

BEYOND

YIL: 11 SAYI:17 KASIM 2011

- *Tekstil*
- *Sürdürülebilir Tasarım*
- *EGSD Başkanı Özcan TORUN*
- *Sıcak Para*
- *Kızılötesi Fotoğraf*





Merkez : Necati Bey Bulvarı No:27 Çankaya
Telefon : (0232) 441 41 25
Fabrika : 5733 Sokak No:130/201-202
Telefon : (0232) 253 60 60
Web : www.akgulgomleksanayi.com
Bayi Portalı : www.akgultoptan.com



İÇİNDEKİLER

Fiyatlandırma	4
Sürdürülebilir Tasarım	6
Tekstil	8
EGSD Başkanı Özcan TORUN	17
Sıcak Para	22
Salim KADIBEŞEĞİL	26
Fatih Ekşi	28
Temel Aksoy	35
Kitap Özetimiz	38
Şiir	39
Kim Bu Bozbaykuşlar	40
Hayal Teyze	41
Kızılötesi Fotoğraf	42
Bir Efsanenin Çöküşü	44



Sahibi:

Temel Aycan ŞEN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:

İlhan BİLGEHAN

Editör:

Pınar ERTEM

Yayın Kurulu:

Pınar Ertem
Dr. Aysun Kapucuğil İkiz
Nuri Pınar Yıldırım
Okt. Gürcan Bozkır
Ali Çakmak
Fatih Eşki
Sezen Özdemir
Miray Yoldaş
Bora Özkent
Tunç Kılınç
Ömer Karapınar
Uğur Dündar
Volkan Özaltın
Ceren Sönmezışık
Dilek Karataş

Yazışma Adresleri:

D.E.Ü İşletme Fakültesi Kulübü
Tınaztepe / Buca / İZMİR
Tel - Faks: 0 232 453 50 67
www.deubclup.com
e-posta: debaclup@hotmail.com
e-posta: deubclub@gmail.com

Ege Genç İşadamları Derneği

1456 Sk. No:10/1 Kat:8
Punta İş Merkezi Alsancak / İZMİR
Tel - Faks: 0 232 422 30 00 /
0 232 422 33 00
www.egiad.org.tr
e-posta: egiad@egiad.org.tr

GRAFİK & TASARIM

Sba

ADVERTISING

Görsel Yönetmen: N.Başak AYDIN

Tel: +90.232 446 84 94 - Fax: +90.232 446 59 17

Adres: Şair Eşref Bulvarı Karahmetoğlu İş Merkezi

No:22 K:4 D:405 Çankaya - İzmir / TÜRKİYE

www.sbareklamcilik.com

BASKI

Temel Aycan ŞEN
EGİAD Yönetim Kurulu Başkanı



Değerli Beyond Okurları, Sevgili Gençler

Dergimizin yeni sayısını sizlere sunmaktan büyük mutluluk duyuyoruz. EGİAD'ın mütavazı desteği ile üniversite gençliğinin ciddi emeği sonucu ortaya çıkan bu güzel dergi her sayısında kalite çıtasını biraz daha yükseltiyor. Bu sayıdan itibaren e-dergi olarak daha da büyük hedef kitlelere ulaşacağımızı sizlere müjdelemekten ayrı bir sevinç duyuyoruz.

Ülkemizin ekonomik ve sosyal sorunlarına genç bakış açısını ve çeşitli kültür, sanat, bilim yazıları ile entelektüel birikimlerinizi okurlarımıza yansıtmanız bizleri çok mutlu ediyor. Derginin her sayısında genç arkadaşlarımızın yazdıkları yazıları büyük bir keyifle ve gururla okuyoruz. Çünkü onlar sizin düşünen, sorgulayan, araştıran genç beyinlerinizin ürünleri olan fikirler ve düşünceler. Bu nedenle, dergimizin önemli bir misyonu yerine getirdiğini düşünüyoruz.

Sevgili Gençler,

Yeni öğretim yılında sizlere öncelikle başarılar diliyoruz. İnsan kaynağımız en önemli zenginliğimizdir. Bunu hiç unutmamalım. Ona yapılan yatırımın geri dönüşü en hızlı ve en fazla yatırım olduğunu çevremizdeki bunu başarmış olan ülkelerin örneklerinde

görüyoruz. Eğitimin, bilimsel ve teknolojik araştırmaların, yaratıcı, yenilikçi özgür düşüncenin ürünleri olan buluşların sayı ve nitelik olarak arttığı bir Türkiye özlemini duyuyoruz. Bu yolda üniversite gençliği ve okul hayatını kısa süre önce geride bırakmış ama öğrenim hayatımızı sonsuza kadar sürdüreceğiz biz genç işadamları aynı hedef doğrultusunda çalışmak durumundayız.

Sizlerden beklentimiz ülke sorunlarına biraz daha duyarlı olmanız ve her ortamda düşüncelerinizi yüksek sesle dile getirmenizdir. Sosyal Girişimciliğin daha çocuk yaşta ve gençlik çağında başlaması gereken bir olgu olduğunu ve bunun daha sonra ekonomik girişimciliğe önemli bir katkısı olduğunu dikkate alarak hareket etmelisiniz.

Bu vesileyle Atamızın ebediyete intikalinin yıldönümü olan 10 Kasım'da bizler Türk gençliği olarak her yıl olduğu gibi tek vücut halinde tüm milletimizle birlikte onun aziz hatırası önünde bir kez daha saygıyla eğilecek ve onu özlemlerle anacağız.

Beyond'un gelecek sayısında buluşmak üzere en iyi dileklerle sevgi ve saygılar sunarım.

Pınar ERTEM
DEU İşletme Fakültesi
İşletme Fakültesi Kulübü
İletişim Departmanı Koordinatörü



Herkes Merhabalar...

Okulların açılmasıyla başladığımız bahara geçerken gündemle beraber havalarda da değişmeye başladı. Uzun süren yaz günlerinin ardından tatlı bahar günleri, sıcak okul karşılaşmaları başlıyor. Okulumuzda yaşanan yeni Bologna süreci kapsamında da önemli bir aşamadan geçiyoruz ve daha güzel bir öğretim yolunda ilerlediğimize eminim.

Ülkemizin de şu an önemli bir süreçten geçtiğini düşünüyorum. Tartışılacak da önemli sorunlara el atmak gerektiğini düşünüyorum. Yoğun ve yorucu bir seçim atmosferi yaşadık. Umutlar, ümitler, tahminler hepsi geride kaldı. Herkes kendi penceresinden bakarak kazandığını söyledi. Seçim sonrası Başbakan'ın balkon konuşması gündeme oturdu. Ne kadar hizmet, ne kadar uzlaşma, neler yapılabilir?

Anayasa değişikliği ama ne kadar uzlaşma ile anayasa değişikliği? Partiler seçim süresinde projelerini, görüşlerini açıkladılar. Güzel, olumlu öneriler oldu. Umarım bir daha ki seçime kadar daha güzel, daha gürül gürül akan projeler hayata geçer.

Şu an ki yapıda ilk sırada toplumun beklediği çözümleri gereken sorunlar var; öğrencilerin, memurların, emeklilerin, çiftçilerin, işçilerin, sağlık personelinin, toplumun tüm katmanlarının sorunları.

Seçim atmosferinde güzel şeyler duyduk. Umarım devam eder. Bunları takip etmeli, değerlendirmeliyiz. Gerek iktidar gerekse muhalefet partilerinin güzel projelerle yarınları ışık tutması gerektiği inancındayım.

Gelecek hiçbir zaman benim gözümde net olmamıştır. Geleceği biz şekillendiririz, bunun için yarınımızı mutlaka planlamalıyız. Yarını iyi planlamanın bir yolu da şimdikiyi çok iyi bilmek ve kontrol edebilmektir. Bir satranç oyunu gibi. Böylece başarılı ve umutlu bir gelecek bizim olur.

Yeni dönemde herkese işinde ve hayatında iyi şanslar dilerim. Bol Beyond'lu günler...



Fiyatlandırma

Bütün şirketler en yüksek karı elde etmek amacıyla mal veya hizmet üretirler ve doğru fiyatlandırma kar hedefine ulaşmak için en önemli unsurdur. Firmalar en yüksek kar marjıyla ürünlerini piyasaya sürmek isterler ancak piyasanın kendi kuralları şirketleri fiyatlandırma stratejileri izlemeye yöneltmiştir. Fiyat belirleme işi pek çok etkenden etkilenmesi dolayısı ile karmaşık bir işlemdir. Bu etkenler; tüketici davranışları, rekabet durumu, firmanın kendi maliyet yapısı ve kar hedefleri, döviz hareketlilikleri, ürünün maliyeti ve hükümet uygulamalarıdır.

Üretim maliyeti, gerçekleşen üretim miktarına göre değişebilmektedir.

Örneğin, 5000 çift ayakkabının maliyeti, 500 çift ayakkabının üretim maliyetinden daha fazladır. Fakat çift başına maliyet, üretim arttıkça düşmektedir. Bir başka deyişle, üretim miktarı arttıkça, birim maliyet düşmektedir. Bir malın üretiminden satış aşamasına kadar yapılan tüm harcamalar, üretim miktarına bölüldüğünde, ortaya çıkan değer “başabaş fiyatı” oluşturmaktadır.

Söz konusu fiyatın altında yapılacak her satış firmaya zarar, bu fiyatın üstünde yapılacak her satış ise firmaya kar sağlayacaktır. Yani bir firma ne kadar çok üretebiliyorsa fiyatlandırmada bir o kadar rakiplerinin önüne geçmiş olur.

Ürünün üreticileri arasındaki rekabet düzeyi pazardaki fiyat seviyelerini ve ürün fiyatını etkilemektedir. Üreticiler arasındaki yoğun rekabet, rekabetçi faaliyetler reklam, satış promosyonu, hizmet, kalite kontrolü gibi pazarlamanın diğer alanlarına kaymadığı sürece fiyatlar üzerinde baskı oluşturmaktadır. Maliyet ve talep koşullarının bilinmesi firmanın taban ve tavan fiyatlarının belirlenmesine olanak verirken, rekabet koşullarının bilinmesi de gerçek fiyatların belirlenmesinde yardımcı olmaktadır. Tam rekabet koşullarında fiyat pazarda oluştuğuna göre, ürünün üretilip satılacağı fiyat, pazar fiyatının altında bir fiyat olacaktır. Bu durumda fiyatı belirleyen

firma açısından maliyetler önemli bir faktör durumunda olup, fiyatlandırma açısından en önemli sorun ürünün maliyetlere göre mevcut pazar fiyatından satılıp satılamayacağıdır.

Piyasalar arasındaki farklı enflasyon oranları, her bir piyasa için ayrı ayrı fiyat belirlenmesini gerektirmektedir. Enflasyonun yüksek olduğu pazarlarda ise fiyat ayarlamaları daha kısa dönemler için yapılmaktadır.

Fiyatların belirlenmesinde göz önüne alınması gereken bir diğer faktör ise hükümetler veya resmi makamlarca uygulamaya konan yasal ve politik düzenlemelerdir. Bu bağlamda Katma



Değer Vergisi (KDV), Özel Tüketim Vergisi, Alım Satım Vergisi gibi çeşitli vergiler en belirgin örneklerdir. Ayrıca, özellikle gelişmiş batılı ülkelerde, çeşitli fiyatlandırma taktikleri yasaklanmıştır. Bu uygulamalardan bazıları aldatıcı fiyatlandırma, rekabet kırıcı fiyatlandırma, farklı fiyat uygulama ve fiyat sabitleme uygulamalarıdır.

Rekabet koşullarında geçerli olan bu değişkenlerden bazıları tekel (monopol) piyasalar için geçerli değildir. tekel piyasaları tanım itibarıyla aynı üretim dalına diğer firmaların girişlerinin olanaksız olduğu ve tek bir firmanın yakın ikamesi olmayan bir mal ürettiği bir piyasa modeli olduğu için fiyat belirlemede rekabet işin içine gir-

mez. Özellikle insanlar tarafından mecburi suretle talep edilen ürünler tekel pozisyonundaysa şirketlerin insanları sömürmemesi için bu ürünlerin devlet kontrolünde fiyatlandırılması gerekir.

FİYATLANDIRMA TAKTİKLERİ

Maliyeti Temel Alan Fiyatlama:

En basit fiyatlandırma yöntemidir. Bu yöntemde göre fiyat, üretim maliyetlerine standart bir kâr oranının belirlenmesiyle bulunur.

Pazarı (Talebi) Temel Alan Fiyatlama:

Pazara dayalı fiyatlandırmada, pazarlamacı fiyatı belirledikten sonra ürünü ve pazarlama programını oluşturmaz. Bu yöntemde fiyat, diğer pazarlama değişkenleriyle birlikte ele alınır. Pazara dayalı fiyatlandırma için temel kriter olarak, maliyetler yerine alıcıların değere ilişkin algıları kullanılır.

Pazarın Kaymağını Alma Yöntemi:

Yeni bir ürünü geliştirerek pazara sunan pek çok işletme, pazardan mümkün olduğunca fazla gelir elde etmek için yüksek bir fiyat belirler. Burada amaç, esnek olmayan talepten yararlanarak, fiyata karşı duyarsız pazar bölümünü ele geçirerek pazarın "kaymağını" almaktır.

Pazara Nüfuz Etme Yöntemi:

Küçük ama kârlı pazar bölümlerinde, başlangıçta yüksek bir fiyat belirleyerek pazarın kaymağını alma yöntemi yerine, bazı işletmeler pazara nüfuz etme stratejisini kullanırlar. Bu işletmeler pazara hızla ve derinden nüfuz etmek için ilk önce düşük fiyat belirlerler. Bu işletmelerin amacı, hızlı bir şekilde çok sayıdaki alıcıyı ürüne çekerek, büyük bir pazar payı kazanmaktır. Yüksek satış hacmi, maliyetlerde indirim neden olur ki, bu da işletmenin fiyatını alt düzeylerde tutmasını sağlar.

Fiyat İndirimleri:

Pek çok işletme erken ödeme, satın alma miktarları veya sezon sonu satın almaları gibi belirli nedenlerden ötürü müşterilerini bir anlamda ödüllendirme amacıyla fiyatlarını müşteriler lehine düzenlerler. Bu düzenlemeler miktar ve nakit indirimi olmak üzere iki türlü yapılabilir.

Psikolojik Fiyatlama:

Aslında fiyatlar, ürüne ilişkin bazı bilgileri müşterilere aktarırlar. Örnek olarak, pek çok alıcı için ürünün fiyatı kaliteyi gösterir. Psikolojik fiyatlandırmada üretici ya da satıcı işletme fiyatların ekonomik yönünü değil, psikolojik yönünü dikkate alırlar

Uluslararası Fiyatlama:

Ürünlerini uluslararası pazarlara sunan işletmeler, faaliyette buldukları farklı ülkelerde hangi fiyatları uygulayacaklarına karar vermelidir. Bazı durumlarda işletmeler dünya çapında bir fiyat belirleyebilir. Bununla birlikte pek çok işletme yerel pazar koşullarına göre fiyatlarını düzenlemektedir. Bir ülkede fiyatlarını belirleyen işletmenin fiyatı, ekonomik koşulları, rekabet durumunu, yasaları, toptancılık ve perakendecilik sisteminin gelişme düzeyini içeren pek çok faktöre bağlıdır.



F. Tansu Demirci

İngilizce İşletme 1. Sınıf Öğrencisi



“Sürdürülebilir TASARIM”

Günümüzün küreselleşen dünyasında, tüm problemlerimizin içinde bir tanesi oldukça büyük önem taşımaya devam ediyor: Maalesef, bizler sonsuz gibi gördüğümüz kısıtlı kaynaklarımızın yenilenebilirliklerini ve dolayısıyla gelecek nesiller için olan sürdürülebilirliklerini umursamaksızın tüketiyoruz. Üstelik bilim ve teknolojideki tüm gelişmelere rağmen, bu tutumumuzun önlenemez bir gerçek olarak görmeye de devam ediyoruz. Bizleri alıkoyanın imkânlarımızın değil de motivasyon eksikliğimizin olduğunu fark ettiğimiz bu noktada, sürdürülebilirlik kavramı bu sığ düşünce tarzımızı yok etmeyi ve kaynaklarımızın kullanım ömrünü uzatmayı amaçlamaktadır.

Şunuda belirtmek gerekir ki; ne “ekolojik tasarım” ne de “yeşil tasarım” dediğimiz kavramlar sürdürülebilir tasarımı tam olarak ifade etmeye yetmese de, her ikisinde sürdürülebilir tasarım ilkelerinin içinde yer alan konulardır. Ekolojik tasarım; hava, su ve çevre kirliliği gibi doğaya saygılı tasarım anlayışını daha çok benim-

serken; yeşil tasarım, iç mekân hava kalitesi ve kimyasal madde içermeyen malzeme kullanımı gibi özellikle insan sağlığına zararsız tasarım anlayışını benimsemektedir.

Bununla birlikte, her üç tasarım kavramı da birbirleriyle iç içe geçmiş prensiplere sahiptir.



McLennan’ın da belirtmiş olduğu üzere, *“sürdürülebilir tasarım, doğal çevreye olan zararı yok ederek veya minimum seviye de tutarak, yapı ve çevresinin kalitesini artırmayı amaçlayan bir tasarım felsefesidir.”* Bunun yanı sıra, bu felsefe yapının

verimliliğini ve dayanıklılığını; gelişim, malzeme, enerji, su vb konular çerçevesinde ele de alır. Ayrıca, sürdürülebilirlik kavramını, günümüz insan davranışlarının ve kararlarının gelecek nesillerin fırsatlarını engellemesini sağlayan bir tasarım ilkesi şeklinde tanımlamak da mümkündür. Bu çerçevede sürdürülebilir bir bakış açısı tasarımın her dalında uygulanabilecek bir felsefe niteliğini taşımaktadır.

Sürdürülebilir tasarım, global çevresel felaketlere, ekonomik büyüme, doğal kaynakların azalmasına, ekosisteme verilen zarara, insan nüfusunun artışına ve sağlık sorunlarına bir tepki olarak gelişmeye başlamış ve tüm bunlara bağlı olarak gelişimini sürdürmüştür. Alison Knight tarafından belirtildiği üzere; sürdürülebilir tasarımın gelişimi üç aşamada incelenebilir. “İlk aşama 1960-70’lerde başlamıştır..Rachel Carson’ın 1962’de basılan Sessiz Bahar (Silent Spring) adlı kitabında, tarım ilaçlarının eko-sisteme ve insanlığa olan zararlarına dikkat çekilmiştir...İkinci aşama 1980-90’larda Bhopal ve Çer-



nobil gibi çevresel buhranların yaşandığı zamanlarda meydana gelmiştir...Üçüncü aşama 1987’de Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Commission on Environment and Development) tarafından yayınlanan bir yazıda “sürdürülebilir kalkınma – yani günümüz ihtiyaçlarını gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama fırsatlarını ellerinden almadan karşılama” kavramının ortaya çıkışıyla oluşmuştur.

Sürdürülebilir tasarımın, farklı organizasyonlar tarafından benimsenen bir çok ilkesi olsada; tümü aşağıda belirtilen ortak kriterleri içinde barındırmaktadır:

- Kimyasal içermeyen, geri dönüşümlü ve sürdürülebilir olarak üretilmiş malzeme seçmek
- Dayanıklı ve iç mekan hava kalitesi bakımından sağlıklı mekan tasarlamak
- Enerji ve enerji verimliliğini göz önünde tutmak
- Su ve su verimliliği dikkate almak
- Binanın konumuna ve yerleşimine özen göstermek
- Tasarımda yeniden kullanım, geri dönüşüm ve yenilenebilirlik kavramlarına önem vermek

Ayrıca, bu kriterler göz önüne alındığında, sürdürülebilir tasarımın farklı alanlarda bir çok faydası bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde özetlenebilir:

Çevresel: Ekosistemi koruma, hava ve su kalitesinde artış, katı atıkta azalma ve doğal kaynakları koruma

Ekonomik: İşletme maliyetlerinde azalma, kar artışı, üretkenlikte artış ve yaşam döngüsü ekonomik performansı mükemmelleştirme

Toplumsal Sağlık: Hava ve ısı kalitesinde iyileşme, daha konforlu ve sağlıklı yaşam, altyapı etkisini minimize etme ve yaşam kalitesine katkıda bulunma

Sürdürülebilir tasarımın farklı konularda uygulanabilir çok geniş kapsamlı bir alan olmasıyla birlikte; dünya çapında her geçen gün daha fazla değer kazanan enerji ve yenilenebilir olmasına karşın sınırlı kaynaklarına sahip olduğumuz su konuları doğaları gereği bu alanda dikkate değer bir önem kazanıyorlar. Bunun dışında geleneksel tasarım anlayışımızın içinde, enerji ve su tüketimimiz doğaya ve çevreye dolayısıyla da en nihayetinde insanoğluna zarar verirken, sürdürülebilirlik kavramı tasarım alanında daha da önemli olmaya başladı. Ayrıca, hem enerji hem suyun günümüzde artan kısıtlama ve taleplerle yüz yüze gelmesiyle; dolayısıyla daha da değerlenmesiyle, tasarımcıların tasarımlarında her iki konuyu da dikkate almaları gerektiği bir gerçek.

Örneğin bir ev tasarımında, enerji tüketimini azaltmak için; konumlandırma, yalıtım, pasif ısıtma ve

soğutma sistemleri, enerji tasarruflu beyaz eşyalar, aydınlatma, ısıtma ve soğutma sistemleri; su verimliliğini artırmak içinse; su tasarruflu beyaz eşyalar, evyeler, tuvaletler ve atık suyun geri dönüşümü için kullanılan sistemler dikkate alınması gereken konular içindedir.

Sürdürülebilirliğin tasarımın içindeki öneminin artmasıyla birlikte, enerji ve su verimliliğini artırmak için bir çok sistem geliştirilmiştir. Bu bağlamda, tasarımcılar pasif sistemler gibi mekanik olmayan; yerden ısıtma, ısı pompası, yağmur suyu toplama ve atık suyun geri dönüşümü sistemleri gibi mekanik olan; ve güneş, rüzgar, su ve jeotermal enerji gibi yenilenebilir enerji sistemlerini tercih edebilirler.

