



E G İ A D

Yarın

EGE GENÇ İŞADAMLARI DERNEĞİ YAYIN ORGANI

ISSN 1304-3269



Mart 2006 Sayı:14



4 YTL / 4.000.000.- TL



EXPO 2015

EGE'NİN PENCERESİNDEN



İzmir için güç
birliği yaptılar...

SÜT SEKTÖRÜ



En büyük sorun
organizasyon...

FAALİYETLERİMİZ



Türkiye'de
Turizm...

bizim iřimiz yükünüzü hafifletmek...

deniz

hava

kara

demiryolu

konteyner taşımacılığı

gümrük iřlemleri

depolama

yüzyılı aşkın deneyimimizle,

ayrıntılara verdiğimiz önemle,

hızlı çözüm üreten ekibimizle,

yükünüzü

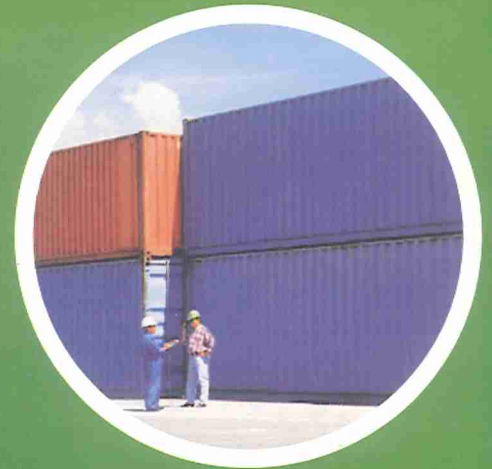
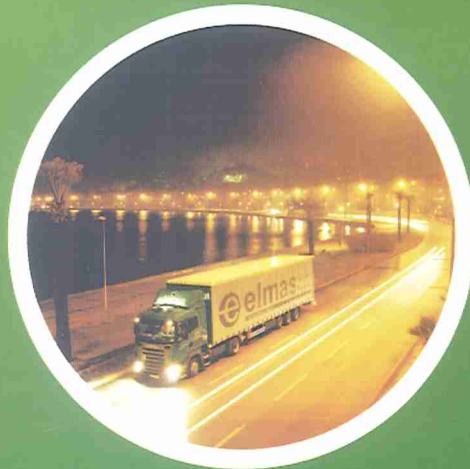
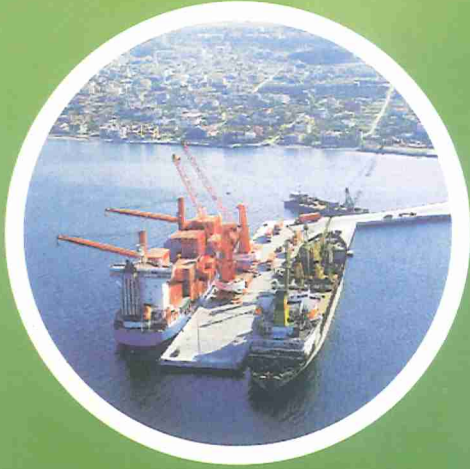
stlenmeye hazırız.



ARKAS

www.arkas.com.tr

dünyanın yükünü
dünyanın mutluluğuna
dönüştüren
güç burada!



ELMAS GROUP

- Elmas Gümrükleme • Elmas Şehirlerarası Nakliye
- Elmas Ticaret • Elmas Uluslararası Nakliye
- Elmas Antrepoculuk İşletmeleri • Elmas İthalat ve İhracat
- Elmas Hızlı Kargo Taşımacılığı • Elmas Dağıtım
- Elmas Akaryakıt ve Madeni Yağ İşletmeleri

Genel Müdürlük

1474 Sokak No: 1 Kat: 3 Alsancak - İZMİR

Tel: 0.232 421 47 03 - 421 47 04 Fax: 0.232 421 55 18



 elmas
group
LOGISTICS
service beyond expectation...



10

İZMİR PENCERESİNDEN

İzmir için güç birliği yaptılar
İlk hedef EXPO 2015

Füsun Önal yazıyor



24

28

KAPAK KONUSU

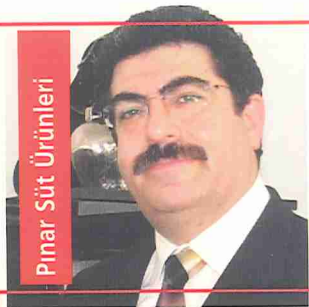


DÜNYA FUARI
"EXPO" VE İZMİR

42



Köylüm Süt Ürünleri



Pınar Süt Ürünleri



Sakıpağa Süt Ürünleri

SEKTÖR

46

Mortgage
Sistemi nedir?
Nasıl çalışır?

62

TEKNOLOJİ



Sony PlayStation Portable - PSP

64



EŞLER ANLATIYOR



KÜÇÜK HABERLER 70

Puro Kültürü

72

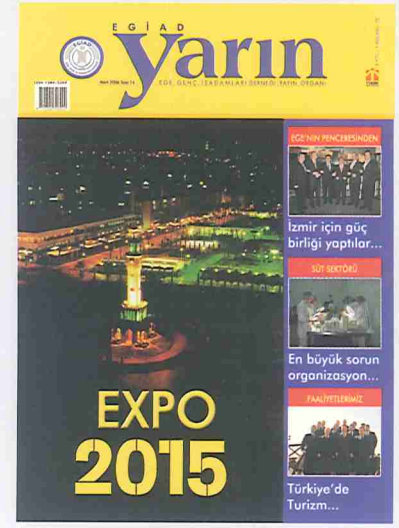
YAŞAM TARZI

82

SAĞLIK

88

Günümüzde Liderlik Yaklaşımı: DÖNÜŞÜMCÜ LİDERLİK



Yıl: 4 Sayı: 14 / 15 Mart 2006-03-06

İmtiyaz Sahibi:
EGİAD adına
Yönetim Kurulu Başkanı
Fatih DALAN

Yayın Kurulu Başkanı:
Nafiz GÖNEN

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Ve Yayın Koordinatörü:**
Doç. Dr. Mustafa TANYERİ

Yayın Kurulu:
Betül ESEN, Cemal TÜKEL
Figen TAHIROĞLU
İlhan BİLGEHAN, Murat GÜREL
Reha ATAKAN, Sunay AKÇA
Temal Aycan ŞEN
Cemal SEVGİ

Yayın Danışma Kurulu:
Ali Ekber YILDIRIM
Atilla KÖPRÜLÜOĞLU
Berkant KİPÖZ, Bülent ZARIF
Cemalettin ÖZDOĞAN
Deniz SİPAHİ, Dilek GAPPI
Hakan TARTAN
Hasan ÇÖMLEKÇİ
İlyas ÖZGÜVEN
Mehmet KARABEL
Melih ÜSTÜNKANAT, Merik AK
Münir KOÇARSLAN
Necati BAHÇECİ
Nedim ATILLA, Nedim BUBİK
Osman GENCER
Pervin MISIRLIOĞLU
Rıza Serdar ÇINAR
Serap ZEYBEK, Uğur İŞVEN
Uğur ORAL, Üzeyir SEVER
Yunus KARAKAYA
Zafer POLAT

Görsel Yönetmen:
Nuri İMRE

Teknik Koordinatör:
Kerem AKSOY

Yönetim Yeri:
Mustafa Kemal Sahil Bulvarı
Levent Marina Tesisleri Çakal Burnu
Üçkuyular/İZMİR
Tel-Fax: (232) 278 30 30 pbx
egiadd@superonline.com
egiad@egiad.org.tr
www.egiad.org.tr

Yayına Hazırlık ve Baskı:
Tükelmat A.Ş.
1571 Sokak No:16 Çınarlı/İZMİR
Tel: (232) 461 96 42

Dağıtım: YAYSAT A.Ş.

EGİAD YARIN, EGİAD'ın yerel yayın organıdır. Dergide yayınlanan görüşler ilgili yazarlara ait olup EGİAD'ın görüşlerini yansıtmaz. İzinsiz alıntı yapılamaz.
ISSN 1304 - 3269

Baskı Tarihi: 14 Mart 2006

Kuralları...



Oyunu yaratanlar koyar.

Audi A6

Güçlü motor seçenekleri, üstün Audi teknolojileri, dinamik ve sportif çizgileriyle Audi A6, sınıfta kuralları koymaya devam ediyor. Audi A6 ile yakından tanışmak ve prestijli bir test sürüşüne çıkmak için sizi Gönen'e bekliyoruz.

Gönen

Şehitler Cad. No:159 Alsancak - İZMİR Tel: (0232) 466 00 46 Faks: (0232) 466 02 10 <http://gonen.audi.com.tr>
Gönen bir Doğuş Otomotiv Servis ve Tic. A.Ş. yetkili satıcısıdır.



EGİAD Yarın Dergisi'nin Değerli Okurları,

Bir sivil toplum kuruluşunun başarısında üyelerinin aidiyet duygusuna sahip olmalarının çok büyük rolü vardır. EGİAD üyelerinin derneklerine sahip çıkarak, faaliyetlere katılım göstererek ve kendi iş alanlarında her geçen gün daha büyük atılımlarla ülke ekonomisine katkıda bulunarak ortaya koydukları profil dikkat çekiyor. Toplumsal sorumluluk anlayışına sahip üyeler bireysel ve kurumsal anlamda sessiz sedasız çok güzel projelere imzalarını atıyorlar. Kurumsallaşma anlamında bizi mutlu eden gelişmelerden biri de EGİAD'ın geçtiğimiz günlerde EFQM Avrupa Kalite Mükemmellik Modeli çalışmalarına başlamasıdır. Bu çalışmaları derneğimiz üyelerinden oluşturulan 20 kişilik bir ekip yürütmektedir. Bu sürecin sonunda derneğimiz KALDER tarafından her yıl düzenlenen Ege Kalite Ödülü'ne aday olmuştur.

EGİAD'ın yaptığı etkinliklerdeki kalite ve titizlikle planlanan detaylar artık bir standart haline gelmiş durumdadır. EGİAD Yarın Dergisi de bu standardın güzel bir örneğidir. Her yeni sayıda sizlere daha dolu, daha zengin içerikli ve nitelikli bir dergi sunmak için çaba gösteriyoruz. Bu sayıda da çok değerli konuk yazarlar ve ilginizi çekeceğine inandığımız konularla karşınızdayız. Bu sayıdan itibaren çok değerli bir isim de aramıza katılıyor. Türkiye'nin halkla ilişkiler ve iletişim sektörünün önde gelen isimlerinden biri ve derneğimizin eski üyelerinden Sayın Salim Kadıbeşgil ilginç üslubu ile bize iletişim dünyasının kapılarını açıyor.

Değerli EGİAD Yarın Okurları,

Türkiye son dönemde birçok yeni kavram ve uygulama ile tanıştı. Önce Vadeli İşlemler Piyasası hayatımıza girdi. Ardından Basel II kriterleri olarak adlandırılan ve bankacılık, iş dünyası, küçük ve orta ölçekli işletmeler açısından çok önemli değişiklikleri gündeme taşıyacak olan kavramı ve Mortgage olarak bilinen kavramı da konuşmaya başladık. Türkiye'nin Dünya ekonomisi ile bütünleşmesinde önemli rol oynayan adımlar tek tek atılıyor. Finansman piyasalarında entrümanların sayısı ve çeşitleri ne kadar çok olursa risk yönetimi ve derinlik açısından o kadar sağlıklı bir yapı da kurulmuş olacaktır. Döviz, faiz ve hazine bonusu üçgenine sıkışıp kalmış olan finansal yatırım araçları çeşitlendikçe Türkiye'ye yabancı fonların akışı da hızlanıyor.

Bu dergimizin ana temasını Türkiye ekonomisinin en önemli sektörlerinden gıda sektörünün alt gruplarından birini oluşturan et ve süt ürünleri konusundaki araştırma oluşturmaktadır. Ayrıca, Mortgage sistemine ilişkin değerlendirmeler ve inşaat sektöründeki gelişmeler sayfalarımızda yer almaktadır. Dergiye emeği geçen herkese teşekkür ediyor ve en iyi dileklerle sevgi ve saygılar sunuyorum.

Fatih DALAN
EGİAD Yönetim Kurulu Başkanı





Nafiz GÖNEN
EĞİAD YARIN Yayın Kurulu Başkanı

Sevgili Yarın Dergisi okuyucuları,

Yılbaşı Tatili, Bayram derken Ocak Ayı da geride kaldı. Bu arada, hepinizin Yeni Yılına ve geçmiş Bayramlarını kutlu olsun.

Bu ayki dergi konumuz inşaat sektörü.. Enflasyonun frenlenmesi, YTL'ye geçiş, banka kredilerinin makul seviyelere inmesi ve Mortgage Yasa Tasarısı ile artık paradan para kazanma devri biti ve yatırım için ilk göz ağrılarımızdan biri olan "emlak" yine gözde oldu. Bunda tabii ki ulus olarak üst üste yaşadığımız krizlerle uzun yıllardır ertelediğimiz doğal konut talebinin de etkisi var. Banka kredi faizlerinin çok yüksek seyretmesi ve kısa vadeli olması nedeniyle kooperatifler dışında pek de yasal seçeneği olmayan orta gelirli insanlarımız da bu yeni gelişmelerle ev sahibi olacak gibi gözüküyor. Yasal seçenek diyorum, çünkü bir de biliyorsunuz yasal olmayan geçekondur seçeneğiyle haritalarda bile yer almayan, kent büyüklüğünde; mahalle, semt değil, ilçeler yaratmış bir ülkenin vatandaşlarıyız. Uzun yıllar devletin de göz yummasıyla dar ve orta gelirli vatandaşlarımız konut ihtiyaçlarını bu bölgelerde giderdiler ancak bedelini de tüm toplum olarak ödedik.. Her türlü kentsel planlamadan, estetikten yoksun bu belde-ler yeni başlayan "kentsel yenileme projeleri" ile şimdi "sistemin içine" çekilmeye çalışılıyor. İyi de oluyor, hatta kesinlikle olmalı çünkü plansız büyüyen, kentsel altyapıdan yoksun bu bölgeler sosyolojik olarak da suç için gerekli altyapıya cidden sahiptirler..

Tabii her yeni gelişen büyüyen sektör gibi bir takım sıkıntılar da beraberinde gelmiyor değil. Öneğin Mortgage Yasa Tasarısı.. Çıktı çıkacak derken neredeyse bir yıldır etrafında dönen spekülasyonlar ile sektörü olumsuz etkiliyor. Bu yazıyı kaleme alırken Yasa Tasarısı son haline geldi diye bir haber aldık, bakalım gelmiş mi... Bir diğeri de bankaların çok kısa bir süre içerisinde "bir ya-

rış" formatında yaptıkları faiz indirimleri. 2005'in son iki üç ayında faizler öyle başdöndürücü bir hızda geriledi ki, tüketiciler bu trendin süreceği beklentisi ve Mortgage ile alımlarını bir süre daha ötelediler. Ve tabii ki balon gibi şişen konut fiyatları bir diğer ve belki en önemli yan etkisi oldu bu son dönemin.. Gerçi 2006 ile birlikte fiyatlar oturmaya başlıyor gibi, ama bu kez de aynı semtten benzer bir daireyi yüksek fiyata alanlar ne yapacağını şaşırdılar.. Yeni dönem sanırım konut yapı kooperatiflerini de etkileyecek. Gelişmiş hiçbir batı ülkesinde artık örneği olmayan bu sistemle çok vatandaşımız konut sahibi olurken, bir o kadarı belki de fazlası mağdur duruma düştü.. Getirilen her türlü yasal düzenleme, vergi avantajları, devlet destekleri de bu yapıları bitirmedi, bitirilen bir kısmı da en az harcanan kadar bir para ile oturulabilir hale geldi.

İnşaat, biliyorsunuz lokomotif sektör, onlarca alt koluna bir anda hareket getiriyor. Yarattığı istihdamla işsizliğin önlenmesine büyük oranda katkıda bulunuyor. Dışalılara fazla bağımlı değil, üstelik buralarda kazanılan deneyim işadamlarımıza başta Rusya olmak üzere bölgede ciddi işleri de kazandırdı. 2005 yılı büyüme rakamlarında katkısını hemen ve açıkça hissettirdi.

İzmir'in ve bölgemizin de bu sektörde her zaman olduğu gibi en iyiye, en kaliteliye sahip olması umuduyla hepinize sağlık, mutluluk ve esenlik diliyorum.

Saygılarımla,
Nafiz GÖNEN



"1979'dan beri"

sağlıkla,
güvenle



BS EN ISO 9001:2000
KALİTE YÖNETİM SİSTEM BELGELİ



KÜÇÜKBAY YAĞ ve DETERJAN SANAYİİ A.Ş. Ankara Cad. No: 102 Bornova - İzmir - TÜRKİYE
Tel: (+90.232) 388 25 57 Pbx Faks: (+90.232) 388 37 92 www.orkide.com.tr • e-mail:orkide@orkide.com.tr



GENÇLİK VE TOPLUMSAL DUYARLILIK

Sivil toplum kuruluşları giderek daha ağırlıklı bir biçimde toplumsal yaşantımıza damgalarını vuruyorlar. Gelişmiş demokrasilerde çok kritik bir rol üstlenen sivil toplum kuruluşları katılım, çokseslilik, çözüm odaklılık gibi kavramları da kullanarak yönetim olarak adlandırılan sürecin oluşumuna katkıda bulunuyorlar. Bugünlerde sivil toplum hareketi yeniden güç kazanıyor. STK'lar arası dayanışma arttıkça bu kuruluşların gücü ve etkinliği de fark edilmeye başlanıyor.

Sivil toplum hareketi içerisinde yer alan bireylerin yerel veya ülkesel sorunların çözümü için güçlerini ve yaklaşımlarını birleştirmeleri son yıllarda oldukça önem kazanan bir olgudur. Sinerjik yaklaşımın gerektirdiği işbirlikleri ve dayanışma anlayışı giderek bir ortak aklın ve ortak duygunun oluşturulmasına yönelmektedir. Çözüme giden yolda tüm tarafların ortak noktalarda buluşmasını sağlayan sistematik süreç aynı zamanda sivil toplumun siyasi otorite üzerindeki yaptırım gücünü de arttırmaktadır. Gençlerin bu süreçteki rolü de tam bu noktada başlamaktadır. Bu büyük güç kontrollü bir şekilde yönetilir ve toplumsal gelişme yolunda akılcı bir biçimde yönlendirilirse ülkenin kalkınmasında önemli bir sıçrama tahtası oluşturabilir.

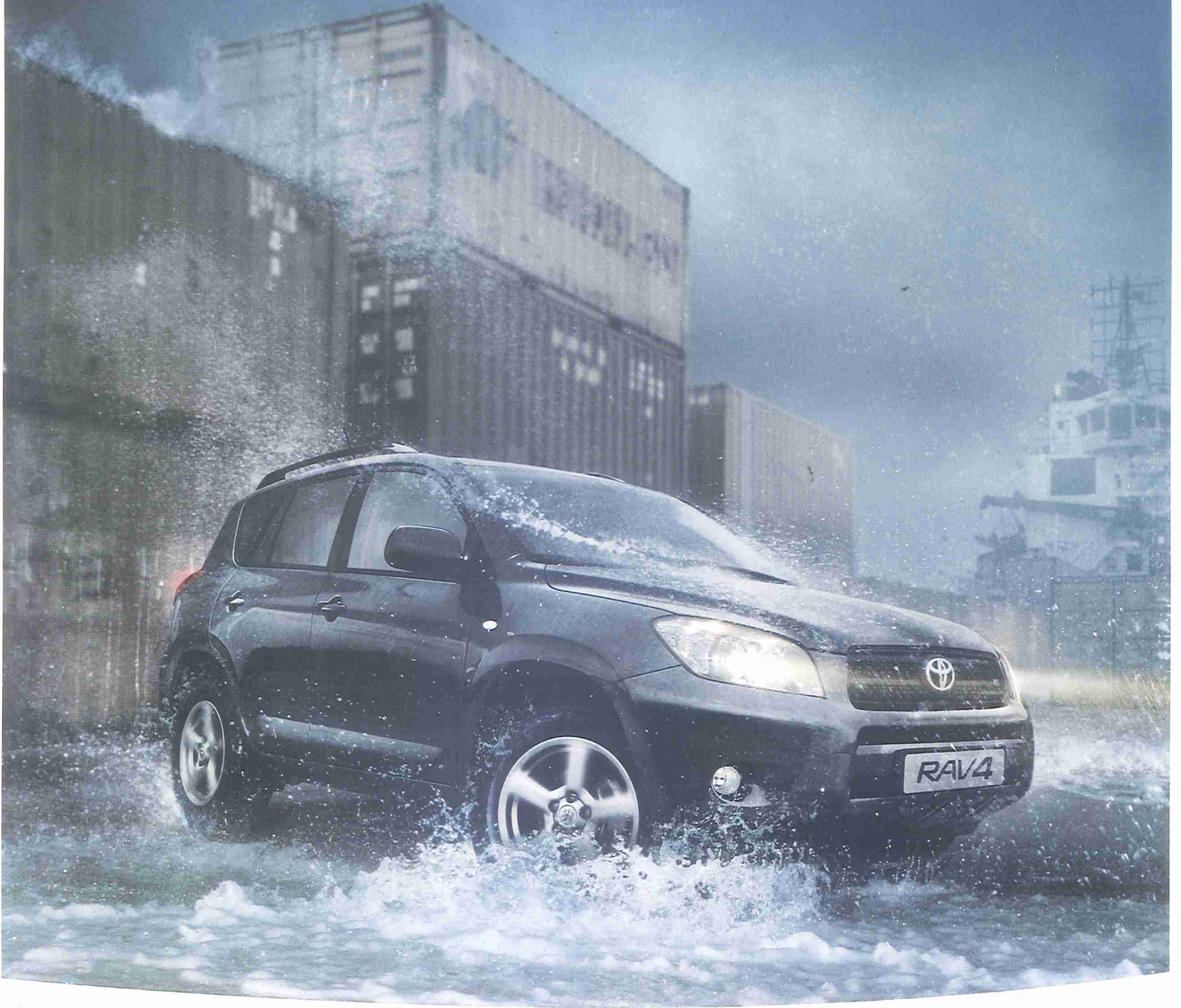
Toplumsal duyarlılık veya bilinç, yaşadığımız dünyayla ve yaşadığımız olaylarla ilişki kurmak ve bu konuda sorumluluk almaktır. Staub bu konudaki düşüncelerini şöyle açıklıyor: Pozitif sosyal davranışlar, başkasının ya da başkalarının ihtiyaçlarına

yönelik olan davranışlardır. Bir kişinin sosyal sorumluluk içeren davranışlarda bulunması için, başkalarının ihtiyacını, hedeflerini anlaması ve de buna uygun davranışları üretmesi gerekmektedir. Bu davranışlar maddi ve manevi olarak çok çeşitli şekillerde olabilir.

Erich Fromm'a göre sanayileşmenin getirdiği sorunlardan biri insanların bireyselleşmesi ve sonucunda yalnızlığa itilmesi. Bu bireyselleşme ve yalnızlaşma, duygusal körlüğe neden olmakta ve insanı kendisine ve yaşadığı topluma yabancılaştırmaktadır. Sağlıklı insanlar yetiştirebilmemiz için gelişen ekonominin yanında insani değerleri de ön planda tutan, insanı makine gibi görmeyen, insana değer veren sosyal yapıyı da geliştirmemiz gerekmektedir. Bireyler buldukları toplum için üretirler, emek harcarsa, yaşadıkları topluma aidiyet hissini yaşarlar ve kendilerini güvende hissederler. Toplumsal bir varlık olan insan, çevresine karşı duyarlı olmak durumundadır. Ernest Hemingway'in 'Çanlar Kimin İçin Çalıyor' adlı eserinde ifade ettiği gibi "birbirinden kopuk adalar değildir insanoğlu". Tepkisizlik bir toplum için en büyük tehditlerden biridir. Çünkü bu boyun eğmedir, bu adamsendeciliktir, duyarsızlıktır ve bir vatandaş olarak, bir aydın olarak görevini yapmamak sorumluluktan kaçmaktır.

EGİAD Yarın Dergisinin değerli okurlarına sevgi ve saygılarımla...

Her koşulda, kusursuz kontrol: Yeni nesil Toyota RAV4



Yeni nesil Toyota RAV4. Entegre Aktif Sürüş Sistemi ile.

Yeni Toyota RAV4, sınıfında bir ilk olan Entegre Aktif Sürüş Sistemi (IADS) ile rakipsiz. Aktif Tork Kontrollü 4WD Sistemi, Elektronik Kontrollü Direksiyon Sistemi (EMPS) ve Araç Denge Kontrol Sistemi'nin (VSC) bütünleşmesiyle oluşturulan Entegre Aktif Sürüş Sistemi en zorlu koşullarda daha fazla kontrol ve performans

sağlıyor. 152 PS benzinli, 136 PS dizel motor seçenekleri ve benzersiz iç kabin teknolojisiyle şimdiye kadar üretilen en lüks RAV4 ile tanışmaya hazır mısınız? Bu deneyimi mutlaka yaşayın ve RAV4'ün ne kadar heyecan verici olduğunu gözlerinizle görün... Yeni Toyota RAV4, şimdi Toyota Plaza Borovalı'da.



BOROVALI

Toyota Plaza Borovalı, Çanakkale Cad. No: 92, Pınarbaşı / İzmir
Tel: 0232 479 19 52, Faks: 0232 479 14 41

TOYOTA SA





İzmir için güç birliği yaptılar İlk hedef EXPO 2015

Türkiye'nin batıya açılan penceresi İzmir'in dünyaya açılan tanıtım elçileri fahri konsoloslar. Bugün İzmir'deki fahri konsolosların sayısı 45'e ulaştı. Fahri konsolosluk görevi ile dünyanın dört bir yanındaki ülkelerle Türkiye ve İzmir arasında köprü oldular. Biz de Meksika İzmir Fahri Konsolosu Kemal Çolakoğlu'nun ev sahipliğinde Güney Afrika Fahri Başkonsolosu Tamer Taşkın, Senegal Fahri Konsolosu Can Ortabaş, Brezilya Fahri Konsolosu Tamer Bozoklar, Portekiz Fahri Konsolosu Fahri Gökyayla ve Çek Cumhuriyeti Fahri Konsolosu Etem Özsoy'un katılımıyla fahri konsolosluk müessesini ve yaptıkları çalışmalarını konuştuk. İzmir için kol kola girip güç birliği yapan fahri konsoloslarımızın ilk hedefi EXPO 2015. Hepsini de temsil ettikleri ülkelerde İzmir için kulis çalışmalarına başlamış bile.

FAHRİ KONSOLOSLAR

GÜNEY AFRIKA CUMHURİYETİ FAHRİ BAŞKONSOLOSU TAMER TAŞKIN

Öncelikle kısaca sizi tanıyabilir miyiz?

İSTAŞ ve PETROFER şirketlerinin yönetim kurulu başkanım. Sosyal aktivitelerimiz içinde bu dönemde EBSO Başkanlığı, TOBB, TAYSAD ve KALDER yönetim kurulu üyeliği var.

En kıdemlilerden biri olarak fahri konsolosların görev tanımını yapabilir misiniz?

Çanakkale'den Antalya'ya kadar olan bölgede G.Afrika Cumhuriyeti'ni 1992 yılından itibaren temsil ediyorum. Son 4 yıldır da Fahri Başkonsolos'um. Burada verilen görev, tarif edilen bölgede temsil ettiğiniz ülkenin protokoldeki yerini doldurmanız, devamında aktivitelerinizle o ülkeyi tanıtmak, iki ülke arasındaki ilişkilerin gelişmesini sağlamak, ekonomik ve ticari ilişkilerin tanıtımı, bu tür insanların birbirleri ile tanışmasını ve birbirleriyle iş yapabilmesini sağlamak. Kültür, sanat ve spor olaylarının içinde yer alarak bu aktivitelerin karşılıklı iki ülke arasında gerçekleşmesini sağlamak. Bölgenize temsil ettiğiniz ülkeden gelen turistlerin herhangi bir ihtiyacında onlara başvurabilecekleri bir kişi olarak yardım etmek. Bölgenizdeki işadamlarını temsil ettiğiniz ülkeye götürüp yeni ufuklar, yeni iş imkanları açmak üzere yani bir yerde kilit bir rol oynuyorsunuz. Bulduğunuz pozisyon itibarıyla ilişkilerin gelişmesinde rol oynuyorsunuz.

İlişkilerin geliştirilmesi anlamında fahri konsoloslar neler yapar, neler yapmalı?

Şimdi burada tabii ki Ankara'da büyükelçimiz bulunuyor. Onların genel politikası içinde onların ülke içinde yürüttükleri her türlü ilişki ve politikayı, bölgenizde daha sıkı bir takiple devamını sağlayarak ilişkilerin bölgesel olarak gelişmesini daha çok sağlıyorsunuz. O bakımdan bu konudaki yönlendirmeler var. Bilgi birikimlerinizi zaten büyükelçilikten en iyi şekilde sağlıyorlar.

G.Afrika'daki iş kültürü nedir? Orayla iş yapmak isteyen işadamları nelere dikkat etmeli?

Esasında bir ülkeyi temsil eden konsolos ve büyükelçilerin gö-

revi temsil ettikleri ülkelerin buldukları ülke içindeki aktivitelerini yapmak. O ülkenin buldukları ülkeye mal satmasını temin etmek. Ama tabii biz aynı zamanda Türk işadamı kimliğine sahip olduğumuz için biz büyük bir mesaimizi acaba bölgemizdeki sanayici o bölgeleri, bize göre fiziksel uzak olan G.Afrika Cumhuriyeti'ni nasıl tanır ve o bölgeden dünyaya nasıl açılır düşüncesi içinde harcıyoruz. Çünkü G. Afrika Cumhuriyeti, Afrika Kıtası'nın en altında ama Afrika Kıtası'nın tüm değerlerine zenginlik açısından eşit durumda olan bir ülke. İç dinamikleri çok yüksek. 60 çeşit madende sürekli dünyanın ilk 5'i içinde, Elmas, kömür, altın, uranyum, platin gibi. Fakat ülkenin en büyük amacı katma değer yaratabilmek. Çünkü ülke hammaddelerini ihraç eden genellikle madenlerini ihraç eden bir ülke. O bakımdan Türkiye ise tam aksine, yeraltı zenginlikleri olmasına rağmen bundan çok faydalanamayan, petrolü olmayan ama son 30-40 yıldır üretimi ile sanayileşmiş bir ülke. Tabii bizler de yeni pazarlar arıyoruz. O bakımdan G. Afrika bize yeni bir hedef ülke olarak, zaten bunu son 15 sene sürekli tanıtıyoruz. Bir de nasıl bizim ülkemizin iç pazarının dinamik olduğunu zengin olduğunu, nüfusumuzun yüksek olduğunu belirtiyoruz. Sonuçta G. Afrika da 45 milyon insanın yaşadığı, Türkiye'nin 1.5 katı büyüklüğünde zengin bir ülke. Türk işadamlarının G. Afrika ile ihracatlarında ya da knowhowlarıyla orada iş açmaları karşılığında hem onların iç pazarına hitap edebiliyorlar hem de Ekvator'un altında G. Afrika'nın kuzeyinde hemen hemen 350 milyon insanın yaşadığı çok büyük bir pazara. Bu ülkeler genellikle ticari olarak demiryollarıyla, limanlarıyla G. Afrika'ya bağlı ve G. Afrikalı tüccarlar bu ülkelerle kiminde bankacılık sistemi yok, kiminde hayat herkesin gidebileceği kadar kolay değil, ama G. Afrikalıların bu ülkelerle kolay iş yapmalarından dolayı Türklerin G.Afrikalı işadamları ile beraber olması onların bu ülkelere de çok kolaylıkla girmesini sağlıyor. Tabii tam aksini de biz sunuyoruz. Türk Cumhuriyetleri, Ortadoğu, herkesin rahatlıkla giremediği Irak, Suriye, İran, İsrail, Ürdün gibi komşu ülkelere de Türkiye'yi üs seçen G.Afrikalıları rahatlıkla girebilecek.

Hangi alanlarda işbirliği yapılabilir?

Gelişmiş sanayisi var. Billhassa maden sanayi, bugün 4 bin metreden altın çıkarıyorlar. Bu 4 bin metrelik bir kuyunun suyunun boşaltılması için pompa sanayini, havalandırma sistemini geliştirmiş. Otomotiv, döküm sektörleri var. Şuanda tekstil sektörü ilerliyor. Mesela altın ihrac ediyorlar ama mücevher sektörü yok. Aksine de Türkler altın ithal ediyorlar ve müthiş bir katma değer koyarak mücevher ihraç ediyorlar. Mesela G.Afrika son yıllarda çok güzel gelişen Türk kuyumcularının yatırım yapıp, elmasın, altının mücevhere dönüşmesini ülke-



lerinde yapmak istiyorlar. Bu konuda da çok teklifleri var. Uşaklı firmalarımız yıllarca çok iyi battaniye ihraç ettiler. Sonra mesafeden dolayı çoğu gitti orada yatırım yaptı. Şuan en az 4 tane Uşaklı battaniye fabrikamız var. Cankurtaran Holding'in bir şirketi var. Zorlu'nun tekstil fabrikaları var. Aslında Türkler son 10 yılda 30-35 kadar firma kurdular. En az 3-4 bin kadar Türk de G. Afrika'da yaşıyor.

G. Afrika'nın Türkiye'ye bakış açısı nedir?

İki ülkenin birbirine bakışı siyasi açıdan gayet iyi durumda. Belli iş kollarında da çok iyi olmasına rağmen hepimizin pazarları çok farklı. Şimdi Güney Afrika Uzakdoğu'dan gelen gemi yolu üzerinde. Böyle olunca o ülkelere ithalat yapmak, o ülkelere ticaret yapmak çok kolay oluyor. Ayrıca G. Afrika içinde 2 milyon kadar Hintli yaşıyor. Tabii bu Hintliler, nasıl ki biz Almanya ile diyalogumuzu burada çalışan Türkler sayesinde kuruyorsak, onlar da ki çoğu tüccar ve işadamı iki ülke arasında çok iyi bir zincir oluşturmuşlar. İkinci Avrupa ile çok iyi iş yapıyorlar. İthalatın çoğu Avrupa'dan ihracatın çoğu ise Avrupa, ABD ve komşularına. Demek ki ithal ettiği malların bir kısmını da re-export ettiğini çok net görüyoruz. Oraya gittiğimiz zaman bir başka konuyu daha net görüyoruz. G. Afrika'nın hemen karşısındaki kıta Güney Amerika. Tabii uzak gibi gelse de bir gemi hareket ettikten sonra ha 2 günde Yunanistan'a gitmiş ha oradan da bir haftada Brezilya'ya, Meksika'ya gitmiş. Demek ki G.Afrika'nın ticari partnerlerinden biri daha Güney Amerika ülkeleri. Bu bakımdan Türk firmalarının G.Afrika'ya gidip yatırım yapmaları ile tanımadıkları, Türkiye'den görmedikleri bir pazar da Güney Amerika oluyor.

Taşkın'a yeni görev

Biliyorsunuz DEİK'de her ülkenin bir ekonomi konseyi var. G. Afrika Cumhuriyeti İş Konseyi'ne de başkanlık edeceğim. Yani Ege Bölgesi tanıtımının dışında tüm Türkiye'nin G. Afrika ile olan iş çalışmalarında da iş konseyi başkanlığını yürüteceğim.

Ulaşım önemli

Gerek Afrika, gerek Güney Amerika hedef ülke olduğu zaman Türkiye ihracatında ulaşım çok önemli. Bir kıtaya direkt ulaşım yoksa bu çok zor bir şey. Eğer Afrika'ya bir açılım bekliyorsak o zaman bu yeni uçaklarımızla beraber Türkiye'nin Senegal'e Nijerya'ya Güney Afrika'ya uçması gerekir. Ulaşılabilir bir bölgesine direkt ulaşım diğerlerine gitmek kolay olabilir.

G. Afrika ne kadar uzaksa Meksika da Türkiye'ye o kadar uzak. Bizim misyonumuzun içerisinde öncelikle tarihi çok zengin bu iki ülkenin birbirlerini tanımaları ve insanların sosyal ilişkilerine katkıda bulunmak var. Benim bir görevim Meksika'yı İzmir'de temsil etmek.

MEKSİKA FAHRİ KONSOLOSU KEMAL ÇOLAKOĞLU

Öncelikle sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

İzmir'de 32 yıldan beri konsolosluğu olan bir devletin Meksika'nın fahri konsolosuyum. İkinci kuşak konsolosum. Bu görevi 22 yıl Sayın Raşit Özsaruhan yapmıştı. Sonra kendi arzusuyla bu görevi bırakmak isteyince Meksika Büyükelçiliği İzmir'den 2-3 aday göstermesini istedi. Raşit Bey de eksik olmasın adaylardan biri olarak beni göstermişti. Büyükelçilikte yaptığımız görüşmeler sonucu görev bana verildi ve 10 yıldır bu görevi yapıyorum.

Meksika ile ilgili neler söyleyebilirsiniz?

Meksika'nın 90 milyon nüfusu var. Türkiye'nin nüfusu ise 70 milyon civarında. İki ülkenin nüfusu 160 milyon. Ama Meksika ile Türkiye arasındaki dış ticaret toplamı da 160 milyon dolar civarında. Yani kişi başına 1 dolarlık çok yetersiz bir seviyede. Meksika'nın bize benzer en büyük özelliği bir defa bir NAFTA ülkesi. Yani ekonomik bakımdan kendisinden çok daha üstün olan ABD ve Kanada ile bir ekonomik entegrasyon içerisinde. Aynı bugün Türkiye'nin AB'deki konumu gibi. Meksika'nın gerek ihracatının gerek ithalatının yüzde 80'lik bir kısmı NAFTA, büyük oranda da ABD ile. Dolayısıyla komşuluk ilişkilerini ekonomik ilişkiye başarıyla çeviren bir ülke. Toplumsal yapısı ve sosyal renklilikleri açısından da Türkiye'ye benzeyen bir ülke. Aile bağları, ekonomik yapının temel büyük şirketleri Türkiye'ye çok benziyor. Otomotivde, demir-çelikte, petrolde ve tekstilde gelişmiş bir ülke. Türkiye'de bunlarda gelişmiş olduğu için ekonomik ilişkilerimiz yeteri kadar gelişemedi diye düşünüyorum.

Siz nasıl bir misyon üsleniyorsunuz?

G. Afrika ne kadar uzaksa Meksika da Türkiye'ye o kadar uzak. Bizim misyonumuzun içerisinde öncelikle tarihi çok zengin bu iki ülkenin birbirlerini tanımaları ve insanların sosyal ilişkilerine katkıda bulunmak var. Benim bir görevim Meksika'yı İzmir'de temsil etmek. Ben ayrıca fahri konsoloslar içerisinde çok az sayıda yapılan bir işi de yapıyorum, vize de veriyorum. Bu görevlerimizi yerine getirirken az sayıda gelen turistler ve ticaret insanlarıyla ilgili sorunlar olursa bunların çözümüne de katkıda bulunmaya çalışıyoruz. Ayrıca iki ülke arasında olabilecek ticari gelişmeleri de takip etmek, hangi konularda katkıda bulunabiliriz bunları tespit etmek görevlerimiz arasında. Özellikle mesela İzmir'in klasik tarım ürünleri içerisinde yer alan incirde, üzümde Meksika'ya ihracat şansı var, zaten yapılıyor. Bu konuda katkı koyabilmek. Bu konularda doğal olarak Ankara'daki büyükelçinin talimatları ve destekleri doğrultusunda çalışıyoruz.

Meksika'nın iş kültürü nedir?

Şu çok önemli; Meksika, ABD ile entegrasyonu tamamlamış bir ülke. 11 Eylül'den sonra tüm kıta olarak zaafiyete uğramış bir süreç olduğunu inanıyorum. Bununla birlikte buradan Meksika'ya gideceklerin formasyon olarak hiçbir zorlukları yok. Çünkü Türkiye oraya sanayicisini rahatlıkla sokabilecek kabiliyette. Bu ilişkilerde önemli olan her zaman olduğu gibi ilişkiye dikkat etmek. Takdimlerin iyi yapılması ve eksiksiz işlemler diye kısaca yorumlayabiliriz.

Türkiye'ye bakış açıları nasıl?

Türkiye'ye bakış açısı gerçekten önemli. Meksika Türkiye'den farklı olarak zaman zaman diplomatlarının tamamını kariyerdan kullanmayan bir ülke. Örnek olarak bir önceki Meksika büyükelçimiz kariyerdan gelen bir diplomat değil Meksika'nın en büyük petrol şirketinin genel müdürlüğünü yapmış bir yöneticiydi. Onu Türkiye'ye cumhurbaşkanı tayin etmişti. Bu Meksika'nın iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilere çok olumlu baktığının bir göstergesi. Dolayısıyla onlar bizden daha fazla ekonomik işbirliğine önem veriyorlar diye düşünebiliriz. Ama Türkiye'den giden büyükelçilerimizin de orada çok başarılı çalışmaları var. Ben en çok bu ilişkiler içerisinde Meksika'nın NAFTA'daki tecrübelerinden AB sürecinde istifade edebileceğimiz düşüncesindeyim. Orada yapılan anlaşmalar, entegrasyondaki sorunlar ve bu sorunları çözümünün mutlaka bizim AB sürecinde faydalanabileceğimiz konular olduğuna inanıyorum.

SENEGAL FAHRİ KONSOLOSU CAN ORTABAŞ

Kendinizi tanıtabilir misiniz?

Senegal İzmir Fahri Konsolosu'yum. 1.5 sene önce bu göreve başladım. Uzbaş Ltd. Yönetim Kurulu Başkanı, VEBAŞ Akaryakıt'ın Yönetim Kurulu Eş Başkanı olarak görev yapıyorum. GİHAŞ Holding'in Yönetim Kurulu Üyesi'yim. Eski EĞİAD Başkan Vekili'yim. Galatasaray Kongre Üyesiyim. Zaten konsolosluğum da Galatasaraylılığımdan dolayı oldu. Sayın Mehmet Cansun sevdiğim bir ağabeyim. O da İstanbul Fahri Konsolosu. Onun teklifiyle kon-

dönemde daha atandıktan 6-7 gün sonra bir sürpriz oldu. Ticaret Bakanı, Dakar Sanayi ve Ticaret Odası Başkanı ve 17 tane işadamı da fuar için geliyor dediler. Daha 3 günlük konsolosum. Yine de ona rağmen çok hızlı bir tanışma oldu ve ziyaret çok başarılı geçti. 3-4 gün onları ağırladık. Bir tek bizi şaşırtan 17 tane işadaminin 16 tanesinin bayan çıkmasıydı. Senegal'de ticaret ağırlıklı olarak bayanların elinde. Çok ilginç bir konu bu. Hatta EĞİAD'da workshop yaptık. Onlara da büyük bir sürpriz oldu. Bakan, oda başkanı ve 17 tane işadamı ile geliyorum dedim 16 tane bayan görünce karşılarda arkadaşlar çok şaşırdı. Zaten bakan da bayandı. Aynı zamanda o da Meksika'daki gibi

Senegal, Afrika ülkeleri içerisinde gerçekten bölgesinde çok önemli bir ülke. Ama tabii bir G. Afrika kadar büyük ve ekonomik potansiyeli kuvvetli bir ülke değil. Ama çok gelişmekte olan bir ülke. 1960 yıllarında bağımsızlığını kazanmış, yüzde 97'si müslüman. Çevresindeki 5 ülke para birimini kullanıyor.

solos oldum. (Burada söze giren Kemal Çolakoğlu, "Futbolda kötüler ama diplomaside çok iyiler Galatasaraylılar" dedi.)

İki ülke arasındaki ilişkilerin gelişmesi neler planlıyorsunuz?

Senegal, Afrika ülkeleri içerisinde gerçekten bölgesinde çok önemli bir ülke. Ama tabii bir G. Afrika kadar büyük ve ekonomik potansiyeli kuvvetli bir ülke değil. Ama çok gelişmekte olan bir ülke. 1960 yıllarında bağımsızlığını kazanmış, yüzde 97'si müslüman. Çevresindeki 5 ülke para birimini kullanıyor. Ekonomik olarak her gün kendini geliştiren bir ülke. Benim İzmir'deki misyonum Senegal'i burada daha iyi tanıtmak. Her ne kadar çok Senegalli İzmir'e gelmiyorsa da herhangi bir problem yaşandığında onlarla ilgilenmek, problemlerini çözmek, aynı zamanda çok az olan ticari ilişkileri geliştirmek görevim. İnşallah fuarda bu sene bir stand açmayı ve Senegal'i daha iyi tanıtmayı düşünüyoruz. Evvelki sene ilk konsolos olduğum

politikadan gelme birisi değildi. City Bank'ın Avrupa Koordinatörü'ydü ve çok kıymetli bir bakandı. Yani Senegal de çok ilginç bir ülke. Konsoloslar da büyük şirketlerin yöneticilerinden atanabiliyor. Senegal'in ağırlıklı olarak ürünleri deniz ürünlerine dayalı. Fosfor yatakları çok zengin. 11 milyon civarında nüfusu var. Hemen hemen herkes yerel dilin dışında Fransızca biliyor ve konuşuyor. Üçüncü bir dil olarak da yüzde 50 civarında İngilizce konuşuluyor. Genç bir nüfusu var. Kendi bölgesinde lider bir ülke. Müslüman olmasından dolayı Türkiye ile ilişkileri yavaş yavaş gelişebilir diye düşünüyorum.

İş kültürü nedir?

Ben geçen sene ziyarete gittiğimde cumhurbaşkanı da kabul etti. Bir kere Türkiye'ye son derece olumlu bakıyorlar. Çok ilginç çok sportif bir ülke. Her yerde insanları koşarken görebiliyorsunuz. Zaten erkek bayan fark etmiyor herkes spor yaptığı için çok atletik bir vücut yapıları var. Spor onlar için çok önemli. Hatta Dünya Kupası'nda yaptığımız maçla da iki ülke ilişkileri gündeme gelmişti. Müslüman bir ülke olmasından dolayı Türkiye'yi çok büyük sempatici bakış açısı var. Aslında tabii ilişkiler yavaş yavaş gelişse Türkiye'nin alacağı ve satacağı çok şey var Senegal'den. İnşallah yavaş yavaş geliştirmeye başlayacağız.

Çok ilginç çok sportif bir ülke. Her yerde insanları koşarken görebiliyorsunuz. Zaten erkek bayan fark etmiyor herkes spor yaptığı için çok atletik bir vücut yapıları var. Spor onlar için çok önemli. Hatta Dünya Kupası'nda yaptığımız maçla da iki ülke ilişkileri gündeme gelmişti. Müslüman bir ülke olmasından dolayı Türkiye'yi çok büyük sempatici bakış açısı var.



“Tamer Taşkın'ı ziyaretimde bana söylediklerini bir ağabey olarak kafama kazıdım. İş yapmak istiyorsanız bizzat gideceksiniz. Reklamlarla, fuarla bir yere kadar oluyor. Çantanızı alıp bizzat gideceksiniz, muhakkak iş çıkartırsınız.”

BREZİLYA FAHRI KONSOLOSU TAMER BOZOKLAR

Sizi biraz tanıyabilir miyiz?

Ben de geçtiğimiz Eylül ayından itibaren Brezilya'nın İzmir Fahri Konsolosu'yum. Görev alanım Ege Bölgesi. Yüksek Mimarım. Mimarlık, inşaat ve dış ticaretle uğraşıyorum. Çalışmalarımız, Ege Bölgesi'nde, İstanbul'da ve Kanada'da. Konsolosluk teklifi tanıdıklar aracılığıyla Brezilya'dan geldi. Ben de konsolos olduktan bir hafta sonra Can gibi büyük bir sürprizle karşılaştım. Ona 20 kişilik bir grup gelmiş, bana 200 kişilik bir grup Üniversiade için geldi.

İki ülke arasındaki ilişkiler ne düzeyde?

Brezilya Türkiye tarafından sadece samba ve futbol ile özdeşleştirilen bir ülke. Hatta meşhur içkileri olan capirinya bile aslında tekilayı aratmayacak bir içki ama o bile tanınmıyor.

Brezilya potansiyeli çok yüksek bir ülke. Türkiye ile çok benzer yönleri var. Kişi başına milli gelirden tutun, bürokrasisinden, insanların misafirperverliğine kadar çok benzer yönlerimiz var. Şunun altını özellikle çizmek istiyorum. Brezilya ile Türkiye'nin aslında ihrac ürünleri de benzeşiyor. Tekstil, deri ürünleri, doğal taşlar, otomotiv, yedek parça. Bunlarda uluslar arası arenada Brezilya ile Türkiye genelinde rakip durumda. Buna tarım ürünleri de dahildir. Ama artık iki ülke güçlerini birleştirerek sinerji yaratma yoluna girdi. İki ülkede de bu yönde bir irade var. İki ülke de buna sıcak bakıyor. Yakın zamanda Dışişleri Bakanımız Abdullah Gül'ün bir Brezilya seyahati olacak. Benim Aralık ayının ilk haftasında TÜSİAD ile bir Brezilya gezim oldu. Bir hafta içinde 3 şehir gezdik. Bakanlar, oda başkanları ve sanayicilerle ikili görüşmelerimiz oldu. Çok yararlı geçti. Tahmin ediyorum Türkiye ile Brezilya arasındaki ilişki hem ticari hem kültürel açıdan çok artacak.

Siz nasıl bir misyon üstlendiniz?

İki ülke arasındaki ticaretin istenilen düzeyde olmaması ki bu 1 milyar doların altındadır, 600 milyon dolarlar civarındadır ve bunun yüzde 90'ı da Brezilya lehinedir. Burada iki önemli faktör ortaya çıktı. Birincisi coğrafi uzaklık, diğeri de ülkelerin birbirini

tanımaması. Coğrafi uzaklık dendiğinde Sayın Taşkın'ın da belirttiği gibi artık gemi yola çıktıktan sonra ha iki gün ha bir hafta gitmiş fark etmiyor. Yani bugün Brezilya'ya gönderilen bir mal Hollanda'dan aktarmalı gittiği zaman veya İtalya'dan aktarmalı gittiği zaman ha oradan Amerika'ya gitmiş ha Brezilya'ya gitmiş ha Çin'e gitmiş fark etmiyor. O zaman geriye sorun olarak ülkelerin birbirini iyi tanımaması kalıyor. Bizim esas görevimiz burada insanlara iki ülkenin potansiyellerini anlatmak bunun farkındalığını artırmak, o yönde iş yapmak isteyenlere yardımcı olmak. Benim diğer konsoloslardan farklı olarak, geçtiğimiz Temmuz ayından itibaren Brezilya Türkiye'ye vizeyi kaldırdığı için o yük de doğal olarak üzerimden kalkmış oldu.

İş kültürü nedir?

Özellikle şu konunun altını çizmek istiyorum. Brezilya ile Türkiye'nin birbirine çok benzediğinden bahsettik. Hatta ihracatçılarımızın belirttiği Türk Lirası'nın dolar karşısındaki aşırı değerlenmesi bile aynı şekilde Brezilya Reel'i de dolar karşısında değerli. Yaptığımız görüşmelerde hep o dile getirildi. Yani Brezilya ihracatçısının da dert yandığı konulardan biri bu. Ancak Brezilya'nın 90'lı senelerde ekside olan dış ticareti 2000 yılında sıfırlanıyor ve bugün 2005 Kasım ayı itibarıyla artı 40 milyar dolar var. Brezilya IMF'ye olan borcunu 2006 yılında tek kalemde ödeyeceğini ve IMF'den ayrı hareket edeceğini beyan etti. Yani buradaki başarının bizim işadamlarımız tarafından dikkatlice incelenmesi belki de örnek alınması iyi olacaktır diye düşünüyorum. Bu başarının altındaki esas neden geleneksel ihrac mallarını çeşitlendirmeleri ve diğer ülkelerle de iş yapmaları.

