı.

Bunlar için iki motive edici unsurun da kullanılmış: Kuzey Kore ve Japonya. 1960 yılına kadar Kuzey Kore daha gelişmiş bir ülkeydi. İkinci Dünya Savaşı'ndan önce Japonya'nın işgali ve 1950'de ise Kuzey'in işgali hâlâ unutulmuş görünmüyor. Bu iki ülke sürekli Güney Kore'nin gelişmesinde motive edici unsur olarak kullanılmış.

"Diktatörleri devirmek kolay ama yerine sağlam temelli demokrasi yerleştirmek zor" diyen Güney Koreli profesör, bunun için aydın dimağlar gerektiğini söylüyor. Kendilerinin demokrasi mücadelesinin 35 yıl sürdüğünü hatırlatan Nah, son günlerde Ortadoğu'daki gelişmeler için ümitli olmadığını ifade ediyor.

Güney Kore, darbe yapan generalleri 1993 yılında yargıladı diyen Nah, demokrasinin hâlâ istenilen seviyede olmadığını vurgu yapıyor. Küresel hareketler, uluslararası örgütler, yabancı sermayenin gelişi ile yabancı şirketlerin talepleri, ucuz işgücü, ekonomik kalkınmanın ve sendikal örgütlerin demokratik gelişmeler üzerinde farklı etkileri olduğunu düşünüyor. Saydığımız bütün bu gelişmelerin çoğu kere demokratik gelişmeleri yavaşlatması da söz konusu olabileceğini söylüyor.

Mesela, kimse yabancı sermayenin gelip para kazanıp çekip gitmesini istemez. Böyle bir durumda anti-liberal akımlar kendini gösteriyor. Diğer taraftan sendikalar ucuz işgücüne tepki gösteriyor. Kapalı ekonomiyi savunan muhalefet de demokratik ortamda söz sahibi olmak istiyor.

Uzlaşmanın zorunluluğuna dikkat çeken Nah, "Eleştiren, niye eleştirdiğini bilen ve çözüm üreten yönetimler ve muhalefetler olmalı" diyor.

Ancak gerek Kore için gerekse diğer ülkeler için bir siyaset felsefecisi olarak şunu vurgulamaktan da vazgeçmiyor: "Serbest piyasayı öğrenmiş bir kişinin kapalı rejimlere bir daha dönmez."

Kuzey ve Güney'in ayrılmasından sonra iki nesil geçtiğini de söyleyen Nah, yeni neslin gündeminde böyle bir duygu olmadığını düşünüyor.

Ayrıca Güney Kore'nin başkaları için bir model değil, sadece ders alınması gereken bir örnek olabileceğine inanıyor.

'Yarın yeni çimento fabrikaları alabiliriz'

Fikri Türkel 25.02.2011

Bu ifade Limak Grubu'nun Başkanı Nihat Özdemir'e ait. Aslında toplantı Limak Yatırım'ın halka açılacağıının duyurusuyla ilgiliydi ama dikkat çeken ve merak edilen konu buydu.

Krizle birlikte doğan fırsatlar, durgunluğa giren Batı dünyası ve Ortadoğu'nun kargaşası arasında işadamlarımızın yeni hedefler koymaları gerekiyor. Bu durumu iyi değerlendiren gruplardan biri de Limak oldu.

Fenerbahçe Kulübü'ndeki yöneticiliği ve özelleştirme ihalelerindeki ataklığı ile tanıdığımız Nihat Özdemir'in sessiz sedasız yaptıkları aslında daha dikkat çekici olmalıydı. Gündemin kargaşası arasında Türkiye'deki ve dünyadaki pek çok gelişmeyi kaçıırıyoruz.

Limak'ın doğan fırsatları değerlendirip nasıl sıçrama yaptığına dair birkaç detay vereyim.

Nihat Özdemir ve Ortağı Sezai Bacaksız 1976 yılında asistanlık yaptıkları üniversitedeki odalarında ilk şirketini kuruyorlar. **İnşaatla başlayan bu hikâye bugün inşaat, enerji, turizm, çimento, gıda ve havacılık alanlarında dev bir uluslararası yatırım ve hizmet holdingine dönüştü.**

Özdemir'e göre, dünyanın pek çok büyük grubu gibi kendileri de inşaatı kazandıklarını başka alanlara yatırdılar. Ama pek çoğunun bir dönüm noktası vardı.