Son olarak, çevresel felaketlerin dünyamızda bir salgın gibi yayılmasıyla, “tasarımcı” kavramına insanlara sahip olduklarından iyisini deneyimlemelerini amaçlayan kişiler gözüyle baktığımızda, tasarımcılar insanların daha iyi bir yaşam sürmelerinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Bu nedenle, geleneksel yöntemlerden daha iyi fırsatları insanların daha anlamlı bir hayat sürmeleri için belirlemek tasarımcıların sorumluluğunda olduğunu da söylememiz mümkün olabilir.

Burcu Ertem
İçmimar

TEKSTİLDE

“144 ÇEŞİT” İCAT ÇIKTI

Bursa’ da düzenlenen ‘Uluslararası Ar-Ge Proje Pazarı Zirvesi’birbirinden ilginç 144 ayrı inovatif projeye sahne oldu. Yaşlanmayı geciktiren havlular, yara iyileştiren kumaşlar, vücuttaki statik elektrikli alan ürünler büyük ilgi gördü.

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği’nin (UTİB) Bursa’da bu yıl üçüncüsünü düzenlediği ‘Uluslararası Ar-Ge Proje Pazarı Zirvesi’ (Proje Pazarı) yine çok ilginç projelerle sanayicilerin karşısına çıktı. Yurtiçi ve yurtdışından 50 üniversiteden 144 projenin sunumunun yapıldığı program, aynı zamanda sektörün paydaşlarını bir araya getirdi.

‘Proje Pazarı’nda sergilenen bir ürün; geliştirilen yüksek emici özel lifleri sayesinde vücuttaki yaranın salgıladığı iltihabın vücuda yayılmasını önleyen yara iyileştirici kumaş

olarak öne çıkarken, ayrıca yaşlanmayı geciktirici, onarıcı ve nemlendirici yağlar içeren aromaterapili havlu projesi, saç dökülmelerine karşı kullanılan ısırgan otlı şapka ve güneş enerjisini elektrik enerjisine dönüştüren lifler de büyük ilgi gördü.

10-11 Şubat tarihleri arasında düzenlenen ve inovatif projelere sahne olan etkinliğin açılışında konuşan Devlet Bakanı Zafer Çağlayan, dünya ticaretinde söz sahibi olunması için Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine ağırlık verilmesi gerektiğini söyledi. Türkiye’de geçmişte icatların önünün kapatıldığını savunan Çağlayan, “Büyüklerimiz bize ‘İcat çıkartmayın’ derdi. Niye çıkartmayayım? İcat çıkarmamanın bedelini bugün Türkiye ödüyor. İnadına icat çıkarmalıyız. Dünya ekonomisinde yeterli payı almak için bunu yapmalıyız”

ifadelerini kullandı. Uluslararası Ar-Ge Proje Pazarı türünden toplantıların büyük öneme sahip olduğuna işaret eden Çağlayan, şu görüşleri dile getirdi:

“İhracat hedefimiz doğrultusunda bütün sektörümüzde ciddi çalışmalar yapıldı. Bunu ancak yüksek katma değeri ve teknoloji katarak yapabiliriz. Ar-Ge sadece tekstil ve konfeksiyon sektörünün problemi değil. Hayatımızın her evresinde bu mutlaka yapılmalı.”

Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) Başkanı Mehmet Büyükekşi de, “4 konuya önem vermeliyiz. Ar-Ge, Ür-Ge, moda marka ve eğitim. Proje pazarı bizim için çok önemli bir rehber olacak. Otomotiv, elektronik ve makine gibi sektörlerde de proje pazarını TÜBİTAK işbirliğiyle yapmak için görüşmelerimizi sürdürüyoruz.



28 strateji hedefimiz var. Bunlardan birisi de Ar-Ge harcamaları” dedi.

Yurtdışından 56 proje geldi

Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) Başkanı İbrahim Burckay ise “Tekstil sektöründe Ar-Ge ve inovasyonun artırılmasına yönelik çalışmalar son yıllarda hızlıca artıyor. Bu yıl 3’üncüsünü düzenlediğimiz proje pazarı etkinliğimizle de sektörde yeni ufuklar açmayı hedefliyoruz. Türkiye’deki Ar-Ge yatırımlarında, tekstil sektörüne ayrılan pay ilk etapta yüzde 10’lara ulaşmalı” dedi. Toplam 144 projenin sektöre sunulduğu etkinlikte, 56 projenin yurtdışından katılım gerçekleştirdiği bilgisini veren Burckay, “Bir başka ifadeyle Ar-Ge pazarımız ilk kez yabancı ülkelerden projelere de ev sahipliği yapmış olacak” dedi. Türkiye tekstil sektörünün, artık konvansiyonel tekstilden, fonksiyonel teknik tekstil üretimine geçmesi gerektiğini belirten Burckay, bu aşamada özellikle Ar-Ge yatırımlarının önem kazandığını vurguladı. Türkiye’nin Ar-Ge harcamalarında dünyada 25. sırada yer aldığı hatırlatan İbrahim Burckay, “2023’te, 500 milyar dolar ihracat, 500 milyar dolar ithalat hedefini tutturmak istiyorsak düşük teknolojili ürünlerden, orta ve yüksek teknolojili ürünlere geçmemiz gerekiyor. Bunun için de Türkiye’deki toplam Ar-Ge harcamaları içinde tekstil sektörünün payını ilk etapta yüzde 10, daha sonra da yüzde 30’e kadar yükseltmeliyiz” diye konuştu.

Konuşmasında, 2009 yılında 67 projeden 7’sinin sanayide uygulamaya geçtiğini, bu rakamın 2010 da ise 81 projeden, 10 uygulama projesine yükseldiğini ifade eden İbrahim Burckay, bu yılki hedeflerinin ise 144 proje içerisinde yüzde 15’lik dilimi yakalamak yani 20 projenin hayata geçirilmesi olduğunu kaydetti.

2011’in tekstil sektörü açısından

fırsatlar yılı olacağına inandığını dile getiren İbrahim Burckay, özellikle Merkez Bankası’nın politika değişikliği sonucu döviz kurlarında yaşanan olumlu gelişmeler neticesinde, ocak ayında ihracatta yüzde 17 artış yaşandığını söyledi. Geçmiş günlerde TL’nin aşırı değerli olmasından ötürü şirketlerin ihracat yapmalarına rağmen, kârelde edemedikleri bilgisini veren Burckay, geçmişle kıyaslandığında şimdiki durumun umut verici olduğunu ifade etti. Burckay, ekonominin olumlu yönde ilerlemesi ve sürdürülebilir bir büyüme ve ihracat için, siyasi ve ekonomik istikrarın mutlaka sağlanması gerektiğini de kaydetti.



Toplantıya katılan Tekstil Teknolojileri Çalışma Grubu Danışmanı Prof. Dr. Yusuf Ulcay da Türkiye’de tekstil sektöründeki en büyük sıkıntının Ar-Ge çalışmalarına yeterince önem verilmemesi olduğunu söyledi. Ar-Ge’den pay alan sektörler bakımından, makine sektörünün yüzde 37 ile ilk sırada yer aldığını belirten Ulcay, “Tekstil ise diğer sektörlerin ardından yüzde 1.5 ile yedinci sırada. Oysa bu oranın en az yüzde 10’lara ulaşması gerekiyor. III. Uluslararası Ar-Ge Proje Pazarı Zirvesi bu bakımdan son derece önemli” diye konuştu.

Ar-Ge’nin öncülerine ödül

Proje Pazarı etkinliğinin ikinci gününde ise “Ar-Ge ödülleri”, “Ar-Ge öncü ödülleri” ve “proje öneri

teşvik ödülleri” sahiplerini buldu. 56’sı yurtdışındaki akademisyen ve araştırmacılardan olmak üzere 144 projenin birbirleriyle yarıştığı zirvede, ilk olarak Sanayi Bakanlığı’nda kaydı bulunan ve bünyesinde Ar-Ge merkezi oluşturmuş 7 tekstil firmasına ‘Ar-Ge öncüleri ödülleri’ verildi. Ardından Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı (TEYDEB) ve San-Tez’den 4 ve üstü projeyi başarıyla tamamlamış olan 10 firmaya ‘Ar-Ge ödülleri’ takdim edildi. Ödül töreninin son turunda ise gerçekleştirdikleri inovatif projelerle yarışan 144 proje içinde teşvik ödülü almaya hak kazananlar, Uludağ Tekstil İhracatçıları Birliği (UTİB) Başkanı İbrahim Burckay’ın elinden hediyeler aldılar.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın 50 ve üstü personel çalıştıran Ar-Ge Merkezi desteği alan 7 firmaya verdiği “Ar-Ge öncüleri ödülleri” kategorisinde ödül alan firmalar şunlar:

“Sanko Tekstil İşletmeleri A.Ş., Bossa T.A.Ş., Sun Holding A.Ş., Intersource Tekstil ve Konfeksiyon San. ve Tic. A.Ş., Yünsa Yünlü Sanayi ve Ticaret A.Ş., Kord-sa Global A.Ş., Akso Akrilik Kimya San.A.Ş.”

TÜBİTAK, TEYDEB ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın 4 ve daha fazla proje yazıp destek alan 10 firmaya vermiş olduğu “Ar-Ge ödülleri” kategorisinde ödül alan firmalar ise şunlar:

“1’inci GAP Güneydoğu Tekstil San. A.Ş., 2’nci Flokser Tekstil, 3’üncü Lafer Tekstil A.Ş., 4’üncü Hemaks Halı, 5’inci Pol-teks Tekstil, 6’nci Sanko Tekstil İşletmeleri, 7’nci Funika İplik Dok., 8’inci Setaş Kimya San., 9’uncu Korteks Mensucat, 10’uncu Karsu Tekstil.”

56’sı yurtdışındaki akademisyen ve araştırmacılardan olmak üzere

144 projenin birbirleriyle yarıştığı zirvede 'proje öneri teşvik ödülü' kategorisinde ödül almaya 3 proje hak kazandı. Teknik Tekstiller Siklodoktrin Fonksiyonlu Nanolif Üretimi: Nanotekstil ve Nanofiltrasyon Uygulamaları projesi ile Fatma Kayacı, Aslı Çelebioğlu ve Tamer Uyar birinci, Elektro- Üretim Yöntemiyle Nanolif Yara Örtücü Üretimi projesi ile Zeliha Doğan, Emre Kıyak, Ertan Öznergiz ve Ali Demir ikinci, Miknatıslı Saçtırma Yöntemi Kullanarak Emr Koruma Etkili Yüzey El-desi projesi ile Semiha Eren ve Yusuf Ulca'yın projesi üçüncü oldu.

SİGARA KOKMAYAN SİMO-KİN

Sigara içen veya dumanına maruz kalan kişiler üzerlerine sinen kokuya çözüm arayışına başlayınca hızlı çözüm mucit girişimcilerden geldi. 100 yıllık aile tecrübesi sayesinde ölçü almadan smokin ve takım elbise dikebilecek kadar kumaş sihirbazı olan Levon Kordonciyan, sigara kokusu üzerine sinmeyen smokin ve takım elbise imal etmeyi başardı. Levon Usta'nın kendi geliştirdiği tekniklerle istediğiniz kadar sigara için veya dumanına maruz kalın elbisenize bu koku yerleşmiyor. Levon Kordonciyan bu tekniğini şöyle anlatıyor: "Kalıplar kesildikten sonra bir yıl boyunca bekletiliyor. Şarap gibi yllandırıyoruz. Bu sırada kumaşlar yıkanıyor, ütüleniyor, tekrar tekrar presleri yapılıyor, özel solüsyonlar kullanılıyor. En yapışkan duman olarak bilinen sigara bu kumaşa giremiyor." Üst düzey müşterilere hitap ettiğini anlatan Levon Kordonciyan, icadının milletvekillerinden ve iş dünyasından gelen talepler neticesinde başladığını anlatıyor. Özellikle TBMM kulislerinde ve lüks kokteyllerdeki kabinlerde sigara içenlerin geri döndüklerinde koku nedeniyle rahatsız bakışlara maruz kaldığını anlatan Kordonciyan, "Bu konuda talep geldi. Ben de ça-

lışmaya başladım. Kendi bulduğum bir formül sayesinde kokuya kapalı kumaşı keşfettim" diyor. Atatürk'ün isteğiyle Fransa'ya gidip smokin ve frak dikmenin inceliklerini öğrenen ve Türkiye'yi bu giyim kültürüyle tanıştıran Levon Usta'nın ailesi dört kuşaktır mesleklerine sahip çıkıyor. Bugün, bu geleneği Levon Usta'nın adını taşıyan torunu Levon Kordonciyan sürdürüyor.

İCAT PAZARINDA SERGİLENEN BAZI İLGİNÇ PROJELER

- Saç Dökülmesine Karşı Isırgan Otlı Şapka: Erciyes Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü'nden Gökhan Cahit Karahan, Sinem Bilgin ve Hüseyin Gazi Örtlek tarafından hazırlanan proje, ısırgan otu ekstraktı içeren tekstil ürünlerinin geliştirilmesini içeriyor. Projenin amacı şöyle özetleniyor: Isırgan otu

saç dökülmelerinin tedavisinde yaygın olarak kullanılır. Projenin amacı ısırgan otundan elde edilen ekstrakttaki etken maddelerin mikrokapsüller içerisinde tekstil yapılarına katılmasını sağlamaktır. Bu tekstil yapıları ciltle temas halinde saç dökülmesini engellemeye yardımcı olacaktır. Şapka, astar, başörtüsü, yastık, yastık kılıfı gibi özellikle baş bölgesine temas eden kumaşlara uygulanabilecek kimyasal sayesinde çeşitli tekstil ürünleri ısırgan otunun faydalarını kullanıcılara taşıyabilecek.

- Yaşlanmayı Geciktiren Aromaterapili Havlu: Dokuz Eylül Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümünden A. Merih Sarışık, Salih Okur ve Şennur Asma'nın projesi, yaşlanmayı geciktirici, onarıcı ve nemlendirici yağlar içeren aromaterapili havlu geliştirmeyi amaçlıyor. Projeye göre hoş kokulu, yaşlanmayı geciktiri-



ci, onarıcı ve nemlendirici aromatik yağlar ve vitaminler kapsül lenerek yüzde 100 pamuklu havluya aplik e edilecek. Kapsül karakterizasyonu ve kapsüle aktarılan ürünlerin performansı yıkama öncesi 10 ve 20 yıkamadan sonra çeşitli yöntemlerle test edilecek. Aromatik yağların bugüne kadar çeşitli çalışmalara konu edildiği biliniyor. Örneğin aromatik gül yağının öğrenme davranışının iyileştirilmesinde, lavanta yağının sınav endişesinin giderilmesinde ve daha birçok aromatik yağın insan sağlığı ve psikolojisi üzerinde olumlu etkisinin olduğu ortaya konulmuştur. Bu amaçla Dokuz Eylül Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü'nde farklı projeler kapsamında çeşitli etken maddelerin (antifungal ilaç etken maddeleri, koku veren uçucu yağlar, beta karoten vb.) kapsülasyonu laboratuvar ortamında gerçekleştirildi.

• Akıllı Yastık: Erciyes Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü'nden Gökhan Cahit Karahan ve Sinem Bilgin'in projesi, 'ısı konfor sağlayan akıllı yastığın geliştirilmesi'ni kapsıyor. Proje detayında verilen bilgiye göre uyku esnasında vücudun kumaş yüzeyini kapattığı bölgede sıcaklık artışı gözlenir. Sıcaklık artışı ise uyku konforunu azaltır ve kişiye rahatsızlık verir. Geliştirilecek akıllı yastıkla sıcaklığın verdiği rahatsızlık sonucu düşen uyku kalitesini artırmak hedefleniyor. İnsan vücuduna temas eden yastık yüzeyi sıcaklık arttıkça şekil değiştirerek kanal şeklinde boşluklar oluşturacak. Hava sirkülasyonuna izin veren bu boşluklar hem soğuk havanın yastık ve insan teni arasına girmesini hem de yastık yüzeyinin soğutulmasını sağlayarak uyuyan kişiye serinlik hissi verecek. Sıcaklık azaldıkça yastık yüzeyine uygulanan kuvvet sonucu düzleşen yastık, sıcaklık arttıkça tekrar boşluklu yüzey yapısına sahip olacak. Uyku sırasında enerji tüketmeksizin gerçekleşen bu pasif ve sessiz dön-

gü, rahatlatıcı etkisiyle eşsiz bir uyku konforu sunacak. Yastığın diğer yüzünde kanal yapısı oluşmadığı için istenildiğinde ortopedik yastık olarak da kullanılabilir.

• Yara İyileştiren Kumaş: Dr. Mevlüt Taşcan'ın projesi, 'Geliştirilen yüksek emici özel lif sayesinde yaranın salgıladığı iltihabın vücuda yayılmasını önleyen yara iyileştirici dokunmamış kumaş' üretimini amaçlıyor. Projenin tanımı şöyle: Yara sargısı amacıyla kullanılan aljinat lifine, üretimi esnasında biyolojik tedavi maddelerinin uygulanması,



bu maddelerin yaraya direkt temasını engelleyecek ve hastayı olası bir rahatsızlıktan kurtaracak. Ayrıca vücutta oluşabilecek kanamaları da aljinattaki kalsiyum iyonlarının harekete geçmesi ve kandaki sodyum iyonlarını durdurmasıyla önleyecektir. Aljinattaki yüksek emicilik ve dokunmamış kumaşın özelliği olan yüksek yüzey alanı sayesinde yaradan dolayı vücuttan salgılanan ve istenmeyen

maddelerin ve olası bir iltihabın kumaş tarafından emilimi sağlanacak, dolayısıyla bu maddelerin vücuda olan zararı engellenmiş olacak. Projenin aşamaları ise şöyle özetleniyor: Genetik olarak modifiye edilmemiş tedavi edici hücrelerin vücut içerisine aljinat maddesiyle üretilen dokunmamış kumaşlar kullanılarak koyulması çok önemlidir. Bu projede öncelikle aljinat maddesi kullanılarak önce lif üretilecek. Lif üretimi çözümlenmiş lif üretim tekniği ile yapılacaktır. İstenilen katkı maddeleri üretim esnasında eklenecek ve etkisi izlenecek. Lif üretiminden sonra dokunmamış kumaş üretilecek.

• Standartlara Uygun Varis Çorabı Üretimi: Ege Üniversitesi Tekstil Mühendisliği Bölümü'nden Nida Oğlakçioğlu ve Arzu Marmaralı'nın projesi kapsamında tıbbi teknik tekstillerin dış uygulama grubunda yer alan varis çoraplarıyla ilgili kapsamlı bir çalışma yapılması planlanmaktadır. Eurostat verilerine göre Türkiye pamuklu varis çoraplarında yüzde 28 ve sentetik varis çoraplarında yüzde 21'lik oranla Avrupa'dan sonra en büyük pazar payına sahip. Bu pazar payına rağmen Türkiye'de varis çorabı üretimi yapan ve kendi markasıyla piyasaya sunan çok az sayıda firma bulunmaktadır. Bu durum da varis çorapları hakkında ülkemizde bir know-how bilgi ve altyapı eksikliği olduğunu göstermektedir.

Projede ulaşılmaması hedeflenen çıktılar şu şekilde sıralanabilir:

- Piyasadan temin edilen varis çoraplarının konfor ve basınç özellikleri ölçülerek mevcut durumun tespiti.
- Satın alınacak bir varis çorabı örme makinesinde standartlara uygun özellikte yüksek konforlu çorap numunelerinin üretimi.
- Özel tip ipli ve örgü yapıları deneyerek yaz ayları için kullanımı rahat çorapların elde edilmesi.



MODA DEVLERİNİ PEŞİN-DEN KOŞTURAN İPEKİŞ CİLT BAKIMI YAPTIRAN KUMAŞIN İZİNDE

1925 yılında Bursa'da, Cumhuriyet'in kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatıyla kurulan Türkiye'nin ilk yünlü kumaş fabrikası İpekiş, leke tutmayan ve kırışmayan kumaş üreterek dünya markalarını müşteri portföyüne kattı. Şirket şimdi de cilt bakımı ve zayıflatma etkisi olan kumaşlarla, anti stres, antibakteriyel kumaşlar üzerinde çalışıyor. İpekiş, uzun süren Ar-Ge çalışmalarının ardından nano teknoloji ürünü yüzde 100 yün Natural Stretch ve yine yüzde 100 yün olan su, yağ itici, kir tutmayan, kırıştırıldığında deformasyona uğramayan Bio-nic Finish kumaş koleksiyonuyla Versace, Christian Dior, Max Mara gibi hazır giyimün dünya devlerine hizmet veriyor.

İtalya'nın Biella şehrinde 2008'de İpekiş Italia SPA'yı kuran ve buradan Versace, Veze, Patrizia Pepe, Marel-la, Marina Rinaldi, Mariella Burani, Max Mara, Christian Dior, Esprite, Zadig&Voltaire, Austin Reed, Gerard Darel, Izac, Fendi, Giorgio Armani, Valentino, Armand Thiery gibi markalara satış yapan 85 yıllık İpekiş'in Genel Müdürü Aşkın Kandil, "Dev markaların kumaş talebine yetiş-

miyoruz. Özellikle yünlü dış giyimlik dokuma kumaşta isim kullanım hakkı İpekiş'e ait olan Bionic Finish ve yüzde 100 yün Natural Stretch ürünlerine ciddi talep var. Özellikle Avrupa'da yaşanan kriz sonrası firmalar stok çalışmak yerine ihtiyaçları kadar ürünü hızlı sipariş üzerine çalışıyor. Bizim çabukluğumuz, Uzakdoğu'dan açık ara kalite farkımız da tercih edilmemizi sağlıyor. Özellikle son 3 yılda Ar-Ge'ye yaptığımız yatırımların meyvelerini aldık" dedi.