Geleneksel olarak Kuzey Amerika ve Avrupa'nın yanında yeni ülkeler ile iş yapmaları. Türk işadamlarının da değişik ihrac malları üretmesi gerekiyor. Artı bildiğimiz pazarların dışına çıkmamız gerekiyor. Güney Amerika ve Afrika'da büyük potansiyel var.

Türkiye'ye bakış açıları

İlişkileri geliştirmek için büyük çabaları var. Türki işadamları ile birlikte sinerji yaratma konusunda büyük çabaları var. Geçtiğimiz aylarda iki ülkenin en büyük pamuk üreticileri İstanbul'da bir araya geldi.

Özellikle ta-



Profesyonellere uzatılan dost eli



İZELTAŞ, 1968 yılından beri otomotiv ve savunma sanayiinde, tarım aletleri, elektronik, inşaat, havacılık ve denizcilik sektörlerinde, ağır iş makinaları endüstrisinde, barajlar ve oto yollar gibi altyapı yatırımlarında kullanılmak üzere modern teknolojisi ve üstün kalitesiyle 30 gr.'dan 10 kg.'a kadar sıcak dövme parçaları ve el aletleri üretiyor.

TÜV GS, ISO 9001:2000 ve TSE belgeleriyle onaylanmış kalitesiyle İZELTAŞ, profesyonellere uzatılan dost eli.





rım konusunda mevsimsel farklılıklardan dolayı üçüncü ülkelere yılın 12 ayı ürün verebilme söz konusu. Mesela bizde pamuk mevsimi bittiğinde orada başlıyor. Kiraz bittiğinde orada başlıyor. Keza orada da incir yetişiyor.

Mesela bir arkadaşım gülyağı üretiyor. Burada sezon bittiğinde oradaki bir firmayla ortaklık kurarak müşteri portföylerini birleştirerek hem portföyü artırmak hem de sezonun devamlılığını sağlamak mümkün olur. Dolayısıyla Brezilya ile Türkiye arasında potansiyel taşıyan gerçekten önemli sektörler var.

Bunlar arasında organik tarım, alternat-

etanol üretenler ve arabaları aynı zamanda etanolle benzini yakabiliyor. Yani hem yakıt üretenler hem de Ar-Ge ile bunu yakabilecek motoru da üretenler. Ayrıca etanol çevre kirliliği de yaratmıyor. Tamer Taşkın'ı ziyaretimde bana söylediklerini bir ağabey olarak kafama kazıdım. İş yapmak istiyorsanız bizzat gideceksiniz.

Reklamlarla, fuarla bir yere kadar oluyor. Çantanızı alıp bizzat gideceksiniz, muhakkak iş çıkartırsınız. Brezilya'da yaptığımız toplantılarda da ticaret hacminin yüzde 90'ının Brezilya lehine olduğunu belirttik.

Ne yapalım da bunu dengeleyelim diye sor-

■ Brezilya potansiyeli çok yüksek bir ülke.

Türkiye ile çok benzer yönleri var. Kişi başına milli gelirden tutun, bürokrasisinden, insanların misafirperverliğine kadar çok benzer yönlerimiz var. Şunun altını özellikle çizmek istiyorum. Brezilya ile Türkiye'nin aslında ihraç ürünleri de benzeşiyor. Tekstil, deri ürünleri, doğal taşlar, otomotiv, yedek parça. Bunlarda uluslararası arenada Brezilya ile Türkiye genelde rakip durumda. Buna tarım ürünleri de dahildir.

Ama artık iki ülke güçlerini birleştirerek sinerji yaratma yoluna girdi. ■

i enerji, biodizel çok önem kazanmış durumda. Çok enteresandır, petrol krizinden dolayı, fazla petrol çıkmadığı için buna alternatif ne buluruz demişler ve kendi hammaddelerini kullanarak

duk. Bize söyledikleri "Geleceksiniz, bakınız koskaca ülke 185 milyon nüfus, 600 milyar dolarlık ticaret hacmi, burada satamayacağınız şey yok ama geleceksiniz."

“ Brezilya Türkiye tarafından sadece samba ve futbol ile özdeşleştirilen bir ülke. Hatta meşhur içkileri olan capirinya bile aslında tekilayı aratmayacak bir içki ama o bile tanınmıyor. ”



ak Pier / KONAK - Kipa Alışveriş Merkezi / BALÇOVA - T.O. Balkaner İş Merkezi / IZMİR
a Alışveriş Merkezi / BORNOVA - Şifa Tıp Merkezi / BORNOVA - Konak Belediyesi Kültür Merkez
usoğlu Konutları / NARLIDERE - Palm City Hotel / ÇANKAYA - Çiftçiler Apartmanı / ALSANCAK - Bil
stel Zorpet / MANİSA - Yüksek Teknoloji Enstitüsü Kaletaryası / PASAÇIĞI - Akbank / PASAPORT - Otel Kaya / ÇANKAYA
stel Elektronik Genel Müdürlüğü / MANİSA - Yaşar Center / ANKARA - Yürsan İş Merkezi / ÇANKAYA - Zorlu Enerji
ksek Teknoloji Enstitüsü / URLA - H. Arslan Yıldırım İş Merkezi / ALSANCAK - Hugo Boss Fabrika Binası / EGE SERBEST BÖLGE
uklar Plaza / BORNOVA - Coca Cola Ege Bölge Müdürlüğü / PINARBAŞI - İnan - Mer Mermir Fabrika ve İdari Binaları / AF



**BİR ŞEHRİN
REFERANS NOKTALARINI YARATMAK...**



Temiz Metal Cephe Sistemleri San. Tic. Ltd. Şti.

Tel: (0232) 486 66 19 - 462 55 20 Faks: (0232) 486 57 89 E-Mail: info@temizmetal.com www.temizmetal.com

PORTEKİZ FAHRİ KONSOLOSU FAHRİ GÖKYAYLA

Kendinizi tanıtır mısınız?

İzmir Atatürk Lisesi'nden mezun olduktan sonra babam arzumu kırmadı Amerika'ya gönderdi. Miami Üniversitesi'nde işletme okudum ve sonra mastırımı yaptım. Branşım da uluslararası pazarlama. Üniversite hayatımdan beri böyle bir uluslararası arzum vardı. Yabancılarla tanışmak onlarla ilişkiler geliştirmek ve en sonunda da sevdiğimiz şehir İzmir'e katkımız olması. Döndüm ve kısa dönem askerliğimi yaptım. Sonra İzmir'in önemli projelerinden biri olan Ege Serbest Bölgesi için Kaya Bey ile birlikte çalışmaya başladık. Onun da köprü kurabilecek İzmir'den bir işadamına ihtiyacı vardı. Bizim de amacımız oydu zaten. Hatta rahmetli babam da benimle beraber koştu. Biz o köprüyü sağladık. Güzel bir deneyim oldu 15 yıl. Geçen yıl ben Kaya beyden müsaade istedim. Tamamen kendi şirketime geçeceğimi söyledim. Diplomat Dış Tic. Ltd. Şti. diye bir firmam var. Orada danışmanlık temsilcilik ve dış ticaret üzerine faaliyet gösteriyorum.

Nasıl konsolos oldunuz?

Benim konsoloslukum uluslararası olma, dış pazarlara girme arzusuyla gelişti. 1999 yılıydı, Portekiz'e bir turistik seyahatim oldu. Çok beğendim, cana yakın insanlar. Hoşgörülerini ve arkadaşlık arzuları beni çok etkiledi. 2003 yılında Başbakan Erdoğan ile iş gezisine katıldım. Hemen akabinde Portekiz'in şuan ki cumhurbaşkanı bir delegasyonla Türkiye'yi ziyaret etti. Bunların etkisiyle birkaç kez Ankara'ya gittim. Büyükelçinin dikkatini çekmiş. Ankara'da, İstanbul'da çok aktif İzmir'den genelde böyle bir istek olmaz sizi de çok aktif görüyorum hem İzmir hem Ege Bölgesi için böyle bir şey düşünür müsünüz diye sordu. Ben de seve seve kabul edeceğimi söyledim. Bürokratik işlemlerin tamamlanmasından sonra 2005 yılının Temmuz ayında konsolos oldum.

Siz kendinizde nasıl bir misyon görüyorsunuz?

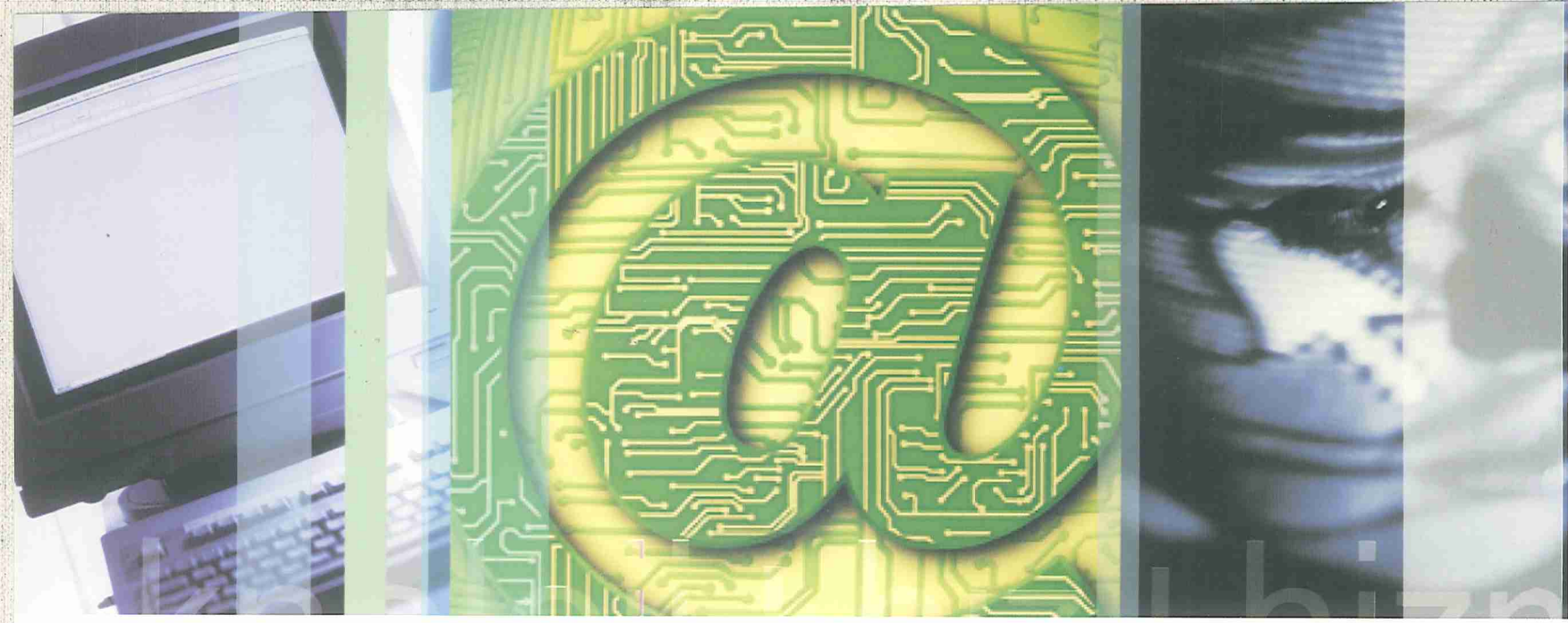
Öncelikle İzmir daha sonra Türkiye'nin Portekiz'i daha iyi tanınması. Ticari aktivitelerin hız kazanması. Aslında çok büyük bir rakam değil, 600 milyon dolarlık bir dış ticaret hacmi var. İki ülke çok büyük, çok zengin tarihleri var. Onlar kaşifler ülkesi olarak dünya tarihine geçmişler. Portekiz'i incelediğiniz zaman insanlığa çok büyük katkıları var. Osmanlı'ya bakıyorsunuz onlar da öyle. İki ülkenin tarihi de insanları birleştiriyor. Ben de ticaret, kültür ve sosyal aktivitelerde istiyorum ki Türkiye'de özellikle İzmir'de gerçi İstanbul'da da fahri konsolosumuz var ama Portekiz denince ilk akla gelen isim ben olayım. Portekiz'de de aynı şekilde. Gittim baktım Türklerin çok girdiği bir ülke değil. Türkleri tanıyorlar, seviyorlar ama biz orada çok bulunmamışız. Dolayısıyla daha çok kısa bir sürede çok iyi yerde tanıdıklarımız oluştu. İki ülke arasında köprü vazifesi görmek benim misyonum olacak.

Portekiz'in iş kültürü nedir?

Portekizliler, Güney Amerika, Afrika ve hatta Uzakdoğu'ya kadar giderek sömürgeler oluşturunca onlarla hala işlerine devam ediyorlar. Afrika ülkeleri ile çok iyi ilişkileri var. Brezilya'da 3. büyük yatırımcı ülke konumundalar. Hong Kong'un yanındaki Makao'yu uzun süre sömürge olarak kullanmışlar. Hindistan ile iyi rölesyonları var. Dolayısıyla Avrupa'nın iki yakası en batısı Portekiz ve en doğusu biz. AB konusunda bizi çok destekliyorlar. 1986'da girip şuanda kişi başına gelirden 18 bin dolara ulaşmışlar. Yani bizim örnek alabileceğimiz bir ülke. Belki zamanlama olarak biz geç kaldık ama akıllı davranmış. Yunanistan, İspanya ve Portekiz, AB'den çok faydalanabilmişler. Ama hala en azından elimizde bizi çok iyi destekleyen bir Avrupa ulusu var. Ben eminim çok kısa zamanda ilişkiler ve yatırımlar gelişecek. Büyükelçimiz geldiğinde İTO, EBSO, Valilik ve Büyükşehir'e gittik. Hakikaten olumlu mesajlar aldık. Kismetse 2006 yılında işadamları delegasyonları gidip gelecek. Ben de kısa süre önce Portekiz'deydim. Onların en büyük TÜSİAD benzeri organizasyonu olan Portekiz Endüstri Birliği ve İhracatçılar Birliği'nin başkanları ile görüştüm. Bize kapılarını sonuna kadar açıyorlar. Bizim amacımız iki az bilinen ülke arasındaki ticari, sosyal ve kültürel aktiviteleri geliştirmek. Bir yanda şeyi de düşündüm, bu yaz İzmir Festivali'nin 20. yılı, gitmeden Filiz hanımla da görüştüm. Belki bir fado sanatçısı getireceğiz. Fado Portekiz'in çok güzel bir müziği. Melankolik, güzel bir sanat. Ünlü bir şarkıcılarını getirmeyi düşünüyoruz. Tekstil, deri, ayakkabı, şarap onların en kuvvetli olduğu dallar. Biz de belki ortak yatırımları olabilir bu konularda. Kalıpcılıkta çok iyiler, otomotiv yan sanayiine bayağı ihracatımız var Portekiz pazarına. Onlar için de kalıpcılıkta aynı şey geçerli. İnşaatta da üçüncü ülkelere yönelik bazı ortak işler yapılabilir. Golf turizmini erken keşfetmiş Portekizliler. 10.5 milyonluk küçük bir ülke Portekiz. Ama neredeyse bizim kadar turist çekiyorlar. Bir de ikiye bölmüşler. Bizim Güney Sahilleri gibi ucuz turisti bir bölgeye gönderiyorlar. Kaliteli turisti de golf sahalarına getiriyorlar. Bu konuda da ortak çalışmalarımız olabilir. Ben de Tamer Bey gibi Türkiye Portekiz İş Konseyi Başkan Yardımcısıyım. İzmirli işadamlarımızın Türkiye çapında bu olaylara daha fazla bağlanmasında fayda var. Gittiğimiz yerlerde görüyoruz, genelde 5-6 İstanbullu bir İzmirli oluyor. Bu işlere daha fazla girmemiz lazım.

Ben de Tamer Bey gibi Türkiye Portekiz İş Konseyi Başkan Yardımcısıyım. İzmirli işadamlarımızın Türkiye çapında bu olaylara daha fazla bağlanmasında fayda var. Gittiğimiz yerlerde görüyoruz, genelde 5-6 İstanbullu bir İzmirli oluyor. Bu işlere daha fazla girmemiz lazım.





teknoloji + hız + hizmet = **Bimar**

Bilgi İşlem teknolojileri, uluslararası hizmet standartlarının vazgeçilmez unsudur.

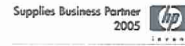
BİMAR; Müşterilerinin iş hedeflerini gerçekleştirebilmesi için etkin, ekonomik ve yenilikçi bilgi teknolojileri çözümlerini, sizinle birlikte geliştiriyor.



Microsoft
2005 yılı
Kurumsal
Entegrasyon
ödülü **BİMAR**'ın



www.bimar.com.tr



“Taşkın,
“İzmir’deki bu fahri
konsolosluk
müessesesi EXPO için
çok büyük bir
avantaj” dedi.
Portekiz’in 1998’de
Lizbon’da
gerçekleştirilen EXPO
ile bu konuda
tecrübeli bir ülke
olduğunu belirten
Fahri Gökyayla,
İzmir’e destek için
şimdiden söz
almış bile.
Can Ortabaş,
Tamer Bozoklar ve
Etem Özsoy da
İzmir’in EXPO
adaylığını
her platformda
gündeme
getirdiklerini ve
destek arayışlarının
sürdüğünü
açıkladı.”

ÇEK CUMHURİYETİ FAHİRİ KONSOLOSU ETEM ÖZSOY

Kendinizi tanıtabilir misiniz?

1974 İzmir doğumluyum. Orta ve liseyi İzmir’de tamamladıktan sonra yüksek eğitim için Amerika’ya gittim. Orada ekonomi ve pazarlama üzerine tahsilimi gördükten sonra İzmir’e geri döndüm. Etem Özsoy Tarım Ticaret Yönetim Kurulu Üyesiyim, EGIAD’da son iki dönemdir Yönetim Kurulu Üyesiyim. İTO ve İTB’de meslek komitelerinde görev almaktayım. Yaklaşık iki ay önce Çek Cumhuriyeti Fahri Konsolosu oldum. Herhalde Türkiye’nin en genç fahri konsolosuyum. Aslında Çek Cumhuriyeti 1992’den beri İzmir’de fahri konsolosluğu olan bir ülke. Babam yürütüyordu bu görevi. Maalesef iki yıl önce rahatsızlığı nedeniyle istifa etmek zorunda kaldı. Büyükelçilik oğlun bu işi yapmaz mı diye sorunca babam da yanına çağırды beni ve bu sorumluluğu alıp alamayacağımı sordu. Ben de seve seve kabul ettim. Ben de Kemal Bey gibi ikinci kuşak bir fahri konsolosum.

Çek Cumhuriyeti hakkında neler söyleyebilirsiniz?

Gerek Çek Cumhuriyeti gerek Türkiye birini çok iyi tanıyan iki ülke. Her konuda sıkı bir işbirliği içindeler. Ekonomik, siyasi, kültürel açıdan birbirleriyle hiçbir problemi olmayan, birbirlerini çok iyi destekleyen iki ülke. Çek Cumhuriyeti ünlü bira şirketleriyle, senfonileriyle, tarihiyle ve kaplıcalarıyla meşhur bir ülke. İkinci Dünya Savaşı’nda tek bombalanmayan şehir olduğu için Prag’ın müthiş bir turizm potansiyeli var. Kaplıcaları nedeniyle sağlık turizmi çok ilerlemiş durumda. 1989’da serbest ekonomiye geçtikten sonra çok hızlı gelişmeye başladılar endüstri alanında. Çünkü tarım hemen hemen hiç yok bu ülkede. Endüstrinin her dalında özellikle otomotivde çok ileri gitmiş bir ülke. 1992’de Slovakya ile ayrıldılar. 1 Mayıs 2004’te de AB ülkesi olduklarında diğer adaylar arasında ekonomik ve politik olarak en az sorunlu ülkeydiler. Hepsinden daha iyi durumdaydı ve en çabuk kabul edilen ülke oldu Çek Cumhuriyeti. Yatırım yapmak isteyenler için çok büyük kolaylıklar var. Zaten günümüzde de Hyundai olayı devam ediyor. Bedava arazi, 10 yıl vergi muafiyeti, kalifiye işgücü, ve uzun vadeli krediler veriyorlar. Bu koşulları nedeniyle Orta Avrupa’da en fazla yabancı yatırımcı çeken ülke.

Türkiye ile ilişkileri nasıl?

Türkiye ile 1995’ten beri büyüyen bir ticaret hacmi var. 1995’de 132 milyon dolar olan ticaret hacmi bugün 1 milyar

dolara ulaşmış durumda. Onlar bizden daha çok tarım ürünleri, tekstil ve otomotiv yan ürünleri alıyor. Biz de onlardan otomotiv, bitmiş makineler ve knowhow alıyoruz. Özellikle enerji santrallerinin modernizasyonu için açılan ihaleleri hep Çek şirketleri kazandı. Otoyol ve tünel inşaatlarında da hep Çek şirketlerinin bilgilerinden yararlanıldı. Türkiye’yi kendileri için çok iyi bir partner olarak gördükleri için bizi her konuda destekliyorlar. AB adaylığında da bizi açıkça destekleyen ülkelerden bir tanesi. İnşallah 2006’da cumhurbaşkanı nezdinde işadamları heyeti gelecek Türkiye’ye. Bizzat büyükelçiye giderek İzmir’i de programa almalarını istedim. Hem İzmir’i tatalım hem de Expo için destek isteyelim.

EXPO İÇİN GÜÇBİRLİĞİ

Kol kola girip İzmir için güç birliği yapan fahri konsolosların gündemindeki en önemli konuların başında EXPO geliyor. EXPO 2015’e talip olan İzmir için kulis çalışmaları çoktan başlamış bile. Kemal Çolakoğlu, Meksika Dışişleri Bakanlığı’na dönen eski büyükelçiden destek istemiş ve İzmir’deki 45 tane konsolosun bu konuda gayret göstermesinin çok faydalı olacağını düşünüyor. Tamer Taşkın, İzmir’deki 45 konsolosun aynı istekle temsil ettikleri ülkelerin Türkiye lehine oy kullanması için gereken görüşmeleri ve kulisi yapacağına inandığını söyledi. Bu işin bundan sonra daha organize bir şekilde yapılması gerektiğini belirten Taşkın, “İzmir’deki bu fahri konsolosluk müessesesi EXPO için çok büyük bir avantaj” dedi. Portekiz’in 1998’de Lizbon’da gerçekleştirilen EXPO ile bu konuda tecrübeli bir ülke olduğunu belirten Fahri Gökyayla, İzmir’e destek için şimdiden söz almış bile. Can Ortabaş, Tamer Bozoklar ve Etem Özsoy da İzmir’in EXPO adaylığını her platformda gündeme getirdiklerini ve destek arayışlarının sürdüğünü açıkladı.



SLOVAKYA CUMHURİYETİ FAHRİ KONSOLOSU SELÇUK BOROVALI

Bize Slovakya Cumhuriyeti hakkında ne-
ler söyleyebilirsiniz?

Sözlerime coğrafi olarak Avrupa'nın kal-
binde yer alan Slovakya hakkında bazı künye

Resmi Adı	: Slovak Cumhuriyeti
Yönetim Şekli	: Parlamenter Cumhuriyet
Cumhurbaşkanı	: Ivan Gassparovic
Başbakan	: Mikulas Dzunrinda
Yüzölçümü	: 49,035 km2
Sınır Komşuları	: Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Macaristan, Ukrayna
Nüfus	: 5.4 milyon (2005 tahmini)
Etnik Gruplar	: Slovak (%85.7), Macar (%10.6), Diğer (%3.6)
Başkent	: Bratislava
Önemli Şehirler	: Kosice, Trnava, Presov, Nitra
Para Birimi	: Slovak Kronu (Sk)

bilgilerini vererek başlamak istiyorum.

6.000 dolar'ın üzerinde kişi başına düşen
geliri ile Slovak ekonomisi sanayileşmiş ve
açık bir ekonomidir. II. Dünya Savaşı'ndan
önce komşusu Çek Cumhuriyeti'ne göre da-

verilen önemle Çek Cumhuriyeti ile arasında-
ki açığı kapatmıştır. Dünya Bankası raporları-
na göre Slovakya, Avrupa'da 2003 yılından
beri ekonomik ortamını geliştirme açısından
en başarılı ülkelerden biri olmuş ve elverişli
yatırım koşullarına sahip ülkeler arasında ilk
sıralarda yer almaktadır.

2000'li yılların başlangıcı ekonominin bü-
yük ölçüde toparlandığı dönem olmuştur.
Doğrudan yabancı yatırım çekmeyi başarmış,
ihracatını artırmıştır. 2004 yılı itibariyle cari
dengedeki açık %3.2'ye düşmüş, büyüme hızı
ise %5.5'e ulaşmıştır. Milli gelirin yapısı geçiş
döneminde hizmet sektörü lehine değişmiş,
ağır sanayi ve tarımın payları azalmıştır. Hiz-
metlerin payı %65'e ulaşırken, sanayi sektörü
içerisinde imalat sanayi en fazla paya sahip
alan haline gelmiştir. Sektörde özellikle ulaşım
araçlarının üretimi büyük paya sahip olup ma-
kine, plastik, kauçuk ve elektronik sektörünün
büyümesi beklenmektedir.

Otomotiv sanayinde Slovakya'ya yatırım
yapan önemli üreticiler arasında Volkswagen,
Peugeot, Kia ve Hankook firmalarını sayabili-
riz.

Slovakya, ekonomisindeki büyüme, ya-
bancı sermaye girişi ve iyileşen mali durum
sayesinde 2009-2010 yıllarında Avrupa Ortak

Slovakya,
Türkiye'nin dış
ticaret yaptığı ülkeler
listesinde orta
sıralarda yer
almaktadır.
Yıllar itibariyle ikili
ticaretin yapısı
incelendiğinde,
ihracatımızın
geleneksel ihraç
ürünleri
egemenliğinden
çıkıp otomotiv ve yan
sanayi, elektrikli
makine ve ekipmanlar
başta olmak üzere
imalat sanayi
ürünlerine doğru
kaydığı
gözlenmektedir.



ha küçük ve kırsal ekonomiye dayanan ülke,
merkezi planlama döneminde ağır sanayiye

Para Politikası'na dahil olup Euro'ya geçişi
planlamaktadır.

2004 yılında iş kurmak için bürokratik
engeller azaltılmış, çalışma yasası revize edil-
miş, vergi oranları indirilmiş ve vergi sistemi
düzenlenmiştir. Bu reformların önümüzdeki
dönemde ekonomik istikrarı desteklemesi ve
daha fazla yabancı yatırımı teşvik etmesi bek-
lenmektedir.

1999'dan itibaren stratejik alanlarda özel-
leştirmeye izin verilmesi, teşviklerin düzen-
lenmesi ve vergi reformları ile Slovakya, ya-
bancı yatırımcıyı çekmeye başlamıştır. Ancak,
ülkedeki doğrudan yabancı sermaye artışı ya-
vaş gerçekleşmektedir.

Kalifiye eleman gücü, düşük maliyet, dü-
şük vergi oranları, Avrupa'nın ortasında yer



İZMİR'İN PENCERESİNDEN

Slovakya

İki ülke arasında işbirliği ve yatırım olanaklarının gelişebileceği alanlar ilk bakışta Enerji sektörü, inşaat ve alt yapı projeleri, makine sanayi, turizm sektörü, madencilik ve metal mühendisliği, kimya ve ilaç sanayi, cam sanayi, savunma ekipmanları, tarım sektörü olarak öngörülmektedir.

alması ve geleneksel sanayi altyapısı yatırımcıları ülkeye çeken etkenlerdir.

Türkiye – Slovak Cumhuriyeti Ticari ve Ekonomik İlişkileri ve Dış Ticaret hacmi ile ilgili bilgi verebilir misiniz?

Genel olarak iki ülkenin dış ticaret hacminin yetersiz düzeylerde olduğunu söyleyebiliriz. 500 milyon dolar dolayındaki toplam ticaret hacmi ile Slovakya, Türkiye' nin dış ticaret yaptığı ülkeler listesinde orta sıralarda yer almaktadır. Yıllar itibariyle ikili ticaretin yapısı incelendiğinde, ihracatımızın geleneksel ihrac ürünleri egemenliğinden çıkıp otomotiv ve yan sanayi, elektrikli makine ve ekipmanlar başta olmak üzere imalat sanayi ürünlerine doğru kaydığı gözlenmektedir.

Slovakya' nın 1 Mayıs 2004 tarihinde AB üyeliği ile, önceden yürürlükte olan Serbest Ticaret anlaşması feshedilmiştir. Bu tarihten itibaren ticari ilişkiler AB Gümrük Birliği çerçevesinde yürütülmektedir.

Son olarak iki ülke arasında hayata geçirilecek işbirliği olanaklarına değinmek istiyorum; İki ülke arasında işbirliği ve yatırım olanaklarının gelişebileceği alanlar ilk bakışta Enerji sektörü, inşaat ve alt yapı projeleri, makine sanayi, turizm sektörü, madencilik ve metal mühendisliği, kimya ve ilaç sanayi, cam sanayi, savunma ekipmanları, tarım sektörü olarak ön-

görülmetedir. Duyduklarıma göre Slovakya' nın başkenti Bratislava Havalimanı Terminal inşaatı yap-işlet-devret modeli ile yenilenmesi planlanmaktadır ve ihaleye ülkemizden de bu alanda tecrübeli firmalar ilgi göstermektedirler.

Şu ana kadar daha ziyade Slovakya' nın ekonomisi hakkında konuştum, çok kısaca Slovak halkı ve kültürü hakkında da bilgi vermek isterim. Slovak halkı milliyetçi duyguları kuvvetli, doğal güzelliklere ve sanata meraklı, barış içerisinde yaşamayı ilke edinmiş, genç nüfusu eğitilmiş ve ülkesine parlak bir gelecek vaat eden bir yapıdadır. Gerek diplomaside, gerek ekonomide, gerekse de sanat alanında yetişen ve ülkenin geleceğine yön vermeye başlayan önemli bir genç nüfus vardır.

Slovakya' nın kuzey doğu bölgesi (Spis) coğrafi güzellikleriyle, termal kaplıcaları ile ve hiç el değmemiş, sanayileşmenin kirletmediği Avrupa' nın nadir bakir doğal güzelliklerine sahip alanlarındandır.

Sporda her yıl daha çok uluslararası karşılaşmalarda yer alan, Yüzme, tenis, futbol ve kış sporlarında başarılı sporcuları vardır. Slovakya İzmir' de 2005 yazında gerçekleşen Universiade Oyunlarında en çok sporcu ile temsil edilen ülkelerden biri olmuştur.

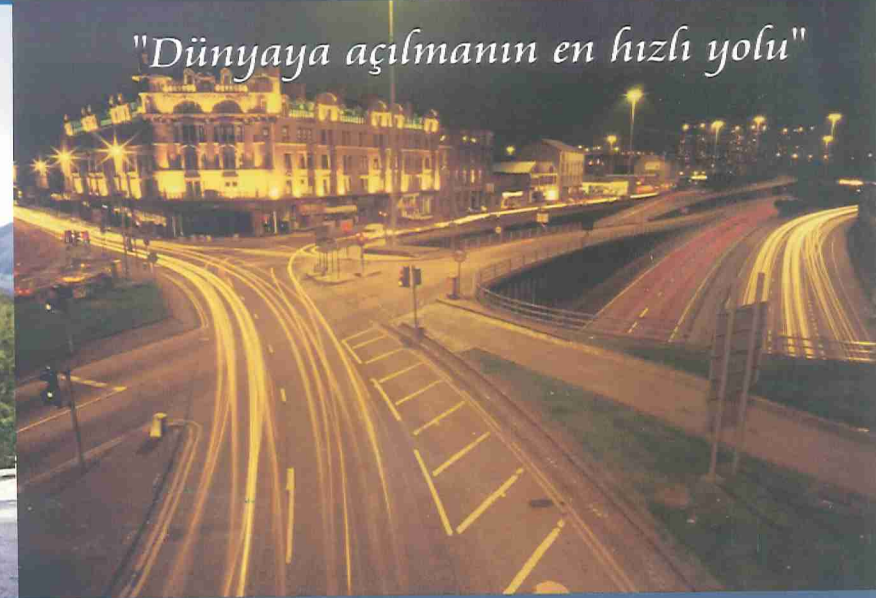
İzmir ve çevre illerde Fahri Konsolosu olarak temsil ettiğim Slovakya' yı biraz olsun tanıtmama imkan tanıdığınız için teşekkür ederim.


murat çay lojistik

www.muratcaylojistik.com



"Dünyaya açılmanın en hızlı yolu"



murat çay lojistik



"Güven ve itimat...Murat Çay Lojistik"

www.muratcaylojistik.com

daha temiz bir çevre için...



KISMET KİMYA

PLASTİK GERİ TOPLAMA VE GERİ KAZANMA
COLLECTION AND RECYCLING OF PLASTICS

KISMET KİMYA PLASTİK SANAYİ VE TİCARET A.Ş.
Atatürk Organize Sanayi Bölgesi 10037 Sk. No:3 35620 Çiğli İZMİR
Tel: +90 232 328 05 65 (Pbx) Fax: +90 232 328 05 70
e-mail: info@kismetrcy.com
www.kismetrcy.com

Kismet Kimya bir **PAPİX** yatırımdır.



Fusun ÖNAL
fusunonal@e-kolay.net

Hâlâ yaşlılar gençlerin sevgi-saygı ve ilgisini beklemekte...
İnsanlar birbirinden bir güler yüzü esirgemekte... Asabiyet...
sinir... gerginlik insanları sarıp sarmalamakta...
Hâlâ iki yüzlüler sağımızda-solumuzda!!!
İnsanlar kime inansın, kimden sakınsın, ne yapsın-ne etsin hâlâ bileme-
mekte... Bir Türk Atasözü'nün dediği gibi, hâlâ bazı
"İçi boş tenekeler" tangır tungur or'da-bur'da ses çıkarmakta! Hâlâ çı-
kan her sese ümitle koşmakta insanlarımız...

NELER ÖZLÜYÖRÜM NELER...

Çılgılık Atmak İstiyorum... Çünkü:

İnsanlar aç... İnsanlar yine işsiz... Cepler-cüzdanlar boş! Borç-
lar dağ gibi! Yalan-dolan-rüşvet-hortum yine orda-bur'da-şur'da!

Hâlâ bakamayacakları kadar çok çocuklar doğuruyor insan-
lar! Hâlâ aç-evsiz-eğitimsiz çocuklar var etrafta! Hâlâ kız çocukla-
rını okula göndermeyen ebeveyle var! Güzel yüzlü, çaresiz çu-
cuklar sokaklarda, yağmur altında, karda-kışta aile baskısıyla ara-
baları kovalıyorlar!

Hâlâ 4 ayaklı hayvanları öldüren iki ayaklı hayvanlar var çev-
remizde! Ağaçları, çiçekleri, doğayı sevmeyen... Onların da Allah
tarafından bizlere sunulduğunu unutan...

Ramazan dolayısıyla birilerinin dağıttığı erzakı alabilmek uğ-
runa, birbirini eziyor hâlâ insanlar... Çamur içinde itişiyorlar bir
lokma için... İftar çadırlarında dağıtılan yemekleri yiyebilmek için
kuyruğa girenler, her Ramazan daha kalabalıklaşıyor...

"Krizi yendik müjdelers olsun" diyenleri yalanlarcasına, indik-
çe iniyoruz basamakları, borçları çoğalta çoğalta!

Hâlâ yaşlılar gençlerin sevgi-saygı ve ilgisini beklemekte... İn-
sanlar birbirinden bir güler yüzü esirgemekte... Asabiyet... sinir...
gerginlik insanları sarıp sarmalamakta... Hâlâ iki yüzlüler sağı-
mızda-solumuzda!!!

İnsanlar kime inansın, kimden sakınsın, ne yapsın-ne etsin hâ-
lâ bilememekte... Bir Türk Atasözü'nün dediği gibi, hâlâ bazı "İçi
boş tenekeler" tangır tungur or'da-bur'da ses çıkarmakta! Hâlâ çı-
kan her sese ümitle koşmakta insanlarımız...

Hâlâ kaşıkla verip, kepçeyle almaktalar! Hâlâ IMF olmadan
bir şey yapamamaktayız!

Kulağımız hâlâ onların ağızlarından çıkacak laflarda, AB'ye
girme işi olmayacak gibti... İnsanlar diken üstünde... Hâlâ "kadın
sesi günahtr" diyebiliyor birileri MS.2000'li yıllarda! Hâlâ büyü-
le üfürüle insanları kandırıyor birileri!

Söyleyin nasıl dinsicin çılgılıklarım? Neleri özlemiyorum ki...

Savaşızsız, silahsız, kavgasız bir dünyada ve gülen yüzlü, kibar,
saygılı, sevgi dolu insanların arasında olmak... Masmavi tertemiz
denizi seyrederek, yemyeşil ulu ağaçların gölgesinde uzanmak...
Geleceği güven altında olan çocuklarla oynamak... Kendine rahat-
ça yeten emekli maaşı cebinde, tatlı tebessümü yüzünde, mutlu
bir yaşlılık yaşayanlarla selamlaşmak... konuşmak... Herkesin ala-
bileceği fiyat etiketlerinin bulunduğu mağazalardan, marketler-
den alış-veriş edebilmek... Geleceğimden endişe duymadan yaşa-
mak...

Deliler gibi özliyorum bunları... Ve daha neleer neler özli-
yorum...

Sevgilim, ne yazık ki sen başka şehirde yaşıyorsun.. Bu ülke
için var olan özlemlerimin gerçekleşmesini beklediğim gibi becli-
yorum seni.... Senin, benim, hepimizin yaşadığı bu ülke için duy-
duğumuz özlemlerimizin gerçeğe dönüşmesi, çook uzaklarda
görünüyor gibi!

Artık çılgılık atmak istemiyorum. Özlemlerimi verin bana...
Doğduğum... vatandaşı olduğum ülkede çılgılıksız yaşatın beni...
bizi... hepimizi...

Ama... İçim hâlâ çılgılıklarda... Ruhum feryat figan... Kalbim
ağlamalarda...

Canım Aziz Nesin'im "halkın %60'ı aptal" dediğinde "Bize ha-
karet ediyor" diye başta annem olmak üzere millet ne de kızmıştı
ona. Oysa ileri görüşlü Aziz Nesin, çok sevdiği halkını uyarmak
için söylemişti bunu.

Vergi alınmadık ne kaldı? Hah! Buldum. Yapılan çişler ve ka-
kalardan şimdilik vergi alınmıyor. Artık Allah bilir "küçük vergi-
si", "büyük vergisi" kuyruklarında bulabiliriz yakında kendimizi!
Ama her meslek dalında "kazanla" kazananlar, vergi listelerinde
nedense görülüyor! Ya da görülseler de kazançlarına göre ko-
mik miktar vergi ödüyorlar!

İsteyen "ne edepsiz kadın" desin umurumda bile değil!

Avaz kıyamet bağırarak, çılgılık atmak istiyorum!

Hep aynı siyasiler... benzer vaatler... Hep aynı mankenler...

Aynı sunucular... Aynı oyuncular... Aynı tip programlar... Aynı
tip haberler! Milletçe kafayı yiyeceğiz fena halde! (Zaten yedik
ya!)

Her dizide oynayan ve her magazin programında kadrolu gi-
bi yer alarak, çook önemli(!) beyanatlar veren hanımefendi ve
beyefendileri bir an bile TV'lerde görmezsek, işlerimiz ters gide-
cek neredeyse! Allah bir onları, bir de benim çocukluğumdan beri
var olan siyasetçilerimizi başımızdan eksik etmesin!

Deliler gibi çılgılık atmak istiyorum!

Doğayı, ağaçları, çiçekleri, hayvanları sevmeyenler!

Bu yüz yılda hâlâ çöpleri sokaklara dökener!

Aptal-saptal binaları yapıp, görsel zevklerimiz bozanlar!

Çürük çarık inşaatlarla ölüme davetiye çıkarırlar!

Sporu sadece "futbol" sananlar!

Yaşlılara ve çocuklara sevgisiz, saygısız ve acımasız
davrananlar!

Dini siyasete alet edenler!

Çevresinden bir günaydını, bir teşekkürü esirgeyenler!

Laikten Müslüman olamaz diyenler!

Maço tavırlı erkeklere paye veren kadınlar!

Beni delirtiyorsunuz!

Bağırıp, çağırarak bazen iyi gelir insana.

Hadi birlikte bağıralım arkadaşlar.

Bağıralım ve rahatlayalım.

Biiir...kiii...üüüçç

aaaAAiiiiiiiiiYYYyyy!!!

(Ohhh! Dünya varmış!)

“Liderlik için yarışanlar vardır,
bir de doğuştan lider olanlar.”



3 yıldır pazar lideriyiz.*

Scania olarak 2003 yılından bu yana 5.000 adedin üzerindeki satışımızla, 16 ton ve üzeri ithal ağır vasıta pazarında 3 yıldır lideriz.

Her geçen gün birlikte büyüyoruz. Scania Assistance yol yardım hizmetimizle 365 gün 24 saat yanınızdayız. Sunduğumuz ürün ve hizmetleri, ihtiyaçlarınız ve isteklerinizin doğrultusunda sizler için her zaman geliştirmeye devam edeceğiz.

Hizmette güvenilirlik, uzmanlık ve kalite arayan herkesi Gönen Scania'da bekliyoruz.



*Bu değerlendirme, 16 ton ve üzeri ithal ağır vasıta pazarı için TAİD (Ticari Araç İthalatçıları Derneği) ve Scania Interim Report tarafından hazırlanan verilere göre yapılmıştır.

Gönen

GÖNEN MOTORLU ARAÇLAR SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Ankara Caddesi No: 260 Bornova / İzmir

Tel: (0232) 479 60 99 Faks: (0232) 479 65 57

www.gonen.com.tr





Peter F. Drucker'ın Yenilikçi Düşünceleri

Şener MUTER

smuter@cms.com.tr Faks 0 232 3428127

Peter F. Drucker'ın Yenilikçi Düşünceleri

Peter F. Drucker 20. yüzyılın ikinci yarısına damgasını vurmuş, dünyaca tanınan bir yönetim gurusu. Drucker 19 Kasım 1909'da Viyana'da doğdu. 65 yıl boyunca yayımlanmış olduğu 34 özgün kitabı çağdaş yöneticilere yol gösteren kaynak kitaplar arasında yer aldı. Kitapları 30 dile tercüme edildi.

Onun eserlerinden başta Winston Churchill, Bill Gates, Jack Welch olmak üzere bütün dünya yararlandı. 11 Kasım 2005'de California, Claremont'daki evinde 95 yaşında hayata veda etti. İleri yaşına karşın özgün düşünceleriyle iş dünyasına sürekli öncülük yaptı. Her zaman yenilikçi düşüncelere sahip oldu.

Uygulamaya Dönük Öğeler

Drucker'ın özgün eserleri özellikle şirketlerin başarıyı nerelerde aramaları konusundaki düşünceleri ile bir devrim yarattı. Drucker kendisini hep bir öğrenci olarak gördü. Yöneticilik bir bilim dalı olmasına karşılık onun uygulamaya dönük öğelerini ön plana çıkardı. İş yaşamını öncelikle insan yaşamı olarak ele aldı. Daha başarılı bir yönetim için insan kaynaklarının duygularına, düşüncelerine ve davranışlarına ilgi gösterdi.

Drucker'ın farklı bir niteliği de karmaşık konuların derinliğine rahatlıkla inebilmesi ve düşüncelerini birkaç sözcükle en etkili bir şekilde belirtebilmesi. Onun özenle seçtiği sözcüklerinin arkasında yıllarca emek verdiği yenilik çalışmalarının ve özgün düşüncelerinin izleri bulunuyor. Drucker'ın eserlerinde bize verdiği en önemli mesaj; yapacağımız her iş sırasında mükemmelliği arayış çabasını sürdürmemizin, sürekli yenilik ve yaratıcılık peşinde koşmamızın zorunlu olduğu şeklinde özetlenebilir.

Drucker'a göre yöneticiler dünyayı saran değişimlere uyum sağlayabilirlerse ve onları fırsatlara dönüştürebilirlerse başarılı olabiliyor. Yöneticilerin en önemli sorumluluklarından biri de iş yaşamında ve teknolojide olan değişimleri önceden farkedebilmesi. Ona göre, yeniden tasarlanmaksızın, hiçbir iş ya da proje uzun süre etkin bir performans gösteremiyor.

Yenilik ve Yaratıcılık

Drucker, 95 yıl süren yaşamı boyunca yöneticilikte yenilik ve yaratıcılık konularında sürekli araştırmalar yaptı. Özgün düşünce ve önerileriyle topluma büyük katkıda bulundu. Eserleri bütün dünyada yankılar uyandırdı. Onun en azından bir eserini okumamış bir yöneticiye rastlamak kolay değil. (*)

Drucker'a göre tüm kuruluşlar ayakta kalmak için değişime açık olmak zorunda. Gelecekteki fırsatları değerlendirmek için geçmişi terk edemeyen kuruluşlar yarını yaratmayı da beceremeyecek. Ne yazık ki, dünü terk etmeye istekli çok az sayıda kuruluş var.

Drucker'ın ilk kitabı "Ekonomik İnsanın Sonu" (The End of Economic Man) olup 1939 yılında yayımlandı. 1956 yılında yazdığı "Yönetim Uygulaması" (Practice of Management) kitabı bugüne kadar yazılan dünyanın en önemli yönetim kitaplarından biri olarak gösteriliyor.

Drucker "Yönetim Uygulaması" başlıklı kitabı ile ilgili şunları söylüyor: "Ben yöneticilik konusunu ele aldığım da mühendisliği büyük ölçüde yönetime kattım. Muhasebe de önemli bir yer tuttu. Bir bölümünü psikoloji oluşturdu. İnsan kaynakları ve endüstri ilişkileri de belli oranda yönetim alanına katıldı. Daha önceleri bu konular ayrı ayrı ele alınıyordu. Siz de bilirsiniz ki, bir iş yaparken tüm aletleri çantanızda bulundurursanız o işi yapabilirsiniz. Yönetim Uygulaması'nda yaptığım şey büyük oranda buydu."

Hedeflerle Yönetim

Hedeflerle yönetim ilk önce Drucker tarafından anlamlı hale getirildi. Hedeflerle yönetim, davranış bilimine dayalı ve rekabetçi bir yönetim sistemi özelliği taşıyor. Çalışanlardan, belirli bir zaman dilimi içinde, kendi öncelikli hedeflerini ortaya koymaları isteniyor. Çalışanlar bu hedeflere nasıl ulaşacakları konusunda özgür bırakılıyor. Bu şekilde çalışanlar hedef belirleme, uygulama ve sonuçları değerlendirme süreçlerinde tüm yeteneklerini kullanmaya teşvik ediliyor.

Drucker, yönetimin açık iletişim ve ekip çalışmaları üzerine kurulması gerektiğini her zaman savundu. Ona göre yönetimin görevi çalışanların ortak performans göstermesini sağlamaktır. Ayrıca yönetimin neleri gerçekleştirmeyi amaçlıyorsa onların çalışanlara iyice anlatılmasını isterdi. Drucker önemli bir düşüncesini de "Birlikte çalıştığınız herkesin sırf insan olduğu için saygınlığı olduğunu unutmayın" sözleri ile belirtiyordu.

Drucker yetenekli elemanların yeni fırsatlardan yararlanabilmeleri ve öncülük yapabilmeleri için özgür bırakılmalarının gerekli olduğunu söylerdi. Ona göre bir insana özgürlük vermek, o insana sorumluluk vermek demektir. Drucker yöneticilerin aldıkları kararlarda dürüstlüğü keskin bir koşul olduğunu tüm çalışanlara göstermesini isterdi. Yöneticilerin performans, insanlara ve dürüstlüğe odaklanması onun önem verdiği bir konu idi. Performans ölçüm araçlarının, kuruluşun amaçlarına ve rekabet gücü kaynaklarına uygun olup olmadığının kontrol edilmesini isterdi.

Bir Bilim Mirası

Drucker'ın eserlerinden seçilmiş 366 düşünce ve önerileri kapsayan Prof. Joseph A. Maciariello'nun hazırladığı "Gün Gün Drucker" başlıklı kitap Türkçe olarak geçen ay MESS (Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası, www.mess.org.tr) tarafından yayımlandı.

MESS bu kitabın Türkiye'deki yayım hakkını aldığı zaman Drucker daha hayattaydı. Bu kitap bugün Türk iş dünyasına Drucker'ın bir bilim mirası olarak ulaşmış oldu. Drucker'ın değerli eserleri ve bıraktığı düşünce mirası bize daha uzun yıllar ışık tutacak.

(*) Peter F. Drucker'ı 1970 yılı başlarında Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde yapmakta olduğum bir araştırma sırasında kitap ve makalelerinden tanıdım. O yıllardan bu yana onun kitaplarını inceliyor ve yenilikçi düşüncelerinden yararlanıyorum.

YÜZ / GÖZ KORUMA

GÜRÜLTÜDEN
KORUMA

SOLUNUM
KORUMA

EL KORUMA

DÜŞMEDEN
KORUMA

VÜCUT
KORUMA

AYAK
KORUYUCULARI



makara®

GİYİM, DERİ VE AYAKKABI PAZARLAMA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.
www.makaratekstil.com

MERKEZ: 895 Sokak No:9 35250 Hisarönü-İZMİR
Telefon: 0 232 4412851-4413842 FAX: 0 232 4831594

ŞUBE: 1145/5 Sokak No: 6/D Gıdaçarsısı İZMİR
Telefon: 0 232 459 39 49 FAX: 0 232 459 41 59





Aziz KOCAOĞLU
İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı

İzmir EXPO ile taçlanacak

Bazı olaylar ve tarihler vardır ki, ülkelerin ve kentlerin kaderinde belirleyici önemli rol oynamışlardır. 19 Mayıs, ulusumuzun bağımsızlığına giden yolda nasıl önemli bir mihenk taşı ise; 9 Eylül, İzmir Enternasyonal Fuarı, 1974 Akdeniz Oyunları, UNIVERSIADE 2005 de İzmir için önemli dönüm noktalarıdır. Geçtiğimiz yıl başarıyla gerçekleştirdiğimiz UNIVERSIADE'ın ardından, aday olduğumuz EXPO 2015, İzmir ve Ege Bölgesi'nin yarını için dönemeç olabilecek önemli bir hedefdir. Dünyanın en büyük uluslararası sergi organizasyonu olan EXPO'yu İzmir'e kazandırmakla, kentimiz ve bölgemizin gelişimi, bir bütün olarak Türkiye'nin dünyaya tanıtımı açısından büyük bir fırsat yakalamış olacağız.