Özal döneminde pek çok inşaat taahhüt firmasının yaptığı gibi onlar da turizme girmeye karar vermişlerdi ve **Arcadia Otel'le bu alana 1995 yılında adım attılar. Bugün sekiz otelleri var.** Kıbrıs'taki otel inşaatı sürüyor ancak adaya ambargonuna kalkmasıyla oradaki projeyi hızlandıracaklarını söylüyor. Bundan böyle şehir otelciliğinde yeni atılımları olabilecek.

Turizm dışındaki üçüncü yatırım alanları enerji oluyor. 1997'de 2 megawatt'lık bir lisansla işe başladılar. **Bugün enerjide 600 megawatt'a erişmiş durumdadır.** Ağırlıklı olarak hidroelektrik santrallerine (HES) işletiyorlar. Önceki gün Denizli'de jeotermal projesini de aldılar. Bundan sonra enerjide çeşitlendirmeye gitmeyi düşünüyorlar. Sadece Türkiye'de değil Gürcistan'da da HES'leri işletiyorlar. Türkiye'ye yeni enerji aktarım hatları kurulduğu takdirde orada yeni yatırımlara da girebileceklerinin sinyalini veriyorlar.

Limak, 1999 yılında ilk yurtdışı ihalesini aldı. Bugün Suudi Arabistan'dan Makedonya'ya farklı alanlarda iş yapmaya başladı. Önümüzdeki yıllarda Gürcistan'dan Libya'ya, Suriye'den Hindistan'a yeni projelerle yer almak istiyor. Medine Havalimanı Projesi ve Hindistan'da otoyol yetkisini almış durumda.

Grup 2000 yılında çimento sektörüne Siirt Kurtalan Çimento Fabrikası'nı satın alarak girdi. Kurtalan'ı aldıklarında kapasitesi yıllık 250 bin tondur. Bir yıl içinde kapasite 1 milyon tona çıkarıldı. Bugün farklı fabrikalarla 5 milyon ton yıllık kapasiteye çıktılar. Önümüzdeki dönemde en hızlı büyümeyi planladıkları alanların başında çimento geliyor. Libya'da karışıklık çıkmasaydı 250 milyon dolarlık bir çimento fabrikasıyla burada da yer alacaklardı.

2003 yılında Nurol, Özaltın ve bayilerle birlikte Tekel'in alkollü ürünler kısmına 292 milyon dolar teklif veriyorlar. Son günlerin çok ses getiren Mey'in temeli böyle atılıyor. Özdemir, o gün rakiplerinin en fazla 140 milyon dolar civarında teklif verdiğini ve kendilerinin ne kadar cömert davrandığına dikkat çekiyor. **Mey'in yüzde 90'ı 2006 yılında TPG'ye 810 milyon dolara satıldı. Geçen hafta ise TPG elindeki hisseleri dünyanın en büyük alkollü ürecilerinden biri olan Diago'ya 2 milyon dolara satmak için anlaşma imzaladı.**

Limak, alkollü içki üretiminden çıkınca gıda ve içecek sektörünü bırakmadı ve Limkon'u kurarak meyve suyu üretimine girdi. Gıda üretiminde önümüzdeki dönemde daha iddialı yatırımlar için karar verdiklerini belirtiyorlar. Bunlardan biri de kuru sebze ve meyvecilik olacağı tahmin ediliyor.

2007 ulaşım sektörüne girmeye karar veren grup, 2008 yılında Sabiha Gökçen Havaalanı işletmesini kazanıyor. Teslim aldıklarında havaalanının yolcu sayısı 1,5 milyondur. 2010 yılında 10 milyona ulaştı ve 2011 yılında hedefledikleri yolcu sayısı 15 milyon. Priştine Havalimanı ihalesini kazanan grup, bugünlerde Medine Havalimanı projesinin sonucunu bekliyor. Bu konuda dünyadaki yeni ihalelere de hazır olduklarını açıklıyor.

Bu alanda liman işletmelerine de talip oldular ve İskenderun Limanı'nı özelleştirmede kazandılar. Grup, burasını da Mersin Limanı'ndan daha etkin bir hale getirme iddiasında.

Nihat Özdemir, Cumhuriyet'in 100. Yılı hedeflerine göre kendilerini konumlandıklarını belirtiyor. Oluşan bu yatırım ortamı içinde Limak Yatırım'ı halka açarak yeni fırsatlar için hazırlanmak istediklerini vurguluyor.

Her girişimci en az Limak kadar yeni yatırım ortamına hazır olmalıdır. Aksi takdirde bu fırsatlar elimizden kaçıp gidecektir.

fikriturkel@gmail.com

Kaynak: taraf.com.tr, web.archive.org (arşiv bağlantısı)