Moda devlerine özel üretim

Sadece yılda 2 koleksiyon yerine müşterilerinin de isteklerini göz önünde bulundurarak özel koleksiyonlar hazırladıklarını ifade eden Aşkın Kandil, "Toplam koleksiyonların yüzde 40'ını özel koleksiyonlar üretiyor. Ayrıca toplam üretimin yüzde 40'ını ihraç ettiğimiz müşterilerimizden Versace'nin takım elbise koleksiyonlarının yüzde 60'ı bizim kumaşlarımızdan oluşuyor" diye konuştu. Kandil, müşteri portföylerine Fendi ve Armani'nin de eklendiğini ifade etti.

Geçen yıl yüzde 12 büyüyen şirketlerinin 30 milyon lira ciro elde ettiğini ifade eden Aşkın Kandil, şu bilgileri verdi: "Bu yıl da yüzde 12'lik bir büyüme hedefliyoruz.

Ayrıca ilave yapacağımız 2 milyon Euro'luk ek dokuma fabrika yatırımıyla da 2 milyon metre olan üretim kapasitesini yüzde 30'a çıkaracağız. Türk sanayiinin gelişmesine öncülük eden firmalardan İpekiş, 1991 yılında Tarman Group tarafından satın alındı. Markaya bugüne kadar 45 milyon dolar yatırım yapıldı."

En önemli pazarlarının Rusya, İran, Fransa, İngiltere, İtalya olduğunu anlatan Aşkın Kandil, Almanya pazarlarına gireceklerini anlattı. Amerika'ya döşemelik kumaş ihraç ettiklerini hatırlatan Kandil, bu yıl için amaçlarının Amerika pazarında hastane, halka açık alan ve okullara da girmek olduğunu söyledi. İpekiş'in bir dünya markası olması yolunda tüketicinin de talep ettiği nano teknolojiye odaklandığının altını çizen Kandil, "Toplam bütçemizin yüzde 5'i Ar-Ge ve Ür-Ge'ye ayrıldı. Şu anda su, leke, koku tutmayan, kırıştırıldığında eski haline dönen kumaşlarımız dışında kadın ve erkek için özel üretilmiş parfümlü kumaşlarımız var. Yeni ürünler üzerindeki çalışmalarımız sürüyor. Orta vadede, cilt bakımı ve zayıflatma etkisi olan kumaşlarla, anti stres, antibakteriyel kumaşları da pazara sunacağız" dedi.

Türk Tekstilcileri

İsyan Bölgelerinden Neler Bekliyor?

Kuzey Afrika ve Ortadoğu... Dünya tarihinin her daim kanayan yarası bir kez daha alevlendi. Osmanlı İmparatorluğu'na karşı Avrupalılar ile birlikte isyan ederek özgürlük kazanan bu toplumlar, bugün de kaynağı nereden geldiği belli olmayan bir değişim rüzgârına tutularak liderlerini ve yönetimlerini tek tek devirmeye başladı. Yaşanan kaos ortamında bölgede yatırımı olan pek çok Türk firmasının bulunması ve bu ülkelerle yapılan ticaret, bizlere de yaşanan tabloyu dikkatle izleme zorunluluğu getiriyor. Bölgede yer alan Türk tekstil ve hazır giyimciler, öncelikle siyasal yapının oturmasını bekliyor. Başlayan değişim rüzgârları insanların refahına yönelik gelişim sağlar ise bölgedeki yatırımların ve ticaretin devam etmesi mümkün gözüküyor.

Önce Tunus, ardından Mısır sonrasında ise Libya... Ortadoğu ve Kuzey Afrika'yı saran isyan ateşi önce Tunus Lideri Zeynel Abidin Bin Ali'yi, ardından Mısır Devlet Başkanı Hüsnü Mübarek'i koltuğundan etti. Bin Ali 28 yıllık iktidarını 16 Ocak'ta, Hüsnü Mübarek ise 30 yıllık iktidarını 11 Şubat 2011'de terk etti. Gözler en kanlı çarpışmaların yaşandığı Libya'ya ve Muammer Kad-dafi'ye çevirilirken, Cezayir, Fas ve Yemen gibi ülkelerin geleceğiyle ilgili de pek çok soru yanıt bekliyor. En çok sorulan soru ise "İsyan bölgelerinde Türk yatırımcılarını neler bekliyor?".

Bu sorunun cevabını şimdiden kestirmek güç. Kimine göre olaylar yatıştırdığında Türkiye kazançlı çıkacak. Kimine göre ise önümüzdeki günler çok daha zor olacak. Yanıt bekleyen sorularda öne çıkan en önemli ülkeler ise şüphesiz Mısır ve Libya. Özellikle Mısır, bir dönem bu ülkeye giden Türk yatırımları nedeniyle çok tartı-

şılmıştı. Mısır olaylarının başlaması ve ardından Mübarek'in istifasıyla, Türkiye'nin bu bölgedeki yatırımları yeniden gündeme geldi. Devlet Bakanı Zafer Çağlayan'ın "Zamanında uyarılmıştık. Ama olan oldu artık" dediği Mısır'a giden Türk yatırımcıların başını ise tekstil ve hazır giyimciler çekiyor.

Tunus'ta başlayarak diğer Afrika ülkelerine sıçrayan isyan rüzgarları Mısır'a ulaştığında zarar görenlerin başında şüphesiz yine Türk tekstil ve hazır giyimcileri geldi. Mısır Tekstil ve Dokuma Şirketi'nin 24 bin işçisiyle greve çıkarak destek verdiği isyanlar sırasında Türk işletmelerinde fiziki anlamda pek fazla zarar olmasa da şalterler indirildi. Karışıklıkların yaşandığı ülkeler arasında yıllık yaklaşık 300 milyon dolarla en fazla tekstil ve hazır giyim ihracatının yapıldığı Mısır'da, Mübarek'in istifasına kadarki 18 günlük süreçte Türk tekstil ve hazır giyimciler üretimi tamamen durdurdu. Yine aynı tarihlerde gümrüklerde ve bankacılık sisteminde yaşanan sıkıntılar nedeniyle bölgeyle ticaret yapılamadı.

Olaylara karşı önlem alan firmalardan Bey-men, Kahire'deki mağazasını kapatarak, kısa süreliğine Türk çalışanlarını geri çekti. Firma daha sonra yeniden faaliyetine başlarken, benzer süreci diğer işletmeler de yaşadı. Cafer Sadık Abaloğlu (CSA) Holding'in Mısır'daki yatırımı CSA Textile Egypt SAE firması da üretimini isyan süresince durdurdu. İşletme, 8 Ocak'ta İskenderiye'deki tekstil fabrikasında yeniden işbaşı yaptı. Benzer süreci Sabancı ve Taha Grubu'na ait işletmeler de yaşadı. Protestolar sırasında fiziki zarar gören tek Türk şirketi Sarar oldu. Kahire'deki 2 mağazası kundaklanan Sarar, 2 milyon dolar zarar gördü.

Sarar Giyim Sanayi A.Ş.'nin Onursal Başkanı Cemalettin Sarar, bu ülkede toplam 7 mağazalarının olduğunu belirterek, bu sayıyı 10'a çıkarmayı planladıklarını ancak bu çalışmalarını bir süre askıya alacaklarını söyledi. Sarar, "Yeni mağaza için yerler tutmuştuk. Mağaza sayısını 10'a çıkaracaktık" dedi. Sarar, Mısır'daki mağaza yatırımlarına devam edeceklerini de anlattı.

Mübarek'siz döneme hazırlık

Türk işletmeleri, 18 gün süren isyanların sonunda Mübarek'in istifasıyla yeniden işbaşı yaparken, iş dünyası da temkinli bir bekleyişe yöneldi. Çünkü iş dünyasının kafasındaki sorular Mübarek'in gitmesiyle bitmedi. En büyük düğüm ise seçimlerin yapılacağı Eylül'e kadar olan dönemin nasıl yönetileceği noktasında oluşuyor. "Eylül'e kadar 'fetter devri' yaşanırsa sorunlar daha da artar" görüşünde birleşen iş dünyası temsilcileri, bu bölgede demokrasinin yerleşmesi halinde ise umutlu.

İş dünyasına göre bugün gelinen noktada, ticari faaliyetlerimizi yeni yeni geliştirmeye başladığımız başta Mısır ve Libya olmak üzere tüm bu coğrafyanın, ekonomik ve sosyal açıdan ilerlemesi, halklarının zenginleşmesi, ticari bakımdan ülkemize olumlu yansıyor. O yüzden iş dünyası bu coğrafyada insanların hak ve hürriyetlerini temel alan, ticari faaliyetlerin rahatlıkla yapılabildiği bir ortamın bir an önce sağlanmasını bekliyor. İş dünyası ilerleyen günlerin neler getireceğini şimdiden kestiremezken, Türk tekstil ve hazır giyimcileri bekleyen sürecin de Mısır'ın siyasi yapısıyla paralellik göstereceğini belirtiyorlar.

DEİK/Türk-Mısır İş Konseyi Başkanı Zuhul Mansfield, henüz ticari açıdan bir tehlike görmediğini söyle-

se de “Ticaret, istikrarsızlığın dahi istikrarını sever” ifadesini kullanıyor.

Ankara Giyim Sanayicileri Derneği (AGSD) Başkanı Canip Karakuş, Mısır’da siyasi belirsizlik uzun zaman alırsa Türk şirketlerinin Mısır’da yola devam etmekten vazgeçebileceğini belirterek, “Çarklar işlemezse eve dönüş kaçınılmaz olur. Hükümetin ve ilgili bakanların Mısır’da yeni kurulacak yönetim ile Türk şirketlerin mevcudiyetini garanti altına alacak ve üretimlerine devam etmelerini sağlayacak güvenceleri alacağına inanıyoruz” diyor.

İhracatçılar ise Mısır’da yaşananların avantaj olarak döneceğini düşünüyor. Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı (TİM) Mehmet Büyükeşçi ise “İktidara kim gelirse gelsin yatırımcıyı kaçırmak istemez. Artık daha fazla demokrasi ve özgürlük beklentisi var. Bunun da verimliliği artırmasını umuyoruz. Çünkü Mısır’daki işçi verimliliği düşük” diyor. Büyükeşçi, yaşanan olayların ilk etapta bu ülkelere dönük ihracatı etkilediğini belirterek şunları söylüyor: “O ülkeler bizim için son derece önemli. Ben inanıyorum ki en kısa zamanda demokrasi buralarda işlemeye başlayacak. Buradaki halkın refah seviyesi artışıyla birlikte demokrasi de gelişecek. Burada refah seviyesi artarsa belki bizim kısa vadede bir takım sıkıntılarımız olur; ama orta ve uzun vadede bizim avantajımıza olur. Çünkü bu ülkeler Türkiye’yi kendisine rol model ülke olarak alıyorlar. Türkiye’deki özgürlükleri onlar da istiyorlar.”

Denizli İhracatçılar Birliği (DENİB) Yönetim Kurulu Başkan Vekili Oğuzhan Katrancı da Kuzey Afrika ve Ortadoğu ülkelerindeki halk hareketlerinin kısa vadede ticareti etkilemesinin kaçınılmaz olduğunu belirterek, ilk etapta Mısır’dan yaptıkları iplik ithalatını Suriye, Özbekistan gibi ülkelere kaydırdıklarını anlatıyor.

Uludağ Hazırgiyim ve Konfek-

siyon İhracatçıları Birliği Başkanı Şenol Şankaya, “Sektör olarak, başta Libya ve Mısır olmak üzere, Kuzey Afrika ile Ortadoğu ülkelerinde yaşanan olayları yakından takip ediyoruz. Fabrikalarda yaşam yavaş yavaş normale dönüyor. Ancak o bölgelerde iş yapan firmalarımızın özellikle bankacılık işlemlerinde dikkatli olmaları gerekiyor. Özellikle Libya krizi sonrası artan petrol fiyatları, başta polyester olmak üzere hammadde fiyatlarında yükselişe sebep olacak” diyor.



İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) Başkanı Hikmet Tanrıverdi, Mısır ve Tunus’ta yaşanan olayların tekstil sektörüne avantaj olarak döneceğinin görüldüğünü belirterek, Türkiye’nin, kumaş, pamuk ve hazır giyim üretimiyle bu ülkelere gelecek talebi karşılayabilecek noktada olduğunu belirtiyor. Tanrıverdi, “Olaylar belki pamuk fiyatlarındaki artışı biraz daha körükleyecek” diyor.

Ege Hazırgiyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Başkanı Emre Kızılgüneşler ise “Keşke şu olanlar daha önce öngörülseydi de Doğu ve Güneydoğu’da doğru teşviklerle yatırım yapabiliydik. Sosyal barışa da katkısı olurdu” ifadesini kullanıyor.

Yatırımı olanlar ‘devam’ diyor

Mısır’da yatırımı bulunan işletmeler ise bundan sonraki süreçte ‘yola devam’ görüşünde. Mısır’da 3 fabrikası olan LC Waikiki Genel Müdürü İsmail Kısacık, olayları yakından takip ettiklerini belirterek, bir olumsuzluk beklemediklerini belirtiyor. Mısır’da yatırım planlayan Menderes Tekstil Yönetim Kurulu Üyesi Ali Atlamaz gelişmelere göre hareket edeceklerini belirterek, “Şu an Mısır ekonomik verileri itibarıyla hâlâ yatırım yapılabilir bir ülke konumunda. Gelişmelere göre hareket edeceğiz” açıklamasında bulunuyor. Eroğlu Holding Yönetim Kurulu Üyesi Şahin Eroğlu ise “Mısır’da 120 milyon dolarlık ciddi bir kot kumaşı üretimi yatırımımız var. Bu yatırımdan vazgeçmek ya da geri dönmek gibi bir durumumuz tabii ki yok. Çok büyük bir aksilik olmazsa Haziran’da yeni üretim tesisimizi hayata geçireceğiz” diyor.

TÜRK ŞİRKETLERİNİN MİSİR’DA 2 MİLYAR DOLAR YATIRIMI VAR

Mısır’da 250 Türk firmasının, yaklaşık 2 milyar dolarlık yatırımı bulunuyor. Türkiye-Mısır Serbest Ticaret Anlaşması’nın imzalanmasının ardından, iki ülke arasında yatırım ilişkilerinde özellikle Türkiye kaynaklı tekstil ve hazır giyim yatırımcılarının faaliyetleri nedeniyle hareketlilik yaşandığı gözleniyor. Mısır’daki Türk yatırımları, yüzde 80 oranında tekstil ve hazır giyim alanında yoğunlaşmış olmakla beraber, otomotiv ve otomotiv yedek parçası, boya-kimya, elektriklelektronik, mobilya ve turizm alanlarını da kapsıyor. Türk firmalarının emek-yoğun sektörlerde yatırım yapması nedeniyle, yaklaşık 40 bin Mısırlıya da istihdam sağlanıyor. Suudi Arabistan’dan sonra Ortadoğu’nun en büyük ekonomisine ve 80 milyonluk nüfusu ile gelişmekte olan büyük bir iç pazara sahip olan Mısır’la 2007 yılında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması’nın ardından karşılıklı ticaret, hızla artarak 3.3 milyar dolara ulaştı. Bu rakam 2004 yılında 320 milyon dolar civa-

rındaydı. Müteahhitlik sektöründe ise Türk firmaları 1972-2008 yılları arasında Mısır'da yaklaşık 560 milyon dolar değerinde, toplam 24 proje gerçekleştirdi. Türk müteahhitlik firmalarından, Mısır'da STFA Enerkom, MNG, Makimsan, Tepe İnşaat, Haz Mermer, ENKA, Sezai Terction ve Uoxil faaliyet gösterirken, söz konusu firmaların taahhüt işleri tamamlandı ve bir bölümünün sadece irtibat ofisleri varlığını sürdürüyor. TAV ise üstlendiği Kahire Havaalanı Yeni Dış ve İç Hatlar Terminali inşaatını tamamladı. Mısır'daki Türk yatırımları arasında büyük sanayi tesisleri, showroamlar ve mağazalar da yer alıyor. İki ülke arasında ekonomik ve ticari ilişkilerde yaşanan sorunlara ilişkin, ticari amaçlı vize uygulamalarında bir 'fast track' sırasının oluşturulmasının önemine dikkat çekiliyor. Mısır gümrüklerinde bürokrasinin ağır işlemesi, ticaretin önünde bir engel teşkil ederken, marka tescili konusunda gecikme ve maliyetli olma sebebiyle de sorunlar yaşanıyor. Bazı Türk firmaları Mısır'a ihraç etmiş oldukları ürünlerin taklitlerinin yapılmasından kaynaklanan problemler ile karşılaşırken, şirket kurulması, şube açılması, çalışma vizesi alınması, yabancı şirket veya kişiler üzerine mal alımı veya kira sözleşmesi yapılması işlemlerinin bürokratik engeller nedeniyle, oldukça uzun sürmesi de sorunlar arasında yer alıyor. Türkiye ve Mısır arasında 2005 yılında imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması (STA), 2007 yılında yürürlüğe girerken, anlaşma kapsamında sanayi ürünlerindeki gümrük vergileri, miktar kısıtlamaları ile eş etkili vergi ve önlemler kaldırıldı. Anlaşma çerçevesinde ayrıca, tarım ürünlerinde taviz değişimi ile hayvan ve bitki sağlığı önlemleri, hizmetler, yatırımlar ve genel hükümler alanlarında da düzenlemeler bulunuyor. İki ülke arasında ayrıca, Denizcilik Anlaşması, Türk-Mısır Ortak Komisyonu Kurulmasına Dair Anlaşma, Hava Taşımacılığı Anlaşması, Kara Ulaştırması, Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması, Ekonomik

ve Teknik İşbirliği Anlaşması, Ortak Yüksek Komisyon Kurulmasına İlişkin Anlaşma, Ticaret Anlaşması, Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması, Mahkeme Kararlarının Tanınması ve Tenfizi Hakkında Sözleşme ile Karma Ekonomik Komisyon (KEK) Protokolü bulunuyor. Türkiye, Mısır'a 2010'da 2.3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirdi ve bu ülkeden 926.3 milyon dolarlık ithalat yaptı.

TÜRKİYE, MISIR İÇİN MODEL OLUR MU?

Mısır devrimi sonrasında Hüsnü Mübarek'in istifasının ardından ülkenin siyasi geleceği konusundaki tartışmalar artıyor. Bugüne kadar

ve demokrasiye giden bir yol" olması için adil ve özgür seçimlerin nasıl düzenleneceği, anayasa ve kanunların nasıl değiştirileceği ve ekonominin nasıl tekrar canlandırılacağı....

Bu noktada ordunun geçiş sürecini nasıl ele alacağı da en kritik süreç olarak ortaya çıkıyor. Bazı uzmanlar, "eski yönetimle bağları nedeniyle ordunun geniş demokrasiye geçişe çok istekli olmayacağı veya gücünü azaltacak bir hükümete izin veremeyeceği" görüşünü savunurken, bazılarıysa "otokrasiye karşı gelen halkın yanında yer alan ordunun, halkın demokrasi taleplerine karşılık vereceğini" düşünüyor.



Mübarek'in görevinden ayrılmasına kilitlenmiş olan Mısırlılar'ın önünde halledilmesi gereken bir dizi zorluk bulunuyor. Uzmanlara göre önümüzdeki günlerde cevaplanması gereken soruların başında ise şunlar geliyor: Askeri yönetimin nasıl bir yol izleyeceği, toplumun geniş kesimlerini kapsayan temsilcilerin yer aldığı bir koalisyonun nasıl ve kimlerden oluşacağı, Müslüman Kardeş-ler'in rolü, değişimin "geri döndürülemez

Yine önümüzdeki süreçte gündeme gelmesi beklenen bir diğer soru ise olayların başından bu yana Tahrir Meydanı'nın simgesi haline gelen "yeni nesil eylemci gençler" in ve aşırılık yanlısı Müslüman Kardeşler'in nasıl bir rol oynayacağı... Bilindiği gibi Müslüman Kardeşler, Mısır halkının yaklaşık dörtte birlik bölümünü temsil eden en organize gruplardan biri. O yüzden bu grubun, Mısır'ın demokrasiye geçiş sürecinde izleye-

ceği tutum çok önemli.

Özetle Hüsnü Mübarek gitti ama Mısır'da herşey yeni başlıyor. Uzmanlara göre Mısır'ın gerçek bir demokrasiye mi gideceği, otoriter veya İslamcı köktenci bir yönetime mi dönüşeceği, isyan sırasında sokakları dolduran aynı Mısırlılar'a bağlı. Bu noktada ortaya çıkan en çarpıcı görüş ise Mısır için modelin İran'dan çok Türkiye olduğu yönünde. ABD Barış Enstitüsü ve Woodrow Wilson International Center uzmanı Robin Wright da bu görüşü destekliyor ve Mübarek'in istifasının İran devrimiyle aynı güne denk gelmesinin ironik olduğunu belirterek, "Ancak Mısır'daki isyan kesinlikle başka bir yolda" diyor.

dolarlık tekstil, 66.2 milyon dolarlık da hazır giyim ihracatı yapılmıştı. Türk müteahhitleri için büyük önem taşıyan bu ülkeye ihracattaki artışı değerlendiren Denizli Tekstil ve Giyim Sanayicileri Derneği (DETGİS) Yönetim Kurulu Başkanı İsa Dal, "Libya, tekstil ihtiyacını karşılamak için yüzünü Türkiye'ye dönmüştü ki kargaşa çıktı" dedi. Dal, Türkiye ile Libya arasındaki tekstil ticaretinin 2007 yılında ivme kazandığını, ikili ticaret ve yatırımlara ilişkin istatistiklerin bunu ortaya koyduğunu söyledi. Son dönemde Libya'da yayınlanan Türk TV dizileri ve karşılıklı ziyaretlerle bu ülkeye yapılan ihracatta artış yaşandığını, Türkiye'nin Libya'ya 2009 yılı ihracatının 1.8 milyar doları aştığını anlatan Dal,

catçılarının bu ülkedeki müşterilerine ulaşamadığını sözlerine ekledi. İstanbul Tekstil ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği (İTHİB) Başkanı İsmail Gülle, Fas'ın tekstil sektörü için çok önemli bir ülke olduğunu belirterek, "Bizim için çok önemli olan tekstil fuarı, Ekim ayında Fas'ta yapılacak. Ümit ediyoruz ki, olaylar kısa sürede durulacaktır" dedi. Mart ayında Fas'a ticaret heyeti planladıklarını belirten Gülle, "Fas, bizler için büyük kapasitesi olan bir ülke. Her geçen gün de fasonculuktan başlayan ve üretim bazında gelişme içinde olan bir ülke. O zamana kadar ümit ediyoruz ki, bu sıkıntılar düzeler ve düzelmek de zorunda. Global kriz bile iki senede bitti" dedi.