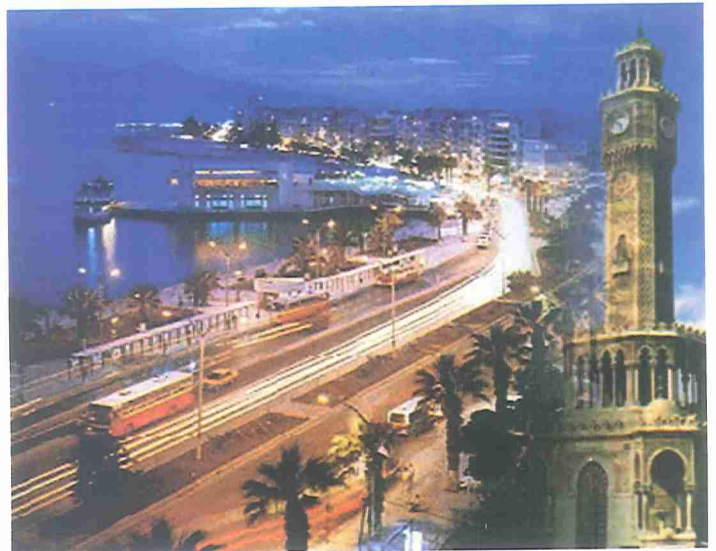
Bugüne kadar çeşitli ülke ve kentlerde gerçekleştirilmiş olan EXPO organizasyonlarını, dünyanın dört bir yanından milyonlarca kişi ziyaret etmiştir. Kıtaların kesiştiği bir noktada bulunan ülkemizin coğrafi konumu, ulaşım olanakları ile İzmir'in ve Ege'nin sıcak iklimi, doğal, kültürel ve tarihi zenginlikleri göz önüne alındığında; İzmir'de düzenlenecek EXPO'nun ziyaretçi sayısının çok yüksek olacağı açıktır. 40 milyonun üzerine çıkabilecek ziyaretçi sayısı, başta İzmir olmak üzere Çanakkale'den Fethiye'ye kadar uzanan Ege hinterlandında turizm, ticaret ve genel anlamıyla ekonomik yaşamda büyük bir canlanmaya yol açacaktır.

Bu değerlendirmeler ışığında, İzmir Büyükşehir Belediyesi olarak EXPO'nun kentimize kazandırılması için tüm olanaklarımızı seferber etmiş durumdayız. Başta Valilik olmak üzere tüm meslek odalarımız ve sivil toplum kuruluşlarımızla kol kola EXPO'ya yürüyoruz. Başlattığımız ve İzmir'in gündemine getireceğimiz projelerimizi EXPO vizyonu ile değerlendiriyoruz.

Alt yapısı tamamlanmamış bir kentte turizm ve ticaretin gelişemeyeceği açıktır. Mevcut metro hattımızın Üçyol'dan Üçkuyular'a uzatılması ve kentin iki yakasını birleştirecek Aliağa-Menderes Banliyö Sistemi'nin geliştirilmesi projelerimiz, İzmir'in ulaşım sorununu kökten çözümlenecek çalışmalardır.

Gaziemir'de oluşturacağımız yeni fuar alanı ve kongre merkezi ile önümüzdeki süreçte yapımına başlayacağımız Adnan Saygun Sanat Merkezi, bu iki alanda İzmir'in

sıkıntısını çektiği önemli eksiklikleri giderecektir. Agora'nun gün yüzüne çıkartılıp Kadifekale ve tarihi Kemeraltı ile bütünleştirilmesine yönelik çalışmalarımız, hem arkeolojik ve mimari değerleri olan mekanları algılanabilir hale getirecek hem de yeni yüzleri ile turizm ve dünya insanlığının hizmetine sunmamıza olanak verecektir. Kent ormanları, sahil düzenlemeleri, Deniz Müzesi ve Doğal Yaşam Parkı ile İzmir yeni çekim merkezlerine kavuşacaktır. Bütün gayretimiz; İzmir'in cazibesini arttırırken, kentimizin gelişimine ivme kazandırmak ve İzmirli'lerin yaşam standartlarını yükseltmektir. 75 yıldır fuarcılık yapan İzmir'i EXPO ile taçlandırarak bu hedefe bir adım daha yaklaşacağımıza inanıyorum.



yücel
baysal

dayanıklı tüketim mamülleri
sanayi ve ticaret limited şirketi

*Yıllardır
aynı kalite
ve heyecanla
hizmet veriyoruz...*

Orbital 5950
Elektronik
Çamaşır Makinesi



5086 V NF Plus
Orbital
No-Frost Buzdolabı



6095 EDI
Ekolojist Inox
Bulaşık Makinesi



9612 DTA
Orbital Double
Fırın



Hisarönü

899 Sokak No: 20 İzmir
Tel :0.232.425 23 43 (pbx)
Fax:0.232.483 89 08

Yeşilyurt

Polat Cad. No: 74/C İzmir
Tel :0.232.244 55 44 (pbx)
Fax:0.232.244 53 91

web: www.yucelbaysal.com.tr • e-mail: abaysal@yucelbaysal.com.tr

 **arçelik**

İzmir'imizin Dünya Fuarı EXPO ile Dünya Kenti olmaya yürüyüşü



Türkiye'nin 3. büyük kenti İzmir, pek çok kent gibi adımlarını "dünya kenti olma" hedefiyle atıyor. Bugün, gelişmiş ülkeler varlıklarını gelişmiş kentleriyle ispatlıyor. Bu gelişmiş kentler, uluslararası arenada, ülkelerini özgün kimlikleriyle temsil ediyorlar.

Ticarette, turizmde, sanayide cazibe merkezleri olarak devleşen kentler, çevrelerindeki sermaye, girişimci ve nitelikli işgücü için birer çekim noktası oluşturuyorlar. Bu doğrultuda, gelişmişlikleri de geometrik olarak katlanıyor.

Amacımız; İzmir'in adının Paris, Barselona, New York, Roma, Tokyo, Dubai, Londra gibi büyük metropollerle birlikte anılması. İzmir'imizin 24 saat yaşayan bir kente dönüşmesi. Ticaret ve turizm denince akıllara İzmir'in gelmesi.

Bu noktaya ulaşmak, strateji, plan, disiplin ve ileri görüşlülükle yoğunlaşmış yoğun bir çalışmayı gerektiriyor. BIE (Uluslararası Sergiler Bürosu) tarafından organize edilen dünyanın en büyük uluslararası etkinliklerinden, "Dünya Fuarı" olarak adlandırılan EXPO'lar, kentlerin kaderini değiştirmede; yıllar öncesinden başlayan hazırlıkları, serginin başlangıcından sonuna kadar geçen sürede yarattıkları istihdam ve geride bıraktıkları alt yapı olanakları ile bu yolda atılacak en etkin adım olarak karşımıza çıkıyor.

Dünya üzerinde 150 yılı aşkın süredir düzenlenmekte olan EXPO'larda, farklı ülkelerin

Bu yönüyle, EXPO'lar birer ticari fuar olmaktan öte eğitsel amaçlı birer tema ve kültür etkinliği olarak anılıyor. Bu tema ve kültür etkinlikleri; teknoloji, yenilik ve doğaya uyum gibi evrensel konuları hedef alarak tüm dünya ülkelerinin kültürel mirasları ile geleceğe yönelik beklentilerini harmanlamaya yönelik.

Sosyal, kültürel ve eğitsel yüzüyle insanlığın gelişimi ve hoşgörüsüyle bütünleşmesinde öncülük eden EXPO'lar 5 yılda bir kez düzenlenerek en az 3, en çok 6 ay sürüyorlar. Kapladıkları ortalama 1 milyon 500 bin metrekarelik alanda dünyanın dört bir yanından on milyonlarca ziyaretçiyi kucaklıyorlar.

Böylelikle EXPO'lar, gerçekleştirildiği kente, dünya halklarını bir araya getirerek yenilik-



Amacımız;
İzmir'in adının
Paris, Barselona,
New York, Roma,
Tokyo, Dubai, Londra
gibi büyük
metropollerle birlikte
anılması.
İzmir'imizin 24 saat
yaşayan bir kente
dönüşmesi.
Ticaret ve turizm

lerin ve sürdürülebilir gelişmenin kapısını uyum içinde aralamada rol oynama fırsatı veriyorlar. Böylelikle, kent kimliğine hafızalardan silinmeyecek bir itibar kazandırmış oluyorlar.

Aynı zamanda da, körükledikleri yatırım dalgası ve yaklaşık 50 milyon kişilik ziyaretçi potansiyeli nedeniyle eşsiz bir alt yapıyı miras bırakarak büyük bir ekonomik dönüşümün kıvılcımını ateşliyorlar.

150 yıllık EXPO tarihine göz attığımızda, bir kente kalan EXPO mirasının nitelik ve niceliğinin ne kadar zengin olduğunu görmek mümkün. İlk dünya fuarı, 1851 yılında Londra'da düzenlenirken kente ünlü Kristal Sarayı kazandırdı. Eiffel Kulesi ise, 1889 Paris Expo'su için inşa edilen, 100 yılı aşkın süredir Paris'e hem maddi getiri sağlayan hem de şehrin hafızalardaki yerini sağlamlaştıran eşsiz bir yapı oldu.

Açıkça görülüyor ki, ülkemizin böyle bir organizasyona imza atması, Türkiye ve İzmir'in dünya ölçeğinde tanıtımını sağlayacak, ülkemizin ve kentimizin adını unutulmazlar arasına yazacak.

2008 yılında, kentimiz 2015 EXPO'sunu düzenleyecek kent olarak seçilmese bile, o güne dek yapılan çalışmalar kentimizin hanesine birer kazanım olarak işleyecek. Bugün, BIE'ye üye 98 ülke şimdiden kentimizi tanımaya başladı. Kulislere İzmir'in adı sahip olduğu zenginlikleri ve potansiyeliyle beraber dalga dalga yayılıyor.

Odamız, bu doğrultuda, İzmir'in geleceğini güzelleştirmeye gönül vermiş tüm kurumlarla birlikte, böyle bir dönüşüm için gerekli azim, ileri görüşlülük ve disiplinle uzun yıllardır mücadele veriyor.

EXPO'yu İzmir'e armağan etme hayali, 1992'de Odamızın hazırladığı 15 yıllık İzmir Stratejik Planı ile doğdu. 1992 yılından bu yana, Türkiye'nin BIE'ye üye olması yolunda gösterilen ısrarlı çabalarımız sonucunda, 2004 yılının Ekim ayında BIE'ye üyeliğin sağlanmasının ardından, İzmir'in EXPO 2015'e aday gösterilmesi için gereken Bakanlar Kurulu Kararı 23.11.2005 tarih ve 26002 sayılı Resmi Gaze-

te'de yayımlandı.

İzmir, Cumhuriyet tarihimiz boyunca fuarlar kongreler kenti olma misyonunu taşıdı. Bu rota, I. İktisat Kongresi'ni İzmir'de düzenleyen Atatürk tarafından çizildi. Bugün İzmir, başta köklü İEF olmak üzere, dünyada sektöründe ikinci sırada gösterilen Mermer Fuarı ile birlikte yılda 34 ihtisas fuarı düzenliyor.

Bugün, EXPO İzmirimiz için bir hayal değil; kentimizin vizyonu dahilinde olmazsa olmazımız. Bu doğrultuda, şehrimizdeki tüm sivil toplum örgütleri bir araya gelerek güç birliği ile İzmir EXPO 2015 İcra Kurulu'nu oluşturduk.

İcra Kurulumuzun girişimiyle, BIE Genel Sekreteri'nin İzmir'e davet ederek ziyaretini organize ettik. Sezar'ın ünlü deyişi "geldim gördüm yendim", Vicente Gonzalez Loscertales için "geldim, gördüm, inandım" olarak değişti.

Şehrimizin güzelliklerle bezeli gizemli tarihini, köklü ve çok yönlü kültürünü, EXPO'yu sırtlanmaya hazır coğrafi zenginliklerini kendisine tanıtma fırsatını yakaladık. Ankara'ya götürerek Bakanlarımızla görüşmesini ve tüm ülkenin İzmir'in arkasında olduğunu birinci ağızdan duymasını sağladık. BIE'nin en önemli ismi, Loscertales, İzmir'in coşkuyla sarıldığı EXPO mücadelesinin sağlam temellere oturduğuna inandı.

Bundan sonra, önümüzdeki kısa dönem EXPO 2015 İZMİR çalışmaları ise, 3 aşamadan oluşuyor. İlk aşama, 2006 yılı içinde yapılacak resmi adaylık başvurusuna kadar yürütülecek faaliyetlerimiz. Bu süre içinde İzmir'in modern ve öncü duruşunu sergileyen, tüm dünyanın ilgisini çekecek bir tema bulunmasına aracılık edeceğiz.

Daha sonra, temayla bütünleşik olarak EXPO'nun yapılacağı alan seçimi sonuçlanacak. 2006 yılı Nisan ya da Mayıs ayında yapılması tasarlanan resmi adaylık başvurusuna kadar EXPO 2015 İzmir'in fizibilite raporu çıkarılacak ve BIE nezdinde lobi çalışmalarına başlanacak.

EXPO'nun yurtiçi tanıtım çalışmaları ile tüm ülke tarafından kucaklanmasının yanı sıra BIE'ye üye 98 ülke nezdinde lobi faaliyetleri de kentimizin kendini doğru anlatması ve yürütmekte olduğumuz yoğun faaliyetler ile İzmir'in EXPO'ya hazır yüzünün tüm dünyaya görülmesi açısından büyük önem taşıyor.

Bugün, 12 yıllık EXPO mücadelemizin en heyecan verici noktasındayız. Kentimiz artık 2015 EXPO'sunun en ciddi adayları arasında. Bundan sonra bütün çabamız, kentimizin uzun yıllardan bu yana özlediği haklı başarıyı elde etmesi için seferber olmak üzerine kurulacak. İzmir, dünya kentleri arasında hak ettiği yeri alacak.

Ekrem DEMİRTAŞ
İzmir Ticaret Odası Yönetim Kurulu
Başkanı ve EXPO 2015
İzmir İcra Kurulu Başkanı

EXPO'nun yurtiçi tanıtım çalışmaları ile tüm ülke tarafından kucaklanmasının yanı sıra BIE'ye üye 98 ülke nezdinde lobi faaliyetleri de kentimizin kendini doğru anlatması ve yürütmekte olduğumuz yoğun faaliyetler ile İzmir'in EXPO'ya hazır yüzünün tüm dünyaya görülmesi açısından büyük önem taşıyor.



KAPAK KONUSU

EXPO 2015 İzmir için önemli değişiklikleri beraberinde getirme fırsatı ile birlikte, Türkiye için de son derece önemli bir etkinlik. Bir 'Dünya Şehri' olabilmek, Türkiye ve bölge için bir model yaratabilmek olanağı; İzmir'in bir uluslararası fuar ve kongreler merkezi olabilmesi ve Türkiye'nin artık bir EXPO düzenlemiş ülke olarak anılması anlamına gelecek.



DÜNYA FUARI "EXPO" VE İZMİR

Dünyanın kültür, tarih ve eğitim olimpiyatları olarak nitelendirilebileceğimiz EXPO'lar, ülkeleri uzmanlaşmış oldukları konulardaki bilgi birikimlerini daha yaşanır bir dünya için paylaşmak üzere bir araya toplar. Burada ürünler değil fikirler, kültürler ve dünyanın geleceği için projeler sergilenir. EXPO, Exposition'ın kısaltmasıdır. Exposition'un Türkçe karşılığı "Sergi"dir. EXPO'lar, "Dünya Sergisi" ya da "Dünya Fuarı" olarak da adlandırılır. 1851'de Londra Kristal Palas'ta düzenlenen sergi ile temelleri atılan EXPO'lar, 150 yılı aşkın sürede 63 kez düzenlendi. Ancak, BIE'ye (Uluslararası Fuar Birliği) üye olmadığımız için bunların

EXPO 2015 İzmir için önemli değişiklikleri beraberinde getirme fırsatı ile birlikte, Türkiye için de son derece önemli bir etkinlik. Bir 'Dünya Şehri' olabilmek, Türkiye ve bölge için bir model yaratabilmek olanağı; İzmir'in bir uluslararası fuar ve kongreler merkezi olabilmesi ve Türkiye'nin artık bir EXPO düzenlemiş ülke olarak anılması anlamına gelecek.

150 yıllık EXPO tarihine göz attığımızda, bir kente kalan EXPO mirasının nitelik ve niceliğinin ne kadar zengin olduğunu görmek mümkündür. İlk dünya fuarı, 1851 yılında Londra'da düzenlenirken kente ünlü Kristal Sarayı'nı kazandırmıştır. Eyfel Kulesi ise, 1889 Paris EXPO'su için inşa edilen, 100 yılı aşkın süredir Paris'e hem maddi getiri sağlayan hem de şehrin prestijini artıran eşsiz bir yapıdır.

İzmir bugün 12 yıllık EXPO mücadelesinin en heyecan verici noktasında. 2015 EXPO'sunun İzmir ve Türkiye için yaratacağı muazzam değişikliklerin özlemiyle, adaylık sürecini başarıyla sonuçlandırmak için çalışmalar inançla ve coşkuyla sürdürülüyor.

"EXPO" VE TEMA

İzmir için EXPO'yu gerçekleştirmek, müthiş bir gösteri fırsatı anlamına geliyor. Çünkü dünyanın en büyük organizasyonu olma özelliğini taşıyan uluslararası EXPO'lar 180 güne kadar açık kalıyor. EXPO, aynı zamanda, vatandaşlarımızı ortak bir amaç etrafında birleştirmek için de eşsiz bir fırsat sunuyor. Katılan ülkeler ise, kendilerini dünyaya tanıtmaya, ev sahibi ülke ve onun vatandaşlarıyla daha sıkı ilişkiler kurma fırsatı buluyor.

Uluslararası EXPO'nun kendisi bir büyük iletişim mucizesi. Son derece iyi tasarlanmış bir pazarlama ve iletişim programı vasıtasıyla, dünyanın her yerinden en çok sayıda ziyaretçiyi çekebilme amaçlanıyor. Böyle bir etkinliğin ruhu ve büyüğü, temasında odaklanır. İnsan nesli için önemli bir konu üzerine şekillenen asıl tema EXPO'ya damgasını vurur. Bir uluslararası sergi, yapıldığı yerin kültürel zenginliğini ortaya çıkaran ve kültürler arası diyalogu, barışı ve işbirliğini geliştiren bir gösteri olanağı olarak anlaşılmalıdır. Potansiyel ziyaretçiler sergiye gelmekle, dünyanın yüzleşeceği kültürel, teknik ve bilimsel temel sorunları daha iyi anlayabileceğine inanmalıdır.

Bu fuarlarda bir yandan ülkelerin sahip oldukları kültürel, tarihi tüm zenginlikler sergilenirken öte yandan, insanlığın, dünyanın geleceği ile ilgili projeksiyonlar yapılarak, bugünün araçlarıyla geleceğin mekânları kurulmaya çalışılıyor. Tema, tüm dünya ülkelerinin kendisini en iyi şekilde anlatmasına vesile yaratacak, bu nedenle katılıp pavyon açmanın cazip bulunacağı evrensel bir içerik ve zenginlik taşımalıdır. Nitekim, tüm ülkeler ana temayla uyumlu olarak belirlenen alt temalardan birini tercih

ederek EXPO'lara katılarak, ulusal değer ve zenginliklerini o başlık çerçevesi içerisinde anlatmaya tüm dünya insanların ilgi ve beğenisini kazanmaya çalışıyor. Örneğin, EXPO 2005 Aichi'nin teması "Doğanın Bilgeliği"ydi. Türkiye, "Doğanın Geometrisi" alt temasına uyumlu olarak tasarlanıp açılan pavyonuyla, kategorisinde altın madalya ile ödüllendirildi. Pavyonun mimari özellikleri ve tasarımı, minareler, kubbeler ile oluşan ülke silüetinden yola çıkılarak Türkiye'nin anlatılması amacını taşıyordu.

İZMİR EXPO 2015 HAZIRLIK ÇALIŞMALARI

EXPO için hazırlık çalışmalarına başlanırken, öncelikle, EXPO'lara ev sahipliği yapmış ve bundan sonra da üstlenmeyi taahhüt etmiş kentlerin yasal ve yapısal örgütlenme modelleri incelendi. Bu deneyimler ışığında EXPO İzmir 2015 İcra Komitesi oluşturuldu. Komite; İTO Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Demirtaş'ın liderliğinde Ege İhracatçı Birlikleri Başkanı Servet Eröcal, İzmir İl Genel Meclisi Başkanı Hakkı Berksü Ege Bölgesi Sanayi Odası Başkanı Tamer Taşkın, İZFAŞ Genel Müdürü Doğan İşleyen, Deniz Ticaret Odası İzmir Şube Başkanı Geza Dologh, Ege Genç İşadamları Derneği Başkanı Fatih Dalan, Ege Ekonomiyi Geliştirme Vakfı Başkanı Yılmaz Temizcakan'ın oluşuyor. EXPO İcra Komitesi haftada bir kez İTO'da toplanıp EXPO'nun gerçekleştirilmesi için gerekli koordinasyonu sağlayacak çalışmalarda bulunuyor.

BIE (Uluslararası Sergiler Bürosu) tarafından organize edilen ve dünyanın en büyük sosyal etkinliği kabul edilen EXPO'nun yapılması için çok yoğun bir lobi faaliyetinde bulunulacak. 2006 yılı içinde EXPO İzmir 2015 Paris Ofisi'nin açılması lobi faaliyetleri kapsamında birincil hedef. Bu lobi faaliyetlerinin Paris'te yoğunlaşması kaçınılmaz; çünkü BIE'nin merkezi Paris'te bulunuyor ve 98 üye ülkenin delegasyonlarıyla yerinde iletişim kurmak ancak böyle mümkün olabilecek.

İzmir için EXPO'yu gerçekleştirmek, müthiş bir gösteri fırsatı anlamına geliyor. Çünkü dünyanın en büyük organizasyonu olma özelliğini taşıyan uluslararası EXPO'lar 180 güne kadar açık kalıyor. EXPO, aynı zamanda, vatandaşlarımızı ortak bir amaç etrafında birleştirmek için de eşsiz bir fırsat sunuyor. Katılan ülkeler ise, kendilerini dünyaya tanıtmaya, ev sahibi ülke ve onun vatandaşlarıyla daha sıkı ilişkiler kurma fırsatı buluyor.



KAPAK KONUSU

İzmir'de EXPO düzenlenmesi fikri ilk kez 1992'de İTO'nun hazırladığı 15 yıllık İzmir Stratejik Planı ile doğdu. Bu doğrultuda, Türkiye'nin Uluslararası Sergiler Bürosu'na (BIE) üye olması yönünde İTO tarafından 1992 yılından beri birçok girişimlerde bulunuldu. Hiçbir hükümet tarafından cevaplanmayan ısrarlı talepler 59. Hükümet tarafından değerlendirilerek kabul edildi. 2004 Ekim ayında, Türkiye'nin BIE'ye üyeliği sağlandı.

İzmir'de 2015 yılında EXPO düzenlenmesinin önünde şu anda mevzuat açısından hiçbir engel bulunmuyor. Başvurular 2006 yılında BIE tarafından kabul edilmeye başlanacak. Başvurunun bizzat hükümet tarafından yapılması gerekiyor.

Mevzuat açısından sorun bulunmamakla beraber, şehir olarak altyapı bakımından çok ciddi yatırım ve iyileştirme çalışmaları gerekiyor. Bunlar:

1.İzmir'in yurtdışı ile doğrudan uçuş bağlantısı son derece sınırlı. Havaalanının kapasitesi de yetersiz. Yurtdışından insanların EXPO'nun yapıldığı şehre doğrudan değil bağlantılı uçuşlarla ulaşması muhtemel ziyaretçi sayısını çok aşağılara çekecektir.

2.EXPO için gelecek insanların barınmasına yetecek kadar konaklama tesisi bulunmuyor.

3.İlçelerde ya da yakın illerde konaklayacak insanların sergi alanına gidiş gelişini sağlayacak kara yolları yeterli değil. Yanı sıra, ilçelerle ya da yakın illerle İzmir'i birbirine bağlayan, karayolu dışında modern demiryolu gibi alternatif ulaşım imkânları da bulunmuyor.

4.EXPO 2015 dünyayı İzmir'e taşıyacak. Türkiye'de yaşayan tüm insanlar için bu büyük bir fırsat. Türkiye'yi İzmir'e getirmek gerekecek. Zaten yapılan istatistikler, EXPO'lara gelen ziyaretçilerin yüzde 70'inin yerel halk olduğunu gösteriyor. Bu nedenle, İzmir-Ankara, İzmir-İstanbul, İzmir-Adana arasında hızlı tren alt yapısı hazırlanmalı.

5.Sergi ile eş zamanlı düzenlenecek etkinlikler için kongre ve seminer salonları mevcut değil.

Tüm bu eksikliklere karşılık, yüzünü batıya çevirmiş modern ve güzel bir şehir olan İzmir'de bir EXPO düzenlenmesi dünyanın ilgisini çekecektir. Çünkü;

1.İzmir bu organizasyona talip olan ilk Müslüman kent ve ülke.

2.Türkiye'nin AB ile müzakere süreci dünya konjonktürü içinde Türkiye'ye ilgiyi artırıyor.

EXPO 2015 İZMİR İÇİN NELER YAPILDI?

1.18 Ağustos 2005 tarihinde Dışişleri Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Sayın Abdullah Gül ve çalışma arkadaşları ile yapılan toplantıda 2015 yılında Türkiye'nin EXPO'ya aday olacağı ve bunun için İzmir kentinin seçilmiş olduğu ifade edildi. Kentimizin EXPO 2015'e aday olması çalışmalarını çerçevesinde, 19-25 Eylül 2005 tarihleri arasında, Aichi 2005 EXPO'sunun kapanışına ve "Uluslararası EXPO'lara Ev Sahipliği Yapan Kentler Birliği" AVE'nin 2. Genel Kurulu'na İTO tarafından düzenlenen bir geziyle iştirak edildi. Aichi EXPO'su Organizasyon Heyeti'nden, organizasyonla ilgili detaylı bilgiler alınmasının ardından, Genel Kurula katılındı. İzmir başarı ile temsil edildi ve İzmir'in aday olacağı, İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu tarafından duyuruldu.

2.İzmir'de EXPO düzenlenmesi fikri ilk kez 1992'de İTO'nun hazırladığı 15 yıllık İzmir Stratejik Planı ile doğdu. Bu doğrultuda, Türkiye'nin Uluslararası Sergiler Bürosu'na (BIE) üye olması yönünde İTO tarafından 1992 yılından beri birçok girişimlerde bulunuldu. Hiçbir hükümet tarafından cevaplanmayan ısrarlı talepler 59. Hükümet tarafından değerlendirilerek kabul edildi. 2004 Ekim ayında, Türkiye'nin BIE'ye üyeliği sağlandı. Yaklaşık bir yıl sonra, 23.11.2005 tarih ve 26002 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 2005/9616 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile "İzmir'in EXPO 2015'e aday gösterilmesi ve adaylık için gerekli işlemlerin yürütülmesi hususunda Dışişleri Bakanlığı'nun görevlendirilmesi" ne karar verildi.

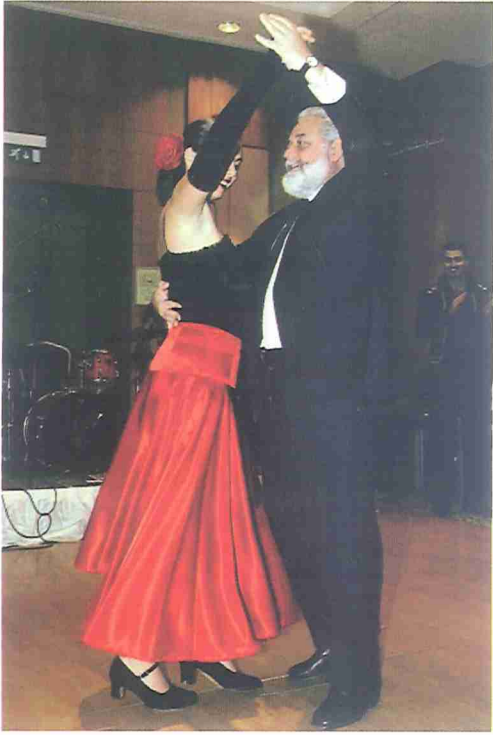
3.1 Aralık 2005 tarihinde Paris'te gerçekleştirilen Uluslararası Sergiler Bürosu Genel Kurulu'nda resmi delegasyonun yanı sıra İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu ve İzmir Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Ekrem Demirtaş da hazır bulundu. Türkiye, Kanada, Belçika, Fransa, İtalya, Japonya, Kore, Lübnan, Fas, Polonya, Romanya ve İsviçre ile birlikte EXPO İcra Komitesi'ne seçildi. Bu, Birliğe daha bir yıl önce üye olan bir ülke için önemli bir başarı; çünkü söz konusu Komite, Birliğin "mutfağı" olarak kabul edilen, en yetkili organı.

4.BIE Genel Sekreteri Vicente Gonzalez Loscertales'in ziyareti İTO EXPO Ofisi tarafından 12-16 Aralık 2005 tarihleri arasında organize edildi. Loscertales; İTO yer alan "100 Yıllık EXPO Macerası" konulu sergiyi ve İTO EXPO Ofisini açtı. EXPO alanının belirlenmesi ile ilgili olarak İzmir'in üstünde bir helikopter turu düzenlendi. İzmir Valisi Oğuz Kağan Köksal ve İzmir Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu'ndan İzmir hakkında bilgi alan Loscertales, ayrıca Ankara'da Dışişleri Bakanı ve Başbakan Yardımcısı Abdullah Gül, Dış Ticaret Müsteşarı



EXPO İZMİR

5. EXPO 2015 İzmir İcra Komitesi 5-11 Şubat 2006 tarihleri arasında EXPO'ya ev sahipliği yapan kentlerin tecrübelerini değerlendirmek üzere İspanya ve Fransa'ya bir İnceleme Gezisi düzenledi. Gezide, öncelikle 1992 yılında EXPO düzenlenen İspanyanın Sevilla kenti ziyaret edildi. EXPO 1992 Sevilla'yı düzenleyen yetkililer tarafından EXPO organizasyonunun en kritik konuları hakkında sunumlar yapıldı.



Tuncer Kayalar, Sanayi ve Ticaret Bakanı Ali Coşkun, Devlet Bakanı Beşir Atalay ve Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşarı Mustafa İsen ile görüşmeler yaptı. İzmir Ekonomi Üniversitesi EXPO Kulübünü de ziyaret eden Loscertales ayrıca Efes Harabeleri ve Meryem Ana'ya da kültür ziyaretinde bulundu. İzlenimlerini bir basın toplantısıyla paylaşan BIE Genel Sekreteri, EXPO için oluşturulan ulusal bilinci ve ortak çalışma ruhumuzu görmekten çok memnun olduğunu, İzmir'in adaylığı için elinden gelen tüm desteği vermeye hazır olduğunu ifade etti. Loscertales, 2006 yılının Temmuz ayında tekrar İTO'yu ziyaret edecek.

5. EXPO 2015 İzmir İcra Komitesi 5-11 Şubat 2006 tarihleri arasında EXPO'ya ev sahipliği yapan kentlerin tecrübelerini değerlendirmek üzere İspanya ve Fransa'ya bir İnceleme Gezisi

düzenledi. Gezide, öncelikle 1992 yılında EXPO düzenlenen İspanyanın Sevilla kenti ziyaret edildi. EXPO 1992 Sevilla'yı düzenleyen yetkililer tarafından EXPO organizasyonunun en kritik konuları hakkında sunumlar yapıldı. Ardından, Sevilla Belediye Başkanı ve Sevilla Ticaret Odası Başkanı ile görüşmeler gerçekleştirildi. Sevilla'dan sonra 1839 EXPO ve 1992 Olimpiyatları'nı düzenleyen Barcelona ziyaret edildi, bir kentin dönüşümünde yakalanan başarı öyküsü yerinde izlendi.

İspanya'daki üçüncü durak Zaragoza oldu. 3 ay açık kalacak bir küçük EXPO düzenleyecek olan Zaragoza'da, öncelikle hazırlıklar konusunda yapılan sunumlar dinlendi. EXPO Alanında yürütülen arazi düzenleme çalışmaları yerinde görüldü. Ardından Zaragoza Belediye Başkanı ve Zaragoza EXPO 2008 yetkilileriyle görüşüldü.

EXPO yapmış, EXPO yapacak olan kentlerin ard arda ziyaret edilerek en yetkili makamları tarafından yaşadıkları deneyimlerin aktarılması İzmir'de yürütülecek çalışmalara çok değerli katkılar sağladı.

Son olarak, Paris'te BIE Genel Sekreteri Vicente Gonzalez Loscertales ile buluşarak gezi izlenimlerinin ve gezide görülüp öğrenilenlerinin paylaşıldığı, Sayın Loscertales'in bilgi ve görüşlerinin alındığı bir toplantı gerçekleştirildi.

EXPO 2015 İZMİR İÇİN NELER YAPILMALI?

EXPO 2015 İZMİR maratonunun ilk etabı koşulmaya başlandı. Önümüzdeki kısa dönem çalışmalar, 3 aşamadan oluşacak. İlk aşama, 2006 yılı içinde yapılacak resmi adaylık başvurusu ve hazırlıkları. Bu süre içinde İzmir'in kimliğini ve tarihi özelliklerini bünyesinde barındıran, tüm dünyanın ilgisini çekecek özgün bir tema bulunacak. Daha sonra, EXPO'nun yapılacağı

EXPO'nun yurtiçi tanıtım çalışmaları ile tüm ülke tarafından kucaklanması kadar BIE'ye üye 98 ülkede yapılacak lobi faaliyetleri de önem taşıyor. İzmir'in kendini doğru anlatarak yürütülen çalışmaların tanıtılması gerekiyor. Bu faaliyetler, İzmir'in EXPO'ya hazır yüzünün ve adaylığımızın tüm Türkiye tarafından sahiplenildiğinin tüm dünyaya gösterilmesi hedefine yönelik olacak.

alan seçilecek. 2006 yılı Nisan ya da Mayıs ayında yapılması tasarlanan resmi adaylık başvurusuna kadar EXPO 2015 İzmir'in fizibilite raporu çıkarılacak ve BIE nezdinde lobi çalışmalarına başlanacak.

EXPO'nun yurtiçi tanıtım çalışmaları ile tüm ülke tarafından kucaklanması kadar BIE'ye üye 98 ülkede yapılacak lobi faaliyetleri de önem taşıyor. İzmir'in kendini doğru anlatarak yürütülen çalışmaların tanıtılması gerekiyor. Bu faaliyetler, İzmir'in EXPO'ya hazır yüzünün ve adaylığımızın tüm Türkiye tarafından sahiplenildiğinin tüm dünyaya gösterilmesi hedefine yönelik olacak.

BUNDAN SONRA İZLENECEK YOLUN ANA HATLARI

A. ADAYLIK SÜRECİNDE ÖNCELİKLE YAPILMASI GEREKENLER

- 1.EXPO Yasası çıkartılmalıdır.
- 2.Cumhurbaşkanı başta olmak üzere toplumun tüm kesimlerine bilgilendirme yapılmalıdır.
- 3.Tema belirlemek için tüm ülkede toplantılar yapılarak tema önerileri alınmalıdır.
- 4.Ülke çapında etkin kişilerden bir danışma kurulu oluşturulmalıdır.
- 5.Kurumsal kimlik ve marka şehir çalışmaları yoğun biçimde devam ettirilmelidir.
- 6.Şehir planlama, ulaşım, altyapı planlaması, kent yenileme projesi ve maliyet analizleri ile finansal fizibilite çalışmaları yapılarak bu çerçevede, yer belirleme işlemi tamamlanmalıdır.
- 7.Tanıtım filmi malzemeleri hazırlanmalıdır.
- 8.EXPO'dan beklenti ile sosyal ve kültürel etki analizi yapılmalıdır.
- 9.Tema ve yer belirlemesi ile birlikte, tüm İzmir ve Türkiye çapında EXPO flama ve tanıtım levhaları ile reklâm çalışmaları başlatılmalıdır.

10.Nisan ayı ortasında, adaylık başvuru dosyası Paris'te Genel Sekreter'e verilerek aynı gün İzmir Ofisi açılması ve Paris'te resepsiyon düzenlenmesi sağlanmalıdır.

ADAYLIĞIN KESİNLEŞMESİNDEN SONRA YAPILMASI GEREKENLER;

- 1.Havaalanının kapasitesi genişletilmeli, en azından EXPO süresince uluslararası uçuşlara açılmalıdır.
 - 2.Otel ve yatak kapasitesi artırılmalıdır.
 - 3.Büyük ve modern kongre salonları inşa edilmelidir. Bu salonlar, sergi alanının içinde yer almalıdır.
 - 4.İzmir çevre yolu tamamlanmalı, şehir içi yollar, ilçelere ve yakın illere bağlanan yollar modernize edilmelidir. Metro, deniz ulaşımı gibi alternatif ulaşım sistemleri geliştirilmelidir.
 - 5.İzmir'i ön plana çıkarmak amacıyla yurt içinde ve dışında İzmirli tüm kurum ve kuruluşlar tarafından yoğun tanıtım etkinlikleri yapılmalıdır.
 - 6.EXPO'nun yurtiçi tanıtım çalışmaları ile tüm ülke tarafından kucaklanmasının yanı sıra BIE'ye üye 98 ülke nezdinde lobi faaliyetlerinin yürütülmesidir.
- Sonuç olarak, tüm bu etkinlikler için, ciddi bir mali kaynak gerekiyor. Yerel düzeyde, İzmir'de oluşturulan "finansman havuzu" yapının ilk harcı olarak değerlendirilmeli, devlet bu büyük olayı güçlü bir şekilde desteklemeli. En geniş katılımı sağlayacak şekilde oluşturulacak işbirliği platformu ile Türkiye ve İzmir'in bu organizasyonu adının büyüklüğüne yakışır şekilde gerçekleştireceğine olan inancımız tam.

EXPO'ya ev sahipliği yapacak şehrin neler kazanacağı yapılan EXPO'lardan verilen örneklerle daha iyi anlaşılacağından, 92'Sevilla, 98'Lizbon, 2000' Hannover ve 2005'Aichi örnekleri aşağıda.





A-EXPO 1992 Sevilla

1992 EXPO'su Sevilla'da düzenlendi. Aşağıdaki rakamlar, EXPO 92 Sevilla'nın genel bir portresini sunmaktadır: Sevilla gerek 42.5 milyon ziyaretçi sayısına ulaşmasıyla, gerek EXPO alanının, EXPO bittikten sonraki kullanımı için yaratılan modellerle en başarılı kabul edilen EXPO'lardan biri olmuştur.

5-11 Şubat 2006 tarihleri arasında EXPO 2015 İzmir İcra Komitesi tarafından düzenlenen bir gezi ile yerinde incelenen Sevilla örneği, iyi bir model olarak, bir çok ders çıkartmamıza neden olmuştur.

Sayılarla EXPO 1992 Sevilla

- İnşaat alanı: 215 hektar
- Kurulu alan: 650.000 m²
- Pavilyon Sayısı: 110
- Ziyaretçi Sayısı: 42.500.000
- Ticari Aktivite geliri: 61.687 *
- Giriş Bileti ve performans geliri: 50.081 *
- Devlet Başkanları ve Hükümetler: 74
- Bakanlar: 203
- Resmi Katılımcılar

Ülkeler	110
Uluslararası organizasyonlar	15
İspanya illeri	17
Şirketler	6
Toplam	148

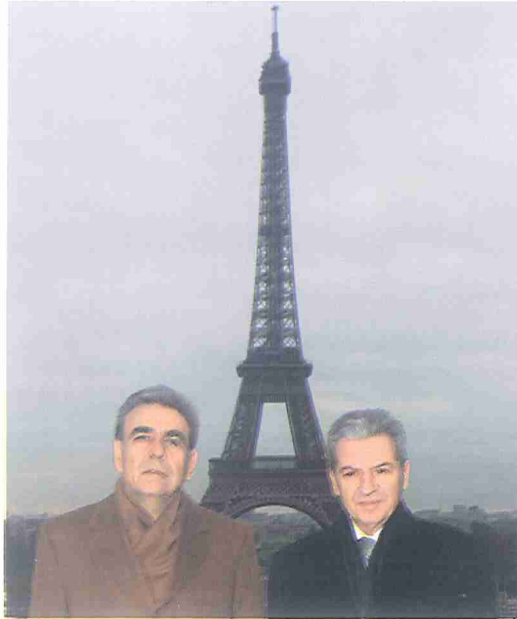
- Kalifiye öğrenci çalışanlar: 28.289
 - Azami katılım günü: 625.000
 - Azami anlık katılım: 410.000
 - Kayıtlı gazeteciler: 23.900
 - Toplam atılmış çöp miktarı (ton): 16.813
 - En çok ziyaret edilen pavilyon (Japonya): 5.325.000
 - Personel girişi kontrol noktaları: 131
 - Ziyaretçi otoparkı (araba): 42.000
 - EXPO alanında çalışan işçi sayısı: 32.000
- (*) milyon peyata

EXPO 92 Sevilla'nın EXPO'dan beklenen hedefleri ise;

- İspanya'yı Avrupalı, modern ve gelişmiş bir ülke olarak tanımlamak,
- Uluslararası ilişkileri sağlamlaştırmak,
- Bölgesel bir gelişme planı uygulamak,
- Endülüs-Sevilla'yı turistik bir yere dönüştürmek,
- Şehri baştan şekillendirmek,
- Gelecekteki gelişmeler için EXPO'yu bir katalizör olarak kullanmak, olarak ortaya konmuştur.

Bu çerçevede, yapılan yatırımlar tutarı 10 milyar ABD Doları civarında olmuştur. Söz konusu yatırımlar aşağıdaki başlıklarda gerçekleştirilmiştir.

- Şehrin yeniden yapılanması,
- Yol şebekesi ve demiryolu şebekesinin geliştirilmesi
- Eski şehrin yenilenmesi
- Nehir kıyılarının restorasyonu



İzmir için EXPO'yu gerçekleştirmek, müthiş bir gösteri fırsatı anlamına geliyor. Çünkü dünyanın en büyük organizasyonu olma özelliğini taşıyan uluslararası EXPO'lar 180 güne kadar açık kalıyor. EXPO, aynı zamanda, vatandaşlarını ortak bir amaç etrafında birleştirmek için de eşsiz bir fırsat sunuyor. Katılan ülkeler ise, kendilerini dünyaya tanıtmaya, ev sahibi ülke ve onun vatandaşlarıyla daha sıkı ilişkiler kurma fırsatı buluyor.

EXPO alanı, 1994'te, kullanılmayan, eskimiş bir sanayi bölgesi olarak gecekondular, silah dükkânları ve atıklarla doluyken bugün, yılda yaklaşık 20 milyon ziyaretçi kabul edilen bir parka dönüştürülmüştür.

- 10 yeni köprünün inşası
- Limanın restorasyonu
- Yeni parklar ve yeşil alanların yaratılması
- Madrid – Sevilla, Barselona – Sevilla arasında hızlı tren bağlantılarının kurulması

Ayrıca, EXPO katılımcı ve ziyaretçilerini ağırlamak için yenilenen şehir donanımı ve hizmet altyapısı kapsamında, Maestranza opera salonu, Lope de Vega tiyatrosu, Merkez tiyatro, La Cartuja oditoryumu, Palenque açık tiyatrosu, Dünya Ticaret Merkezi EXPO '92, Atletizm ve kürekçilik olanakları, Cartuja Manastırı ve Kongre Sarayı'nın inşası gerçekleştirilmiştir.

Teması, "Keşifler Çağı" olan EXPO kentin hem çok modern yapılara kavuşmasına hem de eski Sevilla olarak adlandırılan tarihi kentin tamamen yenilenmesine imkân tanımıştır. İzmir'e çok benzer bir coğrafya ve iklim özellikleri taşıyan binlerce yıllık Sevilla, EXPO ile baştan aşağı yenilenerek değişmiş ve bir dünya markası haline gelmiştir.

B-EXPO 1998 Lizbon

Milenyumun son uluslararası sergisi olan EXPO 98 Lizbon,

- Yeni bir şehir merkezinin geliştirilmesi,
- Şehrin yeniden canlandırılması,
- Yeni bir yaşam tarzı projesinin geliştirilmesi,

de yarattığı büyümeyle büyük bir başarı yakalanmıştır.

EXPO 98'in bitiminden 2 hafta sonra, 16 Ekim 1998 'de, 330 hektarlık alan, Parque das Nações olarak halka açılmıştır. Böylece, EXPO 98 için yapılmış çalışmalar şehirde yeni bir yaşam alanı oluşmasına ve yaşam standartlarının yükselmesine yol açmıştır.

EXPO'dan Kente ve Ülkeye kalan miras:

1. 20.000 kişi kapasiteli Atlantik Pavyonu'nda çeşitli şovlar, konserler, kongreler, spor aktiviteleri gerçekleştirilmiştir. Atlantik Pavyonu daha sonra 2001 Dünya Atletizm Şampiyonasına ev sahipliği yapmış, ardından bu pavyon Euro 2004 Medya merkezi haline getirilmiştir.

2. "Oceanarium" akvaryumu, Avrupa'nın en büyük akvaryumu olmuştur. Barındırdığı binlerce çeşit deniz canlısıyla halen yılda 1.000.000 kişi tarafından ziyaret edilmektedir.

3. EXPO 98'in diğer bir getirisi de her gün binlerce yolcunun geçtiği Interchange İstasyonu'dur. Bu istasyona ait bazı istatistikler aşağıdaki gibidir:

Her gün;

- 2.000 şehir içi, şehirlerarası, bölgesel ve ekspres servis otobüsü
- 200 tren
- 50.000 yeraltı yolcusu



- Kusursuz kalitede bir şehir ortaya çıkarmak, amaçlarına yönelik olarak planlanmıştır.

EXPO alanı, 1994'te, kullanılmayan, eskimiş bir sanayi bölgesi olarak gecekondular, silah dükkânları ve atıklarla doluyken bugün, yılda yaklaşık 20 milyon ziyaretçi kabul edilen bir parka dönüştürülmüştür.

Teması; "Geleceğin Mirası Okyanuslar" olan EXPO 98, 22 Mayıs'tan 30 Eylül'e dek sürmüştür. Sergiyi 10.128.204 kişi ziyaret etmiştir. 160 katılımcı ile bir rekora imza atılmıştır. Katılımcı sayısı, tasarımıyla, mimarisıyla ve turizm-

- 200.000 yolcu bu istasyonu kullanmaktadır.
- 2.000 araç kapasiteli otopark bulunmaktadır.

4. Lizbon Sergi Merkezi

- Toplam alan: 80.000 m2
- Fuar Sayısı: yılda 30 fuar
- Ziyaretçi: her yıl 800.000 ziyaretçi

5. Vasco De Gama Kulesi

- Portekiz'in en yüksek binasıdır (145m)
- Panoramik görüğe sahip restoran ve alışveriş merkezleri ile ofisler bulunmaktadır.



6. 1450 yat kapasiteli Marina'da, yelken kulüpleri, restoranlar, alışveriş merkezleri yer almaktadır.

7. Bilgi Pavyonu - Bilim Merkezi, interaktif bir bilim ve teknoloji merkezidir, bünyesinde çok çeşitli bilim ve teknoloji deneyleri yapılmaktadır.

8. Camoes Tiyatrosu, halen dans ve müzik organizasyonlarına sahne olmaktadır ve 900 kişilik izleyici kapasitesine sahiptir.

9. Teleferik, 1,2 km uzunluğunda olup, panoramik bir görüğe sahiptir. 1998 EXPO'da yapılan yatırımın tamamını geri kazandırmıştır.

10. Altyapı konusunda ise su, elektrik, ısıtma ve soğutma sistemleri, katı atıkların toplanması ve kamu hizmetleri alanlarında çok önemli çalışmalar yapılmıştır. Pek çok park ve bahçeler kurulmuştur, örneğin su parkları, Tejo Park, Cabeço Das Rolas Park, Garcia de Orta Gardens, toplam EXPO alanının 1/3'ünü yani 110 hektarlık bir alanı kapsamaktadır.

Proje sayesinde, Portekiz'e giren doğrudan vergi gelirleri, 4.435 milyon Avro olmuştur.

C-EXPO 2000 Hannover:

Hanover EXPO 2000, 1 Haziran - 31 Ekim 2000 tarihleri arasında yapılmıştır. 5 ay boyunca açık kalmıştır. 160 hektarlık alanda gerçekleştirilen organizasyona 180 ülke iştirak etmiş, sergi yaklaşık 16 milyon insan tarafından ziyaret edilmiştir. Serginin açık kaldığı dönem boyunca ülke pavyonlarında görev yapanlar ve ziyaretçiler, Hanover'deki otellerde konaklayıp, restoranlarında yemek yemişler, mağazalarından alışveriş etmişlerdir. 5 ay boyunca uluslararası medyanın ilgisi hiç eksik olmamış, magazin basınında bu süre boyunca Hanover EXPO'nun haberleri yer almıştır.

D-EXPO 2005 Aichi:

EXPO 2015 İzmir İcra Komitesi, 30 Temmuz-6 Ağustos 2005 ve 19-23 Eylül 2005 tarihleri arasında iki kez 2005 Aichi EXPO'suna inceleme gezisi düzenlemiştir. Organizasyon Komitesi



yeti yetkililerinden yerinde bilgi alan heyetimiz, tamim edici bir bilgi birikimi kazanmıştır. Yer seçimi ve maliyetler konusunda yapılan çeşitli hataları da değerlendirme fırsatı bulunmuştur. Ancak her şeye rağmen EXPO, kent için çok verimli sonuçlar ortaya çıkarmıştır.

Havaalanı bile olmayan kent, yaklaşık 5,5 milyar ABD Doları harcanarak yapılan havaalanı ile bugün Miami'den ve Paris'ten tarifeli seferle gelen ziyaretçileri konuk etmektedir. Yapılan çevre yolları, yenilenen otoyollar ile modern bir kent kimliği kazanmıştır.

Yaklaşık 25 milyar ABD Doları, kent için, 3 milyar ABD Doları da EXPO alanının düzenlenmesi için harcanan EXPO ile adeta kent yeniden yaratılmıştır.

Sayılarla EXPO 2005 Aichi:

- Ziyaretçi Sayısı: 22.049.544 (başlangıçtaki hedef: 15 milyon)
- Günde ortalama ziyaretçi sayısı: 119.187
- Yabancı ziyaretçilerin sayısı: 1.05 milyon, tüm ziyaretçilerin %4.6'sı
- Günlük ortalama ziyaretçi sayısı: 5668
- Yabancı VIP'lerin sayısı:

Devlet başkanları düzeyinde	48
Bakan düzeyinde	195
Diğer	268
Toplam	511

EXPO 2015 İzmir İcra Komitesi, 30 Temmuz 6 Ağustos 2005 ve 19-23 Eylül 2005 tarihleri arasında iki kez 2005 Aichi EXPO'suna inceleme gezisi düzenlemiştir. Organizasyon Komitesi yetkililerinden yerinde bilgi alan heyetimiz, tatmin edici bir bilgi birikimi kazanmıştır. Yer seçimi ve maliyetler konusunda yapılan çeşitli hataları da değerlendirme fırsatı bulunmuştur. Ancak her şeye rağmen EXPO, kent için çok verimli sonuçlar ortaya çıkarmıştır.

EXPO 2005
Aichi,
çevre koruma
sorunu için somut
çözümler sunmuştur.
Bunların arasında
en önemlisi, küresel
sorunların çözülmesi
için ileri
teknolojinin
kullanılabileceğini
göstermek
olmuştur.

- Ortalama kalma süresi: 6 saat 55 dakika
- Ziyaretçi memnuniyeti: ziyaretçilerin %80'i olumlu değerlendirme yapmıştır.

EXPO 2005 Aichi, çevre koruma sorunu için somut çözümler sunmuştur. Bunların arasında en önemlisi, küresel sorunların çözülmesi için ileri teknolojinin kullanılabileceğini göstermek olmuştur.