LİBYA VE FAS TEKSTİLDE YÖNÜNÜ BİZE DÖNMÜŞTÜ KARGAŞA ÇIKTI

Ortadoğu'daki isyan ateşi, Türkiye'nin 5 ülkeyle arasındaki 8 milyar dolara varan ticaret hacmini tehdit ederken, bu ülkelere yönelik tekstil ve hazır giyim ihracatındaki artış dikkat çekmişti. 2010 yılında 142 milyon dolarlık tekstil, 15.2 milyon dolarlık da hazır giyim ihracatının yapıldığı Fas'a tekstil ihracatı bu yılın ilk ayında yüzde 45 artmıştı. Aynı şekilde Libya'ya da ihracat bu yılın Ocak ayında yüzde 81.6 artarken, geçen yıl bu ülkeye 27.3 milyon

şunları kaydetti: "Libya'da tekstil sanayisi bulunmuyor. İzlenen Türk dizileri, Türkiye'deki tekstil ürünlerine karşı talebi artırmıştı. İstanbul'da açılan ev tekstili fuarında Libya'dan gelen birçok ticaret adamı havlu ve bornoz almak için anlaşma yapmıştı. Libya, tekstil ihtiyacını karşılamak için yüzünü Türkiye'ye dönmüştü ki kargaşa çıktı. Bu kargaşa Türkiye ile Libya arasındaki tekstil ilişkilerini sekteye uğrattı." İsa Dal, Libya'ya 2010 yılı içinde Denizli'den 1 milyon 186 bin dolarlık konfeksiyon ürünü ihracatı yapıldığını, ancak son dönemde Denizli'deki tekstil ihra-

TÜRKİYE'NİN İHRACATI (2010 - Milyon Dolar)

Ülke	Tekstil	Konfeksiyon
Fas	142.6	15.2
Cezayir	69.5	91.5
Tunus	146.3	92.4
Libya	27.3	66.2
Mısır	221.1	58.3
Sudan	2.8	9.3
Lübnan	26.5	58.3
Yemen	0.7	3.4
Umman	0.3	0.5
Ürdün	18.6	21.8

EGSD Başkanı Özcan TORUN

tekstille ilgili şunları söylüyor



Tekstil sektörünün en temel girdi maddesi pamuk. Dünyada 23-25 milyon ton üretiliyor, bizim ülkemizde geçen sene 400 bin ton civarındaydı, daha önce 1 milyon tonun üzerine çıkmıştı bu ülkede. Ancak dünyada pamuğun entresan seyri var. Artmadı artmadı 50 yıl boyunca 1 dolar ile 2 dolar 20cent arasında değişen fiyatlarla çiftçi kazanamaz hale geldi .Tabi burda makro politikalar çok önemli. Avrupa Birliği bütün dünyaya yapmayın diye bas bas bağırmasına rağmen kendisi çiftçilere akıl almaz destekler veriyor. Türkiye’de çiftçilere destek verilmedi. Şu anda 42 kuruş (kiloda) çiftçiye destek veriliyor ve bu sene pamuk fiyatlarında beklenen rekor beklenenin üzerinde. Geçen sene Pakistan’da yaşayanlar Avustralya’da hava koşulları gibi sebeplerle pamuk azaldı. Artık pamuk yetmez hale geldi, bu nedenle pamuk fiyatları inanılmaz arttı. Bu artıştan dolayı bu sene Türkiye’de artık 600 bin dolayında, kiloda 42 kuruş destek verdiğinizde çiftçiye kiloda 168 milyon dolar gibi destek veriyorsunuz. İhracatın 21-22 milyar dolar olduğunu düşünürseniz bu 168 milyon destek çok komik. Ama pamuk satan şimdi

satmıyor, ithal ediyor. Boyacı, fermuarıcı, çiftçi, poşet, etiket, nakliyeciler, baskıcı, nakışçı, ambalajcı, firmalar, herkes pay alıyor. Türkiyede tekstilden sonra en büyük ihracat kalemi otomotiv. Tekstil gibi katma değeri bu boyutta olan ihracat fazlası olan başka sektör yok., Bunun yanında sektörün dertleri de bitmiyor. Şimdi 1 milyon 400 milyon ton dolayında pamuklu pamuksuz satıyoruz. 400 tonunu biz yetiştirdik. 1 milyon tonunu ithal etmeliyiz. Karşımıza lobiler çıkıyor. Böylelikle içerdeki pamukçuları koruyoruz. Ama verilen destek rakamlara bakıldığında çok az. Sektörel açıdan bakıldığında hiçbir mantığı yok yani.5 liraya alıp 40 liraya satacağımız bir ürün var. Alamazsanız üstüne para vermek lazım.

Türkiye’nin tekstilde markalaşması ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?

Dünya o kadar büyük ki ve hazır giyim özellikle hep geri kalmış ülkelerin sınıksız sarıldığı iş olmuştur. İstisnası İtalya’dır. Gelişmiş en büyük hazır giyim ihracatçılarındandır. Dünyanın 4 bir yanından alır, 4 bir yanına satar. Bu

markalaşmadır. Türkiye’nin de gelmek istediği nokta budur. Hindistan, Çin, Endonezya, Vietnam, Fas, Tunus, Cezayir, Mısır gibi ülkelerde yoğun hazır giyim üretimi vardır. Hazır giyim çok fazla insan çalıştırmaktadır. Otomotiv fabrikalarında binlerce robot vardır. Ama hazır giyimde herşey insan elindedir, insan elinden geçer değişir. Tekstilde rekabet eden ülkelerde iş gücü çok ucuz. Bir kişi 40-50\$ gibi bir ücret alır. Sosyal güvenlik yok, kıdem tazminatı yok, sigorta primi ve emeklilik yok. Enerji ucuz, vergi yok. Adamlar sonuçta ucuza mal ediyorlar.

Sektörün dertlerinden biri olarak sayılabilir mi bunlar?

Elbette. 85’li yıllarda sektöre girdiğimde pazarın kenarına itilmeye başlandı. İtalya’da da şartlar aynıydı. Bizimle rekabet etme şansları yoktu. Tamamen pazarı kaybedeceklerdi ve çok akıllı davranıp bir üste çıktılar. Kemeraltında da gömlek var, Vakko’da da gömlek var. Ama Vakko’daki Vakko’dur. Daha sonra tasarım yapmaya başladılar. 6,30 \$’a yapıyorum tişörtü 4,70’e alırım diyor. Parekende

satış fiyatı sonra 95 Euro oluyor. Başka birşey yapıyor adamlar. Made in Italy oluyor onların yaptıkları. Biz de dedik Made in Turkey marka olmalı, insanlarda Türk malı alma arzusu olmalı. Sağlam mal almak istiyorsanız Alman malı alacaksınız diye bir inanış var mesela. Çünkü "Alman Malı" ölmez, yı-



tlmaz, bozulmaz. Bu imaj çok önemli. Türkiye'yi de giyim konusunda böyle bir yere getirmeye çalışıyoruz. Ufak yerlerden başlayıp sesimizi oralarda duyurup yükselmeliyiz. Bunun başlangıç noktalarında ciddi önlemler var. Antidamping vergisi çok ciddi bir önlem. Bunun mantığı yok.

Türkiye'de çok fazla dokuma tezgahı var. Dışardan ucuz kumaş geliyor. Burdaki dokuma tezgahı çalışmıyor. O nedenle onları koruyalım, herkes malını içerden alsın. Dışardan ithal etmesin. Ama global bir dünyada yaşıyoruz. İki ayrı uçtaki insanın birbirine ulaşması 1-2 sn. sürüyor. Tuşları çevirme süresi. Bu kadar küçük bir dünyada siz lokalize olup içinize kapanıp birşeyler yapamazsınız. Entegre olabilmeyi ve rekabet etmeyi öğrenmelisiniz. Aynı zamanda onları korumak için sektörün diğer aktörlerine inanılmaz vergi yükü getirerek bunu yapamazsınız. Temmuz ayında yürürlüğe girecek bu tebliğ şimdiden içerdeki kumaş fiyatlarını artırdı. Devlet bunu hangi mantıkla yapıyor biz anlamıyoruz. Dünyanın en pahalı elektriğini kullanıyoruz. Gelişmiş dünya ülkeleri içinde işçilik üzerindeki dünyanın en pahalı vergisini ödüyoruz.

%15 gelir vergisi arttıkça artıyor, işsizlik primi, net maaşa gelinceye kadar işverenin eline iyi bir para geçiyor ama cebinden de kocaman bir para çıkıyor.

Peki mesela İtalya'nın bir adım üste çıkması gibi İzmir olarak bir adım üste çıkmak nasıl mümkün? Tasarımda ele alabiliriz.

Şimdi tasarımda biz aşırı derecede kafa yoruyoruz. Bora Aksu yüz akımız. Muhteşem bir sanatçı. İngiltere'de 7 yıl üst üste en iyi tasarımcı ödülü aldı. Ama burda adını duyurup yeteneklerini orada sergiledikten sonra. Birilerinin dikkatini çekmediğiniz sürece olmaz. Örneğin, büyük bir takımda oynamak istiyorsanız büyük bir oyuncu olmak zorundasınız. Küçük yerde adınızı duyurmanız lazım. Tasarım dediğimiz olay şiir yazmak gibi. Benim bu işi hafife aldığım anlamına gelmiyor. Roman yazmak gibi, beste yapmak gibi ilham gelmesini bekleyebileceğimiz bir olay değil. Tasarım sadece yetenek istemez. İnanılmaz derecede güncel kalmak lazım. Dünyada birçok moda, renk, kumaş fuarları var. Görmeniz, gezmeniz, incelemeniz lazım. Uluslararası yetkin ve saygın internet siteleri var. Yıllık üyelikleri 17.000-20.000 pound. Bir tasarımcıyı iyi bir şekilde istihdam edebilmesi için firmanın o tasarımcının birtakım sorunlarını çözmüş olması lazım. Bundan yaratıcılık bekliyorsa tasarımcının ay başındaki kirayı, çocuğunun yemek parasını düşünmesi iyi bir şey değildir. Onu tatmin etmeniz lazım. Örneğin Van Gogh herkesin kullandığı fırçaları kullanıyordu. Ama şimdi baktığımızda bir tablosu küçük çaplı bir ülke bütçesinden fazlaya satılıyor. Acaba Van Gogh kendisine ömür boyu bakan abisi olmasaydı bunları yapabilir miydi?

Ben yaklaşık 8 sene önce bir gazete haberi okudum. Amerika'nın eğitime ayırdığı bütçe 250 milyar dolar. Özel işletmelerin kendi eğitim bütçeleri de 250 milyar dolar. Şirketini geliştireceksin, kendini geliştireceksin. Ger-

çekten... Çalışyorsun, çalışyorsun. Bir firma kapanıyor, işçiler maaşlarını alamıyor, devlete vergisini ödeyemiyor. Neden böyle oluyor? Çünkü rekabetçi bir ortam yaratılmıyor. Bunun için sermaye biriktirmemiz lazım. Mevcut vergiler zaten vardı. %20 tekstilde, %30 konfeksiyonda. Ortalama %25 diyelim biz ona. 11 milyar dolar ithalatımız var. %25 vergi demek 2 milyar 750 milyon dolar sektörün cebinden karşılanacak. 600 bin ton pamuk üreten köylüye verdiğimiz destek 168 milyon dolar. İki mislini versek bir o kadar daha vermek gerekir. Sektörün cebinden 2.750 milyon dolar alıyorsunuz. 1.03\$ 'dan 1 milyon ton pamuk ithal etmek zorunda olduğunuzu düşünürsek 1 milyon dolar. İyi de sektör nasıl para biriktirecek, nasıl yapacak?

Peki şimdi sermaye yaratılmıyor mu ya da geliştirilmiyor mu, büyüme sağlanamıyor mu ?

Sektör kendi itici güçlerini oluşturuyor. Müşteri ilişkileri, doğru partnerlerin birbirini bulması gibi. Yurtdışında sizin yaptığınız işe ihtiyaç duyan satış kanalları elinizden tutuyor. Onların üretim derdi olmuyor, sizin pazarlama derdiniz olmuyor. Büyüyorsunuz. Ama bunu bütün sektör üyelerine yapmak lazım. Bazı istisna firmalar zaten bu durumda ama bunu sektörün tamamına yayabilmek için herkesin kendi ayakları üstünde duruyor olması lazım. Sizi dünyanın önemli satış noktalarına sokmazlar. Çok özel birşey yapmanız lazım. Adınızı bir yerde duyurmanız lazım.

İtalya'dan bahsettik. Çin de buna dahil olabilir mi?

Çin'in dünyada olmadığı sektör yok. Şimdi Çin ve Hindistan 2.3 milyar nüfus. Dünya nüfusu 6 milyar. Yeryüzünde yaşayan her 2.8 kişiden biri Çinli veya Hintli. Şimdi Çin'in yönetim biçimi gereğiyle halkı isyan ettirmeden bir arada tutmak zorunluluğu var. Ama ge-

lişen teknoloji, iletişim vs. nedeniyle halk daha çok şey istiyor. Onları meşgul etmek lazım. Bu işin sosyal boyutu. Şimdi Çin'de durum tehlikeli olmaktan çıkıyor. Bu son 7-8 yılda akılalmaz büyümeler sayesinde insanlar para kazanmaya başladı. Bizde de İstanbul'a benzer bir Çin yapısı var. Akılalmaz rantlar oluşturuldu. Bir yerden tarla alıyorsunuz 300 Lira'ya, bir karar çıkıyor 300 liralık tarla oluyor 300.000 lira. İnsanlar zengin oluyor. Çin'de bu hızlı büyümenin getirdiği çok büyük rantlar sonucu çok fazla sayıda insan zengin oldu. Çin kendi iç piyasasını keşfetti. 1 milyar 307 milyon Çinliyi giydirmek nasıl birşey düşünsenize? Avrupa 380 milyon. İtalya dahil, Mısır, Fas, Tunus, Cezayir dahil buraya çalışıyoruz. Çin'deki ücretler de yükselişe geçti.



Çin şu anda iç piyasasına dışarıdan daha cazip fiyatlarda mal satıyor. Onlar batılı gibi düşünmekte zorlanıyorlar hala. O zevkleri biliyoruz biz. Kendi giydiğimiz kıyafetle Danimarka'daki bir bayanın giydiği kıyafet aynı. Aynı kafa yapısı ve bakış açısına sahibiz. Onlar yaratamıyorlar, nasıl yapılması gerektiği söyleniyor onlar yapıyorlar. Dolayısıyla makul farklarla da olsa almaya meğilli müşteriler. Ama sınırları var. Yani %10 olur, %20 olur. Ama iki misli üç misli daha pahalıysa olmaz. O yüzden rekabet etmemiz gerekiyor. Rekabet koşullarını hükümetin sektöre sağladığını söylemek pek mümkün değil.

Giyim ihracatını artırmak için size ve hükümete düşen görevler nedir?

Bu işi yapan bizim gibi 10 binlerce firma var. Ama Türkiye'nin pamuk ihtiyacını karşılayan ya da tüm ihtiyacının %90'ını karşılayan yalnızca 10 firma var. Bunlar bir araya gelip inanılmaz büyük bütçelerle hükümet nezdinde büyük lobiler oluşturuyor. Demek ki onlar kadar başarılı ve hızlı olamıyoruz. Onlar TV'leri, radyoları ilk açtığımızda hep karşımıza çıkarlar. Onların hükümete söyledikleri ile bizim hükümete söylediklerimiz farklı anlaşılıyor. Ama akıllı insanların, gözleriyle değil de beyniyle düşünen insanların, karar vermesi için karşısında konuşanın kim olduğunu bilmesine gerek yok. Duyduklarını değerlendirebilecek niteliğe sahip olması yeterli. Bence bizim tarafımızda bir eksiklik var.

Peki ihracatı artırarak, ithalatçıları saf dışı bırakamaz mıyız? Yani en aza indirerek içerdekilere bir fayda sağlayamaz mıyız?

Bununla ilgili destekler var hükümet nezdinde. Biz dernek olarak ya da kent in ithalatçı birlikleri veya ticaret ve sanayi odaları yurtdışında pazarlama faaliyetleri yapmak istediklerinde veya heyet götürmek istediklerinde 10 veya daha fazla kurumla bir araya gelip bir uluslararası organizasyon yapmak istediğinde devlet bazı hibe destekler veriyor. Masrafların bir kısmını karşılıyor veya dış alım heyetleri getiriyoruz bunların masraflarını karşılıyor. Ama enteresan birşey var. Siz şimdi kuzey kutbunda yaşıyorsunuz ya da bir süreliğine orda kalmak zorundasınız. Mağazaya gidiyorsunuz, sadece mayo ve atlet satılıyor. İhtiyaç bu değil ki. "Giyim eşyası dediniz getirdik işte." Ama hayır, lazım olan bu değil. Hükümetin de gerçekten birşeyler yaptığı çok da iyi yaptıkları var. Ama bunlar da kötü yapılan şeyleri örtmek için kullanılan araç haline geliyor.

Peki sektörün ağır koşullarından bahsettik, emek ağırlıklı olması mesela. Bu konuda işçi açısından bahsedilebilir mi ?

Evet. Bu sektörün defolarından biridir. İşçi açığı var. Genellikle ya çok iyi yetişmemiş beyaz yakalı ya da bu işte çalışmak istemeyen mavi yakalı sorunumuz var. Az önce sektörün sermaye biriktirememesi kaynaklı sorunların varlığından söz etmiştik. Bundan dolayı bu sektörde çalışan mavi yakalı özellikle maaşlarını düzenli alamamaktan, sigorta priminin düzenli ödenmemesinden, kayıt dışı çalıştırılmış olmaktan bıkkınlık duyup başka bir sektörde çalışmaya başladılar. Burda bir sıkıntı var. Konfeksiyonda çalışmak istemiyorum diyor insanlar. Halbuki bu sektörün yıldız firmaları var. Hugo Boss var. Mümkün değil kayıt dışı çalışmamız. Keza sosyal sorumluluk görevlerini yerine getirmiş bir firmayız. Bizim gibi yüzlerce firma var. Ama biraz da insanların beklentileri konusunda kendilerini yanlış yönlendirme eğilimlerinden vazgeçmemeleri var. Yani bu sektör toplumun katmanlarının en alt gelir ve en alt kültür grubunu çalıştırmaktadır maalesef. Çünkü ucuz işçi gücü bir faktör burda.

Peki mesela bahsettiğimiz mavi-beyaz yakalı sorunları dışarıya çok mu yayılıyor acaba ki biz bu açıkları kapatamıyoruz?

Şimdi beyaz yakalılardan beklenti çok yüksek. İnsanlar üniversiteyi bitirince bir anda dünya hisselerinin bir bölümünün sahibi olduğunu ve dünyasında bir miktar sahibinin de kendisi olduğunu zanneden bir havayla geliyor işletmelere. Ne biliyorsun sen? Gittiği o staj yerlerinden öğrendikleri, hangi kimyasalları hangi işlemlerden sonra kullandığı falan sektörün umrunda değil. Ben telefonu açıyorum, kumaş istiyorum kumaşı bana gönderiyor, gerisi onun işi. İnsan ilişkileri çok önemli

yani. Bekletilerini karşılamam lazım. Senin altında çalışan ekibin, patronun, mesai arkadaşlarının beklentilerini karşılamam lazım. Bu şirketin ya da herhangi bir şirketin piyasadaki yeri ve konumunu iyi belirlemen lazım. Ve orada bir merdiven yukarı çıkmanın yolları konusunda birtakım fikirlerinin olması lazım. Sonra yöneticilik yeteneklerinin gelişmemişse, iktisadi anlamda bir işletmenin gelişmesi için çok net fikirlerin yoksa, teknik tekstille ilgili bilgilerle bir işletmede hiçbir iş yapamazsın. Yani iktisatı bitirdiniz, işletmeyi bitirdiniz, bu konuda yazılmış bütün kitapları hatmettiniz ve inanılmaz bir hafıza yapınız var, hepsini çok iyi biliyorsunuz. Ama bilgisayar kullanmayı bilmiyorsunuz, ehliyetiniz



yok, yabancı diliniz yok. Olmaz. Donanım çok önemli. Dünyanın en gelişmiş bilgisayarını aldınız ama içine yükleyecek programınız yoksa hiçbir işe yaramaz. Bütün bizim eğitim sistemimizden kaynaklanan sorunlarımız var. Ama ne yazık ki okullarımızın da hala ısrarla bu müfredata rağmen bu çocukları hayata hazırlama konusunda eksikleri var. Standard şeyler var. Mesela stajını nerde yaptın? Stajyerler amelelerdir işletmelerde. Bir kere buna düzen getirilmemiş. Noldu staj bitti mi bitti. Ver diplomayı yolla. Peki sen

bu işletmeye gelince bunu mu yapacaksınız? Bankaya giden stajyerler çay, kahve getirir ya da hep aynı makbuzu keserler. Noldu? Bankada staj yaptınız. Bunlar çözülmeli ve üniversitelerin sektörle ilişkileri konusunda bana göre bazı eksikler var.

Bundan sonra buna yönelik birsey yapacaksınız sanırım.

Belli üniversitelerle belli hocalarla dirsek temasımız var. Ama tabii bitmiş değil. Bence kentten ve sektörün önde gelen isimleri ya da belli sivil toplum kuruluşları belli dönemlerde üniversitelerde öğrencilerle ders kapsamında bir araya gelmeli. Yani ben buraya tekstil mühendisi alırken onu sına va tabir tutmuyorum. Yaparsa yapar, yapmazsa gider. Mesela ben 20 yaşlarındaydım, çok önemli ve hala öyle olan bir şirketin CEO'su Amerika'dan Türkiye'ye geldi. Ordaki tüm akademik kariyerini bıraktı ve burdaki bir holdingin başına geçti. Bir personel alacaklardı oraya, müracat ettim. Kendisiyle görüştim, tecrübelerimi sordu. Ben anlattım, şurada çalıştım burda çalıştım... "Bu yaşa kadar bu kadar çok işte çalışan adamla biz çalışamayız." dedi. Ama iyi bir adam bir yere giriyorsa onu oradan bırakmazlar.



If Wedding'i nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu yıl ki fuar sizce nasıldı?

Şimdiye kadar yaptıklarımızın en iyisiydi. 188 firma katıldı. Yerimiz olmadığı için 104 firmaya yer veremedik. Katılımcıların %95'i fuar sonunda seneye de katılmak istediklerini belirtti. %5'i ile ise fuar şartlarına uymadığı için yeni sözleşme imzalanmadı. Yerlerine yeni firmalar seçilecek. Buna İzfaş A.Ş. ve EGSD karar verecek.

Hacim olarak ise Avrupa'nın en büyük fuarıydı. Barcelona, Madrid, Milano gibi dünyanın tanınmış gelinlik fuarlarının yanında en büyüğü bizim yaptığımızdı. 1035 yabancı ziyaretçi, 8000 civarında yerli ziyaretçi geldi. 81 ilin tamamından, 57 farklı ülkeden ziyaretçi vardı. Bize göre en fantastik olanlar Venezuela, Papua Yeni Gine, Japonya idi. If Wedding ile ilgili başka projelerimiz de var. Ancak halka sunma aşamasına geldiğinde duyurmak isterim. Çünkü birşeye niyet bile olsa deklare ettiğimizde o gerçekleşmez. Fuarda çok yüksek kalitede firmalar da vardı ortalamanın altına düşen firmalar da vardı. Bazıları bu tür firmaların daha lokal yerde toplanmasını, bazıları bunların yerine daha iyi firmalar gelmesini teklif ediyor. Bazıları da -ben de bu grubun içindeyim- bu harmanın içinde kendini yukarıya taşımak için gerekçeleri olmalı görüşünde. "Ben neden kötüyüm?" diye düşünüp sektörün içinde yukarı çıkmaya çalışmalarını gerektiğini düşünüyorum.

If Wedding İzmir'in yüzakı. 1100 dolayında İzmir'de gelinlik üreticileri var. Türkiye'nin üretilen gelinliğinin %75'ini biz üretiyoruz. Çok büyük bir bölümünü yurtdışına ihraç ediyoruz. Türkiye'nin ihtiyacının fazlasını üretiyoruz. Siz de farkındasınız. Çankaya, Gazi Bulvarı, Mimar Kemalettin başta olmak üzere bütün vitrinler gelinlikle dolmaya başladı.

Bir fuar diyorsunuz. Bu fuar sayesinde bütün çevre ören yerlerin, bütün İzmir'in otellerinin, taksicilerin, lokantaların, seyyar satıcıların, mağazaların, ambalaj malzemesinden dekorasyon malzemesine kadar bu fuarda kullanılan malzemeler dahil olmak üzere matbaaların, baskı firmalarının, billboardların, medyanın ekonomiye inanılmaz katkısı var. Bunu ölçmek mümkün değil ama. Yani milyonlarca dolar katkı sağlıyor. Tabii bu sektörün para kazandırabileceğini gören firmalar ufak ufak çoğalıyor. Bir firmada 10 kişi çalışıyorsa hemen 5'er kişi 2 firma kuruyorlar. Bu sektör büyüyor. Fuar

amaçlarına uygun halde büyümeye devam ediyor. Alan kısıtlı olduğu için fuarın kalitesini daha yukarıya çekmemiz lazım. İzfaş bu konuda muhteşem bir çalışma yapıyor. Dünyanın 1 numaralısına defile yaptırmaya çalışıyoruz. Umarım başaracağız. En'ler çok önemlidir. 1. iseniz şampiyonsunuz, 2. iseniz hiçbir şey olamazsınız. Şampiyon değilseniz 10 yıl sonra kimse hatırlamaz sizi. O nedenle hep en iyilerle yola çıkıp en iyi organizasyonları yapmaya çalışıyoruz. Tabi bu da biraz kendi kendini taşıyan bir iş. Az öne söyledim. Sermaye biriktirmelisiniz. Bütün alanları katarsanız çok fazla para kazanırsınız. Yani bu fuar 3000 m2 ile başlayıp 12.500 m2 lere geliyorsa başarılıyız demektir, kendimizi geliştirmişiz. Şimdi İstanbul'daki meslektaşlarımızın projesi var. İstanbul Fashion week kapsamında bir hazır giyim fuarı yapmak istiyorlar. Mesela biz İzmir'deki mermer fuarından sonra 2. büyük fuarız. Ama Türkiye'de bu boyutta giyim konusunda hiçbir fuar yok. Biz İzmir'in 2. büyük fuarıyız ama Türkiye'nin 1. fuarıyız. 17 tane dernek bir araya gelip fuar yapmaya çalışıyorlar. Biz tek başımıza Türkiye'nin en büyük fuarını zaten yapıyoruz.

Sonlandırmadan önce değinmediğimiz bir yer var mı?

Var. Organik ve sürdürülebilir tekstil. Organik için herkes şu anda moda diyor. Herkes konuşur ama kimse uygulamaz. Uygulamaz diyorum, çünkü organik tekstil kıyafeti alır deterjanla yıkar. Şimdi sürdürülebilirlik bir felsefedir ve bana göre modern çağın zihnidir. Çünkü bu olmazsa artık biz de olmayacağız. Dünyada kullanılan bütün tarım ilaçlarının yarısından çok fazlası sadece pamukta kullanılmaktadır. Pamuğu tam olarak organik üretirseniz otomatikman dünyadaki tarım ilaçlarının yarısından fazlasını kesmiş olursunuz. Boyar maddelerde kullanılan zehirli kimyasalın önemli bir bölümünü organikte hiç kullanamazsınız. Hazır giyim

boyutuna geldiğinizde size bir sertifika verirler. Organik exchange ya da benzersiz sertifikalar. Uluslararası sertifikasyon kuruluşları verir bunu ve geliri sizi her gün denetler. Uzatmak istiyorsanız yeniden vizenizi yapar. Sizi de-



netlerken çalışma koşullarımızı da işçi sağlığı ve iş güvenliğine kadar A'dan Z'ye herşeyi denetler. Örneğin, bizim ilkyardım kursu almış ve her iki yılda bir gidip bu sertifikayı güncelleştirmiş bir eleman çalıştırmadan bu sertifikayı almamız mümkün değil. Örneğin, işletmemizde biz 6 ayda bir yangın tatbikatı yapmazsak, acil durumlarda burası nasıl tahliye edilir görmezsek bu sertifikayı almamız mümkün olmaz. Ya da toza karşı ve kimyasallara karşı bir önlemimiz yoksa alamayız bu sertifikayı. Organik ürünleri üreterek dünyaya ve birlikte çalıştığımız insanlara sahip çıkmaya devam edebilirsiniz. Bu ürünleri satın almak pahalıdır. Çünkü diğerlerinden farklı üretiyoruz herşeyi. Ama insanlar fazla para vermek de istemiyorlar. Organigi herkes konuşuyor artık. Ama çok az kişi uyguluyor. Biz geçen hafta perşembe-cuma-cumartesi günü 14-16 Nisan tarihlerinde OFİ organizasyonunu gerçekleştirdik. Burada 30 firmamıza da mini fuar açma imkanı bulduk. Buraya gelen uluslararası yabancı ziyaretçilerle firmalarımızın tanışmalarını temin etmek amacıyla ordaki bildilerde de, sunumlarda da gördük ki dünya kendine yeni bir yol çizmediği sürece uçuruma doğru gidiyor. Doğru kimyasallarla boyanmışsa üzerinizdeki kıyafetler, özellikle tene temas edenler, cilt kanseri olma ihtimalini %100 kılıyor. Hasta kıyafet-

leri çok ilgi görüyor. Çünkü vücudun en zayıf ve en dirençsiz olduğu anda organik ürün giymenin faydası var. Bebe ve çocuk kıyafetleri, iç çamaşırları da direk tene temas ettiği için fazla ilgi görüyor. Ama bence hayatımızın her aşamasında dış giysiler daha korumacı bazı kimyasal özellikler taşıyabilirler. Bir montumuz, kabanımız yağmur geçirmemeli. Onu pamuktan yapamazsınız. Ama bir tişört, çamaşır, atlet veya çorap organik standartlara sahip olmalı.

Son olarak, tekstilde çalışmak isteyen arkadaşlara ne önerirsiniz?

Tekstil dünyadaki herhangi bir işten farklı birşey değil aslında. İnanın bu iş vizyonla ilgili, yani bir sinema sanatçısıyla, oto tamircisi ile tekstilci arasında hiçbir fark yok. Başarılı olanlar buldukları her yerde hem çok zengin hem çok mutlu oluyorlar. Gerçekten tekstil maceralı bir iştir. 6 milyar ayrı insanın zevklerine hitap edeceksiniz. Hepsi birbirinden farklı düşünen, yaşayan, giyinen, kültür seviyeleri olan ve farklı sorunları olan insanları giydiriyorsunuz ve onları mutlu ediyorsunuz. Örneğin, şurda birşey üretiyorsunuz. Sonra biniyorsunuz uçağa gidiyorsunuz İngiltere'ye Almanya'ya iş görüşmesine. Sizin ürettiğiniz o enteresan şey birilerinin üzerinde, Sanki bütün dünya size bakıyormuş gibi hissediyorsunuz. Yani bu çok başka bir duygu. Bu işlerde herkes tekstil okumak gerektiğini düşünüyor. Oysa tekstil mühendisleri tekstil firmalarında çalışan personelin %1'inden azdır. Bizim muhasebecilere, finansmanlılara, pazarlamacılar, dizaynırlara, reklamcılara ihtiyacımız var. Tekstilde çalışmak için illa tekstil okumak gerekmiyor. Sonuçta iş bu ve Türkiye'nin en önemli sektörü şu anda. Bu da benim çok hoşuma gidiyor.

Sıcak paranın YIKICI DOMİNO ETKİSİ

Sıcak para akımlarının avucunun içine aldığı Türkiye gibi ülkelerde, ilk zamanlarda şaşırtıcı gelişmeler yaşanır. Akıllara durgunluk veren ekonomik gelişmeler öngörülür. (Örneğin: 1997 Asya krizine kadar 90'lı yıllarda Asya Kaplanları adı verilen Asya ülkelerinde yaşanan ekonomik gelişmeler) İhracat rakamları, deyim yerindeyse tavan yapmıştır. Enflasyon, tek haneli rakamlara çekilmiştir. Önemli bir makro değişken olan büyüme ve GSMH'ye bağlı hesaplanan kişi başına düşen milli gelir kısa vadede sürekli artış göstermiştir. İktisat biliminin asıl amacını; neoliberal politikaları ve küreselleş-

ö v -
mekmiş
gibi anlayan
bireyler ve ya-
yın organlarında, bu
ekonomik gelişmeler büyük bir
iştahla anlatılır. Ülkeye gelen sıcak pa-
raya övgüler yağdırılır. Ekonominin dışı
açıldığı, özgürleştiği, güven ve istikrar
ortamının yaratıldığı savı, dilden dile do-
laşan bir hal alır ve sıcak paranın getirdi-
ği yıkım hep ikinci planda kalır. Topluma
empoze edilen bu aşırı iyimser tablonun
etkisiyle, ekonomiye toz pembe gözlük-
lerle bakılmaya başlanır.

Sıcak para akımlarının, kısa vadede sağladığı bu ekonomik gelişmeler, uzun vadede, ekonomide kalıcı, yapısal ve kronikleşmiş sorunları beraberinde

getirir ve ekonomide yıkıcı bir domino etkisi yaratır. İşte, şimdi, bize dayatılan o aşırı iyimser tabloyu bir yana koyarak, bir anlık da olsa, toz pembe gözlüklerimizi çıkarıp, sıcak paranın Türkiye ekonomisine getirdiği yıkıma, çıplak gözle bir bakalım.

KRONİKLEŞMİŞ CARİ AÇIK- SICAK PARA

Bilindiği üzere, bir ekonominin, yurt dışı piyasalarla olan iktisadi ilişkileri, ödemeler dengesi diye anılan bir bilanço içinde tutulmaktadır. Ödemeler dengesi, bir ülkeye gelen döviz miktarıyla, ülkeden çıkan döviz miktarını yıllık olarak gösterir. Bir ödemeler dengesi, 4 ana bölümden oluşur. Bunlar: Cari işlemler dengesi, sermaye hareketleri, net hata noksan kalemi (kayıt dışı döviz girişleri) ve rezerv hareketleridir.

Şimdi, Sıcak paranın yıkıcı etkisini, daha iyi anlayabilmek için ödemeler dengesinin cari işlemler dengesi ve sermaye hareketleri kalemlerini daha yakından inceleyelim. Bir ulusal ekonomi ile dış dünya arasında mal ve hizmet ticareti, kâr, faiz, ücret transferleri sonucunda ortaya çıkan yıllık gelir ve giderlerin bilançosuna cari işlemler dengesi denir. Kamuoyunda daha çok dış ticaret açığı olarak lanse edilen cari işlemler dengesi, görüldüğü üzere aslında daha

geniş bir anlama sahiptir. Cari işlemler dengesi içinde: Dış ticaret dengesi (ihracat – ithalat), turizm gelir gider dengesi, yurt dışı müteahhitlik hizmetleri, yurt dışından işçi dövizleri ve faiz ödemeleri ile kâr transferleri kalemleri bulunur. Türkiye için cari işlemler dengesindeki en sorunlu, en duyarlı kalem dış ticaret dengesidir. Çünkü bakıldığında, ihracat rakamları, sürekli artış gösterse bile ithalat ihracata göre daha büyük bir artış hızı sergilemektedir. Hal böyle olunca da dış ticaret dengesi (ihracat-ithalat) sürekli açık vermektedir. Bunun temel nedeni, ihracat yapabilmek için gereken sanayi kökenli ara mallarının ithalata olan bağımlılığıdır. Bu konuya yazımızın ilerleyen bölümlerinde değineceğiz. Cari işlemler dengesindeki turizm gelir-gider dengesi, yurt dışından gelen işçi dövizleri gibi diğer kalemler fazla verseler bile dış ticaret dengesindeki büyük açıkları karşılayabilecek düzeyde değildir. Bu yüzden; Türkiye ekonomisi, cari işlemler dengesinde, sürekli açıklar veren bir ekonomi konumuna gelmiştir. Her geçen yıl, ihracat ve ithalat arasındaki makas giderek büyümüş, ihracat ithalata bağımlı hale gelmiş ve bunun sonucunda, Türkiye ekonomisinde kronikleşmiş cari açık sorunu ortaya çıkmıştır.

Bir ülkenin cari işlemler dengesinde verdiği açık, ödemeler dengesinin diğer bir kalemi olan sermaye hareketleriyle -borçlanma yoluyla- kapatılır. Sermaye hareketleri, finansal sermaye akımlarına dayalı döviz giriş ve çıkışlarını gösterir. Sermaye hareketleri kalemi, cari işlemler dengesinin finansmanıdır. Bu yüzden, sermaye hareketlerinin fazla vermesi gerekir. Eğer bir ülke, doğrudan yabancı sermaye yatırımları ya da uzun vadeye yayılmış döviz girişleriyle cari açığını finanse ediyorsa, bu ekonomi için daha az tehlike arz eder.

Çünkü bu döviz girişlerinin, ani şoklarda ya da isteğe bağlı bir şekilde, biranda ülkeden çıkması söz konusu değildir. Tehlike arz eden, bir ülkenin, cari açığını, kısa vadeli krediler veya ülkeye yüksek faiz aracılığıyla gelen portföy yatırımlarıyla yani sıcak parayla finanse etmesidir. Bu ekonomi için kırılganlık arz eder ve ülke ekonomisinin borç yükünü



arttırır.

İşte, Türkiye, yıllardır var olan cari açığını, sıcak para dediğimiz spekülative sermaye hareketleriyle kapatmaktadır. Sıcak para, net faiz oranlarının yüksek olduğu ülkelere faizden yararlanmak için gelen ve faizini aldıktan sonra giden, kısa vadeli son derece spekülative fonlardır. Gelen bu paraların bir mal alımı ya da fiziksel bir sermaye yatırımı ile ilgisi yoktur. Yani cari açığın finansmanı sağlıklı yollarla yapılmamaktadır. Kü-

DİŞA BAĞIMLI SANAYİ - SICAK PARA

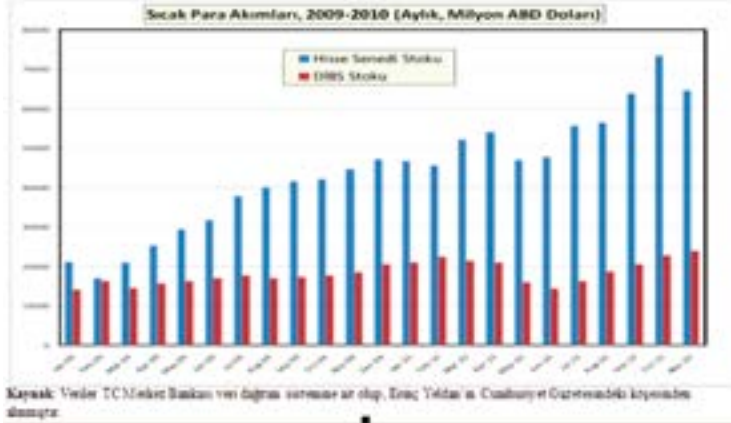
Türkiye ekonomisinin cari açık vermesinin temel nedeninin ihracatla ithalat arasındaki makasın giderek büyümesi olduğunu yani dış ticaret dengesinden kaynaklandığını söylemiştik. Peki, neden Türkiye ekonomisi yıllardır ve artarak devam eden dış ticaret açıkları veriyor?

Yüksek net faiz aracılığıyla ülkeye gelen sıcak para, ülkede, bir döviz bolluğu meydana getirir. Bu döviz bolluğu sayesinde, yabancı paranın değeri düşer, ülke parasının değeri aşırı bir şekilde yükselir. Sıcak para akımlarının gelmesiyle ucuzlayan döviz kuru, ithalatı kolaylaştıran bir hal alır. Aynı

ithalatıyla, imalat sanayi üretim endeksi arasındaki ilişkiyi vermektedir.

Görüldüğü üzere, imalat sanayi üretim endeksiyle imalat sanayi ithalatı arasında, doğrudan doğruya bir ilişki vardır. Yani üretim yapabilmemiz, ithalat yapabilmemize bağlıdır. Bu da demek oluyor ki, Türkiye ekonomisinde meydana gelen yüksek ihracat rakamlarının arkasında, ithalata olan bağımlılık yatmaktadır. Ulusal sanayimiz, montaj sanayi ve ithalat merkezi haline gelmiştir. Yurt dışından getirilen İthal ara girdiler fabrikalarda birleştirilip yurtdışına ihraç ediliyor ve böylece ihracat artış hızı kamçılanıyor. Yüksek ihracat rakamlarına ulaşıyor. Ayrıca sanayi üretimindeki dalgalanmaların ithalata olan duyarlılığı şekilden çok net olarak gözlenmektedir. Bu duyarlı yapı da sağlıklı ve istikrarlı bir sanayi üretimi sağlamamaktadır. İthalata bağımlı hale gelen sanayi üretimimiz, dış ticaret dengesindeki (ihracat-ithalat) açığı körüklemekte, bunun finansmanı da spekülative fonlar olan sıcak para akımlarıyla sağlanmaktadır. Başka bir deyişle, ülke sanayisi, ülkeye borç veren yabancı sıcak para sahiplerinin inşafına bırakılmıştır.

Yazımızın başında da açıklamaya çalıştığımız gibi sıcak para kalıcı bir fi-



Tablo 1

çuk bir tedirginlik anında, herhangi bir ani şokta ya da isteğe bağlı bir şekilde sıcak para ülkeyi terk edebilecek ve cari açık finanse edilemeyince 1994, 2000-2001 ve son olarak da 2008 krizlerinde olduğu gibi ekonomi için tehlike çanları, bir kez daha çalacaktır. Aşağıdaki grafik, Türkiye ekonomisinin tam bir spekülative sermaye, yani sıcak para cenneti olduğunu kanıtlar. Grafik hisse senedi ve devlet iç borçlanma senetleri (DİBS) üzerine olan yabancı yatırımcı talebini (sıcak para stoku) vermektedir.