Ziyaretçiler, fuar alanında oluşan çöpten çıkan metan gazıyla çalışan yakıt hücrelerinin sonuçlarını yerinde görebilmişlerdir. Japon Pavyonu Nagakute'de tüm elektrik enerjisi, yeni enerji üretim sistemi ile tedarik edilmekteydi. Dünya çapındaki yeşil duvar (biyo-akciğer) ise şehirlerde görülen ısı adası etkisini bastırmak için kullanılan bir teknolojidir.

Yakıt hücresel hibrid otobüs ziyaretçilerin güvenli ve rahat ulaşımını sağlamaktaydı. Ayrıca, çevre dostuydular. Ziyaretçiler, yeşil teknoloji ile yaratılmış ilerisinin toplumunu deneyimleme imkânını bulmuşlardır. Ayrıca EXPO, bu yeni teknolojilerin test edilmesi için bir fırsat sağlamıştır. Test edilen bu teknolojiler, yakın gelecekte uygulamaya sokulacak ve önemli çevre problemlerinin çözümüne katkı sağlayacaktır.

300.000 civarında gönüllü, 30 sivil toplum örgütü ve 235 derneğin katkıları, her ziyaretçinin küresel sorunların çözümü için bir şeyler yapabileceği olasılığını ortaya koymuştur.

EXPO'lar sıradan organizasyonlar değil, doğaya zarar vermeyen bir yaşam biçiminin oluşturulmasına katkı sağlama amacını temel alan, eğitici faktörler içeren dev etkinliklerdir. Bu anlamda, organizatör devlet, EXPO aracılığıyla dünyaya önemli mesajlar vermek, EXPO'nun amacı doğrultusunda yenilikler yaratmak zordur.

EXPO TEMALARI

Son elli yılda yapılan EXPO'ların Temalarının incelenmesi, genel olarak Temaların ortak özelliklerinin neler olduğunun ve seçilirken nelerin göz önünde bulundurulması gerektiğinin anlaşılması bakımından yararlı olacaktır.

1958 - Brüksel - Belçika; "Barış İçin Demokratik Talep" 6 ay açık olan EXPO, 50 dönüm arazi üzerine kurulmuş, 51 milyon ziyaretçi gelmiştir. Dünyanın en özgün mimari yapılarından biri olan "Atomium" açılmıştır.

1962 - Seattle, Washington, ABD; "Bilim". 6 ay açık olan EXPO, 24 Ülkenin katılımı ile 9.5 milyon ziyaretçiyi çekmiştir. Seattle Uzay İğnesi, ALWEG Treni, unutulmaz özellikleri olmuştur. O gün yapılan binaların büyük kısmı bugün halen kullanılmaktadır. Örneğin Washington Pavyonu, Pasifik Bilim Merkezi olmuştur.

1964 - York, New York, ABD; "Karşılıklı Anlayışla Gelen Barış" 1964 yılında 6 ay, 1965 yılında 6 ay açık tutulmuştur. 24 Ülkenin katılımı ile 51.5 milyon ziyaretçi gelmiştir.

1967 - Montreal, Quebec, Kanada; "Kanada'nın Konfederasyon Oluşunun 100. Yılı" 50 milyon ziyaretçi gelen fuarda, EXPO pasaportları ilk kez kullanılmaya başlanmıştır.

1968 - San Antonio, Texas, ABD; "Amerika Uygarlıklarının Buluşması" Halen yayın vericisi olarak kullanılan 622 foot (Yaklaşık 190 metre) yüksekliğinde bir kule, bu EXPO'nun sembolü olmuştur.

1970 - Osaka, Japonya; "İnsanlığın Uyum ve Gelişmesi" Japonya'da yapılan bu ilk EXPO 6 ay açık tutulmuştur.





1974 - Spokene, Washington, ABD; "Yeni, Temiz Bir Çevre" Çevre temalı olarak yapılan çeşitli EXPO'ların ilki olup, 1000 Dönüm bir arazi üzerine kurulmuş, 6 ay açık kalmıştır.

1975 - Okinawa, Japonya; "Özlenen Deniz". EXPO'nun büyük bir bölümü, Okyanusta yüzen bir platformda kurulmuştur.

1982 - Knoxville, ABD; "Dünyayı Değiştiren Enerji". 21 ülkenin katılımıyla, 6 ay açık kalmıştır.

1984 - New Orleans, ABD; "Nehirler Dünyası ve Yaşam Kaynağı Olarak Su". 22 ülkenin katılımıyla 6 ay açık kalmıştır. EXPO açıkken iflasını istemiş olan tek EXPO'dur. Belki biraz da bu nedenle 1984 yılından beri Amerika da hiç bir EXPO yapılmamıştır.

1985 - Tsuhaba, Japonya; "Konut ve Çevresi, Evdeki İnsan İçin Bilim ve Teknoloji". 1000 dönüm üzerine kurulan fuar, 46 ülkenin katılımıyla 6 ay açık kalmıştır.

1986 - Vancouver, Kanada; "Devinen Dünya". Vancouver Kentinin kuruluşunun 100. yılı kutlamalarının da yapıldığı EXPO, 54 ülkenin katılımını sağlamıştır.

1988 - Brisbane, Avustralya; "Teknoloji Çağında Mola ve Eğlence" Avustralya'nın kuruluşunun 200. yılının da kutlandığı EXPO 6 ay açık kalmış, 37 ülke katılmıştır.

1992 - Sevilla, İspanya; "Keşif Çağı" Cenova, İtalya; "Gemiler ve Deniz" Eş zaman-

lı düzenlenen bu uluslararası EXPO'ya 108 ülke katılmış, 6 ay açık kalmıştır. Kristof Kolomb'un Amerika Yolculuğu'nun 500. yılı kutlanmıştır.

1993 - Taejon, Güney Kore; "Kalkınma İçin Yeni Bir Yol Fırsatı" 3 ay açık kalan EXPO, 250 dönüm üzerine kurulmuştur.

1998 - Lizbon, Portekiz; "Geleceğe Miras Okyanuslar" Vasco de Gama'nın Hindista'a deniz yolunu buluşunun 500. yılı kutlamalarının yapıldığı EXPO 600 dönüm üzerine kurulmuş, 4,5 ay açık kalmış, 115 ülke katılmıştır.

2000 - Hannover, Almanya; "İnsan, Doğa, Teknoloji" 1600 dönüm üzerine kurulan EXPO 5 ay açık kalmış, 187 ülke katılmıştır



Sevilla, İspanya;
"Keşif Çağı"
Cenova, İtalya;
"Gemiler ve Deniz"
Eş zamanlı
düzenlenen bu
uluslararası EXPO'ya
108 ülke katılmış,
6 ay açık kalmıştır.
Kristof Kolomb'un
Amerika
Yolculuğu'nun
500. yılı
kutlanmıştır.

Mortgage Sistemi nedir? Nasıl çalışır?

Mortgage uzun vadeli ucuz kredi sistemi. Bu sistemin hazırlanması için müşterilere bir kaynak hazırlanması düşünüldü bunun için de SPK yaklaşık 1.5 yıllık bir çalışmadan sonra 31 maddeden oluşan bin küsur sayfalık bir kanunu TBMM'den geçirdi. Tabii bunun kurulması kolay değil. Başlaması 2006 sonu gibi düşünüyor ama 2007'ye de sarkabilir. Bu 31 ana maddenin altında birçok madde var. Burada esas amaç bu bir fon. Bu fonu oluşturmak da kolay değil. Devletin, bankaların, yurtdışı fonların birçok fonun bir araya gelmesi lazım. Bunu bono piyasasındaki gibi bir fon olarak düşünebiliriz. Nasıl orada kağıtlar alınıyor, satılıyor, ikinci bir piyasası var. Bunun da böyle bir ikinci piyasası var. Yurtdışında işleme şekli budur. Aslında Türkiye'de şuan 20-30 yıllık kredilerimiz var. Şu anda yüzde 1 civarında, hatta 1'in altında ucuz kredilerimiz var. Mortgage olunca bunlar daha da mı düşecek, hayır. Sonuç olarak Mortgage Sistemi'nin avantajı, aslında bankalara bir

avantajı var, tüketiciye yok. Çünkü Türkiye'de şuan ya da 5 ay sonra insanlar 0.80'le zaten 20-30 yıllık kredi kullanabilecek. Bankaların avantajı ne olacak. Burada bono piyasası gibi ikinci bir piyasa oluşacak. Orada alım satım yapılacak. Yurtdışından yabancı bir fon Türkiye'deki konuta talepten dolayı bu fonlara girecek. Bu fonlara girmesi ile orada işlem görecektir. Bunu aynı sigorta şirketlerine de benzetebiliriz. Sigorta şirketlerinde de ayda 100 dolara emeklilik sigortası satılıyor. Gidiyor bununla yurtdışında Amerika'da bir fon satın alıyor. Orada senin parayı büyütüyor. Belli bir yıl sonra senin parayı sana geri veriyor. Bu da aynı sistem. Bankaları güvenve altına alan, sistemin çalışmasını sağlayan güvence sistemi. Yoksa bence zaten bankaların 1'in altındaki faizleri devam edecek. Bunun avantajı sistemin patlamasını engellemek. Müşteri ödemeyediği zaten kredilerin dönüşü olmaz, emlaklar ikinci el satışa çıkar ve biranda emlak enflasyon oluşursa fiyatlar düşer.

Sistemin işleyişinde bir sorun çıkar mı?

Buradaki en önemli unsur bence ekspertiz değeri. Eğer evin ekspertiz değerini yüzde 70'i olarak alırlarsa ve gerçekçi bir değer olarak alırlarsa bu sistem çok güzel çalışacak. Hem bankalar garanti altında olacak hem de yabancı fonlar ve bankalar, devlet de destek verdiği için ikincil pazarda bono gibi alım satım olacak ve sistem sağlıklı bir şekilde yürüyecek. Ama burada sistemin çalışması için iyi niyetli olunması lazım. Ekspertiz değerlerinin nor-

mal ve yerinde yapılması lazım. Sonuçta bir malın alım satım değerini müşteri belirler. Biz de bu sektörün içinde olduğumuz için gerçekten ev fiyatları ikiye katlandı. Yani 2001 yılında eski bir Yalı'daki daireyi 200 bin dolara satarken bugün fiyat 450 bin dolara çıktı. Bu ciddi bir patlama. Burada bankaların yapması gereken değer çok gerçekçi tespit edilmesini sağlamak. Ekspertiz değeri yüzde 70 olarak belirlendiğinde bir kriz çıkıp fiyat düşse de değerinin yüzde 70 tespit edildiği için sorun olmayacak.



Türkiye'de uygulanabilir mi?

Bu fon sistemini kurduktan sonra neden uygulanmasın. Yani bugün bono ikinci elde işlem görüyorsa bu da ikinci elde işlem görecektir. Zaman zaman kriz olmadı mı? 1998'den günümüze kadar baktığımızda bono en çok prim yapan enstrümanlardan biri. Bu da o şekilde olacak. Zaman içinde prim yapacak, yükselecek, alçalacak. Burada bir fon olduğu için bankanın elinde patlamayacak. Buradaki en önemli nokta şu. Sadece İstanbul'da 1,5 milyon konut açığı var. Bu hızla büyüme devam ederse konut açığı ancak 2015 yılında kapatılabilecek. Bundan dolayı zaten sistemin patlaması mümkün değil. İnsan ilk başta düşündüğü zaman patlayabilirmiş gibi geliyor. Belki mortg sistemi gelmeseydi banka sistemiyle bu iş yapılırsa patlar. Çünkü banka gidiyor yurtdışından sendikasyon kredisi alıyor, bir fon olmadığı için geriye ödememe şansı var. Ama mort sisteminde de bono piyasasındaki gibi ikinci bir piyasa oluşacağı için bir sorun alacağını düşünmüyorum. Ayrıca Türkiye'de toplam kredinin yüzde 3'ü konut kredisi. Gelişmiş ülkelerde mesela İngiltere'de bunun yüzde 69'u, Hollanda'da yüzde 66'sı, Fransa'da yüzde 25'i konut kredisi. Türkiye'de yapılan hesaplara göre bunu 2007 sonunda yüzde 20'ye ulaştırmak istiyorlar. Bunu da neye göre düşünüyorlar. Sadece İstanbul'daki 1.5 milyonluk konut açığına göre.

Fonlar Türkiye'ye ilgi gösterir mi?

Zaten bir ilgi var. Nüfusun çok olması artı konut açığının olması fon konusunda da bir sıkıntı yaratmaz.

Türkçe isim bulunmalı mı?

Bence Mortgage olmalı. Çünkü dünyada böyle kabul edilmiş durumda. Aynı isim olmasının pazarlama açısından da yurtdışında faydası olacağını düşünüyorum. Sistemin faydalı olacağına ve çalışacağına inanıyorum. Yeter ki iyi fonlar sistemin içine sokulsun.

Başar Karcıoğlu
Kar İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı



bareks



**BARIYER ÖZELLİKLİ FİMLER
LAMİNASYON FİMLERİ
DONDURULMUŞ GIDA AMBALAJI FİLMİ
PEELABLE (SOYULABİLİR) FİLM
TEMİZLİK VE HİJYEN FİMLERİ
DETERJAN AMBALAJ FİLMİ
GENEL AMAÇLI FİMLER
EKMEK AMBALAJI FİLMİ
BURST PEEL FİMLER**



SİZE ÖZEL POLİETİLEN FİLM ÜRÜN REÇETELERİ

BAREKS, AR-GE departmanında müşteri beklentilerine uygun olarak geliştirdiği ürünlerini en son teknoloji ile donatılmış laboratuvarlarında test etmektedir.




bareks



PLASTİK FİLM EKSTRÜZYON SANAYİ VE TİCARET A.Ş.

Atatürk Organize Sanayi Bölgesi 10000 Sk. No:7 35620 Çiğli - İzmir Tel: 0.232. 328 09 82 (83-84-85) Fax: 0.232

Nafiz Gönen ile İnşaat Üzerine..

Sayın Gönen Otomotiv ve Bilişimin ardından grup olarak şimdi de İnşaat Sektörüne girdiniz. Hayırlı olsun, ona gelmeden önce 2005 nasıl geçti kısa bir değerlendirmenizi almak istiyorum..

Teşekkür ederim, kişisel olarak 2005 tam anlamıyla koşturmayla geçti diyebilirim. İnanması güç gelecek ama sabah uyanup bugün hangi kentteyim dediğim bile oldu. Ama açıkçası bu tempoyu çok seviyorum, ileride dinlenmek için epey fırsat olacak. Şimdi koşturma zamanı.. Evet, otomotivde artık bir sıkıntımız yok. On yıllık deneyim, Doğu Grubu'nun örnek aldığımız yapısı bize çok şey kazandırdı. Bir aksilik olmazsa uzun yıllar bozulmadan sürecek bir kurumsal yapıya kavuştuk. 2005'te Porsche Markasını da Gönen çatısı altına aldık. İkinci el operasyonu için binamızı yeniledik 2006 Yılında yeni markalar ile yolomuz devam etmek istiyoruz.

Bilişimde ise 3 yıl süren Ar-Ge çalışmamız bitti. Arkadaşlar KOBİ'lere yönelik bir Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) yazılım projesi gerçekleştirdiler. İstanbul Ofisimizi açtık. Cebit Fuarı bizim için önemli "benchmark"tı, oradan başarıyla çıktık. Önümüzdeki ay ulusal basın kampanyaları ile ürünümüzün satışına başlıyoruz.. Bir diğer ilgi odağımız kelime tabanlı oyunlar alanında Doğan Grubu ve AMD ile işbirlikleri yaptık.

Cidden yoğun bir tempo.. Ve ardından İnşaat..

Evet, 10 yıldır otomotivde Gönen'i İzmir için ciddi bir marka olarak konumladığımızı inanıyorum. Gönen'in mutfağını, yapısını yakından tanıyan bilen 2., 3. aracını bizden alan, servise bize gelen toplam 20 bine yakın müşterimiz var. Hepsini biz de yakından tanıdığımız dostlarımız. Biraz bu güce güvenerek olayın fikri altyapısını oluşturduk. 2003'ün ilk aylarıydı.. Ardından, çokuluslu bir danışmanlık firmasına fizibilite raporu hazırlatıp İzmir'de bu sektörün o anki durumunu ve gelecek analizini gördük. Enteresan sonuçlar çıktı.. Bir kısmı tahmin ettiğimiz olgular, ya da görüyorduk ancak yazılı olunca inandık diyeyim. Ve çalışmalara başladık, İzmir için insan kaynağı büyük sorun biliyorsunuz, ekibin oluşturulması, modelin belirlenmesi, hedef kitle, pazarlama, reklam altyapısı, nihayetinde projenin belirlenmesi ve lansman..

Nasıl bir geri dönüş aldınız?

Herşey beklediğimiz gibi aslında. Basının ilgisinden, vatandaşın ilgisine, övgüden eleştiriye kadar çok az şaşırırım diyebilirim.

Ben, bu kentte girişimci olmanın ne olduğunu uzun süredir çok iyi biliyorum. Örneğin, bakın, bir grup dostumuz üstelik medya yoluyla "bu sektöre sonradan giren mütteahhitler" diye bir sınıflandırma yapmış, ardından aman bu evlere güvenmeyin diyebiliyor. Şimdi buna nasıl cevap verirsiniz, bu nasıl bir bakış açıdır.. Buna göre Koç Grubunun, bakkal, Doğuş'un inşaat, Sabancı'nun pamuk üreticiliğiyle uğraşması lazım hala. Ama öyle değil onlar General Electric'in de hala ampul işinde olduğunu düşünüyorlar herhalde.. Yapımız bile tam anlaşılmamış. Bizim sistemimizde Proje Yönetimi esastır. Duvar işçisi, boyacı, sıvacı şirketimizin bordrosunda yer almaz. Çünkü uzmanı değiliz, öyle bir iddiamız da yok. Ama uzmanını bulacak yeteneğimiz var. Bizim uzmanlık alanımız satış, pazarlama ve proje yönetimi.. Sonra bu konutlara güvenmeyin ne demek. Bu, bu devlete, sisteme güvenmeyin demek değil mi.. Mimar, mühendis odaları, belediye, yapı denetim şirketleri ve nihayet biz hepimiz kötü niyetliyiz.. Tüm adımızı, markamızı, bunca yıllık emeğimizi bir işten yapacağımız haksız kazanca bağlamışız. Yok, üzücü çok üzücü.. Çünkü bu sadece Gönen'e yapılmıyor. Koşturan, üreten herkesin derdi aynı.. Bu yüzden de kaybeden hep İzmir oluyor. Halbuki bakın yatırım geliyor, vinç gelecek, iş makinesi gelecek onu kullanan adam gelecek.. Vatandaş doğru fiyata konut sahibi olacak bunlarla uğraşmıyoruz, birbirimizle uğraşıyoruz.



Bayağı bir canınız sıkılmış anlaşılabilir, peki hedefleriniz ne bu sektörde.. ?

Şimdi, yukarıda anlatmaya çalıştım. Biz bir furyayı görüp girmedik bu alana. Ölçtük, tarttık, hazırlandık öyle girdik. Serbest piyasa ekonomisinin tek patronu müşteridir. Beğenirse tutar sizi

orada, hele bu rekabet ortamında.. Bizim amacımız kalıcı olmak, güzel işleri, doğru fiyata yapmak. Sağolsun tanıyanlar birlikte iş yapmak için, arsalarını değerlendirmek için arıyorlar.. Önümüzde yıl boyunca sunacağımız 4-5 proje şimdiden hazır. Farklı gelir gruplarına farklı alternatiflerle ulaşmak istiyoruz. İlk konutları sahiplerine teslim ettikten sonra konutta oluşturmaya çabaladığımız "Gönen Standardı" da anlaşılıp benimsenecek diye umuyorum.

Sayın Gönen, Yarın Dergisi olarak başarılarınızın devamını diliyoruz.

Ben de bu fırsatı verdiğiniz için teşekkürlerimi sunuyorum..



YUNUSOĞLU İNŞAAT

GÜÇLÜ YUNUSOĞLU



Mithatpaşa Cad. No: 343 Güzelbahçe İZMİR

Tel: 0.232. 234 62 62 (pbx) Fax: 0.232. 234 57 90

e-mail: yunusoglu@yunusoglu.com Webmaster: volkan@yunusoglu.com

En büyük sorun organizasyon eksikliği

Köylüm Süt Ürünleri Yönetim Kurulu Başkanı Ali Haydar Yalçındağ'a göre pek çok sektörde olduğu gibi hayvancılıktaki asıl sorun planlama ve organizasyon eksikliği. Planlamayı yapacak devlet var, alt yapıda organizasyonu sağlayacak ilçe tarım müdürlükleri ve teknisyenler var ama organizasyonu sağlayacak irade yok.

"Sürekli şikayet ederek, AB geliyor ne yapacağız diyerek bu işler çözülmez" diyen Ali Haydar Yalçındağ'a göre AB'ye girilmesi sektörü ayağa kaldıracak.

Öncelikle şirketinizi tanıtabilir misiniz?

Biz normalde bir aile şirketiyiz. Aynı aileden 5 ortağımız ve hepimiz de şirkette çalışıyoruz. Ben ve kardeşim 4. kuşağız. 1938 yılından beri aynı iş yapıyoruz. Hep hayvansal ürünler, son 30 yıldır da süt ürünleri üretiyoruz. Peynir ve tereyağı çeşitleri yapıyoruz. Bunu da bilinçli bir şekilde yapıyoruz.

Çünkü yaptığımız işte uzmanlaşmak istiyoruz. Sıvı grubuna hiç girmiyoruz. Çünkü sıvı grubunun pazarlanması lojistiği bizim sektörden çok farklı bir yer. Bizim sektörde ulusal dağıtım yapan, kendi sermayesiyle bu işi yapan 10 kadar şirket var. Biz de bunlardan biriyiz.

Sektör ne durumda?

Sektörde şuanda hakim olan bir görüş var. AB'ye girince perişan olacağız. Ya da ne yapacağız? Burada benim ve benim gibi 1-2 kişinin fikri tamamen aksi yönde. Bu sektörün AB'ye girmesi tamamen ayağa kalkması demek. Çünkü şuanda AB'nin Türkiye'ye gönderdiği malla AB açısından ihracat muame-

lesi görüyor. Bu nedenle de Avrupalı üretici çok büyük teşvikler alıyor. Birincisi bu tamamen kalkacak. Buraya gerçek maliyetleriyle mal göndermek zorunda kalacaklar. Şuanda Avrupa'daki çiğ süt fiyatları Türkiye'dekinden çok çok düşük değil. Yüzde 5-6'lık bir fark var. Burada süt ürünleri üreticisinden ziyade çiğ sütü üreten müstahsilin sorunu var. Çünkü Türkiye'de son yıllara kadar hatta hala hayvancılık bir iş olarak görülüyor. Ben önceden arkadaşların köylerde yaptığı toplantılara katılırdım. O kadar ilginçtir ki adama sorarsın senin ineklerin günde ne kadar süt veriyor, ben bilmem hanım bilir, peki ne yiyor ben bilmem oğlan bilir der. Peki sen ne biliyorsun. O bir şey bilmez. Sen nasıl evine kedi, köpek alırsın bağlarsın onun maliyetini yapar mısın? O şekilde Türkiye'de hayvancılık yapılıyor. Yani işte hanımı götürsün pazarda yağın satsın, sütünü satsın, cep harçlığını çıkartsın ondan para istemesin. Bu yüzden iki tane inek bağlamıştır oraya. Sorun iş olarak görülmemesinden kaynaklanıyor.

Sorunlar neler?

2001 yılından sonra toprak ziraatına verilen desteklerin azalmasından sonra insanlar hayvancılığa daha fazla ilgi göstermeye başladı. Aslında hayvancılığın kazancı daha fazla. Ben bunu rahatlıkla söyleyebiliyorum çünkü bizim şirketin bünyesinde süt üreten bir çiftlik ve toprak ziraatı yapılan bir kısım var. Toprak ziraatının getirdiği para ile hayvancılığın getirdiği parayı rahatlıkla kıyaslayabiliyoruz. Aralarında gelir açısından abartısız 2 kata ya-



kın fark var. Hayvancılık gelir açısından çok daha karlı. Sütçü toprak ziraatindeki gibi yılda bir kez değil 12 kez para alır. Toprak ziraatinde o yıl mal kötüyse, herhangi bir hastalık çıkarsa ya da fazla mal varsa çiftçinin bir yılı gider. Sütçülükte böyle bir şey yoktur. 2-3 ay için zarar etsen bile bunun yıl içinde telafisi vardır. Bir de ziraatte şöyle bir şey var. İşadamlarında da var bu durum. Onlar da yeni oluşuma tam ayak uydurabilmiş değil. Yeni oluşum şu: Fiyatı piyasa belirler. Siz o fiyata uygun maliyetler yaratabilirseniz piyasada kalıyorsunuz ve kar ediyorsunuz. Önceki gibi tabi yüzde 20-25 değil 3'ü 5'i Allah bereket versin deyip cebinize koyuyorsunuz. Enflasyon ortamında yüzde 25 kar eden işletmelerde yüzde 10'luk hatalar çok çabuk tolere edilebiliyordu. Zaten zarar etmek söz konusu değildi. Adam kazanıyordu gene ama az kazanıyordu. Şimdi işadamları da buna alışık değil. O yüzden şimdi her taraftan para kazanamıyoruz feryatları yükseliyor. Ama bu böyle. Bizim 30 yıldır Türkiye'de satış dediğimiz şeyin adı gelişmiş dünyada spekülasyon satışı. Yani oluşacak olan fiyat beklentisine göre satışı, tüketime yönelik satış değildi. İşte size gelir bir satıcı ağabey zam gelecek der siz de depolarınızı doldurursunuz zam da gerçekten gelir. Depolarınızı doldurmanız sizin sermayenizi korur. Ama son 3-4 yıldır böyle bir şey yok. Aksine stoklarınız değerini kaybediyor. Stoğunuz sermayenizi korumak bir yana eritiyor. Bu sefer özellikle de bizim sektörde tüketime yönelik satış girdi. Bizim bilmediğimiz ve çok zor bir satış şekli. Spekülasyona yönelik değil de insanların tüketimine bu malı sunacak kanalları oluşturmak, bu kanallarda sağlıklı alt yapılar sağlamak ve malınızın tüketilmesini sağlamak. Bu gerçekten insanların alışık olmadığı bir şey. Müstahsil de buna alışık değil. Adam diyor ki benim maliyetlerim şu. Artık maliyetlerin ne olduğu piyasayı ilgilendirmiyor. Sen maliyetlerini piyasadaki fiyatın altına çekmek zorundasın. Bunun için ne yapman gerekiyorsa onu yapmak zorundasın. Ama müstahsil maliyet analizi, verimlilik gibi şeylere alışık değil.

Ankara'dan beklentileriniz var mı?

Sektördeki diğer bir sorun da hammadde kalitesinin Avrupa'dan çok çok çok düşük olması. Bu gerçekten bir sorun. Üstü kapatılacak bir şey de değil. Çiğ süt kalitesi Türkiye'de Avrupa'dakinden çok düşük. Bunun yanında mevsime göre çok fazla dalgalanan bir görünüm çiziyor. Tarım Bakanlığı işin kolayına kaçıyor. Süt sanayindeki işletmelere diyor ki şu şu kriterlere uymayan sütü almayın. Ama gözden kaçan şu, biz süt üretmiyoruz, üretilen sütü alıyoruz. O kriterleri çiftlikte analiz edecek ya da 15 saniye içinde size cevap verecek bir laboratuvar donanımı dünyada yok. Yani şöyle düşünün tankerler vardır, 18-20 bin litre süt



le geliyor. Tarım Bakanlığı'nın bahsettiği analizleri siz sadece fabrikanızın laboratuvarında yapabilirsiniz. Bunların çıkması da saatler alır. Bu sonuçlar çıktıktan sonra diyelim ki kriterlere uymadı süt, bu sütü kime iade edeceksiniz. 20 bin litre süt aşağı yukarı bin tane müstahsilden gelir. Hangisi kimin? Süt alımında da yapılacak tahliller de var ama bunlar çok sınırlı. Kuru madde, yağ ve asitlik tahlili yapabilirsiniz ancak. Ama AB kriterlerinden biri birim hacimdeki bakteri miktarıdır. Birim hacimdeki bakteri miktarını siz ahırda tahlil edemezsiniz, hiç kimse edemez, Avrupalı da etmiyor. Ama Avrupalı çiğ süt üretimini kontrol ediyor, çiğ süt alanları değil. Bu nasıl yapılıyor; Türkiye'de işte demokrasi var diyorlar. Demokrasi değil de serbestlik var. Serbestlik Avrupa'nın her ülkesinden daha fazla zaten bunun adı da demokrasi değil kaos. Yani sizin canınız isterse 10 tane eczanenin yanına 11'inciyi açabilirsiniz. 20 tane bakkalın yanına 21'ciyi açabilirsiniz. Hiç kimse size kardeşim burada zaten var siz gidin şu bölgede açın diye bir planlama vermez. Aynı şey hem toprak ziraatinde hem de hem de hayvancılıkta da geçerli. Fransa'da Almanya'da, İtalya'da canım çekti deyip hayvancılığa başlayamazsınız. Ülkelerin üretim kotaları var, bu kotayı müstahsillerin arasında pay ediyor ve ihtiyacı kadar üretiyor. O yüzden işte bizde olduğu soğan bir yıl 1 milyon lira öbür yıl 100 bin lira olmuyor. Toprağa ekilebilecek ürünlerin de kotası var hayvanların da. Avrupa'daki sistem şu; Ben gidip süt üreticiliği yapacağım dediğiniz zaman sizin önünüze bir proje koyuyor. Diyor ki ahırın böyle olacak, şöyle sağım tesisi olacak, dezenfektasyon sistemin olacak, ayrıca sağdığın sütü anında soğutabileceğin bir teşkilatın olacak. Bunu yaptığınız zaman siz çiğ sütün kalitesini kontrol edebilirsiniz. Tarım Bakanlığı'nun yaptığı işin çok fazla kolayına kaçmaktır.

Sektörde şuanda hakim olan bir görüş var. AB'ye girince perişan olacağız. Ya da ne yapacağız? Burada benim ve benim gibi 1-2 kişinin fikri tamamen aksi yönde. Bu sektörün AB'ye girmesi tamamen ayağa kalkması demek.

Çözüm için ne yapılmalı?

Çözüm basit aslında. Çünkü Tarım Bakanlığı'nın her ilçede müdürlükleri var. Buralarda onlarca tekniker çalışıyor. Bunlar işe alınması gereken insanlar değil zaten hali hazırda orada görev yapıyorlar. Burada yapılması gereken çok basit. Bölge bölge ziraat teknisyenlerini toplayacaksınız bir merkeze, süt hijyeni, verimliliği ve hayvancılık hakkında konsantre edilmiş 2-3 haftalık kurslar vereceksiniz. Ondan sonrada bu adamları sahaya salacaksınız. Ahırda gerekli olan ekipman için de köylüye gidip yapması gereken iş için orta ve uzun vadeli kredi vereceksiniz, yaptığı işi de ahırında kontrol edeceksiniz. Bu Türkiye'nin sadece 3 yılını alır. 3 yıl sonra Avrupa'daki kriterlerin tamamına ulaşılır. Burada ne ayıklanır? İki inek için bu sistemi yapamazsınız. Zaten iki inek besleyen adam beslemesin. Yani bu bir hobi değildir, iştir. Ya iş gibi yapılır ya da yaptırılmaz. Tutup da şunu da diyemezsiniz. Avrupa'da ahır ortalaması 100, kardeşim 100 hayvandan aşağı olmayacak diyemezsiniz. Avrupa'da oluşmuş olan kurallar ve kanunlar onların piyasa gerçekliklerini ilgilendirir. Yapacağınız iş o kuralları kendi piyasa gerçekliklerinize uygulamaktır. Bunu yaparken de burada çok büyük suistimaller var. Bu ekipmanların pek çoğu Türkiye'de üretilmiyor. Çok basit ekipmanlar ama burada üretilmiyor. Yurtdışından gelenlerin fiyatları da fahiş denebilecek düzeyde. 3-5 tanede süt ve ahır ekipmanları yapan şirketi alacaksınız, onların yaptığı ve sattığı ürünlere destek vereceksiniz, hepsi bu. Çok karmaşık bir iş değil. Pek çok sorunda olduğu gibi hayvancılıktaki sorun da planlama ve organizasyon sorunu. Planlamayı yapacak devlet var, alt yapıda organizasyonu yapacak ilçe müdürlükleri ve teknisyenler var. Yani her şey var. Helva da su da şeker de hepsi var. Ama birinin bunlara eğilmesi lazım. Sürekli şikayet ederek, AB geliyor ne yapacağız, ne edeceğiz demekle bu işler çözülüyor.

AB sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?

AB gelince ne yapacağız diyen arkadaşlara ben diyorum ki Gümrük Birliği'nde Avrupa senin tarım ürünlerini anlaşmanın dışında tuttu. Sanayini tutmadı. Bu durum adamların nereden çekindiğini bile gösteriyor aslında. Adam senin sanayinden çekinmiyor. Bunu da imzaladığı Gümrük Birliği Anlaşması ile deklere ediyor zaten. Sen ne sanayi ürünü gönderirsen gönder benim umurumda değil diyor ama tarım ürünlerini bunu dışında bırakıyor. Türkiye'nin hala yüzde 35'i köylü. Bu adamlara siz şehre gidin diyemezsiniz. Tarıma dayalı sanayinin bir yığın ekonomik cazibesinin yanında bir de böyle bir faydası var. Nedir o? Tarıma dayalı sanayi hammaddeye yakındır, buna mecburdur. Yani siz sütü peynir yapmak



için taşırsanız 9'a 1 fazla nakliye verirsiniz. Daha çarpıcı bir ifadeyle yüzde 900 daha fazla nakliye verirsiniz. Bu deli bir rakamdır. Aynı şey toprak ziraati için de geçerlidir. Tarıma dayalı sanayi ne yapar? Öncelikle sizin köy dediğiniz yerlerde kurulur bu işletmeler. Daha sonra ise oranın insanını çalıştırır. Yani Alaşehir'deki bir fabrika için İzmir'den işçi taşımazsınız. Bu aynı zamanda sosyolojik bir olgudur ve göçü engeller. Zaten herkesin barım barım bağırdığı şey budur. Tarıma dayalı sanayi iş emeği yoğun bir sanayidir. Teknolojik makineler kullanılır ama bir otomotiv fabrikası gibi değildir. Orada 100 kişi ile yapılan iş tarım işletmelerinde 1000 işçi ile yapılır. İşsizliği de engellersiniz. Köylü nüfusunuzu işçiye çevirirsiniz. Bunların hepsi paket program gibi bir şey. Tarıma dayalı sanayinin ikinci büyük sorunu da arkasında teknolojik destek ile beslenebileceği bir kanal olmaması. Bunu yapması gereken yine devletin kurumları. Yani düşünebiliyor musunuz bizim çiftçimiz hala cumhuriyet buğdayıyla tarla ekliyor. Ben yanılmıyorsam cumhuriyet buğdayının geliştirildiği

AB gelince ne yapacağız diyen arkadaşlara ben diyorum ki Gümrük Birliği'nde Avrupa senin tarım ürünlerini anlaşmanın dışında tuttu. Sanayini tutmadı. Bu durum adamların nereden çekindiğini bile gösteriyor aslında. Adam senin sanayinden çekinmiyor. Bunu da imzaladığı Gümrük Birliği Anlaşması ile deklere ediyor zaten.

tarikh 1945. O günden beri böyle. Bu işletmeler var Türkiye'de ama gerçekçi olarak çalıştırılmıyor. Ya da ürettikleri müstahsile yansıtılmıyor. Bu teknolojik desteğe hem tarım işletmelerinin ihtiyacı var çok büyük oranda hem de müstahsilin ihtiyacı var. Müstahsile diyorsun ki Avrupalı dekarından 8 ton mal kaldırıyor sen 3 ton kaldırıyor. Ne yapsın adam, senin verdiğin şeyi ekliyor. Babasından dedesinden gördüğü zirai ilaçları kullanıyor. Bunların da yüzde 90'ını yanlış kullanıyor. Türkiye'nin tarım ve hayvancılığında durum tamamen böyledir. Evde aspirin alır gibi hayvanları tedavi ederiz, ya da toprağa gübre atarız, kimyasal zehirler kullanırız. Bunu neden, niçin, ne zaman yaptığını bilen adam yoktur.

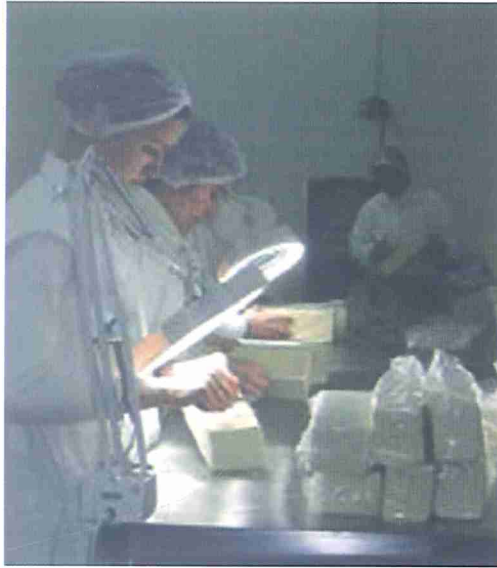
İhracat ne durumda?

Sektörün şuanda Türkiye içindeki büyüklüğü 5.5 milyar dolar civarında. 5.5 milyar dolarlık sektörün yaptığı ihracat 80 milyon dolar. O yüzden bu sektör 10 yıl sonranın yıldızı. Bu sektör bir bu kadar daha olabilir. Tabi bu benim söylediğimi bir bu kadar daha olabilir kısa ve orta vadede. Hollanda'nın ekilebilir tarım arazisi Atatürk Barajı'nın suladığının 1/7'si. Oran bu. 2003'teki tarım ürünleri ihracatı 30 milyar dolar. Bu korkunç bir şey. Kaba taslak Türkiye'ye vurduğunuz zaman Türkiye'nin şöyle bir performans gösterse 200-300 milyar dolarlık ihracat yapabilir olması lazım. Böyle bir değer yatıyor orada. Hani hep yeraltı derler ya bu yerin üstünde, yerin altına da girmemiş, herkesin gözünün önünde. Türkiye'nin tüm ihracatı bu yıl 70 milyar dolar, bunun içinde tarımın payı yüzde 15 yani 10 milyar dolar civarında. Bu resmen zebil olduğu için böyle. Yeraltındaki kaynakları bırakın biz daha üstündekini her şeyimiz olmasına rağmen değerlendiremiyoruz.

Ne yapılması lazım?

Bu hükümetin yeni iş başına geldiği dönemde Yarın Dergisi için bana Türkiye'nin geleceği ile ilgili bu şekilde bu soru sormuşlardı. Ben de demiştim ki; Bu yeni gelen hükümetin ağzıyla kuş tutmasına, süper bir performans göstermesine gerek yok, suyun akışının önüne set çekmese, normal bir performans gösterse bu ülke uçar demiştim. Zaten son 3 yılda olan o. 30 yıllık enflasyon birden yüzde 7'lere indi, paradan sıfırlar atıldı, bir yığın kanun çıktı. Bunların hepsi 33 yılda değil 3 yılda oldu. Ben tarım ve hayvancılığın geleceği ile ilgili de aynı şeyi söylüyorum. Sadece bu organizasyonu bir Allahın kulu çıkıp yapsa, cebinden para da çıkmaz, kendi kendini finanse eder. Verim artışından kaynaklanan gelir artışını yine köylünün kalkınması için kullanırsınız. Bütçenize hiçbir yük gelmeden 10 yıl sonra bir bakacaksınız dünyayı besleyen bir ülke olursunuz. Herkesin anlaması gereken şu; sanayi ülkesi

olmak demek tarım ülkesi olmamayı gerektiriyor. Tam aksidir bu. Adam sanayi ülkesi olmaya mecburdur, İngiltere'de Finlandiya'da ne ekeceksin. Ama senin öyle bir sorunun yok ki. ABD'ye telefon edip uçak siparişi versen de geliyor darı siparişi versen de geliyor. Hem de en uygun fiyata geliyor. Şimdi ABD tarım ülkesi mi sanayi ülkesi mi? İkisinden birini reddetmeye gerek yok. Tarıma dayalı sanayi şu zamana kadar teknolojisini de ekipmanını da dışarıdan aldı. Bunların önüne geçilmesi lazım. Bunlar Türkiye'nin yapamayacağı şeyler değildir. Sonuç olarak çok inanarak söylüyorum tarımla ilgili çok küçük bir organizasyon çok büyük katma değerler yaratır. Belki burada konuştuğumuz paraları bile komik duruma düşürebilir. Yani köylünün sütünü dünya fiyatının 2-3 katına almak iş değildir. Bu köylüye dünya fiyatında üretim yapabilmemesinin altyapısını hazırlamaktır devletin işi. 250 dolarlık şekeri 850 dolara almanın bir sonu yok ve zaten gidecek yer de kalmadı.



“ köylünün sütünü dünya fiyatının 2-3 katına almak iş değildir. Bu köylüye dünya fiyatında üretim yapabilmemesinin altyapısını hazırlamaktır devletin işi. 250 dolarlık şekeri 850 dolara almanın bir sonu yok ve zaten gidecek yer de kalmadı. ”

SEKTÖR

SÜT ÜRÜNLERİ

250 milyar dolarlık Pazar

Türkiye'nin 60 milyar dolarlık bir gıda tüketimi olduğunu belirten Pınar Gıda Grubu Satın Alma ve Operasyonel Maliyet İyileştirme Koordinatörü Murat Hocalar, Türk Cumhuriyetleri, Balkanlar ve Ortadoğu ile birlikte 250 milyar dolara doğru giden bir potansiyelin söz konusu olduğuna dikkat çekti. Hocalar, Türkiye'nin tarımını, hayvancılığını ve bunlara dayalı sanayisini geliştirerek bu ülkelere ihracat yapabilecek konuma gelmesinin şart olduğunu söyledi.

Öncelikle şirketinizi biraz tanyabilir miyiz?

Yaşar Holding'in ana ilgi alanlarından biri olan Pınar Gıda Grubu, gıda sektöründe Türkiye'nin ilk modern, endüstriyel özel girişimi olarak toplam 3400 çalışanı ile süttan ete, undan peynire, balıktan mayoneze kadar çok çeşitli ürün kategorileriyle 29 yıldır bir çok illere imza atarak liderliğini sürdürmektedir. Özellikle, Türk halkının dengeli beslenmesinde önemli eksiği olan proteinli gıda tüketimindeki açığın giderecek ürünleri müşterisinin beğenmesine sunmaktadır. Grup, Pınar Süt, Pınar Et ve Un, Pınar Anadolu Gıda, Çalı Damızlık, Çamlı Yem Besicilik, Yaşar Birleşik Pazarlama, Almanya'da bulunan Pınar Foods GmbH şirketleri ile geriye ve ileriye entegrasyon sağlayarak faaliyet göstermektedir. Pınar, 600'ün üzerindeki ürün çeşidi ile yıllık 700 trilyon liralık konsolide net satış hasılatı ve Ortadoğu Ülkeleri başta olmak üzere 40 ülkede 25 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmektedir.

Sektörün durumu nedir?

Türk halkının beslenme piramidine baktığımız zaman bunun yüzde 50'sinin ekmek yüzde 15-20'sinin makarna ve benzeri ürünler ve ancak yüzde 12'sinin proteinle beslendiğini görüyoruz. Protein kişinin beslenmesinin yapı taşı. Bu yapı taşını ne kadar güçlü tutarsanız daha sağlıklı beyinler daha sağlıklı nesiller oluşturabilirsiniz. Dolayısıyla zamanında Selçuk Bey süt işine girmekle Pınar'ı kurdu ve ondan itibaren ki sürece baktığımız zaman biz hep proteinli ürünler üretiyoruz. Süt, et ve balık. Dolayısıyla bunun önemine inanıyoruz. Yüzde 12'lik proteinle beslenme oranının yüzde 30'lara çekilmesi lazım. Bunun için hep birlikte çabalamalıyız. Aksi takdirde insanların sağlıklı gelişmesini sağlamamız mümkün değil. Avrupa'ya baktığımızda bu oran yüzde 30'lar civarında neredeyse bizim 3 katımız. Bu tabii insanların alım gücünün yükselmesi ve beslenme alışkanlarının değişmesiyle artabilir. Biz 1975 yılından beri bunun için hizmet veriyoruz.

Neden bu kadar geri kaldık?

Türkiye'de bunun geri kalmasının nedenlerinden bir tanesi hammadde girdilerinin pahalı olması ve alım gücünün azlığı önemli bir gerekçe. Alım gücümüz artsa şuan ki süt ve et üretimi ile bu oranlara çıkabilir miyiz? Onu da yapabilecek süt ve et üretimimiz yok. Bu et ve süt üretimin en az bu kadar katlamak zorundayız Türkiye'nin buna ihtiyacı var. AB ile bütünleşme sürecinde ortak tarım politikalarını kabullenmek ve bunun uygulamalarına başlamak ile bu konudaki verimliliğimizin de artmasını öngörüyoruz tabii.



Sektörün sorunları neler?

Türkiye'deki süt hayvancılığına baktığımızda çiftlik başına düşen hayvan miktarı 4. Avrupa'da bu oran 100 civarında. 4 tane hayvanla mı yoksa 100 tane hayvanla mı verimli bir hayvancılık yapmak mümkün. Bunu hayvandan alıp tarıma doğru gittiğinizde yani hayvanı besleyecek yağlı tohumlara doğru gittiğinizde de ölçek küçüklüğü var. Demek ki bu işte başarılı olmak istiyorsak hayvan sayısından hayvanımızı besleyecek yem bitkilerine kadar ölçüğümüzü büyütme ihtiyacımız var. Bu büyümeyi de yaparken hayvan sağlık kurallarına uygun, hijyenik ve iyi üretim tekniklerinin uygulandığı işletmelerin kurulmasıyla bunu sağlamak durumundayız. Eğer merdiven altı işletmelerle bunu yapacak olursak yine kayıt dışı ekonominin artması ve sağlıksız bir şekilde bu protein kaynaklarına ulaşmak söz konusu oluyor. Bu yüzden en önemli sorun nedir diye sorduğunuzda önceliğimiz proteinle ilgili temel hammaddelerimizi sağlıklı ve kaliteli şekilde büyütme olmalı. Bunun akabinde de kayıt içindeki buna bağlı sanayiye de desteklemek gerekir.

AB sürecini nasıl değerlendiriyorsunuz?

AB süreci bizi bu anlamda belli bir düzene sokuyor. Burada da en önemli sıkıntı ihracatçı bir ülke konumuna geçmemiz lazım, ithalatçı olmak yerine. Aksi takdirde mevcut kayıt dışılıktan dolayı şuan sizi AB'ye alıyoruz derlerse kayıtlı ekonomimizi baz alacakları için ithalatçı konumda olacağız ve Avrupa'nın pazarı haline geleceğiz. Halbuki hayvancılıkta ve tarımda Türkiye önemli bir potansiyel ve bu potansiyeli değerlendirmemiz lazım. Avrupa'nın ve dünyanın ihracatçısı olabilmek için kayıt altına alınmış rakamlarını artırmak, kendine yetebilir hale getirmek, fazlasını çıkartıp ihraç edebilir hale getirmek lazım. Hali hazırda et ürünlerini ihraç edebilme şansımız yok AB'ye. Aynı zamanda inekten yapılmış süt ürünlerini de kabul etmiyorlar. Ancak koyun sütünden üretilmiş bazı ürünleri ihraç edebilecek durumdayız. İhraç etmeye kalktığımızda da çok önemli tarife dışı engeller ve fonlar koyarak rekabetimizi engelliyorlar. Çünkü AB'de de süt ve et ürünlerinde bir üretim fazlası var. O yüzden bize pazar olarak bakıyorlar. Balık başka bir protein kaynağı. Onda da etrafımız denizlerle kaplı ama balık tüketimimiz Avrupa ile kıyasladığımızda ciddi anlamda geride. Son günlerde yapılan düzenlemeler ile balık ihracatı yapabilecek durumdayız. Et ve süt ürünlerinde ihracat konusunda önümüz açık değil tabi.

Sektörün geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Sektöre baktığımızda bir defa Türkiye'nin 60 milyar dolarlık bir gıda tüketimi var. Çevre ülkelere baktığımızda Türk Cumhuriyetleri,



Balkanlar ve Ortadoğu ile birlikte 250 milyar dolara doğru giden bir potansiyel var. Bir defa Türkiye tarımını, hayvancılığını ve buna dayalı sanayisini geliştirerek bu ülkelere ihracat yapabilecek konuma getirmek zorunda. Bu potansiyelden ne kadar pay alabilirsek kendi gelişmişliğimiz için de büyük bir kaynak ayırmış olacağız. Dolayısıyla ihracat potansiyelinin olduğunu düşünüyorum. İç pazarda zaten büyük bir potansiyel var. Gıdanın önü Türkiye'de çok açık.

İhracatın gelişmesi için neler yapılmalı?

Bir kere üreticiden son sanayiciye kadar düzenlenmesi gereken bir zincir. Baktığımızda Pınar dahil birçok şirketin AB'ye ihracat yapabilme yeterlilik belgesi var. Veyahut AB denetimlerinden geçmiş işletmeler var. Ama geriye doğru entegrasyona baktığımızda çiftlikler kısmını, tarım kısmını, artık Tarım Bakanlığı'nun

Yaşar Holding'in ana ilgi alanlarından biri olan Pınar Gıda Grubu, gıda sektöründe Türkiye'nin ilk modern, endüstriyel özel girişimi olarak toplam 3400 çalışanı ile süttan ete, undan peynire, balıktan mayoneze kadar çok çeşitli ürün kategorileriyle 29 yıldır bir çok illere imza atarak liderliğini sürdürmektedir.



Pınar halk sağlığı ve gıda güvenliği konusunda da lider bir kuruluş.

Gıda ve İçecek Grubu olarak baktığımızda Pınar Süt, Pınar Et (hem kırmızı et hem hindi eti var), Pınar Balık, Pınar Su, Yaşar Birleşik Pazarlama dağıtım şirketimiz bu çatının altında.

bu anlamda denetlemeleriyle yeterli kılınabilir hala gelmesi lazım. Mesela süt sektörünün AB denetçileri tarafından denetlendiğinde işletmeler geçmiş olmasına rağmen Tarım Bakanlığı'nın iyi laboratuvar uygulamalarında ve bu şirketlere sen ihraç edebilirsin lisansını verme konusunda sıkıntılar çıktı. O yüzden önümüzdeki dönemde büyük gelişmeler kaydettiler, kendilerini ciddi anlamda yenilediler. AB'den denetlemeye geldiklerinde herhalde bu zincire bakacaklar ve bir öncekine göre daha olumlu neticeler alacağız diye düşünüyorum. Kanatlı tarafında şuan yaşanan sıkıntılar var. Kanatlıda ihracat yapma noktasındaydı Türkiye. Kuş gribiyle sekteye uğradı ama bunun aşılacağını düşünüyorum. Sağlık Bakanlığı'ndan yapılan açıklamalarda bir kere paketli, markalı ürünlerin kullanımında hiçbir sorun olmadığı vurgulandı. Bir de bu ürünlerin iyi pişirilmesi halinde insana bulaşma riski yok. Bu noktada söylenecek yalnız hindi ve tavuk ürünleri için değil bütün ürünlerde pazardan alışveriş yapma alışkanlıklarımızdan, açık ürünlerden vazgeçip paketli ürünlere doğru kaymayı sağlamamız lazım.

Hedefler?