Görüldüğü üzere, cari açığın finansmanı olan sıcak para, 2009'un ikinci yarısından sonra yoğun bir şekilde artmış ve Türkiye ekonomisi spekülative sermaye yani sıcak para cenneti haline gelmiştir. Türkiye'de yaşanan 1994, 2000-2001 ve 2008 krizlerinin ortak özelliğinin, sıcak para hareketlerindeki ani dalgalanmalar ve ani çıkışlar olduğu bilinen bir gerçektir. Bu yüzden, bu grafik, Türkiye ekonomisinin nasıl kırılğan bir yapıda olduğunu, çok net bir şekilde ortaya koymaktadır. (Bu yazıyı yazdığımız günlerde Ortadoğu'da yaşanan siyasal gelişmeler yüzünden, Merkez Bankası ülkemizden 10 Milyar dolar sıcak para çıkışı olduğunu açıklamış ve sıcak para hareketlerini takibe aldığını belirtmiştir.)

zamanda ülke parası da aşırı değerlenince, bir malın yurt içindeki maliyeti, yurt dışındaki maliyetine göre daha pahalı hale gelir. Bu yüzden, üreticiler bu malın temel girdilerini ülke içinde üretmek yerine dışarıdan ithal etmeye başlar. Ülkede yerli malların yerini ithal mallar alır. Böylece ulusal sanayi ve tarım, ithal mallarla yarışamaz hale gelir. Ülke ekonomisinin dışa bağımlılığı

artar. Başka bir deyişle ihracat yapabilmemiz, ithalat yapabilmemize bağlı olur. Türkiye'nin mal ihracatının yüzde 90'dan, ithalatının ise yüzde 75'ten fazlası sanayi ürünlerinden oluşmaktadır. Ucuzlayan döviz kuru, ülke içindeki maliyetleri artırıp, ithalatı kolaylaştırınca, sanayi üretiminde yerli ara mallar, ithal ara mallarla ikame edilmeye başlanmış ve ulusal sanayimiz dışa bağımlı hale gelmiştir. Aşağıdaki grafik imalat sanayi



Tablo 2

nansman biçimi değil aksine geçicidir. Bugün bol miktarda var olan sıcak para akımları, yarın ülkeyi çok rahat bir şekilde terk edip, ülke ekonomisini kendi kaderine bırakabilir. Günü kurtaran ve ileriye dönük olmayan bu finansman biçimi, gerekli yapısal önlemlerin alınmaması yüzünden ülke içindeki tarım sektörünü de sekteye uğratmıştır. Sıcak para akımlarıyla ucuzlayan döviz kuru ve ülke içinde Türk Lirası'nın aşırı değer

kazanmasıyla artan maliyetler yüzünden, tarım ülkesi olarak bilinen ülkemizde, tarım ithalatı da giderek artmaktadır. Örneğin 2010 yılı için Türkiye İstatistik Kurumu'nun tarım ithalatı rakamlarına bakacak olursak: Türkiye, ayçiçeğinin yüzde 54'ünü, kolza tohumunun yüzde 60'ını, soya fasulyesinin yüzde 97'sini, kırmızı mercimeğin yüzde 35'ini, kuru fasulyenin yüzde 17'sini dışarıdan almaya başlamıştır. Ayrıca ülkemiz mısıra ve pamuğa da dünya kadar para ödemektedir. Tüm bunlara ek olarak da geçen yıl et ithal etmeye başladık. Böylece 2010 yılı tarım ürünleri ithalatı 9,9 milyar dolara ulaşmış oldu. Eğer böyle gidecek olursa, tarım ürünleri ithalatı, sanayi ürünleri ithalat rakamlarıyla yarışır hale gelecek ve cari açık şuan ki seviyelerden daha hızlı, deyim yerindeyse dörtne artacaktır.

Görüldüğü üzere gerek sanayi üretimi gerekse tarım sektörü, giderek artan bir hızla ithalata bağımlı kılınıyor ve bu da dış ticaret dengesinin(ihracat-ithalat) büyük açıklar vermesine sebep oluyor. Böylece dış ticaret dengesindeki açıklar da cari açığı pompalıyor. Demek ki cari açığın kriz dönemlerinde küçülmesi de bir tesadüf değildir. Çünkü ithalat hacmimiz daralınca, ihracat yapamamakta bu da cari açığın temel nedeni olan dış ticaret dengesindeki açığın küçük çıkmasına sebep olmaktadır. Böylece cari açık azalmaktadır. Ayrıca sıcak para akımlarıyla ucuzlayan döviz kuru, ithalatı kolaylaştırınca, sanayi üretimi için gerek olan ara malı maliyetleri gerilemekte bu da enflasyonun sanal bir göstere olarak tek haneli rakamlara çekilmesine imkân sağlamaktadır.



İthalata olan bağımlılığımızı azaltmak için ülke sanayisinin ara malları üretebileceği bir yapı gerekmektedir. Bu gerekli yapı üretilmeli ve korumacılık uygulamalarıyla yerli ara mallar tekrar desteklenmelidir. Tarım sektörü içinde

yapısal önlemler alınmalıdır. Ve böylece ülke ekonomisinin ithalata olan bağımlılığı kısa vadede gerçekleşme bile uzun vadede azaltılıp ulusal sanayi ve tarım yeniden ayağa kaldırılmalıdır.

ESNEKLEŞTİRİLMİŞ İŞ GÜCÜ PİYASASI, ADALETSİZ GELİR DAĞILIMI- SICAK PARA

Sıcak paranın yüksek net faiz aracılığıyla ülkeye geldiğini söylemiştik, bunu isterseniz bir örnekle de açıklayalım: Yabancı yatırımcının Türkiye'de bir fona para yatırdığını düşünelim, bugünlerde enflasyon %5 civarında yani bir fon faiz getirisi olmadan satın alındığında %5 değer kaybedecek demektir. Eğer biz faiz oranını %5 seviyesinde tutarsak

bu fon ne değer kaybedecek ne de değer kazanacaktır yani getirisi sıfır olacaktır. Türkiye de faiz oranı %13 civarındadır. Yani yabancı yatırımcı Türkiye de üretim yapmadan, istihdam yaratmadan parasının üzerine %8'i kadar değer (faiz oranı- enflasyon= %13-%5=%8) koymaktadır. Ve böylece ülkemizden kazandığı yüksek net faizle kendi istihdamını ve üretimini beslemektedir. Türkiye ekonomisinin sıcak paraya sağladığı avantaj bununla da sınırlı değildir. Ayrıca bu spekülative fonlar her türlü vergiden de muaf tutulmaktadır. Ülkemizde verginin vergisi olarak da anılan özel tüketim vergilerinin giderek arttırıldığı, asgari ücretliden gelir vergisi alındığı düşünüldüğünde, üretim yapmadan, istihdam yaratmadan kazanç elde eden spekülative sermayeden vergi alınmaması üzerinde dikkatle düşünülmesi gereken bir durumdur.

Gerek kamu sektörü ve gerekse özel firmalar, bütçe harcamalarında büyük yer kaplayan faiz yükü karşısında ücret artışlarına sınır koyan, reel ücretleri düşüren ve emeğin örgütlenmesine, sendikaların kuruluş ve işleyişini zorlaştıran uygulamalara ağırlık vermişlerdir. Ülkemizdeki istihdamın hemen hemen yarısının kayıt dışı olması yani hiçbir sosyal güvencesi olmayan insanların çalıştırılıyor olması,

iş gücü piyasasının esnekleştirildiğinin en güzel kanıtıdır. Ayrıca bugünlerde çok popüler olan demokrasi tartışmalarının, emek ve sermaye sınıfının eşitliğine değinilmeden yapıyor olması, demokrasi tartışmalarının gerçekçiliğini sorgulamaktadır. Çünkü bilindiği üzere demokrasinin temelinde emek ve sermaye sınıfının eşitliği yatmaktadır. Oysa ülkemizde emek ve sermaye sınıfı arasındaki gelir düzeyi farkı sürekli artmakta, bu da gelir adaletinin sağlanamamasına yani gelir eşitsizliğine sebep olmaktadır. Aşağıdaki grafik gelir eşitsizliğini ölçmede



Kaynak: OECD

Tablo 3

kullanılan gini katsayısına göre, ülkeler arasındaki gelir adaleti sıralamasını göstermektedir.

Görüldüğü üzere, Türkiye, gelir dağılımı eşitsizliğinde, Meksika'dan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca ülkemizdeki gelir eşitsizliği OECD ortalamasının da çok üstündedir.

Bütçe harcamalarında büyük yer kaplayan faiz yükü, ücret artışlarına sınır koymakta, emek ve sermaye sınıfları arasındaki gelir düzeyi farkını sürekli arttırmakta, bu da gelir adaletinin sağlanamamasına yani gelir eşitsizliğine sebep olmaktadır. Bununla beraber, sıcak para akımlarının yüksek borç yükü kalitesiz, örgütsüz, kayıt dışı, esnekleştirilmiş bir iş gücü piyasasını da kamçulamaktadır.

GÜVENSİZ İSTİKRARSIZ VE İSTİHDAMSIZ BÜYÜME- SICAK PARA

Bir ülkenin, belli bir dönemde ürettiği mal ve hizmetlerin, miktar olarak artması anlamına gelen büyüme, ekonomide en önemli makro değişken olarak kabul edilir. Bu yüzdendir ki ülkeler enflasyondan arındırılmış yüksek reel büyüme rakamlarını hedeflerler. Ancak büyümeden daha çok, büyümenin nasıl gerçekleştirildiği, nasıl finanse edildiği yani eko-

nomik büyümenin niteliği ondan daha büyük bir öneme sahiptir. Çünkü amaç; sürdürülebilir, ülkenin kendi iç dinamiklerinin ön plana çıktığı, ülkedeki üretici etkenlerin lokomotif olduğu, yatırım ve üretime dönük, güvenli, istikrarlı ve istihdamlı bir büyüme yaratmaktır. Ülkemizdeki büyüme süreci bu dinamiklerle gerçekleşmemektedir. Sıcak paranın yıkıcı etkisi, burada da kendini göstermektedir.

Türkiye ekonomisinin büyüme süreci tamamen sıcak para akımlarına bağımlı hale gelmiştir. Bir çok iktisatçı tarafından “hormonlu, kalitesiz ve spekülasyonlu büyüme” olarak da adlandırılan bu tür bir büyüme modeli tüketim arttırıcı özellik taşır. İnsanların birikimleri atıl kalır, tasarruflar düşer. Sıcak paranın bütçe harcamalarında artan yüksek faiz yükü karşısında, gerek kamu sektörü gerekse özel firmalar, sabit sermaye yatırımlarından kaçınır. Ülke ekonomisinin

mektedir.

Grafikten de anlaşılacağı üzere Türkiye ekonomisinin büyüme süreci tamamen sıcak para girişlerine bağımlı hale gelmiştir. Başka bir deyişle, Türkiye kendi iç dinamikleriyle değil aksine dış kaprislere bağlı, güvensiz ve istikrarsız bir şekilde büyümektedir. Her şey ülkeye gelen sıcak paraya bağlıdır. Sıcak para akımlarına bağımlı, ucuz ithalat yoluyla, tüketim talebi canlı tutularak, yüksek büyüme rakamlarına ulaşıyor. Ancak daha sonra ekonominin lokomotif olan sıcak para akımlarının ülkeyi terk etmesi, ekonominin işleyişini sınırlıyor ve bir anda yüksek büyüme rakamları yerine, ekonomide bir küçülme dönemi başlıyor.

Ayrıca sıcak para akımlarına bağlı bir büyüme modeli, iş alanlarının çoğaltılmaması, yeterli sayıda fabrika açılmaması, mevcut işletmelerin büyütülmemesi, geliştirilmemesi, yatırıma ve üretime dönük olmadığı içinde istihdam arttırıcı bir

domino etkisi yaratmaktadır. Sıcak para akımlarıyla ucuzlayan ithalat kronikleşmiş cari açığı körüklemekte, Türkiye ekonomisinin sanayisini ve tarım sektörünü dışa bağımlı hale getirmekte, yüksek faiz yükü karşısında, esnekleştirilmiş bir işgücü piyasasını kamçulamakta, gelir adaletsizliğini arttırmakta, güvensiz, istikrarsız ve istihdamsız bir büyüme yaratmaktadır.

Özellikle sıcak paranın bu yıkıcı etkileri görmezden gelinerek, gerçeklerden uzak ve gerçekleri göz ardı etme pahasına yaratılmaya çalışılan tozpembe tablo, tam anlamıyla fildişi kulesinde kendini tatmin eden bir zihniyetin ürünüdür. İktisat bilimini, neoliberal politikardan ve küreselleşmeden ibaret gören bireyler ve yayın organlarınca abartılan tozpembe tablo gerçeği yansıtmamaktadır.

İhracat rakamlarından bahsederken ithalat rakamlarını bir köşeye atıp unutup ya da hatırladığı zaman dış ticaret dengesinde meydana gelen açığı, Türkiye ekonomisinin dışa açılması, özgürleşmesi olarak sempatik bir göstergemiş gibi topluma sunmak abesle iştigaldir. Yüksek net faiz oranlarının sıcak para akımlarını çektiği, şu anda, küresel sermayenin kârına kâr katmak için kendisine yeni finansal piyasalar aradığı ve o ülkeleri finansal piyasaların gözdesi haline getirdiği bilinen bir gerçekken, güven ortamı yaratıldığı savı, tam anlamıyla gerçekleri hasıraltı etmektir. Önemli bir makro değişken olan büyüme olgusundan bahsederken, büyümenin nasıl gerçekleştiğini, niteliğini anlatmayıp sadece “büyüdü” deyip, sığ bir bakış açısıyla bunu topluma empoze etmek, gerçekler karşısında, deyim yerindeyse devele kulak bir büyüme rakamları



Kaynak: Veriler TC Merkez Bankası veri dağıtım servisine ait olup, Emek Yeldan ve Cansu Yelkenli Gazetemizdeki köşemizde almıştır.

Tablo 4

borç yükü artar. İhracat yapan üretici sektörler, ihracat gelirleri ve üretkenlik yoluyla değil aksine ucuz ithalat yoluyla gelir kazanırlar. Emek yoğun, düşük teknoloji, ihracatın ithalata bağımlı kılındığı bir büyüme süreci yaşanır. Ülkeye gelen yabancı sermaye de yatırımı ve üretimi destekleyen bir büyüme sürecine destek vermekten çok, yüksek faizi alabilmek için finans sektörüne ve en kârlı alan olan hizmet sektörüne yönelir. Bu durum, ülke ekonomisinde sürdürülebilir bir büyüme süreci sağlayamaz. Aşağıdaki grafik, yukarıda savunduğumuz yargıları, perçinlercesine kendi kanıtlamaktadır. Grafik cari açığın finansmanı olan sıcak parayla, gayri safi yurtiçi hâsıla reel büyüme hızı arasındaki ilişkiyi ver-

rağmen işsizlik sürekli artış göstermiştir. Bununda yanında, bur tarz spekülasyonlu büyüme, ülkemizde kişi başına düşen milli gelirin de kısa vadede saman alevini andırır bir şekilde yükselmesini sağlamıştır.

SONUÇ

Görüldüğü üzere kısa vadede sağlanan kişi başına düşen milli gelir artışının, düşük enflasyon olgusunun, yüksek ihracat ve büyüme rakamlarının kısacası ülkemizde meydana gelen ekonomik gelişmelerin arkasında kendi iç dinamiklerimiz değil aksine spekülasyon fonları olan sıcak para akımları yatmaktadır. Kısa vadede sağlanan bu ekonomik gelişmeler uzun vadede ekonomide yıkıcı bir

Türkiye ekonomisinin “böyle gelmiş böyle gider” anlayışına son veren, kendi iç dinamikleriyle güçlü, istikrarlı, kalıcı bir finansal ve mali yapının oluşturulması esastır. Dolayısıyla sıcak paraya bağımlılığı az, ulus üstü krizlerden en az etkilenecek, dış kaprislere boyun eğmeyen, istihdam yaratan bir ekonomik anlayış, ülkemizde ekonomiye yön veren tüm birey, kurum ve kuruluşların temel görevi olmalıdır. Bu finansal ve mali yapının, sıcak para akımlarına bağımlı, populist bir bakış açısıyla gerçekleştirilmesi kanımca olanaksızdır!

Ozan Karabiyik

İngilizce İktisat 4. Sınıf Öğrencisi

Önce Para Kazanalım Sonra İtibarlı Olalım !

Kurumsal itibarın yönetilmesini, toplum tarafından, “beğenilen, takdir edilen, desteklenen” kısaca “güvenilen” bir şirket olma hedefi olarak ifade ediyoruz. “Güven” çarşıda, pazarda satın alınabilecek bir mal olmadığına göre, kurumsal itibarın da “para” ile satın alınabilecek bir kavram olmadığı konusunda hem fikir olmamız gerekiyor. “Önce paramız olsun, kazanalım, itibarımıza ondan sonra bakarız” anlayışı günümüzde iflas etmiştir!

Buradan, “bir şirketin itibarı yoksa para da kazanamaz” sonucu çıkmasın. Geçmişte olduğu gibi, günümüzde de “beş paralık itibarı olmayan ancak milyon-milyar dolarlık cirolara ulaşan dünya kadar şirketin olduğu” bir gerçektir. Bu şirketlerin geleceklerinin ne kadar güvence altında olduğu ise tartışmalıdır!

Günümüzde, yatırımcıların aradığı “sürdürülebilir kârlılık”tır. Sürdürülebilir kârlılık ise ciro hedefleri ile birlikte başka bazı güvencelerin masaya yatırılmasını gerektirebilir. Para kazanmak bir şirketin hedefi, sürdürülebilir kârlılık ise toplumun beklentisi ile uzlaşılacak bir hedef olarak tanımlanabilir.

Biraz karmaşık gibi görünen bu durum, kurumsal itibarı bilinçli olarak yönetmenin ne kadar önemli bir

yönetim işlevi olduğu gerçeği ile buluşturuyor bizi.

Adını şimdilik vermeyelim... Gıda sektöründe dünyanın önde gelen şirketlerinden biri, ciro hedefleri ve kârlılık verileri ile çok mutlu. Doğal olarak yatırımcılar da mutlu. Bu mutluluk böyle sürüp giderken şirketin



ketin pazarlama ve satış hedeflerine ulaşmak için bulunduğu pazarlarda toplumun duyarlılık ve değerleri ile çelişki yaratan politikaları nedeniyle oluşan tepkileri görmezden gelmesi, günün birinde, bu şirkete, uluslararası medya nezdinde etkisi yüksek olan bir sivil toplum kuruluşu tarafından “en sorumsuz şirket” ödülü verilmesine neden oldu! Tabii ki söz konusu şirketin hiç bir yetkilisi bu ödülü almaya gitmedi. Ancak, bu sorumsuzluk ödülü ile ilgili gerekçe dünya basınında yer aldı. Yatırımcılar tedirgin oldular. Binlerce kişinin çalıştığı şirketin çalışanları sıkıntı içinde kaldılar. Agresif politikaların uygulandığı

ülkelerde pazar payı kaybına uğradılar. Bir sivil toplum kuruluşunun yapmış olduğu çıkış, şirketin sürdürülebilir kârlılığını olumsuz etkiledi.

Enformasyon teknolojileri eskiden çok zahmetli ve pahalı olan bilgiye ulaşımı son derece ekonomik ve hızlı bir hale dönüştürdü. Hiç kimseden bir şeyi gizleme şansı kalmadı. Hele halka açık şirketlerin başta finansal verileri olmak üzere içleri, dışları ne varsa herşeylerini internet ortamında her dakika izlemek, gözlemlemek ve varsa tepkimizi dile getirmek son derece kolay.

Şirketlerin geçmişlerindeki “kirlilikleri” de toplum kolay kolay unutmuyor. 3 Aralık 1984 tarihinde Hindistan’ın Bhopal yöresindeki tesislerinde oluşan kimyasal kaza nedeniyle toplam 20 bin kişinin ölümüne neden olan Union Carbide kimya şirketinden aradan 20 yıl geçmiş olmasına karşın “hesap soruluyor”. Hatta bu hesabı, adı geçen şirketi 2001 yılında satın alan Dow Chemical şirketin vermesi isteniyor.

Enron ve sonrasında olanlar ortada. Kârlılıkları zirvede olan Enron gibi şirketler kağıttan kaleler gibi birbirini ardına yerle bir oldular. Eskiden buldukları yerde “rüzgar” bile esmiyor artık. Tarihe bir daha çıkmamak üzere gömülürken adlarını da

“temiz” bir şekilde götürmediler. Bu şirketlerde çalışan binlerce nitelikli insana “sabıkalı” insanlar muamelesi yapılıyor! Enron’u denetleyerek O’nu toplum nezdinde “itibarlı kurum” haline dönüştürmeye çalışan Arthur Andersen’de yok artık iş dünyasında. 80 bin kişinin çalıştığı bu mali denetim devi batarken yalnızca kendini değil tüm mali danışmanlık sektörünün kendini kolayca aklayamayacağı bir mirası bırakarak gitti.

Para kazanmakla itibarlı olmanın çelişkiler yumağı olduğu düşünülür. Oysaki tam tersine, itibarlı kurum olmak, gelecek için bir güvence olduğundan, para kazanmak da dahil olmak üzere şirketin tüm varlıklarının bekçisidir. Temel sorun kurumsal itibarın yönetilebilir bir kavram olduğu konusundaki bilincin yaygınlaştırılmasıdır.

Küçük ve orta boy işletmeler zorlu ekonomik koşullar karşısında ayakta durabilmenin gel gitlerini üretim ve satış arasındaki güzergahta talim ederlerken doğal olarak kurumsal itibarın yönetilmesi ile ilgili bir gündemle buluşamamaktadırlar. Bu son derece doğaldır. Gündemlerinde olmasa bile, gün içinde itibarlarını oluşturan hammaddeyi yönetmeye çaba gösterdikleri yıllar sonra anlaşılır.

Örneğin; köklü bir ailenin temsilcileridirler. Her ortamda bunu ön plana çıkarırlar. Teknolojiye yatırım yapmışlardır. Küçük de olsa araştırma ve geliştirme çırpınıları vardır. Ürün ve hizmet kalitesi ile ilgili sadece el yordamı ile değil bilinçli yönetim tekniklerini sisteme dahil etmişlerdir. Çalışanları çok kıymetlidir. Onların ansızın bırakıp gitmeleri için her türlü tedbir alınmaktadır. Mali disipline büyük şirketlere taş çıkartacak titizlikle uyarlar. Çek ve senetleri onların itibarının göstergesidir. Tüm bunlar, aile işletmeleri belli bir büyüklüğe ulaşıncaya kadar “ismin korunması” adı altında titizlenen uğraşlardır. Farkında değil-

lerdir ama kurumsal itibarlarını yönetiyorlardı!

Asıl sorun büyümenin belli bir çıta yüksekliğini aşması ile başlamaktadır. Bu çıtanın nerede durduğunu kestirememek, kurumsal itibarla ilişkili baş ağrılarına neden olmaktadır. Eskiden olduğu gibi işler kontrol altında değildir. Bir kaç yıl öncesine kadar patronun yaptığı banka ziyaretlerini şimdi orta kademe yöneticisi konumunda bir profesyonel yapıyor. Banka müdürü karşısında sadece finans konuşma becerisi olan bu yönetici o şirketin itibarı ile ilgili hangi donanıma sahiptir ki “kaş yapayım derken göz çıkarmasın!” Çalışanlar, sorunlarının çözümü için artık patrona değil insan kaynakları bölümünün kapısını çalmaktadır. Oysaki, daha önce patron, çocuklarının adlarını, hangi okula gittiklerini bile bilir, eğitim yılı başlarında okul seti armağan ederdi, onlara.

Bu baş ağrıları giderek migren eğilimi göstermeye başladığı zaman ise bazı tedbirleri almak için oldukça geç kalınmış olduğu görülecektir. Patronlar, bir şeylerin yolunda gitmediğini gördüklerinde arızanın nerede olduğu konusunda endişelerini gizlemezler. Şikayetçi oldukları temel konu, şirketin kültür ve değerlerinin bunca yıldır korunmuş ve gözetilmiş olunmasına karşın, mevcut durumda hiç kimsenin bu konuda ele avuca gelecek bir şeyler yapmadığı yolundadır.

Günlük yaşamda bu sıkıntılar, zamanla, üretim ve satış odaklı tartışmaların önüne geçmeye başlar ki, işte o an, kurumsal itibarın ehil ellerde yönetilmesinin gerekliliğinin sinyalidir. Bir kaç yıl öncesine kadar kontrol altında tutulabilen ve yönetilen kurumsal değerlerin yeniden ele alınması, tepeden tırnağa tüm şirket tarafından benimsenmesinin sağlanması, görevleri ne olursa olsun, herkesin kendi işini bu değerlerle harmanlayarak yönetmesinin sağlanması en az fabrika arsası, üretim

teknolojisi kadar katma değeri ve geri dönüşümü yüksek bir yatırımdır.

Görülmektedir ki, şirketler –özellikle aile şirketleri- kurumsallaşma süreçlerinde bugünün değil, yarının yönetsel modellerini kurmak durumundadırlar. Bugünün gereksinimlerine cevap verecek kurumsallaşma çabaları bir kaç yıl sonra yerini yeni “kurumsallaşmalara” bırakacaktır ki, özellikle çalışanlar nezdinde bu çabaların hiç bir inandırıcılığı olmayacaktır. Özellikle aile şirketleri; “bağımsız yönetim kurulu üyelerini”, “Etik komitesi oluşturulmasını”, “uluslararası muhasebe standartlarını”, “sosyal performans raporlamasını”, “İletişim markaları ile ilişki yönetimi” gibi hem bugünün, hem yarının yönetim konseptlerinin kurumsallaşma çalışmalarının içinde olup olmadığına bakmalıdırlar.

Hiç bir şirket “biz yüz yıl yaşayacağız” diye kurulmaz. Hiç bir şirketin, bırakın gelecek on yılı, bir sonraki yılı, ayı, haftası, günü bile güvencede değildir. Ama geleceği yönetmek konusundaki kararlılık ve bu kararlılığın getireceği girişimcilik gücü, kurumsal değerlerin toplumun duyarlılıkları ile birlikte hayata geçirilmesinde gizlidir. Biz buna kurumsal itibarın yönetilmesi diyoruz. Bu hammadde her şirketin kurulduğu gün kurucuların ceplerinde zaten duruyordur. Farkında olmadan, şirketi yönetmek, büyütme için de hep bu hammaddeyi kullanmaktadırlar.

Şirketlerin, hangi büyüklükte olurlarsa olsunlar, yüz yıllık şirket ya da Enron olmak gibi tercihleri vardır. Kurumsal itibarın yönetilmesi birinci seçenekten yana olanların yol haritasıdır.

Salim Kadıbeşgil

Stratejik İletişim Danışmanı

ORSA Stratejik İletişim Danışmanlığı



THE LINKAGE OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT AND ECONOMIC GROWTH:

A Co-integration Analysis for Turkey

Fatih EŞKi

İngilizce İktisat 4. sınıf öğrencisi

Dünya yeni bir çağı yaşıyor. Bu çağ 1980 sonrası ABD ve İngiltere öncülüğünde tüm dünyada uygulanan neoliberal ideoloji ve bu ideolojiye eşlik eden bir küreselleşme süreciyle başladı ve devam etti. Günümüzde artık ülkelerin ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel yanları birbirlerine çok daha bağlı hale geldi. Dünya ekonomisi artık her anlamda daha serbestleşmiş bir hal aldı bunun içerisinde sermaye akımları da önemli bir yer tutmakta. Bu süreç sadece gelişmiş ülkeleri değil gelişmekte olanları da derinden etkilemekte, Türkiye’de bu süreçten etkilenmiştir. Bu yazının amacı Türkiye’nin uluslararası sermaye akımlarının bir çeşidi olan doğrudan yabancı yatırım akımlarından ne derece etkilendiğini anlamak ve bu akımların Türkiye’nin ekonomik büyüme performansı üzerine olan etkisini irdelemektir. Bu amaçla Türkiye’nin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla ve Türkiye’ye akan doğrudan yabancı sermaye akımları 1980-2008 yılları için Dünya Bankası verilerinden yararlanılarak, bir zaman serisi analizi ile değerlendirildi. Elde edilen sonuçlara göre Türkiye için doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme üzerinde bir eş bütünlemeye ulaşılmıştır. Yani doğrudan yabancı sermaye akımları Türkiye’de Gayrisafi Yurtiçi Hasıla’nın büyüklüğü üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Introduction

When we have a look at the history of world it is seen that people always acted outside of its living place in terms of production, consumption and trade of course. This process is intensively observed after 12. century with the evolution of capitalism. These small businesses are like forefathers of today’s big businesses who have global production scale.

Geographical Discoveries provided some countries perfect opportunities especially the ones who are leader of maritime industry. They captured new resources, low cost of labor and markets to sell its products. So these countries became richer and richer through the time. Today there are called as developed countries. Later on these developed countries continued their path with globalizing capital and production and this has made them wealthier. After World War II with the help of improved communication and transportation systems, liberalizing of economies accelerated. So countries became more connected to each other culturally, politically and socially of course. On the other hand there were some other countries who could not use the opportunity so they were not as richer as developed ones, called developing countries. Because of lack of capital developing countries applied some policy to attract capital such as high interest rate low currency but capital just channeled to financial markets

that time and no effect on production so debt crisis observed (*Değer; Emsen and Gerni, 2006*).

Because of that crisis effect developing countries focused on some other investment instruments. Foreign Direct Investment (FDI) became important at that time because FDI is a long-term investment instrument also it provides employment, technology and social capital. So developing countries started to build their policies to attract these FDI such as giving subsidies, tax benefits, lower insurance costs etc. Thus with the increasing globalization of world, FDI became a hot topic for whole world economies.

With the help of increasing globalization, people and businesses can now easily invest in other countries and sell its products to all over the world. Because globalization provides excellent background for trade for example, there is a global world market that you can sell your products, there are lower costs of production if you choose to invest to countries in where labor is cheaper, having technology easier etc. In short globalization provides really good outcomes and opportunities for the firms. On the other hand because of having a big common world market, countries have to be more and more competitive to continue its life economically. So physical capital is not enough there must be social capital, technology, technical information, property rights, productivity and efficiency. Thus if a country wants to

have a power in terms of economy it has to have these characteristics or create them.

To be clearer we want to give some information about FDI. First of all the formal definition of FDI which is established by IMF says that, FDI is a inter-

level, management of critical macro variables, accessibility to foreign currencies, property incentives, clear and sustainable policies, effective financial markets, trade strategies, regional integration, competition policies, incentives to small and medium enterprises,

ments are done because of differences in factor prices, depending on the factor intensity firms chooses countries to produce (Hanson, 2001).

Countries' economic and political factors affect to decision of foreign direct investment. FDI prefers the countries which have cheap and ample of factors of production, high domestic market demand, applied investment encouragements and provided infrastructures and much more return. Recently, political stability is the most important factor. Anymore, psychological and moral factors affect FDI decisions (Akdiş, 2007).

Also day by day FDI flows become more important such as it was 6% of total world income in 1980 and in 2004 it was %23. Moreover share of FDI in total investments has increased approximately from 11% to 20%. Table 1 shows the share of FDI on total investment and Table 2 shows the amount of FDI changes from 2000 to 2007

As it is seen in table 2 between 2001-2003 FDI amounts reduced in global scale after 2004 there is a increasing trend observed. In 2007 the

Table 1 Capital Amounts in Developing Countries (Billion \$)

	1978-1981		1982-1989		1990-1995	
Total Investment	450	100%	579	100%	1063	100%
FDI	48	10,67%	94	16,23%	211	19,85%
Portfolio Investment	40	8,89%	168	29,02%	471	44,31%
Other Investment	362	80,44%	316	54,58%	381	34,84%

Source: Borwoth and Collins page 58

Tablo 1

national investment which a business in home country makes in host country to provide a sustained relationship. If there is a sustained, longtime relation, there is a longtime relation between foreign direct investor and invested entity so the investor(s) will take place in the management of the entity sufficiently. Also to have sufficient managing control over the entity, the investor must have 10% or more stocks of the invested entity (IMF and OECD, 1993). To consider the investment as a foreign direct investment the investor must have at least 10% of shares, if the rate of share between 10-50% it is an associate, if it is greater than 50% it is subsidiary. Also in this definition foreign direct investor represents the people, group of people or business who are making investment in other countries, home country is the place where foreign direct investor stays, his/her home country and host country is the place where FDI is done (IMF and OECD, 1993).

Firms care about some factors on determining whether to make FDI or not. Such as scale of economies, income level, stability, expected growth rate, demand for goods and services, accessibility to other region countries, distribution, raw materials, sources, location, labor supply, cost of production, skills and talents of population, accessibility to inputs, physical infrastructure, suppliers, technological

easiness of entrance to the country and market etc (Loewendahl, 2001).

Moreover there are some types of FDI such as: Joint venture, one or more than one foreign direct investors come to host country and invest with local investors. Full-ownership, one or more than one foreign direct investors come to host country and start a business by

themselves. Merger and acquisitions is the easiest way to invest and a better atmosphere for scale economies. Strategic alliances are sharing R&D activities with a business in host country to be successful in timing to enter the market. Greenfield investments are creating a new job with new technology, managing and production method. Brownfield investments are buying an entity in host country but applying your production methods. Horizontal Investments are done because of high transportation costs and barriers on international trade so firms go and produce in host country. Vertical Invest-

highest amount is reached.

Now we can continue with our case country, Turkey. After 1980 Turkey changed its growth policy from import substitution to export-led just because as all other countries, Turkey applied import substitution growth policy to provide its economic development since World War II. There was little international trade between countries because there were barriers. But in 1970s debt crisis is observed and it is seen that growth policies needed to be change and trade needed to be liberalized. So Turkey also adopted this wind to itself and after 1980 trade liberal-

Table 2 Total Amount of FDI in World and % Changes

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
FDI (normal, million \$)	1408.3	851.1	618.1	563.4	730.2	971.7	1335.1	1477.7
% change	26.4	-39.6	-27.4	-8.8	29.6	33.1	37.4	10.5

Source: UNCTAD

Tablo 2



ized in Turkey. After that liberalization Turkey and most of other countries of world tried to finance its economic growth by exporting and tried to attract more and more foreign direct investment (Özyıldız, 1998).

As we know one of the main aims of the liberalization process of Turkish economy is to benefit more from the foreign direct investments in the economic development process. Since 1990s, with acceleration of globalization, foreign direct investment comes into question in global, especially foreign capital outflow has increased to developing countries. At the same time, important innovation became quality of capital as well. In this period, foreign capital has entered into markets as speculative and hot money and those has happened with private sectors. If we look at distribution of foreign capital flows in globally, after 1990's years, foreign capital flows has increased in developing countries and on the contrary net portfolio investment has decreased through the time. Turkey is started economic linearization process in 1980 which was confirming globalization trend. Turkey

removed foreign exchange constraint and capital movements were liberalized in 1989 (Örnek, 2008).

Unfortunately Turkey was not so successful until 2000 in attracting FDI. When we have a look at table 2 FDI/GDP percentage has increased from 0.4 to 2.3 in one year because GDP decreased by 30% in terms of USD dollar at that time because of an economic crisis. But after 2001 with the support of IMF, Turkey applied "Güçlü Ekonomiye Geçiş" program to provide stability in economy. Then this ratio is started to increase especially after

has done and liberalization of private financial system is completed with reforms to provide competition with abroad. In short time Turkey became a good place for FDI because many firms wanted to buy public entities and also many wants to buy some private firms in Turkey. In addition to that, foreign direct investment from Turkey to abroad was just 0.4 billion dollar which is relatively low. Refer to table 2 and graph 1 it is seen that after 2004 big increases observed in FDI flow in global scale the same is observed for Turkey (Halıcıoğlu, 2008).

Table 3 FDI in Turkey

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
GDP(nominal billion \$)	200.6	146.4	184.2	241.5	303.1	363.4	402.7	471.9
FDI(nominal billion \$)	0.9	3.4	1.1	1.8	2.8	10.0	20.0	19.0
FDI/GDP in % terms	0.4	2.3	0.6	0.7	0.9	2.7	5.0	4.0
FDI(cumulative, nominal billion \$)	19.2	19.0	16.3	30.9	37.1	69.9	92.8	153.5

Source: Central Bank of Turkey

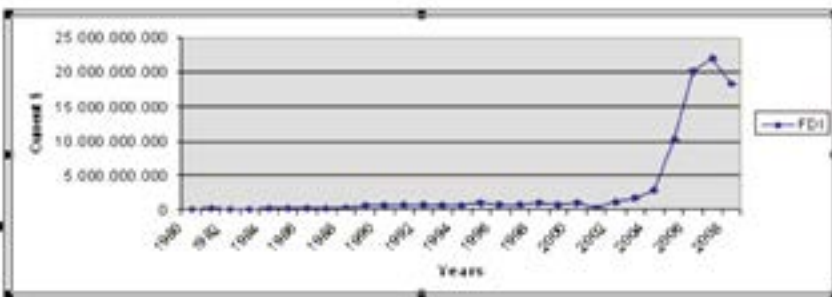
Tablo 3

2004 jumps is observed. Moreover in cumulative terms, FDI has increased from 10% in 2000 to 32% in 2007. So FDI became an important factor of Turkish economy. After 2002, political stability is established, economic stability is provided with the support of IMF and the candidate process of being a member of EU has started in 2004 also. With respect to the suggestions of IMF, privatization of public businesses

After learning about what is FDI and Turkey's situation about it, we can consider about our topic. What is the relation between FDI and GDP level, I mean economic growth? Economic growth is the main aim for all countries. While developed countries can achieve this aim, developing and less developed countries can not achieve their aims. Thus they try to find ways to achieve this aim. Since mid 1980's rapid changes in global economic conditions and reforms on free market economy, have forced many countries restructured their economy. This process has affected East European Countries and they have adopted free market economy since 1990s (Akdiş, 2007).

It is said that, FDI accelerates economic growth provide economic integration of the countries who attract it. To correct this statement many growth theories analyze. Firstly "Early Post-Keynesian Growth Theories" analyzed which emphasis on saving and investment rates on economic growth. Secondly "Neo-Classical Growth Models"

Graph 1 FDI in Turkey



Source: World Bank, World Development Indicators

Grafik 1

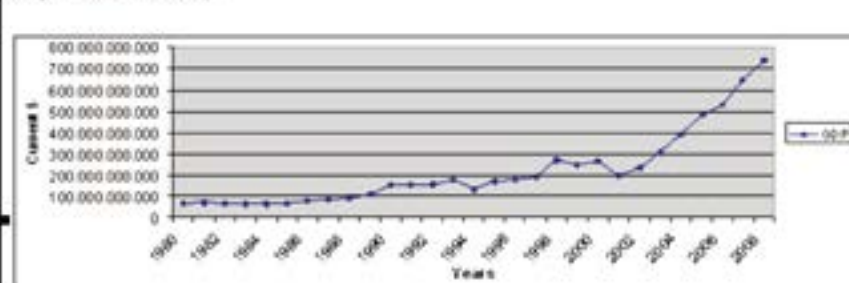


analyzed which emphasis on technological innovation. Today “New-Internal Growth Models” are analyzing which emphasis on R&D, capital accumulation and externalities (Balasubramanyam; Salisu and Sapsford, 1996)

As we know GDP consists of Consumption(C), Investment(I), Government Expenditures(G) and Net Export(Export-Import) so we can write it as $GDP=C+I+G+NX$ and in simple mathematics we can understand that if one of these variables increases GDP increases also such as investment. If investment increases as a result of this increase GDP has to increase and as far as we are dealing with foreign direct investment which is a type of investment so an increase in FDI must lead to increase in GDP meaning economic growth (Case and Fair, 2006). Thus the starting point of this paper is about this relationship for Turkey. Are FDI and GDP co-integrated for Turkey case?

Grafik 2

Graph 2 GDP in Turkey



Source: World Bank, World Development Indicators

Also when we have a look at the channel of FDI to promote economic

growth, new businesses which have just settled up, has new technology and be more efficient. So to compete with this new business, local businesses have to be more competitive and more efficient. So this means that producing with lower cost and more amounts and operating more efficiently. In addition newly established businesses need specialized inputs for its production and other local entities provides this inputs (intermediate goods) to the new one this means increase in production. Also newly established entities can produce intermediate goods at a lower price and other local entities use these inputs to produce less costly so again production increases. Moreover when the multinational companies came to the country, they lend assistance for potential suppliers to build production plants, they provide technical assistance and information flow to its suppliers and buy intermediate goods from them on time with a certain level of quality, they also lend assistance about management and organization structure also they may find new customers to its suppliers. Then multinational companies come with new technology belongs to it but because of being in a host country, it shares its technology with its participations and educates the staff for the new technology, this technology and education may jump to other local entities. Because of these effects it is said that FDI accelerates

economic growth (Portelli and Narula, 2004).

To be completely clear, let's look at Turkey's GDP performance from the

related period. As we have said above Turkey applied export-led growth policy after 1980 so it is planned to increase export level to provide sustainable high growth rates and when we have a look at from 1980 to 2008 how these export growth and GDP growth changes to be more confident, we can analyze it by dividing the period six parts. From 1980-87, high performance of export and economic growth is observed such as approximately 47% yearly increase in exports and 5% yearly average increase in GDP occurred. Then from 1987-93, in this period there was not high performance such as yearly increase in export was only 5% and in GDP it was 4.1%. For the years of 1994-97, export level increased yearly average of 11.2% and it was 4.25 for GDP. Later on for the years of 1988-2000, performance of exports declined to 1.45% increase yearly average and it was 3% yearly for GDP. Then for the years of 2000-2004, exports increased yearly average of 25.2% which is a great performance and GDP level increased yearly average of 4.2% despite 2001 economic crisis. Last one is after 2005, export started to increase at a lower rate and GDP increased 8% for the years of 2005-2007 but then with the Global Financial Crisis all the rates become negative. Below table about GDP level summarizes everything (Kösekahyaoglu and Şentürk, 2006).

After understanding what is FDI, its linkage with GDP, some aspects of it briefly and analyzing it for Turkey with some numbers and verbally, we can say that this paper is written to investigate the relationship between FDI and GDP level. A positive relationship between them is expected meaning that when FDI increases it is expected to GDP level to increase. To be confident about the result an empirical analysis will be done with the data set for 1980 to 2008 which is taken from World Bank, World Development Indicator. The empirical analyze will depend on an econometric model and with depending on the econometric model and data set, a co-integration analysis is done to investigate for the long run relationship between variable.

This paper consists of five sections.



In introduction section, as above, foreign direct investment and its components, its evolution through the time and its statement in Turkey is explained briefly. Moreover connection of GDP and FDI level, the channels explained. Then Turkey's economic growth performance also explained. In the next section (2nd section) literature survey will be done to show that who investigated before the topic with depending on which country, data set and method and what is the result. Later on data set, our method and econometric model will be presented in detailed. Then in the empirical analysis part, the results of our study will be given with numbers and tables. And finally in conclusion part the found results will be compared with expected one and the study will be finished then.

Literature Survey

Wang and Wong (2009), investigated the impact of FDI on growth in terms of cross-border M&A FDI (purchasing an existing facility) and greenfield FDI (setting up a new facility) with carrying human capital. They built up an econometric model and used 1987-2001 data for 84 countries. They resulted their work with the interpretation of the growth effect of greenfield investment is significantly positive while that of M&A is negative. For M&A's to impact economic growth positively, the host country has to have a minimum level of human capital. Greenfield investment improves economic growth regardless the level of human capital in host country.

Çinko (2009), studied on the macroeconomic effects of FDI and the needed cautions for Turkey. From 1989

to 2007 data set analyzed. Without building up an econometric model he analyzed the effect by using table and numbers. With respect to the results, FDI is a good way to finance balance of payments deficits, also it has positive impact on production, technology, export level, creation of brands, economic growth and suggest some reforms to attract more FDI to Turkey such as eliminating bureaucratic barriers, encouraging investment climate, providing a good infrastructure.

Batmaz and Özcan (2007) investigated the effect of FDI on economic growth for Poland with data set of 1996-2006. After SSCB disintegrated, most of FDI flowed to this country. To test the effects of FDI on Poland, lots of variables analyzed such as political stability, membership of EU, structural reforms for market economy, privatization and geographical location. And the results show that, in early ages of attracting FDI, its effect was positive and significant but in the long-term this effect will not be so strong.

Candemir (2007) investigated the effects of FDI on economic growth on macroeconomic and sectoral aspects for the years of 2000-2007. And he resulted his study with, the most beneficial foreign direct investment types for Turkey are the ones who set up new technological facilities which are innovative and export-based.

When these investment come first, they will bring also technology, management and market experience in international area, em-

ployment at new facilities which Turkey requires. As a result with the increasing production and export level, GDP will be positively affected and economic growth rate will increase.

Şen and Karagöz (2005) studied on the relationship between foreign direct investment, export and economic growth with using the data set for second quarter of 1994 to last quarter of 2004. They built and econometric model and with respect to the result of estimation, export-led growth model suits for Turkey's economic growth but for foreign direct investments to have effect on export level and economic growth, related economics theories needed to be expanded.