Bizim gıda grubu olarak hedefimiz 2005'teki büyüme sürecimizi devam ettirmek. Bu arada da enflasyonun daha da düşeceğini bekliyoruz, o zaman daha da zorlu bir hayat bizi bekliyor. O yüzden maliyetlerimizi düşürüp verimlilikleri artıracak çalışmalara hız vermek zorundayız.

Bizim bu senede konsantrasyonumuz maliyetlerimizi düşürmek yönünde. Kendimize bir rekabet avantajı sağlamak kalitemizi sürekli korumak ve yükseltmek. Bunun yanında pınarla bütünleşmiş yenilikçi yapımızı yeni ürünler yeni teknolojiler getirerek devam ettirmek. Pınar halk sağlığı ve gıda güvenliği konusunda da lider bir kuruluş. Gıda ve İçecek Grubu olarak baktığımızda Pınar Süt, Pınar Et (hem kırmızı et hem hindi eti var), Pınar Balık, Pınar Su, Yaşar Birleşik Pazarlama dağıtım şirketimiz bu çatının altında. 2005 yılında yüzde 6 civarında bir büyüme 25 milyon dolarlık bir ihracat gerçekleştirdik. 2006 yılı için gıda grubu yüzde 8-9'luk bir büyüme realize etti. 2007 yılı için de yüzde 11'ler civarında bir büyüme planlıyoruz.

MEĞER HERKES EFE'Yİ BEKLIYORMUŞ...



Ahtapot Izgara Efe'lendi...

Taze aldığınız ahtapotu kolayca temizleyebilmek için iki gün buzlukta bekletin. Ahtapot hazır olduğunda, kömürü mangala atın. Kömür közlenince tel ızgaranın üzerine ahtapotu yerleştirin. Pişen ahtapotu küçük küçük dilimleyip kırmızı soğanla birlikte sunun. [*Ahtapot ızgara eşliğinde dostlarınızla Efe içerken, Ege Adaları'nın bu güzel mezesinin tadını çıkarın.*] Çıkarın ki meze kültürümüze girmiş ve unutulmaya yüz tutmuş bu lezzet Efe'ye daha çok uzun yıllar eşlik etsin... Afiyet olsun...
Sadece bir yılda MİLYONLARCA rakısevenin gözdesi olan Efe ile hadi şerefe!

BÖYLE GÜZEL RAKI HİÇ İÇMEMİŞTİK DEMEYİNİZ, KARARINDA İÇİNİZ...

ELDA PAZARLAMA TİCARET A.Ş.

Süt ürünlerinde kritik dönem

SAKIPAĞA Gıda San. ve Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Üyesi Tevfik Sakıpağa, süt ürünleri üretiminde son derece kritik bir döneme girildiğini söyledi. Süt üretiminin büyük çoğunluğunun kaçak olduğuna dikkat çeken Sakıpağa, "Önümüzdeki 3-4 yıl içinde süt üretimini kayıt altına alamazsak AB'nin koyacağı üretim kotaları nedeniyle ithalatçı ülke konumuna geleceğiz" dedi.

Öncelikle şirketinizi kısaca tanıtabilir misiniz?

1923 yılında Sakıp Bey eşiyile birlikte mübadil göçmen olarak Türkiye'ye gelmiş. Bostanlı'ya yerleşmiş ve evinin altında odun ateşiyle ilk yoğurdu yapmaya başlamış. Sırt tablalarıyla sokak sokak dolaşarak yoğurt satmış. Bir sene sonra da yanında 23 tane tablacı çalıştırmaya başlamış. Ondan sonra bu işi devam ettiriyor. 1939 yılında oğluyla beraber Karşıyaka Çarşısı'ndaki ilk dükkanı açıyorlar ve ürünlerini orada satıyorlar. Daha sonra o dükkan bir şarküteri haline geliyor. 1959'da ilk araçla servise başlıyorlar. Üçüncü kuşak olan babam ve iki amcamla beraber servisle işlerine devam ediyorlar.

1980'li yıllarda Örnekköy'de mandıranın biraz büyüğü fabrikanın biraz küçüğü tesisimiz açılıyor. O esnadan itibaren araç sayısı ve servis alanı artmaya başlıyor. 1998'den itibaren de 4. kuşak olarak biz eğitimi tamamlayıp işimizin başına geliyoruz. 1998'den bu yana da sektörde tek olarak her sene yüzde 20 büyüyen bir firmayız. Çanakkale, Eskişehir, Fethiye üçgeninde servis yapıyor olmamıza yani bölgesel bir firma olmamıza rağmen Türkiye pazarında yüzde 5'lere yakın bir pazar payına sahibiz. Bir aile şirketiyiz ama her geçen gün kurumsallaşıyoruz. Tamamen aileden oluşan bir yönetim kurulumuz var ama onun altında da iyi profesyonellerden destek aldığımız bir kadromuz var. Yetki ve sorumluluklarını verip ona göre hizmet bekliyoruz arkadaşlarımızdan. Biz öncelikle yoğurtçuyuz, yoğurt her zaman bir numara ve öyle olacak. Diğer ürünlerimiz ayan, tereyağı ve peynir çeşitleri. Mandıra ürünlerine sahibiz ve bu şekilde devam ediyoruz. Kendimize ait 55 tane kamyonla servis yapıyoruz. Bayiliklerimiz var. Onlara ait kamyonlarla araç sayımız 100'e çıkıyor. Pastörize bir ürün ürettiğimiz için her gün 6 binin üzerinde müşteriye aynı saatte uğruyoruz. Tire, Ödemiş, Bayındır ana süt merkezlerimiz.

Onun dışında fabrikamız Mene-men'de, o civardaki çiftliklerden de süt alıyoruz. Zaman zamanda Burdur'dan süt alıyoruz. Bu bölgeler kaliteli sütün olduğu yerler. Bizim kalitemize uygun sütleri alıyoruz. Firmamızda 250 civarında personelimiz çalışıyor. Günlük 80-85 ton süt işliyoruz.

Sektörünüz ne durumda?

Türkiye'de yılda 10.5 milyon ton süt kapasitesi var. Bunun 1-1.5 milyon tonu keçi, koyun, manda sütü. Kalan 9 milyon tonu da inek sütü. Bizim kullandığımız da inek sütü. 9 milyon tonun da yaklaşık olarak 1.5 milyon tonu kayıt içi. Geri kalanı tamamen kayıt dışı. Çok yüksek bir oran. Şöyle bir orantı yaparsak; 63 milyonluk Fransa'da 25 milyon ton süt var. 70 milyonluk Türkiye'de 10.5 milyon ton. Ayrıca Fransa'nın üretiminin tamamı kayıt içi. AB'ye yönelirken çok tehlikeli bir





durumdayız. Ürettiğimiz sütü çok çabuk kayıt altına almazsak bizi kötü günler bekliyor. Çünkü AB'ye girdiğimiz zaman belli kotalarda üretim yapmamıza izin verecekler. Yunanistan'ın yaşadığı portakal olayı gibi. Onlar da kayıt içine alamadıkları portakalı bir sonraki hasat döneminde, açlar var Afrika'ya gönderelim dediler ama izin verilmedi ve imha etmek zorunda kaldılar. Eğer biz 3-4 sene içinde sütümüzü artırarak kayıt içine alamazsak AB bize süt ile ilgili kotalar koyacak ve onun üzerinde süt üretmemize izin vermeyecek ve ihtiyaç olan sütü bize Avrupa'dan ithal edecekler. Halbuki şuan hiç böyle bir şeye ihtiyacımız yok. Yani şuan ki ihtiyacımızı fazla fazla karşılayan bir üretimimiz var. Süt tüketiminin artması ayrı bir konu. Dolayısıyla bu 3-4 sene bizim için çok önemli.

Kayıt dışındaki süt nerede peki?

Bu süt bir şekilde piyasaya giriyor. Bunun yaklaşık 3 milyon tonu yerinde tüketiliyor. Yani köylü yoğurt, peynir, tereyağı yapıyor. Yaklaşık 3 milyon tonu merdiven altı tesislerde peynir, dondurma, yoğurt gibi ürünlerin üretiminde kullanılıyor. Kalanı da sokak sütçüleri tarafından dağıtılıyor. Maalesef bunlar devletimize vergi olarak geri dönmüyor.

Sektörün sorunları nelerdir?

Bizim sektörümüz krizlerden en az etkilenen sektördür. Gıda satıyoruz çünkü. Satış olarak en az etkilenir. Diğer taraftan krizler bizi de çok yaralar. Çünkü sütçüye kriz var, ben senin paranı veremeyeceğim, geç ödeyeceğim diyemezsiniz. Zaten gelirleri belli, kendilerini ve hayvanlarını beslemek, bunun yanında da para kazanmak zorundalar. Dolayısıyla bizim dönüp de o tarafa yaslanma şansımız yok. Ya kendi öz sermayemizden ya da bir yerlerden gidip para bulup onların ihtiyacını karşılamak

zorundayız. Ama satışlarımız düşmediği için de bir bakıma şanslı durumdayız. Çok önemli bir dezavantajımız merdiven altı üreticilerin çok yoğun olması. Bunun karşısında hemen bir avantajımız geliyor. İnsanlarımız bilinçleniyor ve daha çok markalı ürüne yöneliyorlar. Bu da bizim hoşumuza gidiyor. Bizim firma olarak çok önem verdiğimiz bir sloganımız var. Kendi çocuğumuza yedirmeyeceğimiz bir ürünü üretmiyoruz. Piyasadaki yanlış ve olmaması gereken fiyatlardan dolayı da yapabileceğimiz birçok ürünü de yapmıyoruz. Çünkü yapmamız için içine bir şeyler katmamız lazım. Bu da bizim ne aile ne de firma politikamıza uymuyor. Atadan öğrendiğimiz bu politikayı devam ettiriyoruz ve bizden sonraki kuşaklar da devam ettirecek.

Kayıt dışı ile mücadele için neler yapılmalı?

Kayıt dışının önlenmesi için bir kere SET-BİR olarak çalışmalarımız var. Muhakkak ki üretimin kayıt altına alınması için kayıtlı satış yapan bütün üretimden son tüketiciye kadar her şeyini kayıt içinde yapan firmalara ihtiyacımız var. Devletten beklentimiz kalitesiz üretim ve gıdalara karşı denetimlerin artırılması. Ağır cezai şartların uygulanması. Yani bir sepetteki sağlamlarla çürüklerin birbirinden iyice ayrılması gerekiyor. Bizim tek beklentimiz bu. Yoksa dışarıdan gelen yatırımcıya ya da üreticiye kapılar kapansın, şöyle kotalar gelsin, bizim için çok önemli değil. Biz rekabetimizi yaparız. Ürünlerimize güveniyoruz. Dünyada en son hangi teknoloji varsa onu kullanıyoruz. Bizimle aynı ayarda yani birinci ligde olan firmaların hepsi bunu kullanıyor. Yerli firmaların korunması gibi bir isteğimiz yok. Çok da üzerinde durmamız gereken bir konu değil. Ancak kaliteli ürünler çıkması için denetim yapılması şart. Bunun için de devlete görev düşüyor. Mu-

“ Bir aile şirketiyiz ama her geçen gün kurumsallaşıyoruz. Tamamen aileden oluşan bir yönetim kurulumuz var ama onun altında da iyi profesyonellerden destek aldığımız bir kadromuz var.

Yetki ve sorumluluklarını verip ona göre hizmet bekliyoruz arkadaşlarımızdan.

İyi süt nedir? Hayvandan sağlıklı sağılmaz direkt soğutulup, bakteri oranı fazlalaşmadan bizim fabrikamıza ulaşan süt, içerisindeki yağ ve kuru madde oranı belli bir düzeyin altında olmayan sütü iyi süttür. Ondan sonra iyi bir bilgi birikimine ihtiyacınız var. Yoğurdu nasıl yapacağınızı bileceksiniz.

hakkak ki bunun da cezalarla desteklenmesi lazım.

İhracat ne durumda?

İhracat Ortadoğu ülkelerine mümkün, AB ülkelerine mümkün değil. Çünkü toplanan sütteki bakteri oranlarının AB standartlarına uyması lazım. Daha biz sütü toplamada işi kaybediyoruz. Yoksa ürettiğimiz ürünler Avrupa'daki ürünlerden daha az kaliteli değil. Sağlıklı süt toplanması için Sakıpağa ne yapıyor? diye soracak olursanız süt üreticilerine soğutucu tanklar dağıtıyoruz. Bizim sütümüzün yüzde 100'ü +4 derecede toplanır. Bu çok önemli. Hayvandan sağlıklı sağılmaz 4 derecedeki tanka koymak mecburiyetindedir, yoksa bakteriler üremeye başlıyor. Belli bir sayının üzerine çıktığı zaman da AB bize kırmızı kartı gösteriyor. Kırmızı kart görmemek için yıllık toplanan 10.5 milyon süütün tamamının yerinde soğutulması lazım. Bu da şuan bizim gücümüzdeki firmaların uyguladığı bir sistem. Düşünün ki Tire'de sağılmış bir süt Karşıyaka'da ya da Buca'nın sokaklarında sütçü diye bağırarak satılıyor. O süt saatler süren bir yolculuktan sonra evinize geliyor, siz onu istediğiniz kadar kaynatın. O sütteki pek çok şeyi kaybediyorsunuz. Bizim firmamızın ihracatı yok. Ancak başka firmaların Ortadoğu'ya İran'a var. Bunlar da daha çok peynir üzerine.

Hedefleriniz neler?

2008 yılında İstanbul ve Ankara'da olmayı hedefliyoruz. Biz öz sermayemizle büyüyen bir firmayız. Bankaya gidip ver 5 milyon dolar ben büyüyeceğim çok sağlıklı değil Türkiye'de. Biz daha sağlam adımlarla yürüyen bir firmayız. 2008 yılı bizim için hedef yıldır İstanbul ve Ankara'ya açılmak için. Ondan sonra da ulusal olmak istiyoruz. Büyüme hedefimiz budur. Yeni ürün hedefi de çok kısa bir süre sonra son günlerin moda ürünü kefir çıkacak.

Daha sonra sütümüz ve meyveli yoğurdumuz olacak. Süt ürünleri üretmemize rağmen dayanıklı ya da pastörize süt yapmıyoruz. Çok karlı değil. Karlı olduğu zaman yapacağız. Çünkü küp küp altınımız yok burada, karsız ürünleri de yapalım oradan çeker çeker kullanırsanız, sonra bir gün doldururuz diyemeyiz. Attığımız kurşunları 12'den vurmaya zorundayız. Böylece süt şuan çok bizim programımızda değil ama bir gün olacak. Ne zaman karlı olacak biz de kaliteli süt üreteceğiz.

İyi bir yoğurt nasıl yapılır?

Şimdi bunu anlatmanın bir bedeli var. 1 milyon doları alayım anlatırım. İyi bir yoğurt birincisi iyi bir süttür yapılır. İyi süt nedir? Hayvandan sağlıklı sağılmaz direkt soğutulup, bakteri oranı fazlalaşmadan bizim fabrikamıza ulaşan süt, içerisindeki yağ ve kuru madde oranı belli bir düzeyin altında olmayan sütü iyi süttür. Ondan sonra iyi bir bilgi birikimine ihtiyacınız var.

Yoğurdu nasıl yapacağınızı bileceksiniz. Biz bunu atadan, dededen biliyoruz. Bunun için son teknolojiye ve iyi bir ekipmana da ihtiyacınız var. En önemlisi de içerisine bir şey enjekte edilmemiş bir beyne ihtiyacınız var. Doğal bir ürün yapmak istiyorsanız. Yoksa son kullanma tarihi 30 gün olan bir yoğurt yapmak için içine bir şeyler koyabilirsiniz. Bir litre süttür 600, 650 gr arasında yoğurt elde edersiniz. Çünkü içindeki suyu uçurmanız lazım. Sütü koyulaştırmanız lazım.

Hayır ben bir litre süttür bir kilogram yoğurt elde edeyim dersanız o zaman içine bir şey katmanız lazım. Bunlar doğru yol olmadığı için biz tercih etmiyoruz. İşte doğru yoldan yaparsanız da bizim gibi kaliteli ürünler yaparsınız. Bu konuda çok iddialıyız. Türkiye'nin en kaliteli yoğurdu olduğunu bilerek iddia ediyoruz. Herkesle her ortamda her testi yapmaya da hazırız.



Bayimiz olmak için
çok çeşitli nedenlerimiz var!

Sandalyeden koltuğa, masadan sehpa, tabureden çocuk ya da plaj grubuna...
Çeşit çeşit, model model Festivolar... Üstelik istenilen renkte!



4 mevsim baharı yaşayın...

www.festivobahce.com

KURT-KAR FABRİKA
Muradiye Sanayi Bölgesi MANİSA
Tel: (0236) 259 16 51 -52-53
Faks: (0236) 259 16 54

İZMİR BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ
Fatih Cad. No:105/3 Çamdibi-İZMİR
Tel: (0232) 458 13 44
Faks: (0232) 459 04 33

ANTALYA BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ
Akdeniz Sanayi Sitesi Şafak Mah.
5014 Sok. No:38 ANTALYA
Tel: (0242) 221 61 59
Faks:(0242) 221 61 59

İSTANBUL BÖLGE MÜDÜRLÜĞÜ
İstoç 10, Ada No:157-159
Mahmutbey - İSTANBUL
Tel: (0212) 659 28 62
Faks: (0212) 659 28 63

MANİSA SHOWROOM
Hükümet Cad. No:3 MANİSA
Tel: (0236) 231 17 71

İZMİR SHOWROOM
Yeşillik Cad. No:528 Karabağlar - İZMİR
Tel: (0232) 237 59 69
Faks: (0232) 264 22 99

BODRUM SHOWROOM
Turgut Reis Yolu, Metro Yanı,
Polo 13 Altı Ortakent - BODRUM
Tel: (0252) 358 67 34

Türkiye genelinde bayilikler verilecektir



Salim KADIBEŞGİL
ORSA Stratejik İletişim

"En sorumsuz şirket" ödülüne aday mısınız?

İş ve siyaset dünyasının her yıl buluşma noktası Davos yakınlarında son bir kaç yıldır bir başka toplantı gerçekleştiriliyor. Sessiz sedasız yapılan bu toplantıda sivil toplum kuruluşları tarafından "sorumsuz şirketler" ödüllendiriliyor. Doğal olarak bu ödülü almaya hiç bir şirketin temsilcisi gelmiyor ama ödüle layık görülen şirketler web ortamında dünyayı her dakika turluyorlar! Göstermelik sorumluluk ile samimi sorumluluk arasındaki ince çizginin üzerinde yürümekte olan şirket yöneticileri kurumsal sosyal sorumluluk kavramının derinliklerinde yolculuk etmeyi pek sevmiyorlar. Belki bir çoğu için bir sivil toplum kuruluşunun projesine maddi kaynak sağlamak yeterli görünüyor! Mayıs ayında İspanya'nın başkenti Madrid'de yapılan Reputation Institute uluslararası konferansında baş rolü şüphesiz kurumsal sosyal sorumluluk konsepti oynuyordu. Görünen o ki; kurumsal sosyal sorum-

luluğun sadece ülkemizde değil uluslararası arenada da suyu çıkmak üzere! Konferansta sunulan tebliğler doğal olarak kurumsal itibar ile kurumsal sosyal sorumluluk arasındaki bağları yakalamak üzerine kurgulanmıştı. Ancak, bu konseptlere ucundan ilişen herkesi bekleyen en büyük tehlike, duygu boyutu yoğun bu kavramların aslında "bumerang" şeklinde oluşmuş olması...

Tehlikenin oluşumu, kurumsal sosyal sorumluluğun bir "pazarlama aracı" haline dönüştürülmesinden kaynaklanıyor. Şirket yöneticileri doğal olarak bu alana ayırdıkları kaynağın hesabını bir şekilde verebilmenin formülünü arıyorlar. Bunu da satış ve pazarlama faaliyetleri ile ilişkilendirmenin en kestirme yol olacağını düşünüyorlar. Böylece "alan memnun-satan memnun" bir ortam yaratılmaya çalışılıyor. Hatta, Madrid'de yapılan sunumlarından birinde olduğu gibi bir profesyonel ajans ortaya çıkıp bu ko-



nuda şirketlere "sertifika" vermekte olduğunu bile iftiharla söyleyebiliyor! Kurumsal sosyal sorumluluk ile ilgili şirket performansına katkı sağlamayı düşünen yöneticilerin iki temel olguyu öncelikle içlerine sindirmeleri gerekiyor; bunlardan ilki, şirketler kurulduğu andan itibaren topluma karşı sorumludurlar. Bu sorumluluk onların isteği ile değil, toplumun beklentileri ile oluşur. Bu beklentileri sağlayamayan şirketlerin ömürlerinin ne olabileceği konusunda tartışma açılabilir. İkinci olgu ise; "sürdürülebilirlik" kavramı içinde gizlidir. Sürdürülebilirlik özünde kurumsal sosyal sorumluluk felsefesi ile donatılmış bir tez olmakla birlikte "kârlılık" karşısı değildir. Tam tersine, şirketlerin de sürdürülebilir kârlılık içinde olmaları beklenir ama sosyal sorumluluklarını unutmaman! Dow Jones'un 1999 yılında açtığı ikinci endeks DJSI'nin anlamı buradadır. Bir yandan finansal performansındaki sürdürülebilirliği yakalayan şirketlerin diğer yandan toplumun duyarlılıkları ve değerleri ile örtüşen bir "kalite" anlayışı ile kendilerini donatmış olmaları yatırımcılar tarafından bu endekste ödüllendirilmektedir. Normal endekste binlerce şirket varken, DJSI'de tanımlanmış denetim süzgecinden geçmiş şirket sayısı henüz mukayese edilebilir bir düzeyde değildir. İş dünyasının merkezi örgütlerinden biri olan "dünya iş konseyi" sürdürülebilir gelişme bölümünü 2000'li yılların hemen başında oluştururken tek amacını, dünyanın önde gelen şirketlerinin başta sosyal sorumlulukları olmak üzere sürdürülebilirlik konseptine öncülük yapmaları şeklinde açıklıyordu.

Nitekim WBCSD gibi, International Business Leaders Forum da çok kısa bir süre içinde gerçekten "sosyal sorumlu" olmanın ne anlama gelmesi gerektiği ile ilgili kapsamlı bir kampanyaya imza attı. Bu kurum ve kuruluşların tek amacının, kurumsal sosyal sorumluluğun "soytarlıklara" dönüştürülmesi engellemek olarak tanımlanabilir. Günümüzde temel sorun, gerçekten sosyal sorumluluk felsefesine inanmış ve bunun gereklerini yerine getiren şirketler ve bunların yöneticileri ile, "durumdan vazife çıkartıp işin suyunu çıkartmaya" çalışanları birbirinden ayırdedecek bir sistemin ne olduğudur. Bu konuda dünyanın dört bir tarafında yapılan çalışmalar geçtiğimiz yıllarda Boston merkezli bir çalışma ile neticelendi.

Global Reporting Initiative adı verilen bu çalışma, şirketlerin "Üçlü raporlama" olarak tanımlanan; finansal, sosyal sorumluluk ve ekolojik çevre ile ilgili performanslarındaki temel ilke ve standartları kapsamaktadır. Dolayısıyla, şirketler, sürdürülebilir kârlılıkları da dahil olmak üzere topluma karşı sorumluluklarını, toplumun belirlediği kural ve ilkeler çerçevesinde yine sürdürülebilir nitelikte ortaya koyabilmektedirler. Kurumsal sosyal sorumluluk felsefesini şirketine yansıtmak isteyen yöneticilerin dikkate almaları gereken hususları alt alta sıralamak gerekirse, şu hususlara değinmek gerekir:

■ Öncelikle, tüm şirket yöneticilerin bir bilgilendirme sürecinden geçmesi önerilmektedir. Bu kapsamda, yazı içinde de değinildiği gibi; International Business Leaders Forum, World Business Council Sustainable Development, Dow Jones Sustainability Index, United Nations Global Compact, gibi kurumların web sayfaları az zamanda hızlı mesafe almak konusunda yardımcı olacaktır. Özellikle, bu kaynaklarda dünya örnekleri ile kıyaslamalara gidilmesi ve felsefe ile uygulamaların hangi platformlarda bir araya getirildiğinin incelenmesi çok yararlı olacaktır.

■ Kurumsal Sosyal Sorumluluk bir şirket yönetiminin "kalbi"dir. Yani iletişimcilerin işi değildir. Belki bu kapsamda oluşturulacak projelerin iletişimini yapmak iletişimcilerin görevleri arasına dahil edilebilir ancak konsept şirket yönetiminin kalitesini simgelemektedir. Bu nedenle, başta şirketin CEO'su / genel müdürü olmak üzere tüm yönetim takımının bu konseptte aynı pen-



cereden bakıyor ve sahipleniyor olması gerekmektedir.

■ Şirket çalışanlarının dahil edilmediği hiç bir sosyal sorumluluk projesinin başarılı olma şansı yoktur. Her ne proje yönetilecek ise, önce çalışanların gönüllü olarak bu projeyi sahiplenmeleri ve sürdürülebilirlik ilkeleri ile donatmaları beklenmektedir.

■ Sosyal sorumluluklar topluma "duyguların alışverişi"dir. Projeler, bu alışverişin duraklarıdır. Yani bir yolculuktur. "bugün yapalım, yarın bakarız" lüksü yoktur! Bu nedenle, gerçekçi kaynaklar ayrılmalı, süreklilik ve tutarlılık korunmalıdır. Toplumu hayal kırıklığına uğratmanın sonucunda çıkacak bedeli karşılayacak bir para birimi henüz yeryüzünde yoktur.

■ Sosyal sorumluluklar nedeniyle "ticari bir beklenti içine girmek" idam fermanından farklı değildir. Hele bu beklentinin iletişimini yapmak gerçek bir "intihar" dır. Projelerin iletişiminde "ton ve ses ayarı yüksekliği" önemlidir. En makbul olanı, projelerin ucundaki toplum kesimlerinin takdir duygularından yansıyan iletişimdir! "Parmağı göze batıran" iletişimin bir krize neden olabileceği unutulmamalıdır.

■ Sosyal sorumluluk alanlarında "başarı ödülü" almak "marifet" değildir. Bu bir anlamda sigorta şirketlerinin, hasar gören müşterilerinin ödemelerini tam ve hemen yaptıklarına dair yayınladıkları gazete ilanlarına benzemektedir. Bunu zaten yapmak zorundalar! Şirketlerde zaten topluma karşı sorumludurlar. Buna ayrıca bir "ödül" gerekmemektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk itibar açlığının giderilmesinin yolu olmamalıdır.

■ Sosyal sorumluluk alanlarında "başarı ödülü" almak "marifet" değildir. Bu bir anlamda sigorta şirketlerinin, hasar gören müşterilerinin ödemelerini tam ve hemen yaptıklarına dair yayınladıkları gazete ilanlarına benzemektedir. Bunu zaten yapmak zorundalar! Şirketlerde zaten topluma karşı sorumludurlar. Buna ayrıca bir "ödül" gerekmemektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk itibar açlığının giderilmesinin yolu olmamalıdır.



21.YÜZYILDA ABD DIŞ POLİTİKASININ ÇELİŞKİLERİ

Sedat İLHAN E.General
e-posta : sedatilhan@isnet.net.tr

Sermaye, mal,hizmet, rekabet ve gerekirse insan gücüne ; kendi çıkarlarına uyacak bir barış ortamında (Pax Americana) sınırlamasız dolaşım olanağı sağlayarak, serbest ve hakça bir ticareti bütün dünyaya yaymayı (Küresellik- Globalism) öngören yöntem (Ulusal Strateji) ile ,halkın yaşam düzeyini yükseltmeyi (Ulusal Hedefi) seçen Amerika;bunun uygulama şekillerinde - Ulusal Güvenlik Politikasının uygulanmasında -, çelişkili davranabilmektedir. Bu nedenle Amerikan dış politikasının belirlenmesinde güçlük çekiliyor. Tanımlamada ekonomik-politik yöntemlerin hepsinin adlandırılabilirdiğini; liberal, neoliberal, kapitalist, muhafazakâr, baş muhafazakâr vermek gerekirse bugünkü" Başkan W.Bush, içerisinde her türlü ekonomik-politik görüşlere sahip bir koalisyonu yönetmektedir" diyebiliriz. Bugün bu satırlarla; saptayabildiğim kadarıyla, Amerikan dış politikasını geçmişte ve halihazırda çelişkilere götüren ve ileride de götürebilecek olan çatışan davranışların (Conflicting tendencies) bir kaçından söz etmeğe çalışacağım.

*Gerçekçilik Ve Ülkücülük (Realism And Idealism)

Amerikan politikasının temelini ,atalarının geldikleri Avrupa güçlerinin yaptıklarını yapmamayı bir moral değer olarak benimsemek oluşturmaktadır. Güce dayalı REALİST görüş yerine karşılıklı görüşmeleri içeren İDEALİST davranışı öven görüşlerle karşılaşabiliyoruz. Avrupa tarihinin temel taşı yapılan Güç Dengesi (Balance of Power) bazı durumlarda ve özellikle kuruluş tarihinin başlangıcında Amerikalılarca ret dahi edilebilmiştir. Nitekim 1804 tarihinde Thomas Jefferson bu davranışı (Güç Dengesi- Balance of Power) Avrupa'da savaşların temel nedeni olarak gösterbilmiştir. Ayrıca Woodrow Wilson, Birinci Dünya Harbine güç dengesi illetinin neden olduğunu da söyleyebilmiştir. Ancak, ABD'nin son davranışlarında böyle kati bir ayırımla karşılaşmıyoruz. Tamamen kuvvete dayalı bir görüşü sürdürüyor diyemsek de, idealist görüşü de içeren karışık (Realist Idealist Dichotomy) ve değişik davranışlar sergileyebilen bir dış politika uygulaması ile karşılaşyoruz diyebiliriz. Bugün Amerika, bütün dünyada demokrasi ve insan hakları değerlerinden çok gücü ile anılmaktadır. İdealist görüş ağırlık kazanmamaktadır.

*İçedönüklük ve Uluslararasılık (Isolationism And Internationalism)

Genelde Amerikalıların çoğunluğunun ne dünyanın diğer kesimleri hakkında bilgi sahibidir ve ne de ilgilenir denilir. Ancak bugün artık eskinin içedönük, kendi yağınla kavrulma politikasından söz edilmemektedir. Ancak Amerikanın aynı zamanda girişimlerini uluslararası düzeyde işbirliği halinde sürdürüldüğü de söylenemez. Bu arada kolej ve üniversitelerle toplumsal örgütler, Tink Tank'ler, MNG-Çok Uluslu Kuruluşlar, NGO-Hükümetler üstü Kuruluşlar uluslararası girişimlerini bütün dünya düzeyinde sürdürüyorlar. Hal böyle iken bugünkü yönetimin Önleyici Saldırı (Preemptive Strike) kuramını benimseyerek adeta tek

başına Afganistan ve Irak üzerine saldırması uluslararasılık kuramının uygulanmadığı düşüncesini yaratmıştır.

*Tekyanlılık ve Çokyanlılık (Unilateralism And Multilateralism)

Amerikanın sahip olduğu güç onu tek yanlı (Unilateral) harekete sevk etmektedir. Dünyanın en gelişmiş silahlı kuvvetlerine sahip olmanın verdiği rahatlık çok yanlılığa (Multilateral) karşı Amerika'yı umursamaz yapmaktadır. Kara Mayınlarının Yasaklanması,Uluslararası Ceza Mahkemelerine katılmama,Biyolojik Silahlar Protokolünü imzalamama, Ulusal Isınma için hazırlanan Kyoto Anlaşmasını onaylamama,BM-Birleşmiş Milletleri faaliyetlerinde yetersiz bularak masraflara katılmama... Bu birkaç örnekte göstermektedir ki Amerika Çokyanlı politikayı da umursamaz görmektedir.

Beklentiler ve Türkiye

Tek kutupluluğu bozabilecek kısa dönem gelişmesi beklenmemekle beraber, ABD-Fransız farklılığının AB'ye yansımından ve Türkiye'yi de etkilemesinden söz edilebilir..

Egalitarian-Toplum içinde fırsat eşitliğini, Üniter devlet ve merkezîyetçi sayılabilecek bir devlet yöntemini savunan Fransa karşısına; Bireyci-İndividualist, kişi özerkliğine önem veren Libertarian ve liberal bir tutumu benimsemiş ABD çıkmaktadır. Bu arada Fransa'nın çoğunlukla Katolik ve ABD'nin de önemli ölçüde Protestan geleneği benimsemiş olması bu anlaşmazlığı derinleştirmektedir.

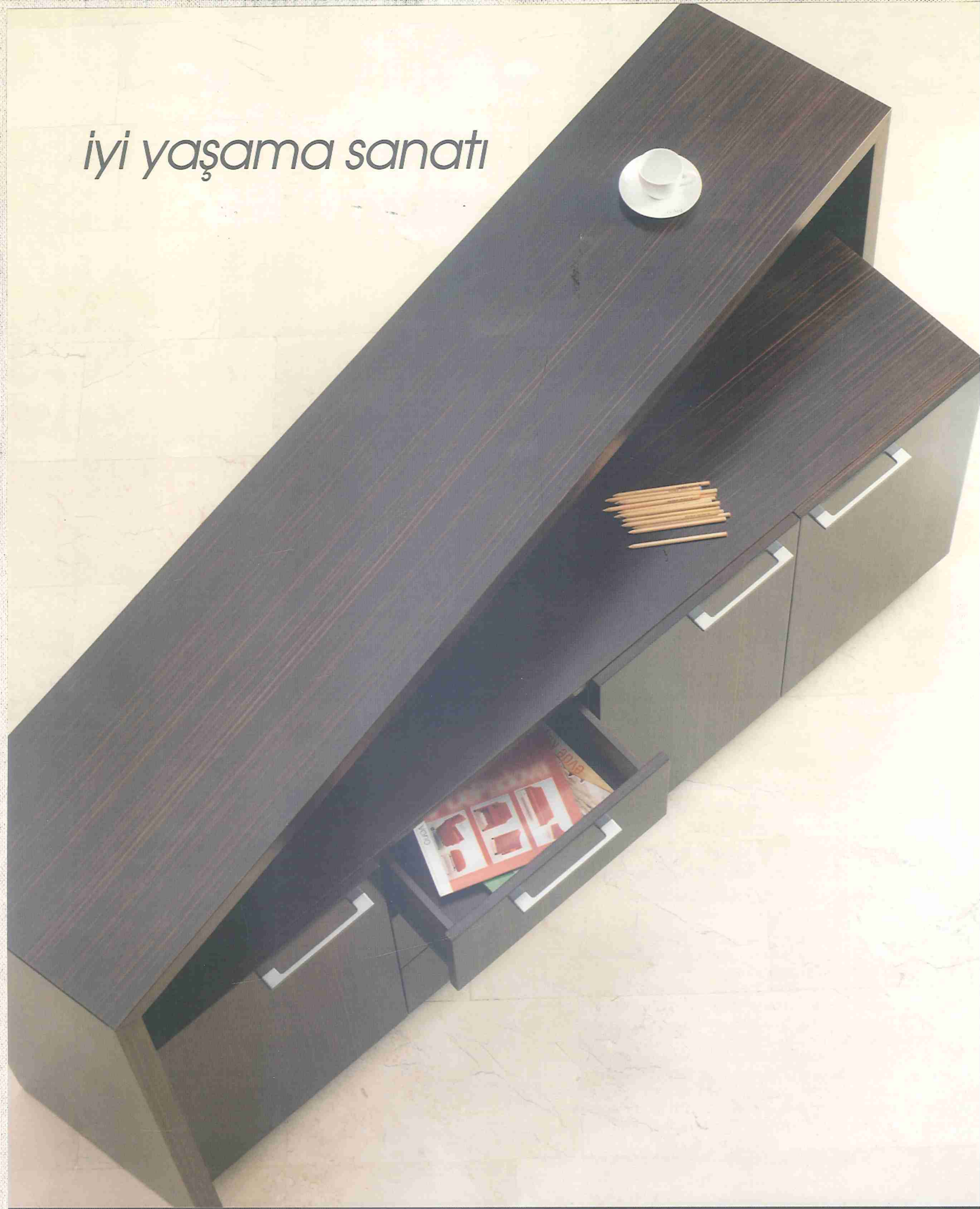
Fransa ile olan bu farklılık, değişik şekilde AB üyelerinin tümü ile de söz konusu olabilir.

Bu anlaşmazlıkta Türkiye geleneğinin Amerika'dan daha çok Fransa'ya yakın olduğu konusunda bazı yazarlarımız görüş bildirmekteler. Sanırım bugün doğru olan; Türkiye'nin, 2005 yılında da liberalizm çabası içinde bir üniter devlet olarak kalmasıdır.

Gerçekte Amerikan düşünürlerinin çoğunluğu Amerikan politikasının Ülkücü (İdealist) ,Uluslar arası (Internationalist) Çoktarafı (Multilateral) bir uygulama yöntemi benimsemesinin özlemini belirtmekteler. (American Foreign Policy In The Twenty-First Century, By Dan CASLDWELL,Vital Speeches Of The Day,Sep 1,2003).Bu durum özleminden öteye geçmemekte ve NEOCON uygulamalarını sürdürmektedir.

Sonuç olarak savaşın çok tarafı bir uluslar arası olay olduğunu kabul etmeliyiz. "Bizden olmayan karşı taraftandır" Şeytan Ekseni" gibi tutumlarında bir savaşta fayda sağlamayacağı anlaşıl-mış bulunmaktadır.. Önleyici Saldırının ise tanımı ve koşulları halen tartışılmaktadır.Her ülkenin, özellikle Rusya gibi nükleer güçlerin bu kuramı hemen benimsemesi ileriye dönük endişelerin kaynağı olabilmektedir. Çelişkiler sürdükçe korkarım; Afganistan, Irak, İsrail-Filistin sorunları tanımı, kuramı ve uygulama yöntemi henüz belli olmayan ve bir sınır dahi çizilemeyen BOD-Büyük Orta Doğunun kanayan yarası olmağa devam edebilecektir.

iyi yařama sanatı



serter
EV • BÜRO

Fabrika: Akçay Cad. No.378/B Menderes - İZMİR
Tel. 0.232 274 52 52 - 57 • Faks. 0.232 274 04 00
www.serter.com.tr • info@serter.com.tr



Sony-PSP

PlayStationPortable

Hepimiz Apple Ipod'larımızın pabucunu dama atacak cihazın yeni bir Ipod olmasını beklerken, Sony taşınabilir elektronik meraklılarına güzel bir sürpriz yaptı ve PSP bombasını patlattı. Oyun meraklıları için PSP, PlayStaion2'nin taşınabilir versiyonu olarak kabul edilebilir. Ama sadece öyle olsaydı bu sayfanın konusu olamazdı veya bir sonraki sayımızda da Gameboy'u tanıtmak zorunda kalırdık.

PSP, en genel tanımıyla taşınabilir, çok amaçlı bir cihaz. Pe ki PSP ile neler yapabilirsiniz?

a) Oyun oynarsınız. Sadece makineyle oyun oynamakla kalmayıp, PSP'nin wireless (kablosuz) iletişim yeteneği sayesinde 8 kişiye kadar karşılıklı oyun oynayabilirsiniz. Örneğin çok beğendiğimiz oyunlardan, harika bir Formula 1 simülasyonu olan F1'i 8 arkadaş aynı anda oynayarak birbirinizle yarıştığınızı düşünün. Aslında bu oyun oynama konseptini de bir adım ileri taşımak olmuyor mu? Sonuçta Xbox veya PlayStation2'de oyun oynarken 2 oyuncu da aynı ekrana bakıyor. PSP'de 8 oyuncuya kadar her oyuncu oyunu kendi PSP'sinin ekranından oynuyor.

b) Film seyredebilirsiniz. Evet ekranı fazla büyük değil. Sadece 4.3 inch (11 cm diagonal uzunluk) Ama LCD ekranın görüntü kalitesi harika ve kendi hoparlörleri çok yetersiz olsa da, kulaklıkla dinlendiğinde ses kalitesi de gayet yeterli. Sony burada korsan kopyalama-



nın önüne geçmek için 1,8 GB kapasiteli UMD (Universal Media Disc) denilen yeni tip bir manyetik media geliştirmiş. Hem oyunlar hem de DVD kalitesindeki filmler bu UMD'lerde satılıyor. Bununla da yetinmemiş, aynen DVD'lerde olduğu gibi UMD'leri bölgelere (region) ayırmış. Yani Amerika'dan alınmış bir PSP, Region 1 olarak geliyor ve Region 1 UMD film ve oyunları kullanabiliyor. Avrupa'da ise Region 2 kullanılıyor. Tabii bunu bypass etmenin yolları bulunmuş bile. Onu da ayrıca anlatacağız.

c) Müzik dinleyebilirsiniz. PSP Ipod gibi sabit bir hafızaya sahip değil. Ancak kendi küçük, kapasitesi büyük hafıza kartı Memory Stick Duo için bir yuvaya sahip olan PSP, memory stick üzerine depoladığınız müziği neredeyse Ipod kalitesinde dinletebiliyor.

d) Tüm resim albümünüzü yanınızda taşıyabilirsiniz. Yine memory stick duo sayesinde resimlerinizi yanınızda taşıyarak PSP'nin LCD ekranında gösterebilirsiniz.

e) İnternete bağlanabilirsiniz. Kablosuz bağlantı yeteneği sayesinde PSP, kablosuz internet bağlantısı olan bir ortamda size İnternet PC servisi verebilir. Ancak bağlantı ayarlarını yapmak ve klavyesi olmadığı için veri girişi yapmak çok zor. O açıdan yeni jenerasyon bir cep telefonu bu görev için daha iyi bir alternatif olacaktır.

f) PSP aynı zamanda gelişmeye açık bir platform. Kablosuz bağlantı yeteneği ve memory stick kullanabilmesi sayesinde şu anda akıllara gelmeyen bir çok uygulamanın geliştirilebileceği bir cihaz. Örneğin Sony'nin yeni bir DVD oynatıcı geliştireceği ve bu oynatıcının sadece televizyon ekranına görüntü ve ses göndermekle kalmayıp, bu bilgileri kablosuz olarak yayacağı ve o ortamdaki PSP'lerin kendi ekranlarında bunu seyredebilecekleri dedikodusunu duymaya başladık. Eğer gerçekleşirse siz evinizin salonunda maçınızı seyrederken, televizyonun yanındaki Sony DVD oynatıcısında oynayan çocuk filmini, çocuğunuz kendi odasında, PSP ekranında seyredebilecek. Hem de hiçbir kablo kullanmadan.

Bu noktada PSP'nin USB bağlantısı ile bilgisayarlarla bilgi alışverişinde kullanılabilmesini de hatırlatmak lazım. Bu sayede PSP için yeni çıkan bir yazılımı internetten indirip PSP'nize hemen yükleyebilirsiniz.

Sony, PSP'yi tasarlarken oyun ve filmlerin korsan kopyalanmasına karşı kendi çapında tüm önlemleri almış. Ancak bilgi korsanlarını durdurmak imkansız tabii. Sonuçta bir oyunun 50 Dolar, bir filmin 25 Dolar civarında satıldığını düşünürsek, korsan kopyalamaya karşı kuvvetli bir talep olduğunu tahmin etmek zor değil. Uygulama alanında PSP'yi kuvvetli kılan Memory Stick Duo hafıza kartı, korsan kopyalamalar yüzünden Sony'nin korkulu rüyası olmaya başladı. Halihazırda 4 GB kapasitesinde kartlar piyasaya çıktı. Yani bir karta 2 UMD'lik bilgiyi (film veya oyun) sığdırabiliyorsunuz. Tabii bunları UMD yerine Memory Stick üzerinden oynatabilen yazılımlar da geliştirildi. Sonuçta oyun ve filmleri memory stick üzerine yükleyip doğru yazılımları kullanarak PSP'nizi aldatarak sanki orijinal UMD kullanıyor gibi film seyredip, oyun oynayabiliyorsunuz. Tabii biz bunları sakın yapmayın diye söylüyoruz. Kesinlikle yanlış anlaşılmasın.

Özellikle Uzak Doğu'da küçük elektronik dükkanların kendilerinden PSP alan müşterilerine içlerinde 20'den fazla sıkıştırılmış oyun ve bunları açarak PSP'de kullanabilmelerine olanak sağlayan yazılımlar olan DVD'ler hediye ettiklerini artık Sony bile biliyor. 250-300 Dolar vererek PSP satın alan bir müşteri için yaklaşık 1.000 dolarlık oyunu bedava almak bayağı cazip tabii. Kısacası Sony'nin işi bir hayli zor.

Şüphesiz PSP gibi oyun/film platformlarının popüler olmasında en önemli etken bu platformlarda oynayabileceğiniz oyunların, seyredebileceğiniz filmlerin neler olduğu. Diğer firmaları kendi formatında oyun geliştirmeleri ve film çıkartmaları için ikna etme konusunda Sony rakipsiz bir marka. PlayStation2'deki hemen hemen tüm oyunların PSP versiyonları piyasaya sürülürken, sadece PSP'ye özel çok iddialı oyunlar da raflardaki yerlerini alıyorlar. Aynı şekilde daha önce piyasaya çıkan DVD filmlerden bazıları UMD formatına çevrilirken, yeni çıkan filmlerin DVD'leri ile aynı zamanda piyasaya UMD'leri çıkıyor. Piyasadaki UMD film ve oyun sayısı her gün hızla artıyor ve şu an itibarıyla bu rakam bine yaklaştı. Bu noktada PSP'nin piyasaya ilk çıktığı günlere, 2005 ilk çeyreğine geri dönersek piyasadaki UMD oyun ve film sayısı 50 civarındaydı. Buna rağmen Amerika'da hemen hemen hiçbir dükkanda PSP bulunmuyordu. Bir ürünü piyasaya çıkaran markanın tüketiciye verdiği güvenin önemi böyle anlarda belli oluyor. Sony, Apple ve hatta Microsoft gibi dev markaların hemen her ürünü, henüz uygulamaları piyasaya

ya pek çıkmamış bile olsa ciddi talep görüyor.

Şüphesiz böyle iddialı bir ürün piyasaya çıktığı zaman ciddi bir aksesuar pazarı yaratıyor, bu da 3. parti üreticileri için ciddi bir fırsat oluşturuyor. Çünkü ürünü üreten Sony ve Apple gibi firmalar aksesuarların pazarlanmasına yardımcı olsalar bile bunları kendi adlarına üretirmek yerine üreticilerin isimleri altında pazarlanmasını tercih ediyorlar. Böylece hem bunlara kendileri garanti vermek zorunda kalmıyorlar hem de tüm üreticilerin kendi ürünleri için aksesuar üretebilmelerinin önünü açıyorlar ki bu da ana ürünü cazip kılıyor. Apple İpod aksesuar segmenti sadece ABD'de milyarlarca dolarlık bir pazar. Aynı şekilde PSP'nin ciddi talep gören ek ürünleri bir bir piyasaya çıkıyor. PSP kutusu, araba veya uçak şarj cihazı, ekstra kulaklıklar, PSP için özel tasarlanmış hoparlörler, LCD ekranın çizilmesini önleyen özel film kaplamalar vb. aklımıza ilk gelen eklemeler. Sonuçta yaklaşık 250 - 300 dolarlık bir cihaz, ekstra oyunları, bir iki adet film ve aksesuarlarıyla, 500 dolardan binlerce dolara kadar varabilecek bir tüketim yaratabiliyor.

Sony'nin PSP'den sonraki bombası ise 2006 sonbaharında piyasaya çıkacak olan PlayStation3. Ezeli rakibi Microsoft Xbox'un yeni jenerasyon ürünü 360'tan tam bir yıl sonra piyasaya çıkmanın dezavantajını daha ileri teknolojiye sahip bir konsol olma özelliğiyle kapatmaya çalışacak olan PS3 de sadece bir oyun platformu olmayacak. Öncelikle bir DVD oynatıcı ve yaklaşık 70 GB hard disk kapasiteli bir DVD kaydedici olarak ta tasarlanan, dünyanın en gelişmiş işlemcisiyle donatılmış bir oyun konsolu olacak. Wireless olma özelliği sayesinde oyun kumandaları da kablolu olacak. Salonunuzda veya odanızda istediğiniz yerden oynayabileceksiniz. Ve daha bizlerin de bilemediği bir çok yeni özellik PS3'ü rekabet edilmesi zor bir cihaz haline getirecek. Kesin olan bir şey PS3'ün bilgisayar oyunu konseptini hiç olmadığı kadar gerçekçi bir boyuta taşıyacağı.

Ancak ne PS3 ne de Xbox360 size PSP'nin verdiği özgürlüğü veremez. PSP ile uçakta, arabada, otelde, güzel bir gündüz parkta nerede isterseniz orada oyun, film ve müzik her an elinizin altında. Başka ne isteyebilirsiniz ki? Muhtemelen tekrar çocuk olmayı...



Alpan-Yeşim VERYERİ



Mutlu evliliğin formülü 4 S'de gizli

Alpan-Yeşim Veryeri çiftinin evlilik hikayesi tam bir çocukluk aşkı. Çocukluktan başlayan arkadaşlık lise yıllarında aşka dönüşmüş.

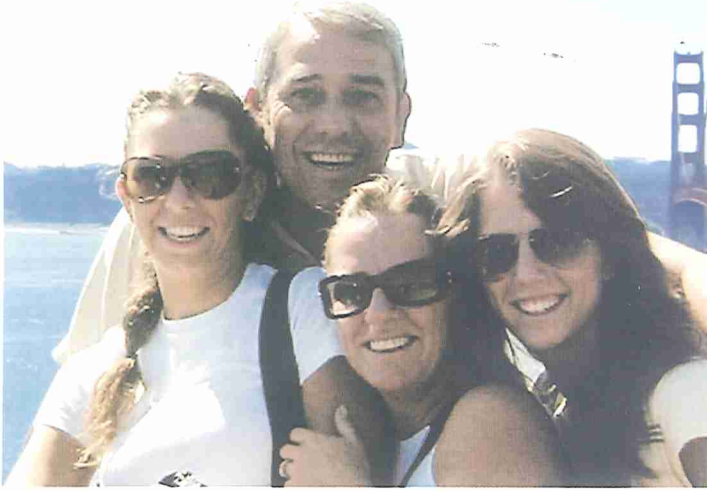
Yeşim Hanım liseyi bitir bitirmez de evlenmişler. Hatta Yeşim Hanım'ın yaşı tutmadığı için nikahta imzayı ailesi atmış. 2 kızları ile mutlu bir aile olduklarını belirtirken mutlu evliliğin sırrını 4 S formülüne bağlıyor.

Sevgi, saygı, sorumluluk ve sadakat. Evliliğin tanımını bir Çin atasözündeki gibi yapan Yeşim Veryeri, "Evlilik kale gibidir dışarıdakiler içeri girmek için uğraşır içeridekiler de dışarı çıkmak için. Çok şükür biz 25 senedir dışarı çıkmak için uğraşmadık" diyor.

Eşinizle ne zaman ve nerede tanıştınız? Evliliğe nasıl karar verdiniz?

Ben Alpan'ı çocukluğumdan beri tanıyorum. Alpan benim kuzenim Ajlan Yanaşan'ın çok yakın arkadaşıydı. Bize çok sık gelirlerdi. Tabii o zamanlar aramızda bir şey başlamamıştı. Lise 2'yi bitirdiğim yaz Efes Otel'i'nin havuzunda bana





çıkma teklifi yaptı. Meğer o beni gözüne kestirmiş. Ben de ona kayıtsız değildim tabii. Ve biz çıkmaya başladık. Ajlan'la 2 sene konuşmadılar, biz sözlenince barıştılar. Evliliğe karar vermemiz ise Alpan çıkma teklifi ederken zaten okulumuz bitince benimle evlenmek istediğini de söylemişti.

Ne zaman ve nasıl evlenme teklifi etti? Bu teklifi bekliyor muydunuz?

Zaten biz ilişkimize evlilikle noktalamak niyetiyle başladık. Ben lise sondaydım, Alpan üniversitenin üçüncü sınıfındaydı. Ben üniversite sınavlarına hazırlanırken bana evlilik hayalleri kurdurup bir an önce liseyi bitirince evlenmek istiyordu. Tabii amacına ulaştı. Liseyi bitirdiğim yaz nişanlandık. On ay sonra evlendik. Bizimkisi resmen çocukluk aşkı ve çocuk denecek yaşta evlilik.

Nasıl bir törenle evlendiniz ve düğününüz nerede oldu?

İkimiz de düğün istemedik. İşin ilginç yanı nikah töreninde 18 yaşını doldurmadığım için annemle babam imza attı. Çok güzel bir yaz günü günbatımında ada gazinosunun bahçesinde evlendik.

Balayına çıktınız mı? Unutmadığınız bir anınız var mı?

Balayına iki arkadaşımızla birlikte gittik. Onlarla bir gün arayla evlendik. Yaz mevsimi olduğu için Kıbrıs'a gitmeyi tercih ettik, güneşleniriz denize gireriz diye. Fakat güneşlenmeyi ben biraz abartınca vücudum su toplayıp odadan iki gün çıkamayıp kıpırdamadan yattım. Hiç unutmam daha çabuk yanayım diye baby-oil kullanmıştım. Alpan sinirlenip şişeyi balkondan denize fırlatmıştı.

Alpan bey ev düzenine karışır mı?

Evin tamirat işleri dahil evle ilgili hiç bir şeye karışmaz. Tabii benim her şeyin üstesinden gelebileceğimi bilir. Ben de ona zaten kıyamam bütün gün yoruluyor eve geldiğinde her şeyin yolunda gittiğini görmesini isterim.

“ Evlilik kale gibidir dışarıdakiler içeri girmek için uğraşır içeridekiler de dışarı çıkmak için ”

Eşiniz romantik midir?

Alpan'ın romantik olduğunu pek söyleyemem. Ama sürpriz yapmaktan, bana ve kızlarına hediyeler almaktan çok büyük keyif alır.

Neler yapmaktan hoşlanır? Ortak özellikleriniz neler?

Tam bir iş koliktir. Yaptığı işin en iyisini yapmaya çalışır. Çok başarılı olduğunu da görüyorum ama kendisine hiç zaman ayırmadığı içinde kızıyorum. Ortak özelliğimiz, aynı şeyleri yapmak-



tan zevk alırız veya şöyle de diyebilirim birbirimize uyum sağlarız.

Çocuklar?

Biz çocuklarımızla beraber büyüdük çok küçük yaşta anne baba olduk. Kızlarımızla hep arkadaş olmuşuzdur. Büyük kızım Gizem 23 yaşında Bilkent Üniversitesi İşletme Bölümü'nde okuyor bu sene mezun olacak. Küçük kızım Didem 19 yaşında Bahçeşehir Üniversitesi mimarlık bölümünde okuyor. Alpan ve benim tek hedefimiz kızlarımıza iyi eğitim verebilmek ve onları topluma iyi bireyler olarak yetiştirmek.

Evlilik sizin için neyi ifade eder?

Bence evlilik dört S den ibarettir. Sevgi, saygı, sorumluluk ve sadakat. Bir Çin atasözünde evliliği şöyle tanımlamış 'Evlilik kale gibidir dışarıdakiler içeri girmek için uğraşır içeridekiler de dışarı çıkmak için' çok şükür biz 25 senedir dışarı çıkmak için uğraşmadık.

EGİAD ile ilgili düşünceleriniz?

Hayatımız da önemli bir yeri var. Alpan'ın EGİAD'ın kurucularından olduğunu hepimiz biliyoruz. EGİAD'ın kurulma aşamasındaki heyecanı birlikte yaşadık. Alpan EGİAD için keyif alarak çok çalıştı. Onun için o dönem çok yoğundu. Ailemiz için zor bir dönemdi. Alpan çoğu zaman yoktu çocuklar bana "anne bu gecede mi babam yok" derlerdi. Ama bunların hepsine değdiğine inanıyorum, başarılı bir başkanlık dönemi geçirdi.

Alpan'ın başarılarıyla kızlarım ve ben hep gurur duymuşuzdur. Başkan olduğu dönem EGİAD üyelerinin eşlerinin de hep beraber çalışmasını sağladı. Biz eşler olarak okuma yazma seferberliği düzenledik. 350 kişiye okuma yazma öğretildi.

EGİAD sayesinde birçok güzel dostluklar edindik. Alpan başkan olduğu dönemdeki röportajlarında "eşim işim EGİAD'ım" derdi. Alpan'ı kısaca tarif etmem gerekirse azimli hırslı güvenilir. Bu özelliği sayesinde EGİAD da çok başarılı oldu Eşimle gurur duyuyorum.

İsmail-Sedef
DURMUŞ



25 yıllık yalansız bir evlilik



Lise yıllarında birbirini tanıyan İsmail-Sedef Durmuş çiftinin evlilik macerası ayrı üniversitelerde olmalarına rağmen ortak arkadaşlarının aracılığıyla başlamış. 5 senelik bir flörtün sonunda ise nikah defterine imzalar atılmış.

İlk günden beri mutlu bir aile olacaklarından hiçbir şüpheleri olmadığını belirten Sedef Durmuş, mutluluğun sırrını, "Evlilik benim için ortak bir yaşamı ifade ediyor.

Sevgi ve saygı evliliğin temeli, paylaşmak ve özveri ise birinci kuralı bence. Bunların sonucu ise mutluluk" cümlesiyle açıklıyor.

Eşinizle nerede ve ne zaman tanıştınız? Evliliğe nasıl karar verdiniz ?

Eşimle İzmir Özel Türk Koleji'nde okurken tanıştık. Eşim benden 3 sınıf daha büyüktü. Tanışıklığımız vardı ama çok samimi değildik. Üniversite yıllarında ayrı üniversitelerde olmamıza rağmen çok ortak arkadaşımızın olması nedeniyle samimi olduk. (Arkadaşlar bahane herhalde İsmail peşimi bırakmıyordu) Biraz klasik bir ifade olacak fakat arkadaşlığımız kısa sürede aşka dönüştü. 5 sene çıktıktan sonra evlenirsek çok mutlu bir aile olacağımızdan emindik; öyle de oldu.

Ne zaman ve nasıl evlenme teklifi etti? Bu teklifi bekliyor

muydunuz?

17 Kasım 1980 senesinde İsmail bana çıkma teklif etti. Ben "çok erken birbirimizi daha tanımıyoruz" diyerek kabul etmedim ve kendisinden zaman istedim. Peşimi bırakmadı, kararlılığı ve ciddiyeti beni çok etkilemişti. 1980 yılbaşı gecesi ortak arkadaşlarımızla birlikte Kordon'da bir restorana gitmiştik. Herkes birbirine aldığı yeni yıl hediyelerini veriyordu. İsmail de bana Vakko'dan bir elbise almış onu verdi. Yeni yıla 5 dakika vardı. Yeni yıl tebrikleri bittikten sonra saat 00.07'de İsmail bana teklifinin üzerinden koskoca bir yıl geçtiğini ve düşünüp düşünmediğimi sordu. Ben de kabul ettim. Hemen arkasından tek taş bir yüzük çıkarıp bana taktı ve evliliğe doğru yelken açtık. Uzun bir süre geçtikten sonra söz, nişan, okul, askerlik derken 9 Ağustos 1985 yılında evlendik.

Nasıl bir törenle evlendiniz ve düğününüz nerede oldu?

Düğünümüz Fuar Evlendirme Dairesi'nde oldu. Nikahımız kıyıldıktan sonra sadece arkadaşlarımızla Kuşadası Clup Capello'da bir düğün yemeği vermiştik. Bu bize Capello'nun sahibi hala çok samimi dostumuz, kardeşimiz olan Ali Rıza beyin

düğün hediyesiydi. Sırf arkadaşlarla olduğumuz için de düğünümüz çok eğlenceli bir partiye dönüşmüştü. Balayını Ege sahillerinde geçirdik. Kuşadası, Bodrum, Marmaris. 2 kişi çıktığımız balayında gittiğimiz her yerde çok sevdiğimiz dostlarımızla karşılaşmış hep birlikte çok güzel eğlendik. Romantik bir balayı planlayıp kalabalık, neşeli, hareketli bir tatil yapmıştık.

Unutamadığınız bir anınız var mı?

İsmail sürpriz yapmayı çok sever. Askerliğinin bitmesine çok az kalmıştı. Fakat ben kesin tarihi bir türlü öğrenememişim. Bir gün bir arkadaşımın Richard Gere'in başrolünü oynadığı "Subay ve Centilmen" filmine gitmişim. Çok güzel, romantik bir film. Film askerde geçtiği için de bana daha bir anlamlı

“ Aşırı dobradır.

Onun için doğruluk ve dürüstlük en çok olması gerekendir.

25 yıllık evliliğimizde yalan yoktur. ”

gelmişti. Ne de olsa asker yolu bekliyordum. İki gözü iki çeşme eve döndüğümde hüznüm bir anda neşeye dönmüştü. Gözlerime inanmadım. Evde beni centilmen bir subay bekliyordu, elinde teskeresiyle. O da İsmail'in ta kendisiydi.

Eşinizi tarif edebilir misiniz?

İş yaşamında ve dostlarla birlikteyken çok hareketli ve enerjik olan yapısı evde daha sakin ve sessiz bir yapıya dönüşüyor. Yoğun bir çalışma temposu olduğu için evde sakin bir şekilde dinlenmeyi tercih eder. Koltukta yatarken televizyonda film seyretmek en çok sevdiği şeydir. Ev işleri ile arası hiç yoktur. Sadece pazar sabahları çocuklarına sucuklu yumurta yapmayı sever. Romantiktir, bazen onun romantikliği karşısında ezildiğimi hissedirim. Evde düzen benden ve oğlumdan sorulur. Eşimin çok düzenli olduğunu söyleyemem ama düzeni ve tertibi çok sever. Çalışmayı çok sever tam bir işkole diyebilirim. Çok enerjik ve hareketlidir, çabuk sinirlenen bir yapısı vardır. Fakat siniri asla uzun sürmez. Aşırı hassas ve duygusaldır. Ağlamak onun için çok insani bir duygudur. Çok neşeli, gülmeyi ve güldürmeyi çok sever. Onun neşesi beni her zaman hayata karşı motive eder. Aşırı dobradır. Onun için doğruluk ve dürüstlük en çok olması gerekendir. 25 yıllık evliliğimizde yalan yoktur. Dostlarımızla birlikte olmak ikimize de çok büyük keyif verir. Çocuklarımızla birlikte seyahat etmekten, gezmekten çok fazla zevk alırız. İkimiz de güzel bir film seyretmekten hoşlanıyoruz. Güzel müzik eşliğinde iyi bir yemeğe hayır diyemeyiz. Çeşme'deki yazlık evimizin bahçesindeki çam ağacının altında bir şeyler içip sohbet etmek ikizimin de vazgeçilmezidir.

İsmail Beyin çocuklarla ilişkisi nasıl?

1988 senesinde kızımız Hanzade doğdu. Şimdi Koç Üniversitesi'nde burslu işletme okuyor. 1993 senesinde



şimdi Avni Akyol'da okuyan futbolkolik oğlumuz Mert dünyaya geldi. Eşimin çocuklarla arası dört dörtlüktür. Çocuklarımız ikimiz için de hayatın anlamıdır. Eşim çocuklarına aşırı düşkündür. Onlara gerektiğinde iyi bir arkadaş, gerektiğinde tam bir babadır. Arkadaşlık ve babalık arasındaki dengeyi çok iyi kurmuştur. O yüzden çocuklar babalarına karşı hem çok saygılıdır hem de dozunda bir samimiyetleri vardır. Eşim kızımızla birlikte alışveriş yapmaya oğlumuzla futbol oynamaya bayılır. Çocuklarımızla ilgili her türlü sorunu birlikte çözeriz. Onlarla ilgili her konuda bana destek olmuştur.

Evlilik sizce neyi ifade eder?

İsmail, iş hayatındaki sorunları eve taşımamaya özen gösterir. Fakat bir sorunu olduğunda hemen anlarım. Konuşmak isterse konuşuruz, istemezse asla üstüne gitmem. Evlilik benim için ortak bir yaşamı ifade ediyor. Sevgi ve saygı evliliğin temeli, paylaşmak ve özveri ise birinci kuralı bence. Bunların sonucu ise mutluluk.

EGİAD'la ilgili düşünceleriniz neler?

EGİAD bizim ailemizin bir parçası gibi. Eşim çok değer verdiği ve sevdiği için ben de hep yanında olmaya özen gösteriyorum. Bazen eşimi kiskanıyorum. EGİAD gerçek bir sivil toplum örgütü. Yaptıkları ve yaptırımları ortada.



Gelecekte var olmak ya da olmamak...



İzmir'de bu yıl yedincisi düzenlenecek Mükemmelliği Arayış Sempozyumu, 19-20-21 Nisan 2006 tarihleri arasında D.E.Ü Devlet Konservatuvarı Sabancı Kültür Sarayı'nda, "Gelecekte Var Olmak ya da Olmamak" ana temasını tartışacak.

KalDer İzmir Şubesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO), Ege Genç İş Adamları Derneği (EGİAD), Ege Sanayici İş Adamları Derneği (ESİAD) ve İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi (İAOSB)'nin düzenlediği sempozyumda ilk gün 2 yabancı konuşmacı deneyimlerini paylaşacak. Katılımcılar sempozyum süresince toplam 10 oturumda yaklaşık 35 konuşmacıyı izleme olanağı bulacak. "Sempozyum programını oluşturmaya çalışırken, gerek yabancı, gerekse ülkemizden çok değerli uzmanların programda yer almasına özen gösteriyoruz." diyen KalDer İzmir Şubesi Genel Sekreteri Kenan KESKİNOĞLU; bu sene "Gelecekte var olmak ya da olmamak" ana teması ile düzenlenen sempozyumun amacını:

"Küreselleşme boyutunda kuruluşların rekabet seviyelerini artıracak gelişmeler ve uygulamalardan haberdar olmalarını sağlamak ve vizyonlarını genişletmek olacaktır. İşte bu nedenle 7.MAS'da oturumlarımız daha çok "küresel rekabette öne geçmek" üzerine yani "gelecekte var olmak" adına yapılması gerekenleri, katılımcılarımıza aktaracak tarzda yapılandırılmaktadır. Bu doğrultuda ÇİN'le Rekabet, Nano Teknoloji, Fark Yaratıcılar, E-İş, Markamı Nasıl Yarattım, Yenilikçilik-Yaratıcılık ve Sağlıkta Geleceğimiz gibi oturum konuları oluşturduk." şeklinde açıkladı.

Sempozyum süresince devam edecek 4. Kalite Fuarı'nda; yönetim, insan kaynakları, standartlar, veri toplama, toplam kalite yönetimi, üretim kontrol, yazılım, yayın,

eğitim, araştırma, danışmanlık ve belgelendirme konularında faaliyet gösteren ulusal ve uluslararası kuruluşlar ile kaliteye önem veren yöneticiler, bürokratlar, uzmanlar, eğitimciler ve öğrenciler buluşacak.

Sempozyum açılışından önce 19 Nisan 2006 tarihinde düzenlenecek ve katılımcılara uygulamalı olarak öğrenme olanağı verecek çalıştaylar bu sene iş dünyasının en çok ilgi çeken konularına odaklandı. GTR-Institute Japan'ın Başkanı Shuichi YOSHIDA "Otomotivde Küresel Gelişmeler ve Türkiye'ye Etkileri" konulu özel çalıştayda Nissan'daki deneyimlerini katılımcılarla paylaşacak. Müşteri Şikayetleri Yönetimi, Performans İçin Koçluk, Tedarik Zinciri Yönetimi, Marka Yaratmak ve Yönetmek, Üretimde Kısıt Kaynak Yönetimi, Özdeğerlendirme, Kurumsal Sosyal Sorumluluk gibi konular uygulama ağırlıklı olarak ele alınacak. KalDer'in stratejik iş birliği ortakları ile oluşturduğu "Süreç Olgunluk Seviyesi Araçları", "Yenilikçiliğin 8 Dalgası" ve "La Salle Matris Düşünce" konuları da yenilikçilik-yaratıcılık ve süreçlerin iyileştirilmesi kapsamında, çalıştay katılımcılarına çok değerli katkılarda bulunacak.

İkinci ve üçüncü gün paralel ve radar oturumlarla devam edecek olan sempozyum Ege Bölgesi Kalite Ödülü ve Yılın Başarılı Ekibi Ödülü'nün sahiplerini bulacağı Ödül Töreni ile son bulacak. Değerlendirme süreci halen devam etmekte olan Ege Bölgesi Kalite Ödülü'ne Büyük Ölçekli İşletmeler kategorisinde Ege Fren A.Ş. ile Kamu ve STK kategorisinde Ege Genç İşadamları Derneği başvururken Yılın Başarılı Ekibi Ödülü'ne Alcan Packaging, Hayes Lemmerz Jantaş, Pınar Süt, Söktaş ve Sun Tekstil'ten birer ekip ile İzeltaş ve Tukaş'tan üçer ekip başvurdu.

www.kalder.org/izmir

"Olmak ya da olmamak, işte asıl mesele bu. Gözü dönmüş talihin sapanına, oklarına için için kapanmak mı daha soylu yoksa bir dertler denizine karşı silaha sarılıp son vermek mi onlara? "

Koşullarının zorlaştığı günümüz dünyasında var olabilmek ve varlığını koruyabilmek mi güç olan?

"... o bilinmeyen ülkenin korkusu kafamızı karıştırıp bizleri tanımadığımız dertlere koşup gitmekten başımızdakilere katlanmak zorunda bırakmasaydı işte bunları düşündükçe ödleğ olup çıkıyoruz hepimiz"

Değişim mi bizi korkutan yoksa içinde bulunduğumuz girdapta kaybolup gitmek mi?

"...ve işte böyle kararlılığın doğal rengi endişenin soluk gölgesiyle bozuluyor bulutları hedef alan büyük ve iddialı atılımlar bu yüzden yörüngesinden sapıyor ve bir girişim olmaktan çıkıyor adları"

Shakespeare – Hamlet

Gelecek için fark yaratmak mı yoksa kabullenip beklemek mi?

Geleceğin bilinmezleri ve gelişen ekonomilerin sürprizlerine karşı, her alanda başarılı olabilmek, kendi becerilerimizi fark etmek ve yeni değerler yaratabilmek. Gelecekte var olabilmek.

"İşte bizim meselemiz de bu!"

Hep birlikte gelecekte var olmanın ip uçlarını arayacağız.

7.Mükemmelliği Arayış Sempozyumu' nda buluşmak üzere.

Ege Bölgesi Kalite Ödülü

Büyük Ölçekli İşletme kategorisinde: Ege Fren San. Tic. A.Ş.

Kamu/STK kategorisinde: Ege Genç İşadamları Derneği (EGİAD)



Yılın Başarılı Ekibi Ödülü

Alcan Packaging- Hayes Lemmerz Jantaş İzeltaş (3 ekip)- Pınar Süt Söktaş- Sun Tekstil- Tukaş (3 ekip)



KÜÇÜK HABERLER

DELL Axim X51v

Piyasanın en güçlü avuçiçi bilgisayarı Dell işletim sistemini Windows Mobile 5.0'a yükseltti. Tam anlamıyla kullanıcı dostu haline gelen X51v, 256 MB hafızaya sahip. www.dell.com



OAKLEY Thump 2

1 GB hafıza; MP3, WMA, AAC dosyalarını çalabilme, 6 saat pil ömrü ile Thump 2 bir güneş gözlüğünden bekleyebileceklerinizden çok daha fazlasını veriyor. Kayak, dağ bisikleti gibi zorlu sporlar yaparken müziksiz olmaz diyorsanız ideal. www.oakley.com



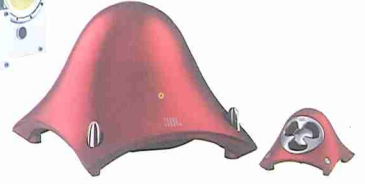
CEP NAVİGASYONU

Seyahatlerinizde kullanmak için bir GPS arıyorsanız mutlaka Gizmondo marka bu yeni GPS aleti ile tanışmanız gerekli. CoPilot işletimli Gizmondo konuşan bir yön bulma cihazı. Kullanım kolaylığı ve özellikleriyle sizi çok şaşırtacak. Hem arabanızda hem cebinizde kullanabilirsiniz. www.gizmondo.com



GEORGE LUCAS'IN SURROUND SES SİSTEMİ

Yıldız Savaşlarından tanıdığımız George Lucas yönetmenliğinin yanı sıra prodüksiyonlarında rol alan şirketleriyle de tanınıyor. Ses teknolojileri üzerine uzman olan THX de bunlardan biri. 5.1 Crystal Audio THX-D sistem iki hareketli tweeter ve 200W sublar ile harika bir sinema keyfi veriyor. www.crystalaudiovideo.com



NEŞELİ HOPARLÖRLER

JBL Creature II ilginç tasarımları ile hem göze hem kulağa hitap ediyor. Creature II tüm Mac'ler PC'ler (masaüstü ve dizüstü) ve aynı zamanda MP3 çalarlar ve Walkman'lerle uyumludur. Ancak bu küçük yaratıklardan almak istiyorsanız acele edin çünkü sınırlı sayıdadır. www.sfrkd.com

YENİ YILDA YENİ TELEFONLAR

KONUŞAN KALEM

Hailer marka bu kalem görünümlü telefon sadece 65 gr. Tri-band desteği, 90 dakika ses kaydı, 65k renkli ekranı ve VGA kamerası var. www.unlocke-mobiles.com



BenQ Z2

Bakınca ne olduğunu karar veremeyeceğiniz farklı tasarımıyla Z2 cep telefonlu bir MP3 çalar. FM radyosu ve 1,3 MP kamerası olan telefon 3D surround ses özelliğine sahip. www.benq.com



EN İNCESİ

NEC e949: Dünyanın en ince telefonu; sadece 2mm. Üstelik MP3 çalar, bluetooth ve 1,3 MP dahili kamerası var. www.nec.com



çocuklarınızın geleceğini şimdiden güvence altına alın!



her başarı bir düzle başlar...



Dayanışma, paylaşım, ekip ruhu, araştıran-sorgulayan yaratıcı kuşaklar Başarı'nın eğitim felsefesinin ana ilkeleridir...

Sevgili öğrencilerimiz, değerli öğretmenlerimiz ve velilerimizle Mustafa Kemal Atatürk'ün yolunda kararlı ve emin adımlarla, aydınlık yarınlara yürüyoruz...

Biz başarıyoruz...



Özel İzmir Başarı Eğitim Kurumları

Başarı Kevser Tatarı Anaokulu • Başarı İlköğretim Okulu • Başarı Anadolu Lisesi
Ankara Asfaltı No.28 35110 Çınarlı - İZMİR • Tel (0.232) 461 46 77 (8 Hat) • Faks (0.232) 486 94 33

Özel Karşıyaka Başarı İlköğretim Okulu

1798 Sokak No.12 Karşıyaka - İZMİR • Tel (0.232) 330 30 00 • Faks (0.232) 330 28 78

Özel Başarı Dersaneleri

Alsancak • Ödemiş (1) • Ödemiş (2) • Tire (1) • Tire (2) • Urla • Bayındır
Aliağa • Dikili • Menemen • Seferihisar • Kiraz • Çeşme • Balçova
Torbalı • Pasaport (Merkez) Tel (0.232) 445 57 00



Puro Kültürü



Karayip denizinin sıcak kıyılarında bir sarım ustası tarafından seçme tütünler kullanılarak elde sarılmış bir puronun tadına vardığınızda, puro kültüründeki yolculuğunuz başlamış demektir. Puro bir zevktir ama daha önemlisi bir kültürdür. Puro içmenin seçkin zevkini, sigara içmenin kötü alışkanlığıyla kesinlikle karıştırmamak gerekir.

Bu yazımda daha çok puroya yeni başlayanlara yönelik bilgiler verirken, bir sonraki sayımdaki yazımda puro meraklılarına yönelik mesajlar vermeye çalışacağım. "Puro" kelimesini sadece el yapımı purolar için kullandığımı, makine yapımı puroların benim ilgi ve bilgi alanımın dışında olduğunu peşinen belirtmeliyim.

Puroyla ilgili ilk dikkat edilmesi gereken şey doğru puroyu satın almaktır. Purolarınızı kesinlikle kaliteli ve güvenilir yerlerden alın. Tercihen Duty Free mağazalarından veya ciddiyetine güvenebileceğiniz müesseselerden. Pahalı Küba purolarını ise mümkünse Cenevre ve Londra gibi merkezlerden almaya çalışın. Aldığınız yerde puroların nemlendirilmiş bir ortamda saklandığından emin olun. Piyasada o kadar çok sahte veya 2. kalite orijinal puro geziyor ki güvenerek puro alabileceğiniz yer sayısı ne yazık ki çok fazla değil. Kaliteli puro mağazalarında, her çeşit pu-

rodan en az bir kutu açık sergilenir. Böylece puronun sarımını görebilir ve kalitesini elinizle test edebilirsiniz. Birçok puro mağazası da alacağınız kutuyu açıp kontrol etmenize bile izin verecektir. Puronun üzerinde derin damarlar, çatlaklar ve delikler olmaması, puronun her noktasında eşit sertlikte olması ilk bakabileceğiniz şeyler. Bunları kontrol ederken puroyu kesinlikle fazla sıkıp



zarar vermemeye özen göstermeniz gerekiyor.

Hangi marka ve modeli tercih etmek konusunda yapılabilecek en iyi şey bir puro meraklısından bilgi almaktır. Gelelim puroyu içmeye:

Bir purodan maksimum hazzı alabilmek için puronun içilmeye hazır olması gerekir. Puronun karakteristiğini ve tadını koruyabilmesi için belirli bir nem oranında saklanması gereklidir. Yani bir humidorda. Puro tütünleri, Küba, Dominik Cumhuriyeti, Honduras, Nikaragua, Kamerun ve Endonezya gibi tropik ülkelerde %70 - %80 sabit nem oranlarında üretildiği için, saf su veya özel humidor sıvıları kullanılarak doldurulan humidifier (nemlendirici) ve nemi sürekli kontrol edebileceğiniz hygrometer (nem ölçer) ile donatılmış bir humidor purolarınızı saklamak için ilk şarttır. Humidorlar genellikle maun veya İspanyol sedirinden üretilebilirler. Maun bir humidorda bekleyen purolar doğal kokularıyla yaşlanırken, İspanyol sediri, purolara çok hafif bir sedir kokusu bulaştırır. Humidorda esas olan dışarı ile hava alışverişinin minimum olması ve nemin muhafaza edilmesidir. %70 nemde puronun ağırlığının %13-%14'ü nemden oluşur ki genel ideal budur. Ancak sonuçta bu bir zevk meselesidir. Purosunu %60'da veya %80'de saklayan puro meraklıları da vardır. Humidorunuzun içindeki nem oranı, istediğiniz rakamın altına %3-%4 oranında inince humidifierinizi tekrar nemlendirin. Humidorunuzun doluluk oranı ne kadar yüksekse nemlendirme o kadar verimli olacaktır. Genel olarak humidorunuzun %80'den daha dolu olmasına özen göstermeniz tavsiye edilir.

Purolarınızı humidorun içinde jelatinle ve jelatinsiz saklayabilirsiniz. (Tabi satın aldığınız purolar kutunun içinde jelatinle geliyorsa ki Küba purolarında jelatin pek kullanılmaz) Benim kişisel tercihim puromu yakana kadar jelatinde saklamak yönünde. Böylece dış yaprağın hasar görme riskini azalttığımı düşünüyorum. Bunun yanı sıra eğer humidorunuzda çok farklı karakteristiklerde purolar varsa bunların kokularının birbirine bulaşması çok tercih edilen bir durum değildir. Jelatin bu koku alışverişini de azaltır.

Puronuzu yakmadan önce yapmanız gereken şey puronun arka tarafını düzgünce kesmek veya delmektir. Hem el yapımı bir ürüne gösterilmesi gereken saygıdan dolayı, hem de içerken ağızınıza tütün parçaları gelmemesi için ısırmanızı tavsiye etmem. Onun yerine özel puro kesicileri, makasları veya punch denen delicileri kullanabilirsiniz. İlk etapta ucuz bir kesiciyle başlayabilirsiniz ama puro içecekseniz Xikar, Avo, Davidoff gibi kaliteli bir kesici veya punch edinmenizi tavsiye ederim. Benim kişisel tercihim birçok meraklının aksine punch kullanma yönünde. Ancak Montecristo No:2 gibi dibi piramit şeklinde olan ve 'torpedo' denilen modeller için kesici kullanmak zorundasınız. Ayrıca içtiğiniz puronun ölçülerine göre farklı ölçülerde punch kullanmanız da gerekebilir.

Puro içmekle ilgili önemli bir detay da puroyu yakmaktır. Puronun çevresinin eşit derinlikte yanması ve puronun içine doğru gaz kaçmaması iki önemli nokta. Bunun için uzun bir kibrit ve bütan bir çakmak kullanabilirsiniz. Puroyu yakarken kesinlikle ağızınıza almayın. Elinizde çevirerek puroya dik tutacağınız bir bütan çakmağın ve kibritin aleviyle mümkün olduğunca uzak ve puronun ucunun çevresini eşit olarak yakın. Sonra hafifçe içine çekerek alevi yaşatın. Eğer bazı yerler daha derin yanıyorsa



çakmağınızla ve kibritinizle diğer bölgeleri ısıtarak yanma noktasını bütün çevrede eşit hale getirin. Bir puro meraklısının kendisine ait en az bir kaliteli puro çakmağı olması gerekir. Dupont, Colibri, Prometheus tavsiye edebileceğim markalar arasında. Çakmaklarınızı kaliteli bütan gazıyla doldurmanızı hatta Dupont gibi markalar için kendi gazını kullanmanızı tavsiye ederim. Bütan gazı kutularının üzerinde dik ve yukarı doğru tutarak kullanın yazsa bile, çakmağınızı doldururken gazı baş aşağı tutun, çakmağın gaz ayarını sıfıra getirin ve kuvvetle 2-3 kez bastırın. Yeni dolmuş bir çakmağı, kullanmak için 5 dakika bekleyin. Çakmağın gaz ayarını mümkünse orta bir ayarda kullanın. 5cm uzağı yakabilen bir gaz yeterlidir. Unutmamanız gereken en önemli nokta çakmağınızla puronun içine doğru alev püskürtmemektir. Bu puronun içine doğru gaz kaçacağı için puronun tadını bozar. Her zaman kenarlarından yakmak durumundayız.

İyi saklanmış kaliteli bir puro kolay sönmaz. Puronuzdan 45 saniye ve 1 dakika aralığında nefes çekin. Bir süre sonra bu otomatikleşecektir zaten. Puro içerken ciğerlerinizi kullanmayın, içine çekmeyin. Puro ciğeriniz değil damağınıza lezzet versin diye içilir. Puro içmeye alışık değilseniz, tok karnına içmenizi tavsiye ederim. Hafif bir puroyla başlayın. Bunun için bir puro meraklısından tavsiye alın önerimi yineliyorum. Puronun boyutları ve sertliği arasında bir orantı yoktur. Kesmeden (veya delmeden) önce puronun dibini, sadece dibini, hafifçe yalayıp nemlendirerek, dış yaprağın kesme anında yukarı doğru çatlamasını engelleyebilirsiniz. Bazı kişilerin puroyu içmeden önce nemlendirme amacıyla boya boyalı da oluyor. Sonuçta özgür bir ülkedeyiz ama yaladıkça lezzeti artan şeyin puro değil dondurma olduğunu hatırlamakta fayda var.

Perfecto da denilen bazı puroların hem önü hem de arkası kapalı olabilir. Örneğin Perdamo 2 serisindeki bazı purolar gibi. Bunların sadece arkasını (etikete yakın tarafını) kesip önünü olduğu gibi yakmanız gerekiyor.

Purolar boyutlarına göre 18-20 ayrı çeşitlerde gruplanabilir. En çok kullanılan ölçüler :

Panatella	12-15 mm çapında değişik uzunluklarda
Corona	16-18 mm çapında çeşitli uzunluklarda
Robusto	19-22 mm çapında 115-140 mm uzunluğunda
Toro	19-22 mm çapında 142 -168 mm uzunluğunda
Churchill	18-20 mm çapında 171-200 mm
Torpedo	19 mm - 23,5 mm çapında 150 mm uzunluğun da dibi dik.
Giant	minimum 20 mm çapında ve minimum 200 mm uzunluğunda

Puronuzu tadı değişip hafif acılaşıyana kadar için. Bu genellikle puronun son %15 - %20'lik kısmının içilmeden bırakılması an-



lamda bira bile bazı purolara eşlik edebilir. Benim kişisel tercihim kuvvetli purolardan yana olduğu için, favori puro arkadaşım da yaşını almış single malt viski.

Böylece puro içme adabıyla ilgili olarak genel bir bilgi verdikten sonra puro konusunda en önemli şeye, puronun kendisine geliyoruz. Puro denince akla gelen ilk ülke hiç şüphesiz Küba'dır. Özellikle 1959 yılındaki Castro devrimi öncesinde dünyada sadece Küba puroları vardı desek çok yanlış olmaz. Tabii uzak doğuda üretilmiş 100-150 yıllık purolarla ilgili efsaneleri kulak arkası etmiyoruz.

Küba purolarından bahsederken ismini vermemiz gereken birkaç marka şu şekilde sıralanabilir:

Cohiba, Punch, Hoyo de Monterrey, Romeo y Julieta, El Rey del Mundo, Montecristo, Partagas, Bolivar, H. Upmann ve bizzat



lamına gelir. Eğer puro bundan önce acılaşıyorsa bu puronun kalitesini düşüren bir faktördür. Neredeyse zor tutulacak kadar içilip hala tadı acılaşmayan purolar içtiğimi de belirtmeliyim. O açıdan yukarıdaki oran sadece bir genellemedir.

Puro bir zevk ve kültür olduğu için de çevredekileri rahatsız eden bir şey de olmamalıdır. Bu bağlamda kapalı bir ortamda içileceği zaman çevrenizdekilerden izin almak en doğrusudur. Açık ortamda içerken de yine rüzgarı ayarlayarak, dumanınızın puro içmeyen birinin yüzüne gitmesini önlemeniz yakışık alan bir hareket olacaktır.

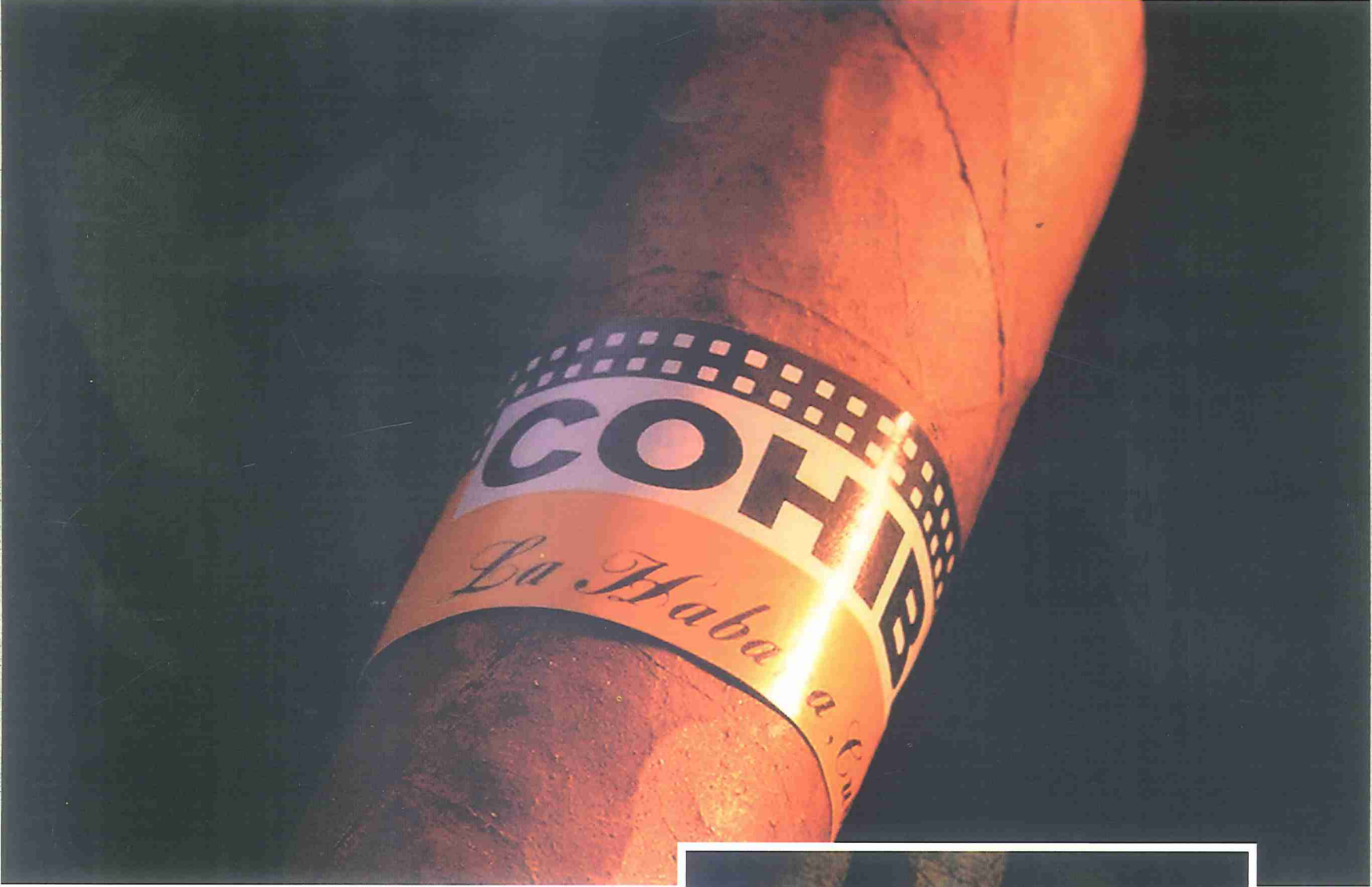
Çok sık sorulan bir soru, puroyla beraber ne tip içkiler içilebileceğidir. Hiç şüphesiz bu bir zevk ve tercih meselesidir. Genel yaklaşım sert purolarla konyak, viski gibi daha kuvvetli içkiler içerken, puro hafifledikçe daha hafif içecekler içmektir. Bu bağ-

Castro'nun reklamını yaptığı Trinidad.

Küba devriminden sonra Castro önce puro ve şeker sektöründe çalışanların mallarına el koydu. Böylece hayatını puro üretmeye adanmış birçok aile ceplerinde sadece almalarına izin verilen 100 Dolarla Küba'dan ayrıldılar. ABD, Honduras, Dominik Cumhuriyeti, Nikaragua gibi ülkelere giden bu aileler Küba'dan getirdikleri tohumlarla diğer Orta Amerika ülkelerinde puro üretmeye başladılar. Dünyanın en büyük puro pazarı olan ABD'nin 1969 da Küba'ya ambargo uygulamaya başlamasıyla bu üreticilerin önü daha da açıldı.

Bu noktada Küba'nun en geleneksel purolarından olan Hoyo de Monterrey ve Punch ile ilgili bir hikayeden bahsetmek istiyorum : 1969 yılındaki ambargodan sonra diplomatik bazı oyunlar sonucunda Küba'dan bir miktar tütün tohumu Honduras'a getirildi. Puro dünyasındaki tanınmış ustalardan Estelle Padron'un kontrolünde Villazon fabrikasında orijinallerine uygun bir şekilde aynı

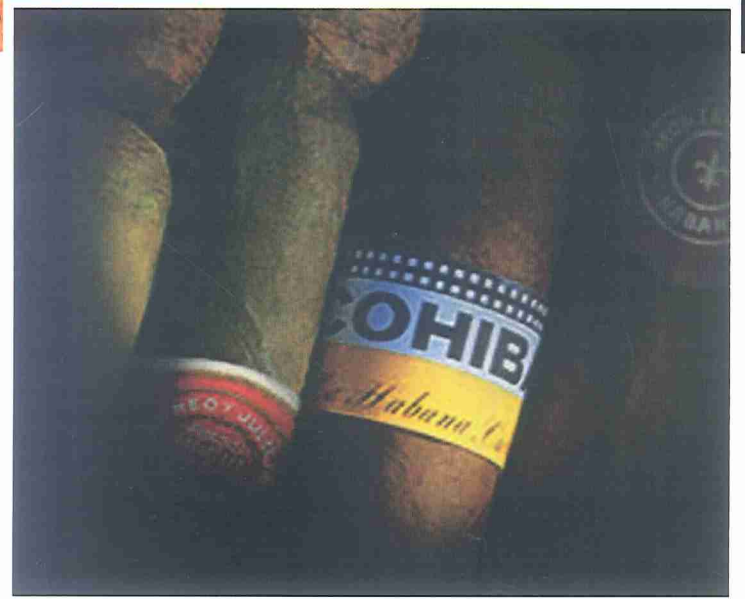




isimler altında üretildi veya bazılarının deyiimiyle taklit edildi. Bugün bir çok puro uzmanı ve meraklısı Honduras'ta üretilen Hoyo de Monterrey ve Punch'un, orijinallerinden daha kusursuz olduğu yönünde birleşiyorlar.

Özellikle 1991-92 yıllarında puro sektöründe yaşanan talep patlamasına cevap vermek isteyen Küba'nın kalitede ciddi fedakarlıklar yapması (tütün yetiştirmeye uygun olmayan alanlarda üretim yapmak, eğitilmemiş sarımcılar kullanmak, tütünleri yeterince yaşlandırmamak, dinlenme ve fermantasyon süresini hızlandırmak gibi) sonucunda Küba puroları imajı ciddi bir yara aldı. Nitekim 1992 yılında Cigar Afficionado dergisinden yüz üzerinden 99 alan Küba Hoyo de Monterrey Double Corona (ki bu derginin bir puroya tarihinde verdiği en yüksek nottur) geçen sene 87 aldı. Aynı şekilde 1992de 96 puan alan Cohiba Robusto son 6 yıldaki en yüksek puanını geçen sene 94 ile aldı.

Küba puroları 1992 sonrası yaşadığı gerileme döneminden kurtulmak için üretim rakamlarını azalttı. Son olarak 2000 yılında birçok Küba purosunun isim ve dağıtım hakkına sahip olan Habanos S.A. nın %50 hissesini uluslararası Altadis firmasının Amerika uzantısı Altadis USA firması satın aldı. Böylece Altadis, H. Upmann, Montecristo, Romeo y Julieta, Trinidad gibi Küba purolarının eski kalitelerine kavuşması için Küba'ya kalabalık bir ekip gönderdi ve özellikle 2002 yılından itibaren Küba puroları bir toparlanma dönemine girdi. Tabii Altadis aynı zamanda Küba to-



humlarını kullanarak Dominik, Honduras gibi ülkelerde de ABD pazarı için bu markalarla puro üretmeye başladı.

Bir sonraki yazımda 1992 öncesi Davidoff'tan, Dominik Efsanesi Arturo Fuente'den, Dominik, Honduras ve Nikaragua'nın seçkin purolarından, puronun yapısından, üretiminde kullanılan tütün çeşitlerinden ve son olarak İstanbul Moda'lı Cano Aret Özgener'in CAO'sundan bahsedeceğim.

ÜYELERİMİZİ TANIYALIM



Mahir ÖZSEVİL

- 1** Bize kendinizi tanıtır mısınız?
1970 İzmir doğumluyum. İzmir Atatürk Lisesi'nin ardından Dokuz Eylül Üniversitesi İngilizce İşletme Bölümü'nden mezun oldum. 1993 yılından beri aile şirketine çalışmaktayım.
- 2** Boş zamanlarınızda neler yaparsınız, hobileriniz neler?
Boş zamanlarımda internette sörf yapmayı ve bulmaca çözmeyi severim. Fırsat buldukça yürüyüş yaparım ve tenis oynarım.
- 3** Yaptığınız işle ilgili bilgi verir misiniz?
Firmamızda 3. jenerasyonum. Yönetimde babam İshak Özsevil ile beraberim ve bundan çok gurur duyuyorum. Firmamız yün ticareti, ithalat ve ihracat yapmaktadır. Dünyaca meşhur hem yerli hem de yabancı halı ve tekstil firmalarının ham yün ihtiyacını karşılamaktayız. Firmanın bünyesine katıldıktan sonra bütün çabam ihracatımızı artırmak ve müşteri sayımızı çoğaltmaktır. Bunu da başardığıma inanıyorum. 1993 yılı öncesi kapasitemiz yüzde 100 yerli üreticilere cevap vermek ve satmaktı. Ancak son 2-3 senedir neredeyse ihracattaki pay yüzde 90 seviyelerine yükselmiştir. Bunun dışında bir senedir ham deri ithalatı işine girmiş bulunmaktayız.
- 4** Türkiye'deki siyasi ve ekonomik gelişmelerle ilgili düşünceleriniz neler?
Türkiye'nin güçlü ve dinamik bir ülke olduğuna inanıyorum.



Sualp İŞGÜZERER

- Bize kendinizi tanıtır mısınız?
1971 İzmir doğumluyum. İlk öğretimimi Gazi ilkokulunda, orta ve lise öğrenimimi İzmir Özel Fatih kolejinde tamamladım. 2000 yılında, evlendikten sonra, 2003 yılında, ilk baba olmanın keyfini yaşadım. Bu günlerde tekrar baba olacağım. Bir kızımız var ve birde oğlumuz olacak. Mutlu bir evliliğim ve bana her konuda destek olan bir eşim var.
- Boş zamanlarınızda neler yaparsınız, hobileriniz neler?
İşim haricindeki zamanları eşim ve çocuğumla geçirmeyi seviyorum. Evlenmeden önce doğa sporları hobimdi. (Su altı dalgıçlığı, trekking, kısaca tabiatla ilgili tüm sporları). Şu an olta balıkçılığı, sabahları koşmak, kitap okumak en sevdiğim ve dinlendirici hobilerim arasında yer alıyor. En son okuduğum kitap Ferrari' sini satan Bilge.
- Yaptığınız işle ilgili bilgi verir misiniz?
1967 yılında kurulan ve aile şirketimiz olan ERDEMĞİLLER firmasında yönetici olarak çalışmaktayım. Firmamız traktör, iş makinası, kamyonlar için yedek parça üretimi yapmaktadır. 1990 yılından itibaren üretimimizi branşlaştırmakla birlikte su devrimi daimi konusuna yöneldik. Halen üretiminin % 60'ın dan fazlasını yurt dışına satan imalatçı / ihracatçı bir firmamız. Verimliliği arttırmak için 2001 yılında döküm ve model tesisini bünyemize katarak daha rekabetçi ve entegre üretime geçtik. Tasarım aşamasından, nihai ürüne kadar tüm prosesleri tesislerimizde gerçekleştirmekteyiz.
- Türkiye'deki siyasi ve ekonomik gelişmelerle ilgili düşünceleriniz neler?
Ülkemizdeki siyaset ve ekonomik yapı değişmeye başladı. Temel taşlar Avrupa Birliği uyum yasaları çerçevesinde baştan sona en ince ayrıntısına kadar gözden geçiriliyor. Katılımcı demokrasi ve değişim, ekonomimizi uzun vadede kalıcı ve güçlü bir yapıya kavuşturacak. Tabii ki globalleşme şu an şirketlerimiz üzerinde çok ciddi bir baskı. Bazı sektörler rekabet edemez duruma geldi. Hindistan, Çin, Doğu Avrupa ülkeleri ve Sovyetler Birliği önümüzdeki dönemde bazılarımız için risk, bazılarımız için fırsat oluşturuyor. Bu sebeple şirketlerimizi esnek bir yapıya kavuşturmamız gerekiyor. Bu süreçte ayakta kalabilenler ayakta kalabilecekler. De-

Tükelmat

"baskı yapmak gibi olmasın,
baskı yapıyoruz..."

Tükelmat

IMBAT

Ticaret Gazetesi
Matbaacılık Ticaret ve Sanayi A.Ş.

1571 Sokak No: 16 Çınarlı - İZMİR
Tel: 0.232.461 96 42 - 461 71 94
Faks: 0.232.461 96 46



Mustafa SEPİCİ

1

Bize kendinizi tanıtır mısınız?

7 Haziran 1974'te İzmir'de doğdum. "Mudafa-i Hukuk" İlköğretim okulunu bitirdikten sonra "İzmir Özel Fatih Koleji"nde ortaokul ve lise tahsilimi yaptım. Yüksek öğrenim için ABD'ye gittim ve Kaliforniya eyaletindeki "Pepperdine" Üniversitesinde İşletme ve İş idaresi bölümünden 1998'de mezun oldum. Türkiye'ye döndükten sonra Aile firmamız Sepici Holding'in bir kuruluşu olan Sepiciler Kösele A.Ş. de çalışmaya başladım. 2003'ten itibaren tüm firmaların Mali ve İdari bölümünde görev almaktayım. 2001 senesinde eşim İrem ile evlendim, Dila ve Deniz adında iki kızım var.

2

Boş zamanlarınızda neler yaparsınız, hobileriniz neler?

Zaman buldukça kitap okuyorum. Ayrıca işim gereği dünyadaki ve Türkiye'deki Finans, Tarım ve Deri sektörü ile ilgili gelişmeleri, yeni teknolojileri internette takip etmeye çalışıyorum. İşin hızlı temposundan fırsat buldukça uzak ülkelere seyahat edip yeni yerler görmek en büyük hobim. Ayrıca, amatör çapta denizcilik ile ilgili her şeyi yapmaktan büyük keyif alıyorum. İzmir'imizin vazgeçilmez deniz ürünleri ve onunla ilgili sofrada adabının en büyük düşkünlerindim.

3

Yaptığınız işle ilgili bilgi verir misiniz?

Sepiciler dört kuşak boyunca deri sektöründe faaliyet gösteriyor. Çevreye ve insan kaynaklarına duyduğu hassasiyeti ön planda tutarak, tamamen müşteri memnuniyetine dayalı her türlü deriyi üretip, yurt içinde ve yurt dışında satmaktadır. Hedefimiz Türk derisini tüm dünyada bir marka yapma yolunda Türkiye ihracatına katkı sağlamaktır. Güvenilir yatırımlarımız ve geniş bilgi birikimimizi geliştiren ileri teknoloji ile birleştirip, dünya deri sektöründe 75 yıldır söz sahibi olmamız bunun bir kanıtıdır.

4

Türkiye'deki siyasi ve ekonomik gelişmelerle ilgili düşünceleriniz neler?

Türkiye çok hassas dengelerle kurulu bir süreçten geçiyor. Biz Türk sanayicileri olarak bu dönemin ve değişimin hissettirdiği zorlukları bire bir yaşayan insanlarız. Hepimiz üzerimize düşen sorumlulukların bilincindeyiz, daha verimli ve kaliteli üretmeyi, daha çok tasarladığımızı daha iyi fiyatlara satmayı öğrenmek ve uygulamak zorundayız.

M. Kemal Atatürk'ün ilkelerinden kesinlikle taviz vermeden, siyasi partilerimize doğru yaptıkları her şey için sahip çıkıp desteklemeliyiz. Geçmiş iki senede gördük ki, enflasyon artık kontrolde tutulabilir bir ekonomik unsur. Bunun böyle olması uzun vadede hepimizin yararına olacaktır.

5

EGİAD hakkındaki düşünceleriniz, dernekteki çalışmalarınız ile ilgili bilgi verir misiniz?

EGİAD tarafından yapılan çalışmaların son derece etkili ve başarılı olduğuna inanıyorum. Özellikle Avrupa Birliği sürecinde Derneğimizin çalışmaları daha da önem kazanacak. Yönetimdeki tüm arkadaşlarıma yaptıkları etkin çalışmalarından dolayı teşekkür ederim.



Özgür MİNELİLER

Bize kendinizi tanıtır mısınız?

1970 İzmir doğumluyum. 1987'de İzmir Atatürk Lisesi'nden mezun olduktan sonra İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi İnşaat Mühendisliği Bölümü'nü bitirdim. Üniversite öğrenimim sırasında, 1989 yılında babamla beraber kurduğumuz Form Ambalaj şirketiyle iş hayatına atıldım. 1995 yılında Form Bant adıyla, sanayiye yönelik karton ambalaj üretimine başladık. Eşim Zeynep ile 2005 Ağustos ayında evlendik.

Boş zamanlarınızda neler yaparsınız, hobileriniz neler?

En büyük hobim işimle ilgili yeni bir ürün geliştirmektir. Tasarlanan ürünü işlerken, çalışırken, görmek bana büyük haz veriyor. İşlerimin yoğunluğundan arta kalan zamanlarda, tüplü dalış, katamaran, yelken gibi su sporlarıyla uğraşmak, seyahat etmek, sinema seyretmek ilgi alanlarımdandır.

Yaptığınız işle ilgili bilgi verir misiniz?

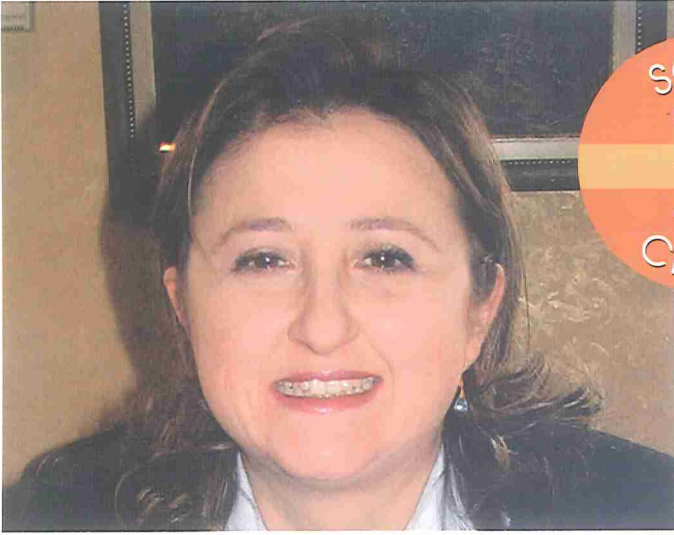
Form Bant adlı 9000 m2 kapalı alanlı tesisimizde, sınırlı alanla kullanılan karton köşe koruyucular, üzerine plastik film, kağıt vb malzemelerin sarıldığı karton masuralar ve sert mukavva levhalar üretiyoruz. Tesisimiz aylık 1500 ton kağıt ve karton işleme kapasitesine sahip olup, üretiminin % 40'ını ihraç ediyoruz. Bu yıl kurduğumuz akrilik emülsiyon tesisimizde ihtiyacımız olan kağıt tutkallarını üretip, atıl kapasitemizle de ahşap tutkalları, boya emülsiyonları, tekstil apre, halı arkası emülsiyon ve kimyasallarının üretimine başladık.

Türkiye'deki siyasi ve ekonomik gelişmelerle ilgili düşünceleriniz neler?

2005 yılı ihracatında büyük artış var deniliyor ama Türkiye'nin en büyük 500 şirketinin bile ihracatı kadar ithalatı mevcut. Demek ki birçok konuda hammadde dışa bağımlılığımız var. Türkiye'nin dış ticaret açığının kapanması için, güçlerin ve sermayelerin birleştiği, ana hammadde üretimlerine yönelik yatırımların yapılması gerektiğine inanıyorum.

EGİAD hakkındaki düşünceleriniz, dernekteki çalışmalarınız ile ilgili bilgi verir misiniz?

1 yıldır EGİAD üyesiyim. Ekonomik ve sosyal anlamda İzmir'in gelişmesi için çalışmalarını yanında, kişisel gelişimi arttıracak eğitim seminerleri ve konferanslarını takdirle takip ederken, bu çalışmaların İzmir'in genç ve dinamik yönetici, işadamları tarafından gerçekleştirilmesi üyeniz olmamda etkili olmuştur.



Nilgün ÖZTÜRK

Bize kendinizi tanıtır mısınız?

1968 İzmir doğumluyum. Ortaöğretimi İzmir Kız Lisesi'nde, yüksek öğretilimi Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nde tamamladım. 1990 yılında Avukatlık stajımı tamamlayarak, serbest avukat olarak çalışmaya başladım. Halen aynı zamanda meslektaşım olan eşim ile birlikte kurduğumuz Hukuk Firmasında faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. İzmir Konak Rotary Kulübü üyesiyim ve çeşitli komitelerde görev yapıyorum. Eşim Yücel ile 15 yıldır evliyiz ve Aygen isimli 14 yaşında bir oğlumuz var.

Boş zamanlarınızda neler yaparsınız, hobileriniz neler?

Özellikle tarihle ilgili ve biyografi niteliğindeki kitapları okumayı, film izlemeyi, yüzmeyi, tenis oynamayı (iyi bir oyuncu olmasam da) seviyorum. Bunun yanı sıra, evimizdeki bitkilerle ve ağaçlarla ilgilenmek hoşuma gidiyor. Eşimle birlikte yurt içinde ve yurt dışında gezmek, yeni ülkeler görüp, kültürler tanımak bize keyif veriyor.

Yaptığınız işle ilgili bilgi verir misiniz?

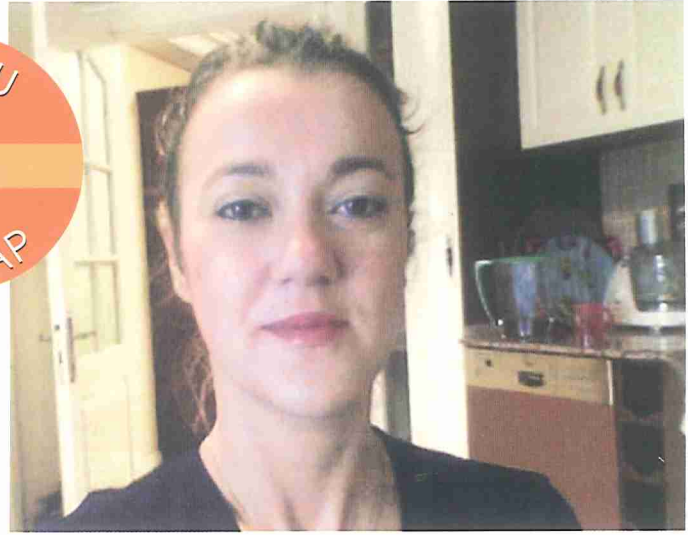
Eşimle birlikte kurucusu olduğumuz Öztürk Hukuk Firmasında, alanında uzman avukat arkadaşlarla birlikte çalışıyoruz. Firmamız; Ticaret, İş Hukuku, Vergi Mevzuatı, Ceza Hukuku, Marka- Patent, İdari davalar, Uluslar arası Hukuk ve Medeni Hukuk alanlarında avukatlık ve hukuk müşavirliği hizmeti vermektedir. Sürekli olarak hukuki danışmanlığını yaptığımız şirketlerin yanı sıra, bireysel davalar da faaliyet alanımızda bulunuyor.

Türkiye'deki siyasi ve ekonomik gelişmelerle ilgili düşünceleriniz neler?

Bu konudaki düşüncelerim, ne yazık ki çok pozitif değil. Enflasyon, yasal düzenlemeler ve özelleştirilme gibi konularda ki gibi çalışmalar önemli gelişmeler olarak değerlendirilebilirse de, aceleyle çıkarılan kanunların uygulamada yarattığı sorunlar, özelleştirme de şeffaflığının sağlanamaması ve mevzuata aykırı olarak gerçekleştirilmeleri ve iptali gibi sorunlar yaşanıyor. Öte yandan ülkemizdeki siyasilerin etik değerlerindeki zafiyet ayrı bir sorun. Eğitim, sağlık ve adalet kurumlarında çok büyük sorunlar yaşanıyor. Eğitim sistemimiz yaz-boz tahtasına döndü ki, bence bir toplumun en önemli konusu eğitim.

EGİAD hakkındaki düşünceleriniz ve dernekteki çalışmalarınız ile ilgili bilgi verir misiniz?

EGİAD'a 2003 yılında üye oldum. Halen Sosyal Komisyonunda görevliyim. EGİAD, sadece İzmir ve Ege Bölgesinde değil, Türkiye genelinde tanınan güçlü bir STK. olup, gerek üyelerine ve gerekse topluma karşı sorumluluklarını en iyi şekilde yerine getirmek için sürekli yeniden yapılanma gayreti göstermektedir. Özellikle EGİAD İlköğretim Okulu, toplumsal bir proje olarak Derneğimizin gurur kaynağıdır. Yine gelecektekiler için devam eden Ege Toplantıları, karşılıklı fikir alışverişi platformu yaratmakta ve konusunda uzman, saygın birçok kişiyi, üyeleriyle bir araya getirmektedir. Öte yandan Derneğimizin üyelerini bilgilendirmeye ve eğitime yönelik çalışmalarına, daha çok üye arkadaşımızın ilgi göstermesini ve katılmasını diliyorum.



Yeşim SEPİCİ

Bize kendinizi tanıtır mısınız?

Talip Sepici ve Reyhan Öztesbihçioğlu'nun kızları olarak 1971 yılında İZMİR 'de doğdum. Deniz ve Ahmet adında iki kardeşim var. İlkokulu Müdafaa-i Hukuk, orta ve lise eğitimimi İzmir Amerikan Koleji'nde tamamladıktan sonra, Uluslararası İşletme lisans eğitimimi İngiltere 'de Richmond College 'de yaparak, 1993 yılında mezun oldum. Türkiye'ye dönünce, Bilkent Üniversitesi, Siyasi Bilimler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümünde "Avrupa Topluluğu Sanayi Politikaları ve Önde Gelen Üye Devletlerin, Sanayiye Olan Bakış Açuları ve Yaptırım Güçleri" konulu tezimi tamamlayıp, 1996'da mezun oldum. Çalışma hayatıma İstanbul'da "Sepici Deri Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.'de başladım. Halen "GÖKOVA DERİ SAN. ve TİC. A.Ş."de yönetici olarak çalışmaktayım. Ayrıca SEPİCİLER HOLLİNG'e bağlı kuruluşlarda yönetim kurulu üyesi olarak bulunmaktayım.

Boş zamanlarınızda neler yaparsınız, hobileriniz neler?

Seyahat etmeyi, yeni yerler tanımayı, hobinin ötesinde hayatımın bir parçası olarak görüyorum. Spor yapmaya mutlaka vakit ayırıyorum. Dağ yürüyüşleri, yüzme ve kayak, bol bol sahafları dolaşmak, şiir ve opera zaman ayırdığım hobilerimdir. Evde zaman buldukça kendi kek ve kurabiye tariflerimi yaparak stres atıyorum.

Yaptığınız işle ilgili bilgi verir misiniz?

İzmir Çiğli Atatürk Organize Sanayi Bölgesi'nde kurulu bulunan konfeksiyon tesislerimizde başta Avrupa'ya olmak üzere özel koleksiyonlar üretiyoruz. Kendi özel tasarımlarımız ya da alıcıların moda önerilerine göre, çok zengin koleksiyon çeşitleriyle, Avrupa'da giyimine özen gösteren, yüksek gelir grubundaki müşterilerimize hitap eden bir ürün yelpazesi hazırlıyoruz.

Türkiye'deki siyasi ve ekonomik gelişmelerle ilgili düşünceleriniz neler?

Türkiye son 20 yılda, bence fırsatları değerlendiremedi. Atılımlar yapamadı. Krizlerle boğuştu. Halbuki bu kayıp yıllar çok başarılı geçebilirdi. Şimdi her şey çok farklı olurdu. Ülkenin ekonomik yapısı, iş dünyası ile hükümet politikalarının ortak hareket etmesi halinde güçlenir. Çünkü Türkiye'de ekonomi büyümeye başlayınca cari açığı da büyümeye başlıyor. Böyle bir ortamda hedeflerden uzaklaşıyor. Ama bu yıl ihracat performansı, yatırım ortamı pek çok açıdan iyi.

EGİAD hakkındaki düşünceleriniz, dernekteki çalışmalarınız ile ilgili bilgi verir misiniz?

İş dünyası o kadar hızlı bir değişim ve gelişim içinde ki, yoğun iş tempomuzda gündemin dışında kalmamak zorundayız. Türkiye'nin henüz karşılaşmadığı, ancak önünde, bugünden, geleceği belli olan konular var. Özellikle ekonomik gelişmeler karşısında, ortak hareket edebileceğimiz konuları paylaşmamız yönleriyle çok faydalı oluyor. İşlerimin fırsat verdiği ölçüde ileride daha da aktif görevler alabilirim

MONTAIGNE - DENEMELER

Avrupa Birliği yolunda ilerleyen ülkemizde popülerliğini hiç kaybetmeyen konulardan biri düşünce ve ifade özgürlüğü. Özellikle müstakbel ortaklarımızın bu konuda çok hassas olması konunun bizim kamuoyumuzu da sürekli meşgul etmesini sağlıyor.

Peki Avrupalıların düşünce ve ifade özgürlüğü konusundaki hassasiyetlerinin temelinde ne yatıyor? Şüphesiz günümüz dünyasında en değerli meta bilgi. Bilginin tohumu düşünce, büyümesini sağlayan da paylaşma yani ifade. Bu güncel gerekliliğin dışında Avrupa'nın düşünce ve ifade özgürlüğüne tarihsel bir sevdası var. Öncelikle bu özgürlüğü kazanmak, ortaçağ karanlıklarını aşmak için kiliseye karşı çok uzun ve ağır bir savaş vermiş olmaları ve bu eski kıtanın antik çağlardan beri efsanevi fikir adamları çıkarmış olması. İşte bu adamların en önde gelenlerinden biri 1533-1592 yılları arası yaşamış Fransız düşünür ve yazar Michel de Montaigne'dir.

1940 yılında itibaren Montaigne'i dilimize çeviren Sabahattin Eyüboğlu, 1952 çevirisinin önsözünde şöyle diyor: "Montaigne Avrupa'ya serbest düşünmesini öğretmiş adamdır, demek fazla büyük söylemektir ama böyle bir söz olsa olsa Montaigne için söylenebilir." 'Denemeler' Montaigne'nin tek kitabıdır. Yazılması 20 yıl almıştır. Montaigne bu kitapta daha çok kendinden bahseder. Ancak asıl anlattığı insan doğası ve onun zayıflıklarıdır. Latinceyi ana dilinden bile önce öğrenmiş olduğu için Antik Yunan'dan başlayarak o güne kadar kaleme alınmış tüm eserleri okuma ve yorumlama lüksüne sahip olan Montaigne kitabında bu eserlerden sık sık alıntı yapmıştır. Bunun yanı sıra yeni kıta Amerika'dan Osmanlı Sarayları'na kadar bir-

vap tamamen tartışmaya açıktır. Muhtemelen çizginin nerede çöküleceği ile ilgilidir. Montaigne bu konu için de güzel bir hikaye anlatıyor:

Diogenes lahanalarını yıkarken yanından geçen Aristippos'a "Lahana ile yaşamasını bilseydin, bir zalime dalkavukluk etmezdin" demiş, o da ona "İnsanlar arasında yaşamasını bilseydin, böyle lahana yıkamazdın" diye cevap vermiş.

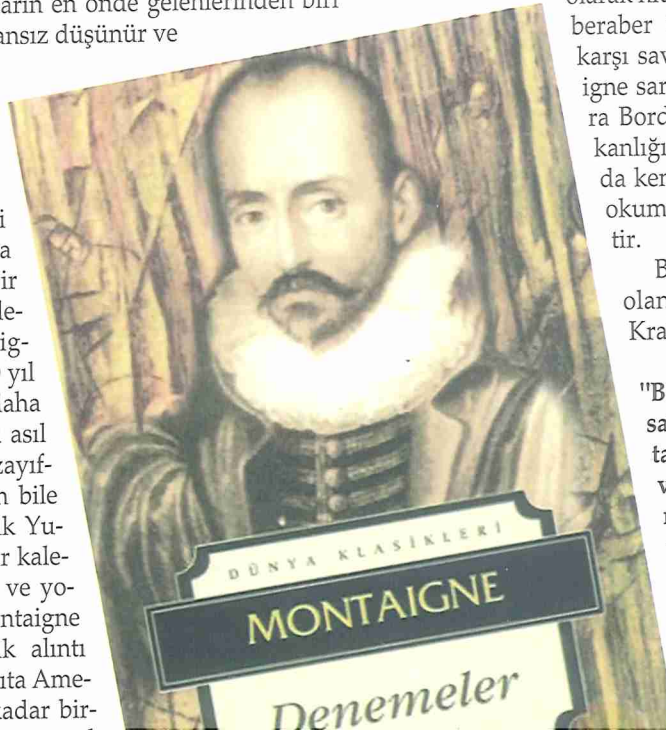
Montaigne insanın hayatına insansal değerler katması gerektiği mesajını verirken, bağımlıktan ve aşırılıktan hep kaçınmıştır. Bazı fikirleri yüzünden koyu dindar kesimlerin tepkisini çekmiş ve bazıları tarafından Fransa'nın tarihte başına gelen tüm kötü şeylerin mimarı olarak gösterilmiştir. Kralı olarak nitelendirebileceğimiz Montaigne Kralla beraber iç savaflara katılmış, Protestanlara karşı savaşmıştır. Siyasete de karışan Montaigne sarayda aldığı önemli görevlerin yanı sıra Bordeaux meclis üyeliği ve belediye başkanlığı da yapmıştır. Hayatının son 13 yılında kendisine ait çiftliğine kapanmış, sadece okumuş ve Denemeler kitabını geliştirmiştir.

Bütün eserlerini önce krala sunmuş olan Montaigne, çiftliğinde birkaç kez Kral 5.Henry'i ağırlamıştır.

Sadece düşüncede değil eylemde de "Bana Hindistan'ın ücra bir köyünü yasaklasalar, benim için tüm dünyanın tadı kaçır." diyecek kadar özgürlükçü ve hümanist olan Montaigne torunlarının yabancılarla uyguladığı vize sistemini görse ne derdi bilemiyoruz.

'Kendini bil' felsefesinin bayrak taşıyıcılarından biri olan Montaigne'den bir parça lezzet verebilmek için birkaç alıntı yapmak istiyoruz:

Başkaları için yaşamayan kendi için de yaşayamaz





Ahmet ÇETİNBUDAKLAR

AVRUPA YOLLARI

Ülkemiz Avrupa Birliği (AB) ile üyelik görüşmelerini geçtiğimiz yılın Ekim ayında başlatmış ve bu detaylı müzakerelerin uzun bir zaman dilimi sonunda neticelenmesiyle de kendini AB içinde bulabilecektir. O zamana gelindiğinde AB bugün için 25 üyeli bir güç olmaktan aralarına Bulgaristan, Romanya ve Hırvatistan'ı da alarak 29 üyeli devasa bir topluluk haline gelmiş olacaktır, hem de aralarına çoğunluğunu Müslüman insanların teşkil ettiği 80 milyonu asan büyük bir ülkeyi alarak.

Türkiye'nin Avrupa serüveni esasen Osmanlı dönemine hatta Orta Asya'dan çıkıp 11. asırda Anadolu topraklarına ayak basma zamanına kadar geri gitmektedir. O tarihlerden bu yana insanımız daima yerleşik bir düzen aramış ve bunu Anadolu topraklarına yerleşmekle gerçekleştirmiştir. Gün gelmiş Doğu Avrupa'nın büyük bir bölümünü içine alan, Kuzey Afrika'nın tamamına yayılarak güneyde de Yemen'e kadar uzanan 12 milyon kilometre karelik toplam bir alanı adaletle idare edebilen imparatorluk döneminden bugünkü 800.000 kilometre karelik alana büzülerek Cumhuriyet dönemini 80 yılı aşan bir süredir başarıyla sürdüren bir ülke konumuna giren Türkiye globalleşen dünyamızda kendisine en yakın olan birliğe üye olma aşamasına girmiştir.

AB Türkiye'yi bünyesine katmakla ilk defa Doğunun felsefesini taşıyan bir ülkeyi, mesela aile yaşamını Müslüman olmadan çok önceleri Asya'daki zamanlardan bu yana önemli bir değer vererek bünyesinde taşıyan bir ülkeyi içine almaktadır. Türkiye de AB'ye girmekle insana verilen değer çitasını yukarı çekmeyi, bilim, teknoloji ve sanatta daha hızlı ilerlemeyi öğrenme imkanlarına kavuşacaktır. Nüfusunun büyük bir bölümü genç olan ülkemiz insanları, nüfusunun büyük bir bölümü yaşlı olan Avrupa'ya adeta gençlik aşısı yapacak ve büyük bir dinamizme sebebiyet verecektir, diğer taraftan da Avrupalılar da bize olgunluğu, dinginliği tanıştıracaklardır.

OECD'nin verilerine göre mesela dünyada teknoloji yatırımlarına yönelen ülkelerin karşılaştırılması olarak hazırlanan aşağıdaki tabloya bir bakacak olursak ülkemizin bu Avrupa evliliğinden sadece bu alanda kat edeceği mesafeyi açık seçik görmüş oluruz.

OECD teknoloji yatırımları ligi diyebileceğimiz ve teknoloji yatırımlarının gayri safi milli hasılaya oranlarını yüzde olarak veren aşağıdaki tabloya bir bakalım.

Ülke	Yazılım	İletişim	Bilgi	Toplam Teknoloji
ABD	4,2	9,2	8,0	31,4
Finlandiya	10,7	16,1	2,6	29,4
Avustralya	9,7	5,6	7,2	22,5
İngiltere	9,5	3,6	8,9	22,0
İsveç	15,4	3,1	3,2	21,7
Kanada	9,4	4,2	7,9	21,5
Hollanda	8,8	5,0	7,1	20,9
Almanya	7,2	5,4	6,7	19,3
Danimarka	14,0	1,5	3,6	19,1
İtalya	5,3	7,4	4,0	16,7
Japonya	3,8	6,9	5,2	15,9
Yunanistan	6,0	5,1	4,7	15,8
İrlanda	2,3	4,7	7,6	14,6
Fransa	5,7	3,5	4,0	13,2
Avusturya	3,5	5,9	3,4	12,8
Belçika	5,5	4,2	2,3	12,0
Portekiz	3,5	5,2	2,7	11,4
İspanya	3,9	2,8	3,4	10,1

18 ülkenin yer aldığı bu tabloya neden ülkemizin dahil olmadığını soracak olursak bunun cevabının ülkemizde bu yüzdelerin yüzde 1 civarında kaldığı gerçeğidir.

Yukarıdaki ülkelerden ABD, Avustralya, Kanada ve Japonya dışında kalan ülkelerin tamamı AB'ye üye ülkelerdir. Buradan teknoloji yatırımlarının payını arttırmanın yolunun AB'den geçeceği sonucu çıkarılmasın, ülkemiz pekala bu oranı AB dışında kalarak da arttırabilir ama bunun için daha çok zaman gerekeceği açıktır, aynen son 20 yılda AB dışında kalarak tarım reformunu geciktirdiğimiz örneği gibi.

Tablo incelendiğinde yazılımda İsveç'in, iletişimde Finlandiya'nın, bilgide İngiltere'nin ve toplamda ise ABD'nin başı çektiği görülmekte ve buradan Nobel bilim ödüllerinin dörtte üçünün neden ABD'ye ve kalan dörtte birinin neden İngiltere'ye gittiğinin bir başka göstergesi ortaya çıkmaktadır.

Yunanistan'ın teknolojide ciddi yatırımlara girdiği de açık seçik görülmektedir.

Neticede ülkemiz hayırlı bir dönemece gelmiştir ve bu dönemece başarıyla geçerek AB limanına sağ salim varabilecek rüzgarı arkasına almıştır ve bu kararlılıkla yürüyecektir.



Hazırlayan: Araş. Gör.
Ulaş Çakar
Dokuz Eylül Üniversitesi
İşletme Fakültesi

Günümüzde Liderlik Yaklaşımı: DÖNÜŞÜMCÜ LİDERLİK



En temel tanımıyla bir grubu amaçların yerine getirilebilmesi için etkileyebilme becerisi olan liderlik, insanlık tarihinin başlangıcından bu yana bütün dönemler ve toplumlarda büyük bir etkiye sahip olmuştur. 20. yüzyılın başından itibaren özellik kuramları, davranışsal kuramlar, durumsallık kuramları ve neo-karizmatik kuramlardan oluşan dört ana aşamadan geçmiştir (Bass,1990). Özellik kuramlarını savunanlar liderlerin doğuştan gelen belli özellikleri olduğunu düşünerek bu özellikleri saptamaya çalışmışlardır. Liderliği tanımlamak için özelliklerin tanımlanması yeterli olmayınca araştırmacılar, liderleri diğer insanlardan farklı kılan davranışları incelemeye başlamışlardır. Bu yaklaşımın davranışlara dayanması, liderlerin doğuştan olması gerekmediği, kişilerin eğitilmesiyle de liderlerin yaratılabileceği görüşünü doğurmuştur (Daft,2000). Bununla beraber her iki temel yaklaşımda şartları göz ardı ederek her zaman için ideal bir liderlik yaklaşımına ulaşmaya çalışmıştır. Durumsallık yaklaşımı ise bu eksikliği kapatarak liderin etkinliğinin liderlik biçimini karşılaştığı duruma uygun olacak şekilde değiştirebilmesine bağlı olduğunu savunmaktadır (Bryman,1992).

Günümüze gelindiğinde ise zamanımızın gerekleri bir liderin normalin üstünde bir etkinlik ve güç sergilemesini zorunlu kılmaya başlamıştır. Buna yönelik ağırlık kazanan yaklaşımlar grubu neo-karizmatik yaklaşımlar ola karizmatik, vizyon sahibi ve dönüşümcü liderlik olarak üç ana yaklaşımdan oluşmaktadır. Kariz-

matik liderlik yaklaşımı liderin belirli davranışlar sergilediğinde izleyicilerin lidere kahramanca veya olağandışı nitelikler atfetmesi esasına dayalıdır (Bryman,1992). Liderin bu noktada sahip olduğu büyük duygusal güç çalışanlar üstünde büyük etki yaratmaktadır. Vizyon sahibi lider ise bulunduğu anı değerlendirip, işletme için geleceğe dair gerçekçi, inandırıcı ve çekici bir vizyon yaratma ve bunu aktarabilme gücüne sahip olan bir lider olarak karşımıza çıkmaktadır (Robbins,2003). Bununla beraber bu yaklaşımların, karizmatik liderlerin kendi dünya görüşlerini çalışanlarına aktarmakla yetinerek bunun ötesinde bir şey vermemesi ve vizyon sahibi liderlerin de çoğunlukla kendi vizyonlarını aktarıp hayata geçirmeye çalışması gibi kendilerine özgü temel dezavantajları vardır.

Günümüzde bu dezavantajları ortadan kaldırarak örgütlere ihtiyaç duydukları-ıvmeyi verecek liderlik yaklaşımı ise çalışanlarını dönüştürebilen ve kendisi de bu süreçte dönüşebilen bir lidere dayalı olan dönüşümcü liderlik yaklaşımıdır (Ataman, 2001; Tichy & Ulrich,1991). Dönüşümcü liderlikte, lider ve çalışan birbirlerinin üst düzey gereksinimlerini karşılayarak motive olurlar ve bu sayede ulaşılması çok güç olan hedeflere bile ulaşmayı başarır. Lider ve çalışan arasında bu kadar yoğun bir etkileşimi gerektiren dönüşümcü liderlik davranışının temel özellikleri karizmaya sahip olma, esin kaynağı olma, entelektüel uyarım sağlama ve bireyselleştirilmiş ilgidir (Bass,1990).



ney'de Micheal Eisner'in, General Electric'te Jack Welch'in, Microsoft'ta Bill Gates'in (Gibson vd., 1997), McDonalds'ta Ray Kroc'un, Honda'da Soichiro Honda'nın (Robbins,2000) ve Virgin'de Richard Branson'ın(Robbins & Coulter, 2002) yaptığı uygulamalar sayılabilir. Çeşitli işletmelerde yapılan araştırmaların sonuçları da dönüşümcü liderliğin işletmeler üzerindeki olumlu etkilerine işaret etmektedir (Robbins, 2003, Dessler, 2001, Yukl, 1999, Burke & Collins, 2001).Görüldüğü gibi gerek uygulama sonuçları gerekse yapılan bilimsel araştırma bulguları dönüşümcü liderliğin içinde günümüzün zorlu şartları için en uygun liderlik biçimi olduğuna işaret etmektedir.

Karizma dönüşümcü liderlik için anahtar bir yapıdır (Leli, 1999). Çünkü dönüşümcü liderin çalışanlarını dönüştürme isteği ve çalışanlarından beklediği yüksek performans, çalışanlarla arasında güçlü bir duygusal bağın oluşmasını gerektirir. Bunun içinde karizma bir zorunluluktur (Dessler, 2001). Esin kaynağı olma ise bir liderin çalışanlarından yüksek beklentileri olduğunu ifade etmesi, onların çabalarını odaklayabilmek için semboller kullanması ve önemli amaçları basit şekillerde ifade edebilmesine dayalıdır (Bryman, 1992). Bu sayede çalışanların ulaşmak istedikleri hedefler soyut kavramlar olmaktan çıkıp zihinlerinde canlanır. Entelektüel uyarım özelliği ise çalışanların zekalarını yaratıcı bir şekilde kullanmalarını, olaylara akılcı yaklaşımlarını, problemleri alternatif yollarla çözmelerini ve liderin düşüncelerini bile sorgulamalarını teşvik eder(Hinkin & Tracey, 1999). Bu sayede çalışanlar kendi inançlarını sorgularlar ve yaratıcılıklarını harekete geçirirler. Entelektüel uyarım temelde daha bilişsel bir boyut olmasına karşın çalışanın lidere yönelik olumlu duygularının etkisiyle daha etkin bir şekilde ortaya çıkar. Bireyselleştirilmiş ilgi özelliği ise liderin çalışanlarına işletmenin herhangi bir üyesi olarak değil bir birey olarak davranması, onlara bireysel fakat eşit ilgi göstermesi, koçluk yapması ve tavsiyelerde bulunmasıdır. Lider bunu gerçekleştirirken çalışanların güçlerini ve zayıflıklarını bilerek hareket eder ve bu sayede çalışanlar gerçek potansiyellerine ulaşma ve geliştirme imkanı bulurlar.

Tüm bu özellikler dikkate alındığında, dönüşümcü liderin günümüzde işletmelerin yaşadığı köklü değişimleri yönetebilmesi için ne denli gerekli olduğu görülmektedir. Bu yöndeki dönüşümcü liderlik uygulamalarına örnek vermek gerekirse Chrysler'da Lee Iacocca'nın (Tichy & Ulrich, 1991), Walt Dis-

KAYNAKÇA

- Ataman, Göksel (2001) İşletme Yönetimi. Türkmen Kitabevi: İstanbul.
- Bass, Bernard M. (1990) Bass & Stogdill's Handbook of Leadership. The Free Press: New York.
- Burke, S., Collins, K. M. (2001) Gender differences in leadership styles and management skills. Women in Management Review. 16(5):244-257.
- Bryman, Alan (1992) Charisma & Leadership. Sage Publications: London.
- Daft, Richard L. (2000) Management. Dryden Press: ABD.
- Dessler, Gary (2001)Management. Prentice Hall: New Jersey.
- Gibson, James L., Ivanchevich, John M., Donnelly, Jr., James, H. (1997) Organizations. Irwin/McGraw-Hill: ABD.
- Hinkin, T.R., Tracey, J. B. (1999) The Relevance of Charisma for Transformational Leadership in Stable Organizations. Journal of Organizational Change Management. 12(2):105-119.
- Robbins, Stephen P. (2000) Managing Today. Prentice Hall: New Jersey.
- Robbins, Stephen P. (2003) Organizational Behavior. Prentice-Hall: New Jersey.
- Robbins, Stephen P., Coulter Mary (2002) Management. Prentice-Hall: New Jersey.
- Tichy, Noel M., Ulrich, David O. (1991) The Leadership Challenge-A Call for the Transformational Leader. The Organizational Behavior Leader, Kolb David, Rubin Irwin M, Osland, Joyce S.'in içinde. Prentice Hall, ABD.
- Yukl, G. (1999) An Evaluative Essay on Current Conceptions of Effective Leadership. European Journal of Work and Organizational Psychology. 8(1):33-48.

Şirketlerin Omurgası: Kurumsal Kültür



1. Kurumsal Kültür Nedir? Öğeleri Nelerdir?

Kültür, toplumun temel bireyi olan insanın, hayatındaki maddi ve manevi olmak üzere tüm yaşam dinamiklerini kapsayan, ulusların dünyaya bakışlarına, hayat tarzlarına göre sürekli değişim içinde olan dinamik bir kavramdır. Toplumlar gibi kurumların da amaçları, iş hayatına bakış açıları, değerleri, ilkeleri, yani kendilerine özgü nitelikleri vardır. İşte, bir işletmenin tüm çalışanları tarafından paylaşılan inanç, anlayış ve kurallar bütünü kurum kültürünü oluşturur. Literatürde bir işletmenin kültürü, genellikle işletmelerde konuşulan ve konuşulmayan kurallar, varsayımlar, değerler ve düşünce biçimlerini kapsar. Bu unsurlar, o kurumda nasıl giyilmesi ve davranılması gerektiğini, iş arkadaşlarına, çalışanlara, yöneticilere ve müşterilere gösterilmesi gereken davranış biçimlerini belirler.

Kurum kültürü;

- Informeldir,
- Yazılı değildir,
- Tüm çalışanları aynı değerler ve aynı çalışma anlayışı çevresinde yakınlaştırıp birbirine bağlayıcı rol oynar ve kuruma bütünlük kazandırır,
- Değişen çevre koşullarında hedefin kaybolmamasını sağladığı için yol göstericidir ve kontrol aracıdır,
- Kişilerin nasıl davranması gerektiğini açıklar,
- Kuruluş için neyin önemli olduğunu belirler,
- Kişilerin birbirleri ile olan etkileşim biçimini belirler,
- Ne için çaba gösterilmesi gerektiğini anlatır,
- Çalışanlara organizasyonel aidiyet hissi verir,
- Organizasyonel kimliği oluşturur,
- İnanç ve değerlere bağlılık yaratır,
- Günlük çalışmalarda rehber olur ve çalışanların davranış biçimlerini belirler.

Güçlü kültüre sahip kuruluşlarda özellikle var olan ve çalışanları birbirine daha çok bağlayarak, paylaşılan değerleri arttıran bazı belirleyiciler vardır. Kültürün bileşenleri de diyebileceğimiz bu belirleyiciler soğan kabuğu gibi, soyuldukça yeni kabuklar çıkan bir oluşum gibidir. Bu bileşenleri içten dışa ya da görünmeyenden görülene doğru şöyle sıralayabiliriz:

- Temel inanç ve varsayımlar en içte, görünmeyen kısımdır ve kültürün temelini oluşturur. Bunlar kişilerin tartışılmaz doğrularıdır.
- Norm ve değerler örgüt içindeki sosyal ilkeler, hedefler ve standartlardır. Değerler, kişilerin neye önem verdiklerini, neyi değerli gördüklerini gösterir. Normlar, davranış biçimlerini belirler ve neyin doğru neyin yanlış olduğunun ölçütüdür.
- Görünen öğeler ise binalar, yerleşim düzeni, ürünler, tesisler, çalışanların giyim tarzı, büro eşyalarının düzenlenişi, hikayeler ve seremoniler, kültüre ilişkin simge ve sembollerdir.

2. Kurumsal Kültürün Boyutları Nelerdir?

Kültürün karmaşık ve çok yönlü bir konu olması, çok değişik boyutlarda incelenmesini gerekli kılar. Kurumsal kültürü de 6 temel boyutta inceleyebiliriz;

- **Normlar ve standartlar:** Bir kurumda zaman içinde oluşan ve sonuçlara varmak için birlikte nasıl çalışıldığını belirleyen gayri resmi ve genellikle sözlü olan uygulamalar, davranış biçimleri ve geleneklerdir.
- **Güç ve otorite:** Yöneticilerin, çalışanları bir arada çalışmaya yönlendirmek, baskı altında tutmak ya da cesaretlendirmek için taktiklerini tutumdur.
- **İşlev-yapı:** Kurumda sorumlulukları, emir-kumanda ilişkilerini, denetlemeyi, hiyerarşiyi ve ilerlemeyi düzenleme biçimi ve çalışanların birey ve gruplar olarak ayırt edilmelerini sağlayacak

şekildeki örgütlenme biçimidir.

- **Bağlılık ve moral:** Kurum çalışanlarının birbirlerine duydukları dostluğun ve kurum değerleri ile özdeşleşmelerinin derecesidir.

- **Geribildirim ve eleştiri:** Kurum çalışanlarının etkinliği artırmak için bireylerin güçlü ve zayıf yönlerini nasıl tartışıp düşündükleridir.

- **Amaçlar ve hedefler:** Bireylerin ve kurumun çabalarını yönettikleri hedefler ve sonuçta ulaşılan sonuçlara sahiplenme derecesidir.

3. Kurumsal Kültürü Etkileyen Başlıca Faktörler

Vizyon: Ortak hedef ve inançları ifade eden vizyon, bir kurumun yönünü belirlemede hayati öneme sahiptir ve bu anlamda kurumun akıllarındaki imajı olarak da düşünülebilir.

Vizyon, çalışanları ortak noktada birleştirmede çok etkilidir ve belirli vizyonu olan organizasyonlar diğerlerine göre daha başarılı olurlar. Vizyonun özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Gelecekle ilgilidir.
- Misyon değildir.
- Doğru ya da yanlış olamaz.
- Kendisi ile uyuşmayan faaliyetler dışındakileri hiçbir zaman sınırlamaz.

Vizyonun özünde her zaman mükemmeli aramak vardır ve güvensizlik kavramını ortadan kaldırarak ortak bir ruh ve kimlik yaratır. Özetle, bir organizasyonda paylaşılan bir vizyon insanların organizasyonla ilişkisini değiştirir. Çalışanların kafasında resim ve imgelerden oluşan kişisel vizyonlara ortaklık duygusu kazandırılarak organizasyon 'bizim şirketimiz'e dönüştürülebilir.

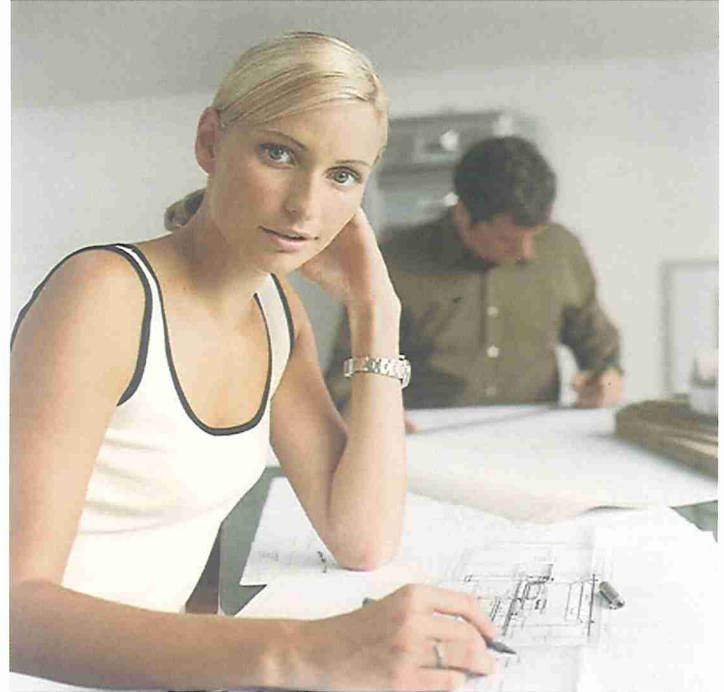
Misyon: Misyon, her kuruluşun belirleyip geliştirmesi gereken bir kavramdır. Bir kurum için şu noktalarda rol oynamalıdır:

- Amaç ve yön duygusunu sağlamalı,
- Kurum kültürünü oluşturmalı,
- Rekabet ve motivasyon için hizmet etmeli.

Misyon işe anlam kazandırıp rekabet ortamı yaratır. Mutlaka iyi planlanıp yazılması ve sürekli olarak gözden geçirilip incelenmesi gerekir. Misyon hazırlanırken; kurumdaki bütün çalışanlar tarafından paylaşılmasına, kurum çalışanlarının misyonun yapısını bilmesine, kurumsal anlamda misyon konusunda uzlaşmaya varılmasına ve misyonun çalışanları etkilemesine önem verilmalıdır.

İletişim: İletişim, kişileri birbirine bağlayan ve onların sosyal bir grup olarak uyumlu biçimde çalışmasını sağlayan bir bağıdır. Bir kurum ya da organizasyonun çeşitli kısımları ve çalışanları arasındaki bilgi, duygu, anlayış ve yaklaşım aktarımını, bu aktarma işlemindeki tüm araç-gereç ve yöntemleri, söz konusu aktarma ile ilgili çeşitli kanalları ve mesaj şeklini içerir. İletişim sayesinde bir kurumda yönetim tarafından alınan kararlar, yapılan planlar çalışanlara aktarılır ve işlerin yapılması sağlanır. Birimler arasında koordinasyon ve işbirliği iletişimiyle gerçekleşir. Ayrıca çalışanlar da yaptıkları işlerle ilgili raporları, üst yönetim kademelerine iletişim yoluyla sunarlar, dilek ve şikayetlerini bildirirler.

Bir kurumda çok iyi planlar yapılabilir, çok iyi kararlar alınabilir; ancak bunlar uyumlu bir şekilde uygulamaya alınmadıkça ve çalışanlarca paylaşılmadıkça anlam ifade etmezler.



Tam da bu noktada devreye giren 'iletişim'in fonksiyonları dört başlıkta toplanabilir:

- Bilgi sağlama,
- Etkileme ve ikna etme,
- Birleştirme,
- Emir verme ve öğretim-egitim fonksiyonları.

Motivasyon: Motivasyon, kişi davranışlarının oluşumunu ve nedenlerini açıklayan psikolojik bir süreçtir. Kişiyi motive eden durumlar davranışa, davranışlar ise ulaşılacak hedefe öncülük eder. Kurumlar açısından motivasyon, çalışanların işe başlamalarını, işe devam etmelerini ve görevlerini istekle yerine getirmelerini sağlayan güç ve mekanizmalarının tamamını kapsar. Çalışanlar ihtiyaçlarını karşılamayı, işletmeler ise şirket hedeflerini gerçekleştirmeyi hedefler ve denge de işte tam bu noktada oluşan önemli bir kavramdır. Çalışan kişinin işine dört elle sarılmasını, çok çaba göstermesini, ortak amaçlara katkıda bulunmasını sağlamak, dolayısıyla da yüksek verim elde etmek için yöneticinin söz konusu kişileri iyi bir biçimde motive etmesi gerekir.

Güçlü Liderlik: Liderlik, kurum çalışanlarının ortaklaşa yaradılır.

Vizyonun özünde her zaman mükemmeli aramak vardır ve güvensizlik kavramını ortadan kaldırarak ortak bir ruh ve kimlik yaratır. Özetle, bir organizasyonda paylaşılan bir vizyon insanların organizasyonla ilişkisini değiştirir.

tilan vizyona dönük olarak bir araya gelmesini, ortak hedefleri büyük bir istek ve coşkuyla benimsemesini ve bu hedeflere ulaşmak için tüm varlığıyla katkıda bulunmasını sağlayan enerjik bir süreçtir. Lider kişi, bireyleri harekete geçirip sonuç almaya yönlendirir ve dolayısıyla da motivasyonu sağlar. Liderlik faaliyetlerinin temel amacı, kurum çalışanlarının yaptıkları işlerde daha etkin,



daha verimli ve daha başarılı olabilecekleri ortam ve imkanları sağlamaktır.

Liderlik ve yöneticilik çoğu zaman eşanlamli kavramlar olarak anilsa da liderlik ve yöneticilik birbirinden pek çok noktada ayrılmaktadır. Bu iki kavramı üç adımda yapacağımız bir karşılaştırmayla tanımlayabiliriz. İlk olarak; Yöneticilerin plan ve bütçe hazırladıkları noktada liderler kurumun yönünü belirler. İkinci adımda, yöneticiler örgüt ve kadro oluştururken liderler insanları hedeflere uydururlar ve son aşamada yöneticilerin problem çözmekle yükümlü olduğu noktada liderler motivasyon ve esin yaratırlar.

Buradan hareketle başarılı liderler; yaratıcı ve heyecanlı olan, yüksek hedefler koyan, gerçeklerle yüzleşebilen ve yenilgiyi kabul edebilen, inisiyatif sahibi, risk ve sorumluluk alabilen, geleceği gören, yüksek özgüvenli, kendine değer veren, misyonlarını net olarak sunabilen, etkili zaman yönetebilen ve başkalarıyla empati kurabilen insanlar olarak tanımlanabilir.

Kurum Tarihi ve Geleneği: Güçlü kültür ve geleneklere sahip kurumlar yaşamlarını ve etkilerini uzun süre devam ettirebilirler. Köklü bir tarih güçlü bir kültürün altyapısını oluşturur. Ülkemizde, kuruluş tarihi eskilere giden Hacı Şakir ve Vefa Bozacısı gibi şirketler, kurdukları köklü gelenekler ve iş anlayışları çerçevesinde günümüze dek ulaşabilmişlerdir.

Teknoloji, Ürünler ve Hizmetler: Kurumun sahip olduğu teknolojinin ya da mevcut teknolojide ya da üründe yapılan önemli bir yeniliğin, şirket kültürü üzerinde büyük etkisi vardır. Bu tip gelişmeler, iş gücü yoğun bir modelden teknoloji merkezli bir modele geçimlesini ve iş yapma biçimi ile şirket kültürünün değişimine neden olurlar.

Müşteriler: Müşterilerin profili şirket kültürü için önemli etkilere sahiptir. Bir şirketin geniş bir müşteri yelpazesine sahip olmadığı durumlarda, birkaç önemli müşteriye hizmet verilmesinin olumlu sonuçlar yaratmasına çalışılabilir. Özellikle hizmet sektöründe başarı teknik bilgi ve gelişme düzeyi kadar çalışanların müşterileri ile olan olumlu ilişkileri ile de bağlantılıdır.

Bilgi ve Kontrol Sistemleri: Yeni bilgi ve sistemlerin kurulması işlerin yapılma şeklini değiştirir. Bilgisayarların, internet ve intranetin iş hayatına girmesi kurumların kültürel dokularını ciddi anlamda etkiler.

Yasalar ve Çevre: Bölgesel yasaların ve kültürün etkisinin büyük olduğu dışa açılmamış kurumlar olduğu gibi, aynı kurumlar zincirine ait fakat farklı bölgelerde kurulmuş şirketlerin kültürlerinde farklılıklara rastlanır. Bir dış ülkede, farklı yasalar çerçevesinde kurulmuş kurumlar için de bu geçerlidir. Dış çevre koşulları ve hukuk sistemi, kurum kültürünü etkiler.

Ödül Sistemleri: Şirketin ödüllendirdiği davranışlar, o örgüt kültürü içinde şekillenir. Risk alan, yaratıcı olan, inisiyatif almak isteyen çalışanların ödüllendirildiği ya da cezalandırıldığı ortamın şirket kültürü açısından önemli bir veridir. Bir kurumda uygulanan adil ve dengeli ödül sistemi, kurum kültürünü olumlu etkiler ve onu güçlendirir.

Organizasyon şekli: Bir kurumun yapısının kurgulanışı, o kurumdaki işlerin nasıl yapılacağını belirler. Kurumun organizasyon yapısının bir sisteme dayanması tutarlı olmasını sağlar ve bu da kurumsal kültürü olumlu yönde etkiler.

Hedefler, Değerler, İnançlar: Kurumların, çalışmalarını yürütürken uyacaklarını beyan ettiği kurallar, amaçları, paylaştıkları değer ve inançlar kültür açısından önemli rol oynar. Paylaşılan değerlerin gelişmesi, kültürü güçlendirir ve ortak hedefler çevresinde birleşmesini sağlar.

4. Kurumsal Kültürün Yansıdığı Alanlar

Kurum kültürünün yansıdığı birçok alan vardır. Bunlar fiziksel, davranışsal ve sözel alanlar olarak sınıflandırılabilir. Fiziksel

“Lider kişi,
bireyleri harekete geçirip
sonuç almaya yönlertir
ve dolayısıyla da motivasyonu sağlar.”

anlamda bakıldığında kurumsal kültürün yansımasını logo, binalar ve dekorasyon, giyim tarzı, ofis düzeni, kullanılan araç-gereçler, kurumun işleyiş şeması, prosedürler olarak sıralanabilir. Kurumsal kültürün yansıdığı davranışsal alanda ise tören ve seremoniler, iletişim şekli, ödül ve cezalandırma sistemi, takım çalışması, sosyal etkinlikler gibi verilerle karşılaşılır. Son olarak sözel alanda ise kurumsal kültürün verileri konuşulan dil, hitap şekli, sloganlar, hikayeler ve işletme kahramanları olarak karşımıza çıkar. İşte, bir şirketin kurumsal kültürü ile ilgili yukarıda verdiğimiz ipuçlarını şu sorularla tespit edebiliriz:

• Kurumda doğrular, otorite sahibi kişilerce mi belirleniyor, yoksa araştıran herhangi biri de böyle bir uygulama yapabiliyor mu?

- Kurum, çevresiyle olan ilişkilerinde kontrol edici ve etkin bir rol mü oynuyor, yoksa etkilenen bir izleyici konumunda mı?
- Haftalık, günlük çalışma saatleri nasıl düzenlenmiş ve esnek çalışmaları ile homeoffice çalışma tarzı kurumda benimsenmiş mi?
- Kurumda kabul edilen giyim tarzı nasıl?
- Kurumda alınan eğitim ve çalışanların becerilerini geliştirmeye yönelik çalışmalar, o işte duyulan ihtiyaca ve gelecekte de çalışanların potansiyel değerini arttırmaya hizmet ediyor mu?
- Kurum bünyesinde dinlenme odaları, spor salonları ve oyun odaları gibi imkanlar sunuluyor mu?
- Ofis dışında ve ofiste meslektaşlarla geçirilen zamanın derecesi nedir?
- Müşterilerle, orta ve üst düzey müdürlerle olan ilişkilerin özellikleri nasıl?

Bu soruların cevabı aynı zamanda kurumsal kültürün, çalışanlar üzerindeki etkisini de açıklamaktadır.

5. Kurumsal Kültür ve Örgüt İklimi

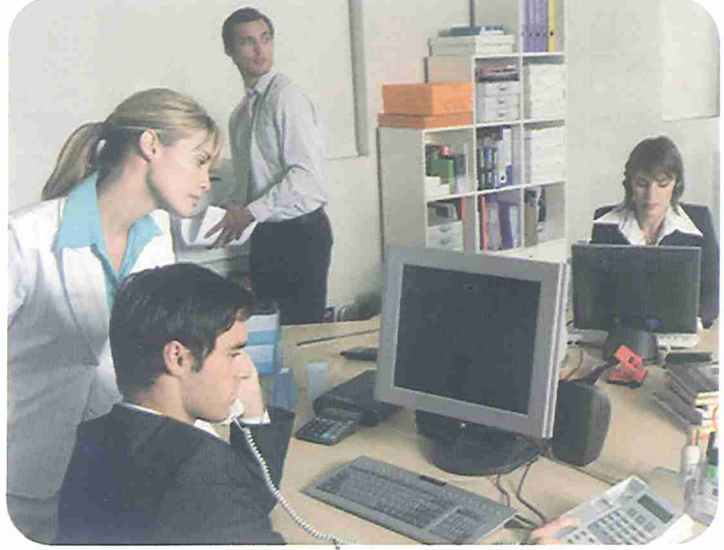
Örgüt iklimi, örgüte kimliğini kazandıran, çalışanlarının davranışlarını etkileyen ve onlar tarafından algılanan, örgüte egemen olan özelliklerin tümü olarak tanımlanabilir. Literatürde çoğu kez kurumsal kültür ile eşanlamı olarak kullanılan örgüt ikliminin özellikleri şöyle sıralanabilir: Kurumu ötekinden ayırır; Sürekli ve kolayca değişmez; Kurum çalışanlarının davranışlarını etkiler. Toplumların bir kültür mirasına sahip olmaları gibi, kurumların da sonraki çalışanlara devredilecek kuruma ait norm ve değerler bütünü vardır. Bu değerler bütünü anlamında örgüt kültürü, örgütün kimliğini de içinde barındırır.

6. Kurumsal Kültürün Benimsetilmesinde İnsan Kaynaklarının Rolü

Kurumun fonksiyonları içinde önemli bir yer tutan İnsan Kaynakları, 1970'li yıllara kadar Personel Bölümü olarak anılıyordu ve çalışanların gözünde daha çok kuralları belirleyen, kısıtlayıcı bir görevi vardı. Fakat toplumdaki ekonomik, sosyal, kültürel, yasal, siyasal ve benzeri değişiklikler, iş hayatında insan unsurunu daha belirleyici kılp ön plana taşıdı. 80'lerden sonra İnsan Kaynakları'nın rolü farklılaştı, kurum yapısını koruyan değil, değiştirip geliştiren niteliği belirginleşti ve bunun sonucunda insan kaynakları yönetimi ve strateji kavramları birleştirilerek "stratejik insan kaynakları" kavramı ortaya çıktı. Bu gelişmelere paralel olarak çalışanların işe karşı tutumları ve değer yargıları da değişti. Eğitim ve bilinç düzeyi yükselen bireylerin beklentileri ve kurumsal kültüre etkisi değiştiğçe "insan kaynağının etkin yönetimi" olgusu belirdi. Bir şirketi kuran, yöneten ve üretim sürecinin

Literatürde çoğu kez kurumsal kültür ile eşanlamı olarak kullanılan örgüt ikliminin özellikleri şöyle sıralanabilir: Kurumu ötekinden ayırır; Sürekli ve kolayca değişmez; Kurum çalışanlarının davranışlarını etkiler.

devam etmesi için vazgeçilmez olan insan faktörünün kurumsal kültür kapsamında en iyi biçimde değerlendirilmesi gerekir. Bu gelişmeler, kurumlarda İnsan Kaynakları Bölümüne bakışı değiştirdi, ücretlendirme, işe alma ve terfi, ücret araştırmaları, işçi-işveren ilişkilerinin ötesinde, işletme verimliliğinin ve performansının geliştirilmesinde odak noktası oldu.



Hem çalışanlar hem kurum açısından önemli fonksiyonları olan İnsan Kaynakları'nın verdiği hizmeti şöyle maddeleyebiliriz:

- Stratejilere uygun kültür oluşturma; Kurum stratejilerini destekleyici bir kurumsal kültürün oluşturulması, sabır, duyarlılık, ayrıntılara inebilme gibi yeteneklerin geliştirilmesini gerektirir. Böylece, ortak bir amaç ve vizyonun paylaşılması ve başarıya ulaşılması sağlanır.
- Değişim sağlama; Kuruma bağlılık ve özveriye sürekli kılarak, sağlam ve tutarlı bir kurumsal kültür oluşturulabilir.
- Kurum çalışanları arasında yüksek motivasyonu sürekli kılarak; Bireylerin yeterlilikleriyle sınırlanmış bir sistemin ötesinde, onların potansiyellerine ve kolektif hayal güçlerine dayalı bir sisteme işlerlik kazandırarak verimli ve başarılı bir kurumun temelleri atılabilir.

Değerlendirme

Bir kurumun kişiliği kabul edilen kurumsal kültür, son yıllardaki gelişmelerle daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Kurumların kendilerine özgü bir kültür oluşturmalarının başlıca nedeni, kültürün iş yaşamındaki olayları, çalışanları ve müşteri ilişkileri üzerinde son derece etkili olmasıdır. Kurumun çevrede tanınmasını, değerlerini, diğer örgüt ve bireylerle ilişkilerini biçimlendirir. Bu işlevi ile kültür, kurumun toplum içindeki yerini, hatta başarısını belirleyen bir araçtır. Tüm kurumların güçlü ya da zayıf bir kültürü vardır. Bu noktada dikkat edilmesi gereken, kurumsal kültürün oluşturulmasında, o yapının kurucularının ve pekiştirilip benimsetilmesinde de insan kaynakları uygulamalarının önemli rol oynadığıdır. Kültür ile ilişkili olarak düşünüldüğünde, bir kurumun organizasyonel yapısı ve yönetim tarzı da kurumsal kimlik ile bir arada ele alınmalıdır.

Referanslar:

- Trompenars, Alton; Riding the Waves of Culture, 1993
- Robbins / De Cenzo, Human Resource Management, 1996
- Cafoglu, Zühal, Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi, Avni Akyol Ümit Kültür ve Eğitim Vakfı Yayını, 1996
- Ertekin, Yücel, Örgüt İklimi, 1978
- Şirket Kültürü ve İş Prensipleri, İstanbul Ticaret Odası Yayını, 2000
- BodyID=82 <http://www.euvakif.org/gundem/gundem9.htm>
- <http://www.manas.kg/pdf/sbdpdf6/Guclu.pdf>
- <http://www.shrm.org/>

Yılın Girişimcisi Yarışması'nın Galibi

GOLDAŞ



Sedat Yalınkaya
Goldaş Kuyumculuk
Genel Müdürü
ve Yönetim Kurulu
Başkan Vekili

Ernst & Young tarafından düzenlenen Yılın Girişimcisi Yarışması'nın bu yılki birincisi, Türk mücevherat sektörünün ilk ve tek halka açık şirketi olan **GOLDAŞ** Kuyumculuk Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Başkan Vekili Sedat Yalınkaya oldu.

Yalınkaya ile girişimcilik konusundaki başarılı çalışmalarını hakkında bir röportaj gerçekleştirdik.

Kısaca kariyer öykünüzü anlatabilir misiniz?

Kültür Koleji ve Boğaziçi Üniversitesi Elektronik Bölümü'nden mezunum. İş yaşamına öğrencilik yıllarında aile şirketlerimizde çalışarak başladım. Mezun olduktan sonra tekstil ve inşaat sektörlerinde faaliyet gösteren Yalınkaya Grubu'nda görev aldım.

Ailemiz dokumaları ve tekstil atölyeleri ile ünlü Denizli'nin Babadağ İlçesi'nden geliyor. Babadağ, ilk tekstil tezgahının kurulduğu ilçe ve Türkiye genelinde Babadağlı 80 bin işadama var. Ailemizin 1800'lü yılların sonunda başlayan ticari hayatı, 1940'lı yıllarda babam Arif Zeki Yalınkaya'nın, Babadağ'da kurduğu tekstil atölyesi ile devam etti. Zamanla tekstilin yanı sıra inşaat da diğer faaliyet alanlarımızdan biri oldu.

Babamızdan bayrağı devraldığımız 1990'lı yılların başında, ağabeyim Hasan Yalınkaya ile birlikte, tekstil sektöründe plansız yatırımlar nedeniyle bir tıkanma olacağını öngörerek farklı yatırım alanlarını araştırdık ve Türkiye'de çok köklü bir geçmişi olmasına karşın sanayileşmemiş olan kuyumculuk sektöründe karar kıldık.

İşe önce ihracat ile başladık. Türkiye'de üretim yaptırıp yurtdışında pazarlıyorduk. Ancak bir süre sonra uluslararası kalite standartlarına sahip üretim yapabileceğimiz bir tesisin gerekliliğine inandık ve 1996 yılında Goldaş'ın temellerini attık.

Goldaş hakkında bilgi alabilir miyiz? Goldaş'ı rakiplerinden farklı kılan özellikler nelerdir?

Goldaş Kuyumculuk'u 1993 yılında, İstan-

bul-Merter'de, uluslararası bir marka yaratma vizyonu ve hedefi ile kurduk. Goldaş'ın kuruluş aşaması öncesinde kuyumculuk sektörü ile ilgili yaptığımız incelemelerde, sektörün dinamizm içermeyen, rutin ve klasik özelliklerinin ön plana çıktığını gördük. Bu dönemde kuyumculuk sanatı, ülkemizdeki köklü geçmişine rağmen bir sektör haline gelemedi. Uluslararası bir markanın gerekliliğine inandığımız bir ortamda Goldaş'ın temellerini attık.

Şu an 10 milyon adet üretim kapasitesine sahip tesislerimizde, altın ve gümüşün yanı sıra değerli ve sentetik taşlar ile üretim gerçekleştiriyoruz.

Bugün geldiğimiz noktada; uluslararası alanda geniş bir organizasyon ağı ile temsil edilen şirketimizin Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya, Tayland, Güney Afrika ve Çin'de temsilcilikleri var. 5 kıtada, 45 ülkeye ürünlerimizi ihraç ediyoruz. Türkiye'de Ankara, İstanbul, Antalya (Side) ve Muğla (Bodrum)'da, yurtdışında ise Rusya ve Çin'de Goldaş ürünleri satan mağazalar bulunuyor.

Sektörde farklılaşmak için öncelikle takıya olan yaklaşımımızı belirledik ve bu doğrultuda da takıyı yatırım aracı olarak değil akseptuar olarak kodladık. Bu yaklaşım beraberinde tasarım, müşteri hizmetleri, mağaza konseptleri, kullanılan teknoloji ve ürün çeşitliliği gibi alanlarda gerçek-

Bugün geldiğimiz noktada; uluslararası alanda geniş bir organizasyon ağı ile temsil edilen şirketimizin Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Rusya, Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya, Tayland, Güney Afrika ve Çin'de temsilcilikleri var. 5 kıtada, 45 ülkeye ürünlerimizi ihraç ediyoruz. Türkiye'de Ankara, İstanbul, Antalya (Side) ve Muğla (Bodrum)'da, yurtdışında ise Rusya ve Çin'de Goldaş ürünleri satan mağazalar bulunuyor.



leştirdiğimiz çalışmalarını getirdi. Tüm bu çalışmaların toplamında da diğerlerinden farklı bir marka imajı oluşturduk.

Geçirdiğimiz süreçte gerçekleştirdiğimiz ilkler, hem Goldaş markası için hem de sektör için önemli adımlardı. Tüketicilere verdiğimiz Kalite Güvence Sistem Sertifikası, internetten satış, terazinin olmadığı, tüketicilerin ürün fiyatlarını rahatça görebileceği ve gezebileceği şekilde tasarlanmış, Goldaş adını taşıyan mağazalar, CD katalog, AR-GE laboratuvarı, lisanslı ürün çalışmaları, "Takı Tasarım Yaz Okulu", yurtdışı borsalara kotasyon ilklerimizden sadece birkaçı. Ayrıca 1999 yılında İMKB'ye kote olan Goldaş, Türk mücevherat sektörünün ilk ve tek halka açık şirketi. Günü-

müzün takı ve aksesuar anlayışına baktığımızda ürünün aslında bir "sembol" olarak algılandığını görebiliriz. Ve bu "sembol" kavramı hem sektör hem de tüketici için geçerlidir. Bizim için semboldür çünkü ürünlerimiz Goldaş'ın takıya ve tasarıma bakış açısını ve marka imajını yansıtır. Tüketici için semboldür çünkü takılan aksesuar kişinin hayatı algılayışını ve kendini ifade etme tarzını yansıtır. Bu doğrultuda tasarladığımız her koleksiyonun bir hikâyesi olmasına dikkat ediyor ve koleksiyonlarımızı bu hikâye ile birlikte pazarlıyoruz.

Farklı beğenilere cevap vermek amacıyla Goldaş markası altında üç farklı marka ile tüketicilere hizmet veriyoruz. Bu alt mar-



kalarımızdan biri olan Silver D'sign, lisanslı ürünleri ve kendi alt markaları ile gümüş takı ve aksesuara yepyeni bir açılım getirdi.

Diğer bir markamız ise teknolojiye, ve Ar-Ge'ye yaptığımız yatırımların sonucunda, minik külçeler halinde ürettiğimiz Goldaş 'ChipGold'. Farklı bütçelere hitap eden 1; 2,5; 5; 10 ve 20 gramlık ağırlıkları ile 'ChipGold'ları çok farklı satış noktalarına sunarak ürünlerimize her yerde ulaşma kolaylığı sağlıyoruz. 'ChipGold'ları, Goldaş mağazaları ve seçkin kuyumcular dışında Petrol Ofisi İstasyonları ile Carrefour'larda da müşteriye ulaştırarak alternatif kanallar yarattık. Böylece külçe altını, benzin istasyonlarındaki marketlerde ve alışveriş merkezlerinde müşterilerle buluşturarak bir ilke daha imza atmış olduk.

Bunlar dışında, yeni evlenecek çiftler için de yeni bir marka olan Wedding D'sign'ı yarattık. Wedding D'sign, yeni evlenecek çiftlere yüz binlerce seçenek sunarak alyanslarını kendilerinin tasarlamalarına olanak sağlıyor.

“ Başarı ekip çalışması ile birlikte gelir. Biz bu ödülü Goldaş ailesi adına aldık. Çalışanlarımız, ortaklarımız ve müşterilerimizden aldığımız güçle Goldaş'ı bu günlere getirdiğimize inanıyoruz. Uğraşımız Goldaş'ı bir dünya markası yapabilmek için. Bunun için de çok çalışıyoruz. ”

Yılın Girişimcisi yarışmasında, Türkiye'yi Monte Carlo'da temsil etmek üzere seçildiniz. Bu süreçten bahseder misiniz?

Öncelikle, dünyada 20 yıldır yapılan bu yarışmayı ülkemizde de düzenleyen Ernst&Young Türkiye ve Milliyet Gazetes'i'ni bu girişimleri için kutlamak gerek. Bu yıl üçüncüsü düzenlenen yarışmada, arkadaşlarımız Goldaş'ın da yer alması gerektiğine inandı ve başvurumuzu yaptık. Elemelerin ardından 5 adayın yarıştığı finale kadar geldik. Yapılan sunumlar ve değerlendirmelerden sonra, değerli jüri üyelerinin de takdiri ile "Türkiye'de Yılın Girişimcisi" seçilerek ülkemizi onlarca ülke temsilcisinin katılacağı dünya finalinde temsil etmeye hak kazandık.

Bu ödülü almanızı sağlayan çalışma tarzınızın ve kişisel özelliklerinizin neler olduğunu düşünüyorsunuz?

Başarı ekip çalışması ile birlikte gelir. Biz bu ödülü Goldaş ailesi adına aldık. Çalışanlarımız, ortaklarımız ve müşterilerimizden aldığımız güçle Goldaş'ı bu günlere getirdiğimize inanıyoruz. Uğraşımız Goldaş'ı bir dünya markası yapabilmek için. Bunun için de çok çalışıyoruz. Kendi sektörümüzde ve diğer alanlarda olup bitenleri iyi izlemek gerektiğine inanıyorum. Değişimi herkesten önce yakalayıp buna uygun stratejiler geliştirdiğinizde, rakiplerinizin bir adım önünde olabiliyorsunuz. Goldaş'ın üstlendiği öncü rol de bunun kanıtı. Vizyon sahibi olmak, yaratıcılık ve yeni fikirleri hayata geçirebilme yeteneği de Goldaş'ı bu noktaya getirmemizde etkili oldu.

Türk kuyumculuk sektörü dünyanın çok sayıda ülkesine ihracat yapan dünya ikincisi sektör haline gelmiştir. Sektörünüzde veya genel olarak iş dünyasında dünya standartlarına ulaşabilmek için özellikle dikkat edilmesi gerektiğini düşündüğünüz noktalar nelerdir?

“ Son yıllarda Türk tüketicisi altını sadece bir yatırım aracı olarak görmüyor. Özellikle de şehirli ve eğitilmiş kadın, bir takı ya da aksesuarı tasarımını beğendiği için satın alıyor. Dolayısıyla firmaların bu eğilimi de göz önünde bulundurarak ürünlerini tasarlamaları ve tasarımlarını da bu doğrultuda zenginleştirmeleri gerekiyor. ”

Öncelikle firmaların hem kendi sektöründeki hem de farklı alanlardaki yenilikleri iyi izlemeleri gerekiyor. Yenilik takipçisi firmaların markalaşması ve dolayısıyla dünya pazarlarında etkin olması çok daha kolay. Bu noktada markalaşmanın önemini iyi anlaşılması gerektiğini düşünüyoruz. Ayrıca firmaların hedeflerini doğru belirlemeleri ve bu hedeflere ulaşmak için doğru stratejileri saptayıp uygulamaya koymaları şart. Farklılık yaratmak, dünya pazarında etkin olmanın en önemli yollarından biri. Bununla birlikte dünyayı, kendi sektörünü ve diğer alanlarda olup bitenleri izleyen, anlamaya çalışan ve gelecek hedeflerini de bu doğrultuda oluşturan firmaların başarısının kaçınılmaz olduğunu düşünüyorum.

Son yıllarda Türk tüketicisi altını sadece bir yatırım aracı olarak görmüyor. Özellikle de şehirli ve eğitilmiş kadın, bir takı ya da aksesuarı tasarımını beğendiği için satın alıyor. Dolayısıyla firmaların bu eğilimi de göz önünde bulundurarak ürünlerini tasarlamaları ve tasarımlarını da bu doğrultuda zenginleştirmeleri gerekiyor. Katma değeri yüksek ürün deyince karşımıza yine tasarım ve markalaşma çıkıyor. Bu doğrultuda firmaların yapması gereken, özgün tasarımlar yaratmak ve bunları doğru bir biçimde sunmak.

Girişimcilerin Türkiye’de ve dünyada karşılaşabilecekleri başlıca problemler nelerdir? Girişimci ve girişimci adaylara bu problemlerle başa çıkabilmeleri için ne gibi yöntemler izlemelerini önerirsiniz?

Yeni bir iş alanına girdiğinizde en büyük problem, pastadan kendinize pay alabilmek. Dünyanın neresinde iş yaparsanız yapın, aynı sorunla karşılaşacaksınız. Bunun için tüketiciye yeni bir şeyler vaat edebilmeli ve rakiplerinizden farklılaşmayı bilmelisiniz.

Yurtdışında işiniz daha da zor oluyor. Öncelikle ürünlerinizle kendinizi ispatlamanız gerekiyor. Bir Türk şirketinin tasarım ve kalite olarak uluslararası standartlarda ürün ortaya koyabileceğini göstermeniz lazım. Goldaş’ı ilk kurduğumuz dönemde bu böyleydi. Ancak zamanla kendimizi ispatladık. Şimdi dünya piyasasında Türklerin altın işindeki ustalığı konuşuluyor.

Yeni gireceğiniz ülke pazarlarını çok iyi analiz etmelisiniz. Çünkü her ülkedeki tüketici beğenileri ve istekleri, iş yapma biçimleri birbirinden farklı. Bu hangi sektörden olursa olsun girişimcilerin karşısına çıkacak başlıca sorunlardan biri.

Son tüketiciye ulaşmak noktasında da tanıtımın önemine inanıyoruz. Özellikle de yurtdışını hedefliyorsanız... Markalaşmanın yolu istikrarlı bir iletişim süreci yürütmekten geçiyor.

Fırsatları iyi değerlendirmek çok önemli. Bu Türkiye’de de böyle, dünyada da... Girişimci adaylarına yeni şeyler yapabilecekleri, bilgi ve donanımlarını en iyi şekilde değerlendirecekleri potansiyel iş alanlarını gözetmelerini tavsiye ediyorum.

Yeni fikirler başlangıçta hep kuşku ile karşılanır. Bu her zaman böyle olmuştur. Önemli olan cesur kararlar alıp bunları uygulayabilmenizdir. Girişimcilik de böyle aslında. Önünüze engeller çıksa da yılmadan, çok çalışarak bunların üstüne gitmek gerekiyor. Girişimcilik Türklerin genlerinde var. Dünyanın neresine gidersek gidelim başarılı olacağımıza inanıyorum.

Ekleme istedikleriniz...

Tüketicilerin istek ve beğenileri hızla değişiyor. Bu değişimleri iyi analiz etmeye, yeni ürün ve markalarla müşterilerimizin karşısına çıkmaya ve böylece Goldaş markasını daha geniş bir kesime tanıtmaya çalışıyoruz.

Ürün portföyümüzü yeniliklerle zenginleştirmeye devam edeceğiz. Teknoloji ve Ar-Ge yatırımlarımız aynı şekilde sürecek. Mağazacılık alanında yurtiçinde ve yurtdışında istikrarlı bir büyüme modelini seçtik. Her yıl açtığımız yeni mağazalarla çok daha geniş bir tüketici kitlesine ulaşmayı hedefliyoruz. Hem yurtiçinde hem de yurtdışında yürüttüğümüz PR ve reklam çalışmalarımız önümüzdeki dönemlerde de devam edecek.

Yurtiçinde ve yurtdışında, 5 yıl içinde 100 mağazaya ulaşmak hedefindeyiz.

Rusya’nın yanı sıra Çin’de de mağazacılık alanında büyümeye başladık ve önümüzdeki dönemlerde de büyümemizi sürmeyi amaçlıyoruz. Belirlediğimiz bu hedeflerle Goldaş markasını uluslararası alanda da daha geniş bir kitleye tanıtmaya amacımızı gerçekleştirmiş olacağız. Ayrıca yurtdışı temsilcilik ağıımızı genişletmek önümüzdeki dönem için öncelikli hedeflerimiz arasında yer alıyor.

Özellikle uluslararası alanda yeni tüketici gruplarına ulaşmak konusunda lisans anlaşmaları çok önemli katkılar sağlıyor. Lisanslı ürün portföyünü yeniliklerle büyütmek şirket vizyonumuzda önemli bir yere sahip. Bunun için de araştırmalarımızı sürdüreceğiz. Hedefimiz yeni futbol kulüpleri ve karakterlerin lisans haklarını elde etmek.

Yıllık 10 milyon adet üretim kapasitesine sahip üretim tesislerimizin kapasitesinin artırılması da hedeflerimiz arasında yer alıyor. Goldaş markasına yatırım yapmayı ve uluslararası bir marka olma hedefine ulaşmak yolunda çalışmayı sürdüreceğiz. Grup olarak dünya altın piyasasında; altın madeni işletmeciliği, rafinerisi, has altın ticareti, altın takı üretimi, pazarlaması ve perakendeciliği olmak üzere dikey bir yapıyla bir dünya şirketi haline gelmeyi hedefliyoruz.





Prof. Dr. Füsun Kocabaş
E.Ü. İletişim Fakültesi
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Dr. Baskın Kocabaş
Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Uzmanı



TELEVİZYON REKLAMLARI VE ÇOCUK SAĞLIĞI



Televizyon reklamlarının hemen her yaş grubundan izleyicinin, pek çok konudaki tutum ve davranışlarının oluşmasında etkisi olduğu tartışılmaz bir gerçektir. Bu nedenle televizyon reklamlarının çocukların fiziksel, zihinsel ve ruhsal sağlıkları üzerindeki etkileri söz konusu olduğunda konu, hem doğrudan çocuklar üzerindeki etkileri ve hem de başta ebeveynleri olmak üzere yetişkinler üzerindeki etkileri aracılığı ile dolaylı olarak çocuklar üzerindeki etkileri olmak üzere ikili bir yaklaşımla incelenmelidir.

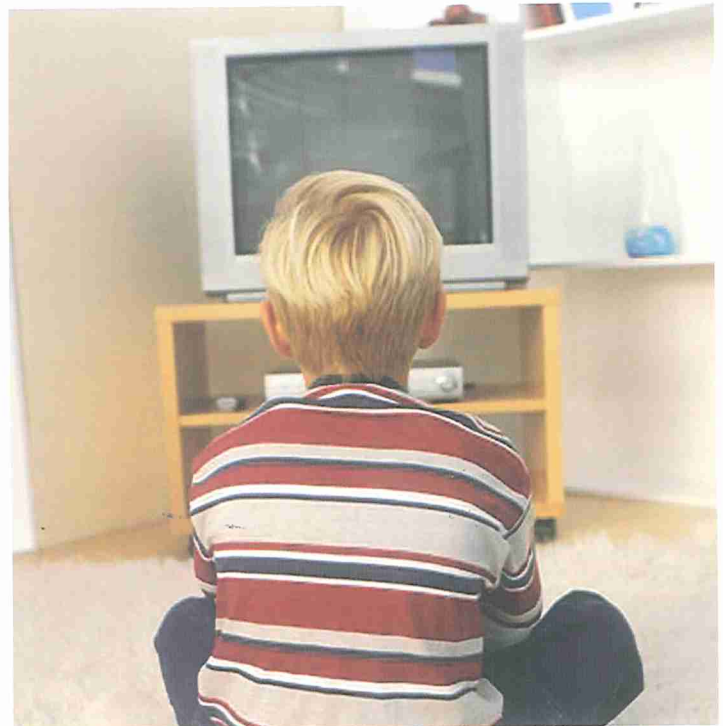
Televizyon reklamlarının en sadık izleyicileri çocuklardır. Yetişkinlere ulaşmayı hedeflemiş olsa bile, hızlı plan değişiklikleri, canlı renkler ve müzik içeren reklamlar çocukların çok hoşuna gitmektedir. Aileler ise çocuklarının reklam izlemesini genellikle, onları oyalamanın, susturmanın ve yemek yedirmenin bir yolu olarak gördüklerinden bu durumda pek şikayetçi olmamaktadırlar. Oysa küçük yaşlarda yoğun televizyon izleme pek çok çocukta sözel becerilerin gelişip

güçlenmesinin önünde bir engel oluşturabilmekte ve hatta bu yaşlarda oluşan gerilik ömür boyu kalıcı olabilmektedir. Bu nedenle özellikle üç yaşın altındaki çocukların televizyon reklamlarını izlemeleri pek önerilmemektedir. Aşırı reklam izlemenin otizmin bir belirtisi olabileceği gerçeği de unutulmamalıdır.

Hiç şüphesiz televizyon reklamları ve çocuk sağlığı denildiğinde üzerinde en çok tartışılan konu, reklamların çocukların beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkileri olmaktadır. Yapılmış olan tüm araştırmalar, reklamların çocukların beslenmesini bozma, çikolata, şekerleme, gazlı içecekler,

cips gibi abur cubur ve fast-food tüketme alışkanlıklarını körükleme etkisi olduğu sonucuna varmaktadır. Televizyonda reklamı yapılan yiyecek maddelerinin %90'ından fazlası yüksek oranda yağ, şeker ya da tuz içermektedir. Bu tür sağlıksız beslenmenin çocuklarda diş çürümelerine, özellikle de obeziteye (şişmanlık) yol açtığı bilinmektedir.

Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi tarafından 2003 yılında İstanbul'daki 11 farklı kreş, ilköğretim okulu ve lisedeki 4-18 yaşları arasındaki 1400 çocuk üzerinde yapılan araştırmaya göre ABD ve Avrupa ülkelerinin en büyük sorunu olan obezitenin Türk çocukları -özellikle üst sosyo-ekonomik gruba dahil olanlar- için de bir tehdit unsuru olduğu saptanmıştır. 1968-69 yıllarında yapılmış benzer araştırmalarda erkek çocukların %11'inde, kız çocukların ise %9'unda obezite saptanmıştır. Bugün ise üst ve orta gelir grubundaki çocuklarda obezite oranı %24'lere çıkmaktadır. Böyle devam ettiği takdirde 30 yıl sonra Türk toplumunun yarısının obez olacağı ön görülmektedir. Obez çocuklar genellikle obez





yetişkinler olmaktadır. Yani obez çocuklar ileride kalp ve şeker hastası yetişkinler olma riski taşımaktadırlar.

Bu durumun başlıca nedenleri arasında;

- çocuğun, anne sütü yerine hazır mama ile beslenmesi,
- fast-food ve gazlı içecekler,
- hazır besinler,
- hareketsizlik, özellikle televizyon ve bilgisayar karşısında çok vakit geçirme,
- ebeveynlerin besini bir hediye gibi görüp sürekli ikramda bulunması v.b.gösterilmektedir.

Sözü edilen nedenlere baktığımızda ve 1968- 69 yıllarından bu yana şişmanlık oranlarındaki artışı dikkate aldığımızda, bu tarihlerden sonra hayatımıza giren televizyonun ve televizyon reklamlarının etkisinin olmadığını söyleyebilir miyiz?

Aslında televizyon reklamları ile çocuklara satılan ürünler değil, sağlıksız yaşam tarzı ve alışkanlıklardır. Okul çağı öncesindeki çocuklar uyumak dışındaki vakitlerinin en büyük kısmını, okul çağındaki çocuklar ise uyumak, okula gitmek, ödev yapmak dışında kalan boş vakitlerinin %77.33'ünü televizyon başında ve hareketsiz bir şekilde geçirmektedirler. Yeterli fiziksel aktivitenin olmayışı şişmanlığı körüklemektedir. Televizyon izleme saatlerinin azaltılması obez çocuklardaki kilo alımının kontrolünde etkili sonuç vermektedir. Obez çocuklar yoğun televizyon seyreden kişiler olmakla beraber televizyon izleme süresinin azaltılması ile aktivite düzeyleri artmakta ve yağ oranı yüksek, yüksek kalorili yiyecek reklamları ile daha az karşılaşmaktadırlar.

Çocukları fast-food tüketmeye yönlendiren reklamlar ise çok daha fazla sakıncalıdır. ABD' deki besin uzmanlarınca, sık fast-food yiyen çocuklarda, artan bir saldırganlık, korkulu düş görme ve uykusuzluk saptanmıştır. Bu durum, söz konusu yiyeceklerin aşırı karbonhidrat içermesi nedeni ile vücuttaki Thiamin (B1 vitamini) adlı maddenin azalmasına yol açmasından kaynaklanmaktadır. B1 vitamini eksikliğinin beyin ve sinir sistemi bozukluğu ile giden ciddi hastalıklara neden olduğu bilinmektedir.

Televizyon reklamlarının olumsuz etkilerine karşı çocukları korumak için hemen her ülke yasal düzenlemeler getirmekte, reklamcılıkla ilgili meslek örgütleri ise konu ile ilgili etik kodlar belirlemektedir. Ancak televizyon yayınlarının ülke sınırlarını çoktan aştığı günümüzde ülkesel bazda yapılan yasaklamalar ve mevzuat düzenlemelerinin ne derecede etkili olacağı da ayrı bir tartışma konusudur. Ailelerin çocuklarının televizyon izleme saatlerine sınırlama getirmeleri de diğer bir

önlem olarak gösterilebilir. Kuşkusuz, reklamlar sadece televizyonda yayınlanmadığı için başta internet olmak üzere yeni teknolojik medyada bu önlemlerin nasıl alınacağı bir başka sorun olarak gündeme gelmektedir. Kanunlarla, yasaklamalarla istenilen sonuca ulaşmanın çok zor olduğu gerçeğinden hareketle çocukların aşırılıklara karşı eğitilmesi, reklamların insanlara ihtiyaçları olmayan şeyleri de aldırma çalıştığını anlamasını sağlamak yani "eğitim" en uygun çözüm olabilir. Burada başta ailelere ve eğitimcilere büyük sorumluluk düşmektedir. Bunda başarılı olabilmek için hiç şüphe yok ki öncelikle yetişkinlerin de bilinçlenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, sadece reklamlar için değil her türlü yayın için, medya bilinci oluşturma ve medya eğitimi, akla ve uygulamaya yatkın bir çare olarak görünmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Behrman, Richard E.; Kliegman, Robert M.; Jenson, Hal B., Nelson Textbook Of Pediatrics, 16th Ed. W.B. Saunders Comp., 2000, USA.
- Çocuk ve Aile, Yıl:6, Sayı:59, Nisan 2003, Ankara.
- İLAD, İletişim Araştırmaları Derneği Bülteni, Mart-Nisan 2000, Sayı: 19.
- Kapferer, Jean Noel, Çocuk ve Reklam, Çev: Şermin Önder, Afa Yayınları, 1991, İstanbul.
- Media Cat, Yıl:11, Sayı:98, Mart 2003, Ankara.
- Rudolph, Abraham M.; Hoffman, Julien I. E.; Rudolph, Colin D., Rudolph's Pediatrics, 20th Ed. Prentice Hall International, Inc., 1996, USA.
- Strauss, Richard S., "Childhood Obesity", The Pediatric Clinics Of North America, V:49, N: 1, February 2002, USA.
- <http://www.mediascope.org/pubs/ibriefs/cha.htm>
- <http://members.tripod.com>



16 Kasım 2005



EGİAD'lı dostlarımız ile birlikte futbol maçı seyretmenin keyfini ve heyecanı yaşamak ve Milli Takımımıza gönül desteğimizi vermek amacıyla, İstanbul'da Fenerbahçe Şükrü Saraçoğlu Stadyumunda oynanan 8. Dünya Kupası Avrupa elemeleri play-off baraj ikinci maçı Türkiye-İsviçre A milli Futbol karşılaşmasını Karaca Otel'de birlikte izledik.



21 Kasım 2005

Derneğimize yeni kayıt olan üyeleri daha yakından tanımak, EGİAD'ın projelerini konuşmak ve çeşitli konularda görüş alışverişinde bulunmak amacıyla Dernek Merkezimizde "Üye Tanışma Töreni" düzenlenmiştir. Toplantıdan sonra yeni üyelerimize üyelik plaketleri sunulmuştur.

21 Aralık 2005

EGİAD KalDer İzmir şubesi tarafından her yıl düzenlenen Ege Bölgesi Kalite Ödülü'ne aday olarak başvurmuştur. Yarışma çerçevesinde derneğimiz üyelerinden 20 kişilik bir grup seçilerek EFQM Kalite Eğitimi almaları planlanmıştır. Bu grup yarışma sürecinde de etkin rol üstleneceklerdir. Konuyla ilgili ilk bilgilendirme eğitimi 21 Aralık Çarşamba günü EGİAD Dernek Merkezinde gerçekleştirilmiştir.

3 Aralık 2005

Sivil Toplum Kuruluşları Uyum Derneği (SKUD) tarafından Ege Üniversitesi ile birlikte "İzmir'de Toplumsal Duyarlılık ve Gençler" konusunun işlendiği 3.STK Sempozyumu düzenlenmiştir. Bu sempozyumda destekleyen kurumlar arasında bulunan EGİAD, Yönetim Kurulu Başkanımız Sn. Fatih Dalan'ın sunumunu yaptığı "Gençlerin Toplumsal Duyarlılıkta Rolü" konu başlıklı çalışmayı ile yer almıştır.



26 Aralık 2005



Maliye Bakanlığınca yürütülen yeniden yapılanma çalışmalarını çerçevesinde İzmir'de kurulan Vergi Dairesi Başkanı Mustafa Bulut ve Grup Müdürleri M.Yavuz Öner, Çağlan Gençer, Yusuf Çilkoparan, Rufat Engin Ege Genç İşadamları Derneği'nde düzenlenen toplantıda üyelerimize vergi idaresindeki yeni sistem ve uygulamalar konusunda bilgi verdiler.

Ege Bölgesi Kalite Ödülü için çalışmalarını sürdüren EGIAD ekibi, Dernek Merkezinde biraraya gelerek çalışmalarını gözden geçirmiştir.

27 Aralık 2005



28 Aralık 2005



EGİAD geleneksel olarak düzenlediği yeni yıl kokteylinde üyeleri ile buluştu. Crowne Plaza'da düzenlenen geceye, İzmir Valisi Sn Oğuz Kaan Köksal, Büyükşehir Belediye Başkanı Sn Aziz Kocaoğlu, Emniyet Müdürü Sn Halil Tataş, EGİAD Danışma Kurulu Başkanı Sn Kemal Çolakoğlu eşleriyle katılırken, davetlileri EGİAD Başkanı Fatih Dalan, eşi ve Yönetim Kurulu üyeleri karşıladı.





29 Aralık 2005

KalDer, EGiAD'ın da aralarında bulunduğu Yerel Kalite Ödüllerine başvuran kuruluşları bir tanıtım kokteyli ile EBSO Sanayiciler Kulübünde bir araya getirmiş ve kamuoyuna tanıtmıştır. KalDer İzmir Şubesinin düzenlediği Yerel Kalite Ödülleri 2006 yılının Nisan ayında sahiplerini bulacaktır.

5-6-7 Ocak 2006



İzmir Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği tarafından "KOBİ Fuarı ve Ahilik Haftası Kutlamaları & Mesleki Teknik Eğitim, Rehberlik ve Kariyer Fuarı" 5 - 7 Ocak 2006 tarihleri arasında İzmir Fuar alanında gerçekleştirilmiştir. Söz konusu Fuar kapsamında EGiAD da bir stand kurmuştur.

24 Ocak 2006



EGİAD olarak çeşitli sektörlerle ilişkin gündemdeki sorunların belirlenmesi, çözüm önerilerinin geliştirilmesi ve ilgili merciler nezdinde girişimlerde bulunulması amacıyla bir dizi Sektör Toplantıları yapılması planlanmıştır. Bu amaçla İzmir Hilton Oteli'nde gerçekleştirilen EGiAD Sektör Toplantılarının birincisi "OTOMOTİV ve OTOMOTİV YAN SANAYİ" konusunda olmuştur. Sektör grubu temsilcisi olarak üyemiz Sn Selim Özgörkey seçilmiştir.

26 Ocak 2006



Ege Genç İşadamları Dernekleri Federasyonu Ocak ayı Yönetim Kurulu toplantısı EGiAD evsahipliğinde EGiAD Dernek Merkezinde gerçekleştirilmiştir.

Tükelmat

“baskı yapmak gibi olmasın,
baskı yapıyoruz...”

Tükelmat

İMBAŞ



CMYK-tükelmat

Ticaret Gazetesi
Matbaacılık Ticaret ve Sanayi A.Ş.
1571 Sokak No: 16 Çınarlı - İZMİR
Tel: 0.232.461 96 42 - 461 71 94
Faks: 0.232.461 96 46

28 Ocak 2006

Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı (TOSYÖV) tarafından İzmir Princess Otelinde "KOBİ Destekleri ve Krediler" konulu bir seminer düzenlenmiştir. Seminerde Yönetim Kurulu Başkanımız bir açılış konuşması yapmıştır.



Türkiye Genç İşadamları Konfederasyonu (TÜGİK) Genişletilmiş Başkanlar Kurulu toplantısı Antalya'da yapılmıştır. Toplantıda EGIAD, Yönetim Kurulu Başkanı Fatih Dalan, Başkan Vekili Cemal Elmasoğlu, Yönetim Kurulu üyelerinden S.Etem Özsoy, Reha Atakan, Temel Aycan Şen, Güçlü Yunusoğlu, Aşkın Baysal, Genel Sekreter Doç.Dr Mustafa Tanyeri ve Dış İlişkiler Koordinatörü Cemal Tükel'den oluşan 9 kişilik bir heyetle temsil edilmiştir. İki gün süren toplantıda TÜGİK'in yeniden yapılanması ve gelecek dönemde yapacağı faaliyetler görüşülmüştür. Toplantı kapsamında "Türkiye'de Turizm" konulu bir panel gerçekleştirilmiştir.

3-4 Şubat 2006

6 Şubat 2006

KalDer İzmir şubesi tarafından düzenlenen Ege Bölgesi Kalite Ödülüne derneğimiz resmen adaylık başvurusunda bulunmuştur. Üyelerimizden oluşan çalışma grubunun hazırladığı ödül başvuru dosyası KalDer'e teslim edilmiştir.

16 Şubat 2006

Ege Üniversitesi tarafından düzenlenen Halkın Üniversitesi projesi kapsamında gerçekleştirilen "Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde Bornova'da Sanayi ve KOBİ'ler konulu panele EGIAD adına Genel Sekreter Sn DOÇ.Dr.Mustafa Tanyeri konuşmacı olarak katılmıştır.



Üyelerin kaynaşması ve sohbet etmesi amacıyla belirli aralıklarla düzenlenen geleneksel "EGİAD Bizbize Yemeği", Konak Best Western Otel'de gerçekleştirilmiştir.

8 Şubat 2006

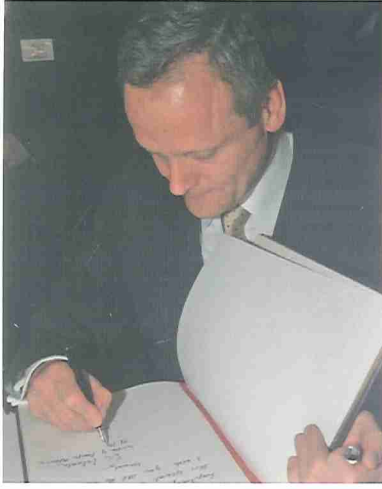
14 Şubat 2006



Sektör toplantılarımızın ikincisi Deniz ve Kara Taşımacılığı konusunda çalışan üyelerimizin katılımı ile İzmir Hilton Otelinde gerçekleştirilmiştir. Toplantıda sektörün mevcut sorunları ve gündemde olan yasal düzenlemelerden sonra ortaya çıkacak yeni sorunlar ele alınmıştır. Sektör grubu temsilcisi olarak üyemiz Sn Süer Gönültaş seçilmiştir.

FAALİYETLERİMİZ

17 Şubat 2006



59. Ege Toplantısı Çek Dışişleri Bakanı Cyril Svoboda'nın katılımıyla Crowne Plaza Oteli'nde gerçekleştirilmiştir. Çek Cumhuriyeti Ankara Büyükelçisi, Milletvekilleri, Diplomatik Misyon temsilcileri ve üyelerimizin hazır bulunduğu toplantıda Avrupa Birliği'ne Tam Üyelik Sürecinde Çek Cumhuriyeti Deneyimleri ve Türkiye İçin Öneriler" konulu bir konuşma yapan Çek Dışişleri Bakanı, Türkiye'nin sahip olduğu potansiyel ile AB için bir kazanç olacağını ve ülkesinin Türkiye'nin tam üyeliğini desteklediğini belirtmiştir.. Aynı gün toplantıdan önce düzenlenen bir törenle Yönetim Kurulu Üyemiz Sn Etem Özsoy Çek Cumhuriyeti İzmir Fahri Konsolosu olarak resmen görevi devralmıştır.

İzmir İktisat ve Yüksek Ticaretliler Derneği İZİMDER tarafından 2.İktisat Günleri kapsamında düzenlenen "Başkanların 2006'ya Bakışı" konulu panele konuşmacı olarak Yönetim Kurulu Başkan Vekilimiz Sn Başar Manisalı katılmıştır.

EGİAD



1456 sokak No:10/1 K:8 Punta İşmerkezi Alsancak / İZMİR adresindeki EGIAD yeni ofisinin dekorasyon ve tadilat isleri devam etmektedir. Basar Karcioğlu, Reha Atakan, Güçlü Yunusoglu, Sunay Akça, Tankut Karabacak, Erim Örgü, Cüneyt Baysak, Baturalp Berberoglu'ndan oluşan "Bina Komisyonu" 2 aydır dekorasyon ve tadilat projelerini yürütmektedir.

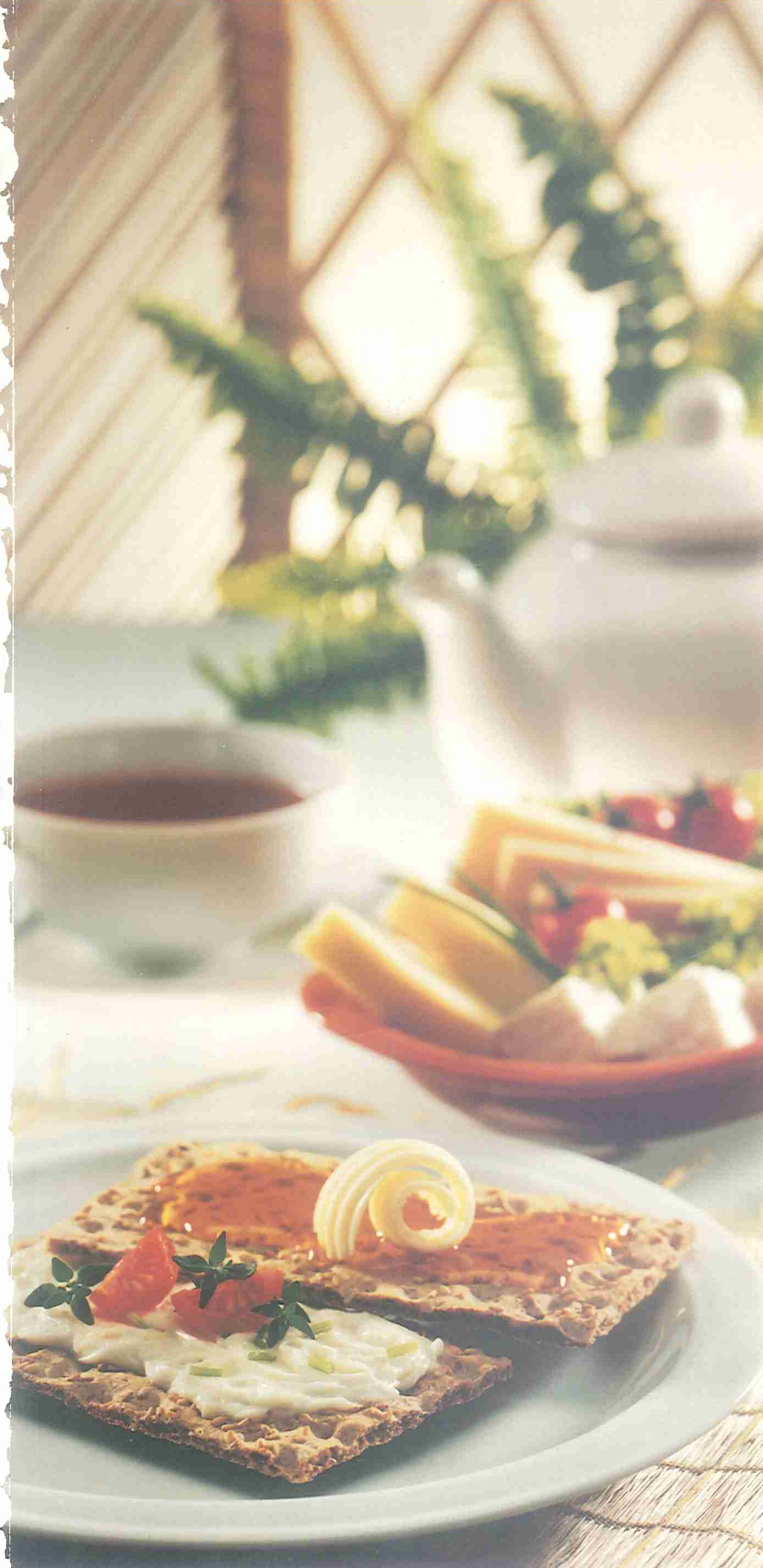


doğal güzel

www.**dalan**.com.tr

Kalite, güven ve
lezzete konan
ÜÇ NOKTA!

Köylüm, Süt Köy ve Aslı Lojistik...




KÖYLÜM
SÜT ÜRÜNLERİ SAN. VE TİC. A.Ş.

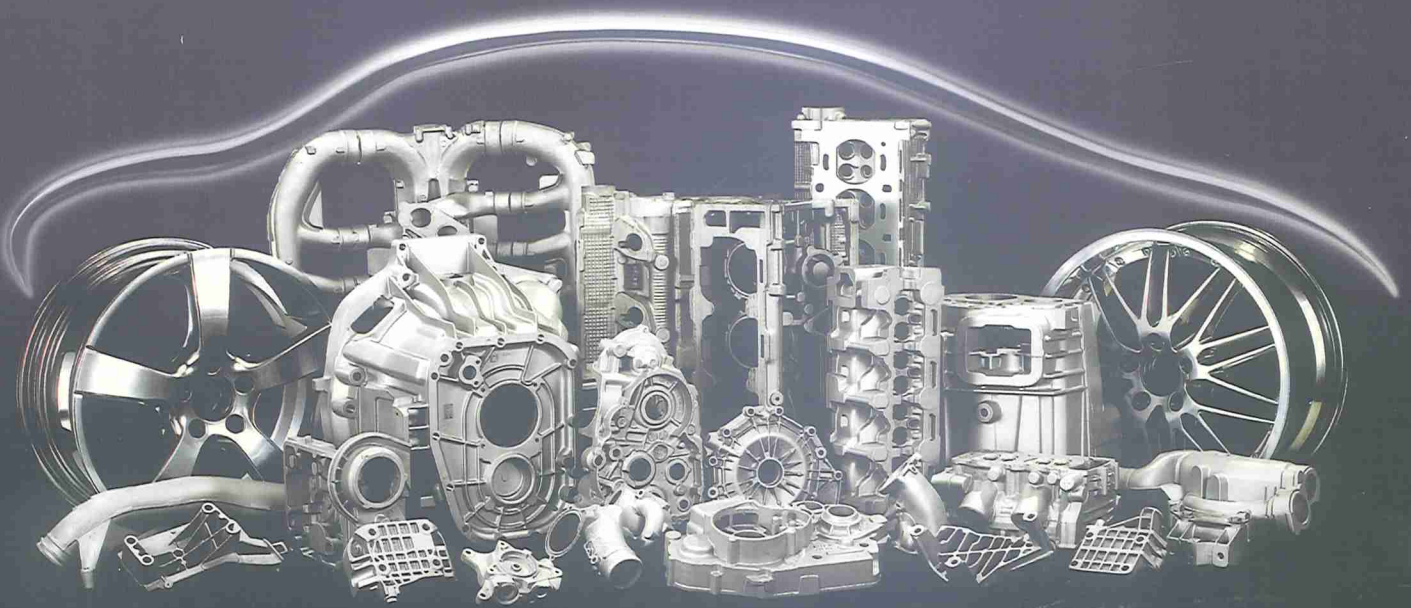
SÜT KÖY
TARIMSAL ÜRÜNLER PAZARLAMA SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

ASLI LOJİSTİK
HİZMETLERİ VE NAKLİYECİLİK SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

Köylüm; en lezzetli peyniri güvenle yemek isteyenler için, ISO Kalite Belgesi'ne sahip gerçek peynirler üretiyor.

Köylüm; bu kalite, lezzet ve güveni, çatısı altındaki satınalma ve pazarlama şirketi Süt Köy, taşımacılığını yapan Aslı Lojistik ile tamamlıyor. Süt Köy, Aslı Lojistik ve Köylüm lezzeti, ağız tadınıza son noktayı koyuyor.

PARANTEZ



CEVHER

"WE SERVE THE AUTOMOTIVE INDUSTRY."