Demir (2006) investigated about the relationship between capital flows (international direct investment, international portfolio investment) and economic growth for Turkey with using the period of February, 1996 to September, 2005. Time series analysis is done and with respect to the results both international (foreign) direct investments and international (foreign) portfolio investments make a positive contribution to the economic growth in Turkey.

Alfaro (2003) studied on the im-



impact of FDI on economic growth especially focusing on sectoral effects. He used cross-country data for the years of 1981-1999 for the OECD countries. By using an econometric model, he resulted his study with benefits of FDI vary greatly across sectors in terms of growth on primary, manufacturing and service sectors. The effect of total FDI on growth seems ambiguous. With

$$Y_t = B_1 + B_2 * X_t +$$

Time series analyze will be applied to the above model with using E-views 5.0. First of all we want to give some information about the time series analysis. A time series is a collection of observations of well-defined data items obtained through repeated measurements over time. For example, measuring the value of retail sales each

looking series, without trend, constant variance over time, a constant autocorrelation structure over time and no periodic fluctuations

In order to run the regression, time series have to be stationary. Stationary is the most important factor to study with time series data because stationary shows marginal impact. In order to able to be stable the coefficients, time series have to be stationary. Studying with non-stationary time series is difficult. If the time series is not stationary, we can often transform it to stationary. Stationary of time series can be checked in there are three ways:

Graphical,

Autocorrelation coefficients (ACF),
Formal test: Dickey- Fuller Test.

In graphical method, if the series seems as a non-stationary data since it is increased upward as time changes. In autocorrelation coefficient methods, if ACF dies out very quickly, then regression can be considered as a stationary time series otherwise a non-stationary time series and finally in formal test, if a variable has a unit root then this variable is non-stationary. We will use augmented dickey-fuller test as a formal test to reach certain results (Gujarati, 2003).

After the stationary situation of a variable is detected the OLS estimation needed to be done in order to continue the co-integration analysis. If the variables are non-stationary in I(0), I(1) or

	Yt with trend (probability of t statistics)	Yt without trend (probability of t statistics)	Nt with trend (probability of t statistics)	Nt without (probability of t statistics) trend
Level	0.9999(0)	1.0(0)	1.0(2)	0.99(2)
1 st Difference I(1)	0.5937(1)	0.071(0)***	0.9844(2)	0.9786(2)
2 nd Difference I(2)	0.00*(0)	0.00*(0)	0.00(1)*	0.00(1)*

*, **, *** shows, rejecting the null hypothesis at 1%, 5% and 10% significance levels
(0) represents optimal number of lags

Grafik 4

respect to the result FDI has negative impact on primary sector but it has positive effect on manufacturing sector also for the service sector the real effect is ambiguous.

Data and Methodology

As far we said earlier, the study comprises Turkey's FDI and GDP relationship so the data set which includes years between 1980 and 2008. The whole data is taken from World Bank, World Development Indicators (WDI). We chose start date as 1980 because as it is said above Turkey changed its growth policy from import substitution to export-led so after that time Turkey started to liberalize economically such as liberalizing international trade, privatization of public entities etc. We can understand this process when we analyze export and import level for related periods. But the crucial effect of this policy is experienced vitally after 2000s.

The econometric model which will be estimated depending on the above data set is below. In which Y_t which is the dependent variable of the model, represents GDP level of Turkey and X_t , which is the independent variable of the model, represents FDI level of Turkey. And ϵ_t is the residual term.

month of the year would comprise a time series. This is because sales revenue is well defined, and consistently measured at equally spaced intervals. Data collected irregularly or only once are not time series.

An observed time series can be decomposed into three components: the trend (long term direction), the seasonal (systematic, calendar related movements) and the irregular (unsystematic, short term fluctuations).

Variable	Coefficient	Std Error	t-Statistic	Prob.
C	1.43E+11	1.67E+10	8.533269	0.0000
FDI	25.70955	2.452321	10.48376	0.0000
R-squared	0.802789			
Adjusted R-squared	0.795485			
Durbin-Watson stat	0.662123			
F-statistic	109.9093			
Prob(F-statistic)	0.000000			

Grafik 5

A common assumption in many time series techniques is that the data are stationary. A stationary process has the property that the mean, variance and autocorrelation structure do not change over time. Stationary can be defined in precise mathematical terms, but for our purpose we mean a flat

I(2) so no problem to continue time series analysis but if one variable is I(1) other one is I(2) there is a problem.

Empirical Analysis and Results

After giving the relevant above information, now we can proceed to apply time series analysis to our model.



As it is said above first stationary of our variable must be tested. They are tested with augmented dickey fuller test with using Akaike Info Criterion. The results are shown below.

These numbers tell us that unit root test applied to GDP and FDI both taking into account trend and not taking into account it. And when we have a look at GDP, it is of course a non-stationary time series in level terms and in first difference but a rare case in econometrics has shown itself, being stationary in second difference so GDP is I(2) process. Also we should note that in 10% significance level GDP is non-stationary in I (1) without trend. But we will take into account %1 and 5% so the I (2) process is accepted. Then for FDI, it is also a non-stationary time series in level and 1st difference and as GDP it is non stationary at 2nd difference so FDI also I (2) process. After deciding that both variables are in the same process which is I (2) so we can proceed to co-integration test.

Next step is estimating the model with OLS. Which is done also and the results are shown below.

When we first interpret these numbers we can infer that both variables are statistically significant and 80%

variation in GDP can be explained by variation in FDI. Moreover 1 \$ increase in FDI leads to 25.71\$ increase in GDP level. Also the overall utility of the model is ok, no problem. Up to now everything seems fine. But could this regression be spurious? We are working with macro variables so we need to take into account every possibility. In order to suspect from spurious regression Durbin Watson statistics need to be greater than adjusted R squared but in our case it is smaller that adjusted R



squared. But to be sure let's check for being spurious regression.

After the above regression estimated, residuals are obtained from this regression and unit root test applied to this residuals with using augmented

dickey fuller test and akaike info criterion. The results are shown below

Then we need to compare the value of t-statistics 5,568088 in absolute terms with the related thou critical values of significance levels of 1%(3,77), 6%(3,17) and 10 %(2,84).

As a result of this comparison w can infer that null hypothesis is rejected so there is a co-integration between GDP and FDI.

Conclusion

After World War II, with the help of developed communication and transportation systems most of the countries started to change its economic policies. The new world required to be more free in all of stages of life so countries started to liberalize especially economically and a new terms appeared, globalization. Then this trend accelerated and as a inevitable result of increasing globalization meaning integration of countries economically, politically, socially and culturally, economic relations became connected. In this context, multinational firms who want to benefit from such a situation started to invest in many different countries to produce at a lower cost. In this context we tried to inform you about these investments and its effects on economic growth.

After the general information of FDI given, we investigated how FDI is evolved in Turkey from 1980 to 2008. Later on we tried to make connection between FDI economic growth and we gave general information about Turkey's GDP path. Then we tried to connect FDI and GDP verbally.

To be sure about the expected positive relationship between these terms an econometric model is built up and using the data set for the years of 1980 to 2008 model estimated by OLS using E-views 5.0. The results were found as expected. A co-integration between FDI and GDP is found. So we can say that FDI effects economic growth positively.

	I-Statistic	Probability
Augmented Dickey-Fuller test statistics	-5,568088	0.00006

Grafik 6



En Yaratıcı Şehir Hangisi?

Turkcell'i aradığımızda size cevap veren kişi telefonu Diyarbakır'dan açıyor.

Türkiye'deki birçok yabancı şirketin muhasebesi başka bir ülkede tutuluyor. Yine pek çok şirketin bilgi işlem merkezi de Türkiye dışında.

Artık bir ürün veya hizmet üretmek için bütün çalışanların, bırakın aynı binada, aynı şehirde bile olması gerekmiyor.

Her şirket, en verimli üretimi nasıl ve nerede yapabiliyorsa üretim sürecini de buna göre parçalayıp birleştiriyor.

Hepimiz biliyoruz ki artık bir tişörtü üretmek değil onun tasarımını yapmak, markasını yaratmak ve satış ağını kurabilmek daha değerli.

Eğer markanız güçlüyse, Arjantinli bir tasarımcının elinden çıkmış bir tişörtü Bursa'da ürettirip, dünyanın her yerinde satabilirsiniz. Tâbii bunu sata-

bilecek mağazalarınız varsa.

İçinde yaşadığımız dönemin en kıt kaynağı yaratıcılık ve şirketlerin birinci önceliği ise yaratıcı insanları kendilerine çekebilmek.

Yaratıcılık, yüksek katma değer üretmenin tek yolu. En yaratıcı fikri bulan ve bunu satabilen şirketler sıra dışı başarı elde ediyor.

Facebook, youtube, i-tunes ya da hybrid arabalar sözünü ettiğim yaratıcılığın ticarileşmiş örnekleridir.

İçinde yaşadığımız dönemin belirgin özelliği, yaratıcılığın en önemli üretim faktörü olmasıdır; çünkü artık küresel rekabette toplumsal gelişmenin motorunu yaratıcılık oluşturuyor. Yaratıcılık, sanayi yatırımlarından bile daha önemli bir hale geldi.

Tüm gelişmiş ekonomiler, "yaratıcı sermaye" diye tarif ettikleri bu "zamanın ötesini hayal edebilecek" insanları kendilerine çekmek için uğraşiyor.

Yaratıcı sermayeyi bilim adamları, mühendisler, mimarlar, tasarımcılar, yazarlar, sanatçılar, müzisyenler, şairler, reklâmcılar, film yönetmenleri, bilgisayar programcıları, modacılar... oluşturuyor.

İçinde farklılıkları barındıran, farklılıklara karşı hoşgörülü toplumlar, kentler ve ülkeler yaratıcı sermayenin yaşamak istediği yerler; çünkü yaratıcı sınıf kendisini sınırlamayan, özgür ortamları tercih ediyor.

Farklılıklar yaratıcılığı besliyor, "enerjiyi ve dinamizmi" yükseltiyor.

Dünyaca ünlü kent bilimci, sosyolog Richard Florida'ya göre, teknoloji, yetenek ve hoşgörü ancak bir arada bulunduğu zaman ekonomik büyüme ortamı oluşuyor.

Silikon Vadisini kuranların arasında önemli ölçüde Hindistanlıların ve Çinlilerin olması da bir tesadüf değil-

dir. Bu insanlar, yaratıcı yeteneklerini hayata geçirecekleri hoşgörü ortamını Silikon vadisinde buldukları için orayı tercih ediyorlar.

Amerika'nın hemen her alanda en yetenekli ve en yaratıcı insanları bir mıknaş gibi kendine çekmesi de farklılıklara hoşgörünün çok yüksek bir toplum olmasından kaynaklanıyor. Amerika'da yaratıcı ve yetenekli insanlar, "kendi mahallelerini", "kültürel kabilelerini" oluşturma özgürlüğüne sahipler. Kanada ve İrlanda gibi ülkeler de Amerika'nın stratejisini uygulayıp, yaratıcı sınıfı kendilerine çekmek için uzun dönemli politikaları hayata geçiriyor ve başarılı sonuçlar alıyor.

Yaratıcı insanlar bugün, dünyada istedikleri kentte yaşamayı ve diledikleri şirkette çalışmayı seçebilecek özgürlüğe sahipler.

Ekonomik gelişim ise hoşgörüsü yüksek, çeşitlilik içeren ve yeni fikirlerle gelişme iklimi sunan yerlerde hayat buluyor.

Bu nedenle dünyada sürekli yeni "cazibe merkezleri" oluşuyor. Birçok kent, yaratıcı bir iklim oluşturmak için programlar ve projeler geliştiriyor. Dünyanın büyük metropolleri en 'yaratıcı kent' yarışında mücadele ediyor.

20. yüzyılın kentlerini plânlama politikaları şekilliyordu; 21. yüzyılın şehirleri ise yaratıcılığı cezbedecek çözümler etrafında şekilleniyor.

Bugün birçok kent, kendisini sıçratacak, kentsel yenilenme projeleri gerçekleştiriyor. Stockholm'den Amsterdam'a; Berlin'den Londra'ya; kent yönetimleri küresel yarışta kentlerinin bir cazibe merkezi olması için yaratıcılığı teşvik edecek düzenlemeler yapıyor.

Fikirler virüs gibi bulaşıcı olduğu için, yetenekli insanların bir arada bulunduğu bölgelerde yaratıcılık ekonomik değere dönüşüyor.

2009 yılının en 'yaratıcı' şehri seçilen Seattle, bu anlamda çok güçlü merkezlerden biri. Microsoft, Grunge akımını başlatan Nirvana, Pearljam ve Soundgarden gibi pek çok müzik grubu; dünya çapında kahve zinciri Starbucks hep Seattle çıkışlı oluşumlar.

Seattle aynı zamanda toplumsal protestoların da merkezi konumunda. Seattle, 1999 yılında Dünya Ticaret Örgütünü (WTO) protesto eden on binlerce insanın bulunduğu yer oldu. 3. Dünya'nın borçlarının silinmesini isteyenlerden çevrecilere, sendikalardan feministlere, eşcinsellere, sosyalistlere kadar uzanan ve içinde 450 örgütün yer aldığı bir güçler koalisyonu, günlerce Seattle sokaklarında protesto gösterileri yaptılar. Bugün yaşanan global krizde sorgulanan kapitalist sistem, bundan 10 yıl önce, Seattle'da sorgulanmaya başlandı.

Berlin ise yaratıcı kent yarışında bir "başarı öyküsü". 2009 Ocak ayında yayınlanan Berlin Senatosu Kültür Sektörü Değerlendirme Raporu'nda, kentteki kültür ve yaratıcılık sektöründeki şirketlerin sayısı 2000-2006 yılları arasında yüzde 30 artmış. Bu şirketlerin ciroları ise ekonominin çok üzerinde büyümüş.

Berlin'deki kitap; oyun ve bilgi teknolojileri; sinema ve televizyon; müzik, sanat, tasarım; reklâm, mimarlık ve sahne sanatları alanlarında hiz-



met veren 23 bine yakın işletme, yıllık toplam 18 milyar Euro'luk bir ciroya ulaşıyor. Yaratıcı sektörün Berlin geliri içindeki payı %21'e ulaşıyor.

Berlin'de çalışan nüfusun %10'undan fazlası kültür sektöründe çalışıyor. Bu yaratıcı sınıfın 2015 yılına kadar daha da büyümesi bekleniyor. Kısa bir süre önce Berlin Senato-

su, yaratıcı girişimlere daha fazla kredi sunma kararı aldı. Ayrıca Berlin belediyesi, yaratıcı sektörü "Create Berlin" gibi platformlar aracılığıyla destekliyor. Medienboard Berlin-Brandenburg gibi kurumlar da sinema ve bilgisayar oyunları sektörlerine doğrudan destek sağlıyor.

Berlin bugün UNESCO kriterlerine göre dünyanın en yaratıcı ilk 3 kentinden bir tanesi. <http://www.creative-city-berlin.de/>

Barcelona, Kopenhag, Helsinki, Shanghai, Tokyo, Montreal, Toronto,



Stockholm da dünyanın yaratıcı sermayeyi cezbeden önemli kentleri arasında gösteriliyor. (<http://www.monocle.com/>, Temmuz-Ağustos 2008)

Önümüzdeki dönemde teknoloji, yetenek ve hoşgörüyü bir arada buluşturan ülkelerin, kentlerin ekonomik büyüme açısından daha da avantajlı konuma geçecekleri çok açık.

Küresel rekabetin anahtar unsuru artık yaratıcı sınıfı cezbedebilmektir.

Toplum bilimcilerin öngörülerine göre, geleceğin yıldız ekonomileri küresel üretim merkezi haline gelen Çin ya da Hindistan olmayacak. Aksine yaratıcı yetenekleri dünyanın her tarafından kendine çekebilen ülkeler olacak.



Kültürel çeşitlilik yaratıcılığı kamçıyor. Richard Florida 'ya göre gökdelenlerin yanı başında gecekonduların olması gibi "çelişkilerin birlikteliği"; farklı etnik grupların kendilerine ait mahallelerde oturması; bir kentte yürürken iki sokak sonra karşınıza sizi şaşkırtan bir mimarın çıkması; sinagogla caminin yan yana olması gibi unsurlar kentlere "özgün bir kimlik" katıyor.

Ben Richard Florida'yı okuduktan sonra İstanbul'a artık başka gözlerle bakıyorum. Eskiden bir doğa harikası bu şehri çok hayrat kullandığımızı düşünüp üzülürdüm. Bu anlamda hala beni rahatsız eden birçok şey olmasına rağmen artık İstanbul'un "çirkinliklerinden" utanmak bir yana bunları bayığı sever ve sahiplenir oldum.

Gözlerim artık İstanbul'un çarpık kentleşmesini değil sahip olduğu enerjiyi görüyor. Artık Beyoğlu'nun hayat dolu kıpırtısını daha çok hissediyorum. Yurt dışından iş görüşmesi için gelen üst düzey yöneticileri kebabçıya götürmeyi tercih ediyorum. Onların da "hayatı" yaşamalarını istiyorum. Onların gözünden bakarak İstanbul'a imreniyorum. Sadece Boğaz manzarasını değil ne kadar yaratıcı bir şehir olduğunu onlarla birlikte gözlüyorum; taze bir bakış açısıyla, yaşadığım şehrin zorluklarından çok sahip olduğu potansiyeli ve cazibeyi görüyorum.

Benim için artık Kapalıçarşı sadece bir pazar yeri değil, dört dörtlük bir kültür festivali.

Bugün gerek İstanbul gerekse içerdiği birçok avantajlarla Türkiye, kendine has özellikleri ve zengin kültürel

değerleriyle yaratıcı potansiyeli en yüksek bölgeler arasında gösteriliyor.

Bizim eleştirdiğimiz ve varlığından huzursuz olduğumuz birçok çelişki aslında İstanbul'a benzersiz bir kültürel çeşitlilik, renklilik ve özgünlük katıyor. Kentin enerjisini yükseltiyor.

İstanbul'un kültür sermayesi hem tarihsel hem de güncel açıdan çok



güçlü. İstanbul, doğal ve tarihi özelliklerinin yanı sıra son derece dinamik ve yaratıcı bir şehir. Bu nedenle son yıllarda İstanbul, dünyanın en ilgi duyulan "trend kentleri" arasında yer alıyor.

Philip Starck İstanbul için "dünyanın en heyecan verici, en seksi, en erotik" kenti tanımlamasını yapıyor.

Son yıllarda dünyaca ünlü mimarların, tasarımcıların, orkestra şeflerinin ya da dansçıların İstanbul'u tercih etmelerinin sebebi İstanbul'un "çok kültürlülüğü", "özgün kimliği" ve "enerjisidir".

Richard Florida'nın teorisine dayanan "Ülkeler Yaratıcı Sınıf Endeksi 2008" sıralamasına göre İstanbul, 60 kent içinde 28. sırada geliyor. (*New York 1.sırada*)

Şehirlerin küresel ekonomide oynadıkları stratejik role göre sınıflandırılmasında ise İstanbul; Pekin, Berlin, Kuala Lumpur, Prag ve Barselona ile aynı listede yer alıyor.

Yaratıcı sınıfın gelişme hızı açısından sıralandığında ise performansı en yüksek 10 ülke içinde Türkiye, 5. sırada bulunuyor.

21'inci yüzyılda büyümenin en önemli yolu, yetenekli insanları çekecek yaratıcı bir şehir olmak.

Yaratıcı sınıfın tercih ettiği bir kent olmak için bir tarafı, asıl bir de bu yaratıcı sınıfa liderlik etmek ve bu sınıfın çalışacağı şirketlerde onların daha da gelişeceği ortamlar yaratmak gibi bir konu var.

Yaratıcı insanları mıknatıs gibi çeken, enerjisi yüksek bir kent olmak kadar, bu insanların yeteneklerini ortaya çıkarabilecekleri bir şirket iklimi yaratmak da önemli.

Puppet Master

Yazar : Jan COFFEY

Yazarımız Jan Coffey para, güç, mevki, intikam, sevgi gibi insan duygularını iç içe geçiren, bir solukta okuyacağımız bir romanla heyecanı dorukta yaşatmış okuyucuya.

İstanbul'a giden ve kendisinden bir daha haber alınamayan tek oğlunun öldürüldüğünü öğrenen Steven, eşinin bu olay yüzünden intiharıyla düştüğü çaresizlik ve acı girdabından ancak intikam duygusunun ateşleyiciliğiyle çıkabilirdi.

İntikam almaya karar verdiği andan itibaren ortaya koyduğu plan, bize de kendi hareket tarzlarımızı ve alternatiflerimizi sorgulatmaya başlıyor. Anne-baba sevgisinin bütün insanlarda aynı olduğunu gösterip, bu sevginin neler yaptırabileceğini de yürek burkarak işliyor Jan Coffey içimize.



Bir yandan kontrol edilemeyen her duygunun nasıl kötü sonuçlar doğurduğunu ve yeni pişmanlıklar yarattığını görüyoruz; öte yandan intikam planının ayrıntıları içinde insanların sahip olduğu para, şöhret, kudretin bile ne kadar yetersiz kaldığını anlıyoruz.

Plan içerisindeki girift konulardan da terörist örgütlerin para kaynaklarına, teknolojinin kötü niyetli kişilerin elinde ne büyük zararlar verebildiğine, kontrolden çıkabileceğine tanık oluyoruz.

Sonuçta sevgi ve kayıp, intikam almayı haklı kılar mı, aldığımız intikam bizi ne kadar teselli eder, acımızı dindirir mi sorusuyla kendimizi irdeleyen bir kitap "Hesaplaşma".

Herkes, kendi cevabını kendisi verecek bu kitabı okuyunca.

*Melek Şentürk
Emekli Edebiyat Öğretmeni*

Hayatta...



*Sokak aşırı manzaralarda yürümek
Bazen sokakta top oynayıp
Aynı gün o hikayeyi resmedebilmek
Kısacası hayatla özdeşleşmek gerek bu dünyada.*

*Hayatı anlamak gerek
Kendi merdivenini kendin çiz arkadaş.
Sana bırakılır çoğu şey, bekleme benden.
Merdivenin sonunda evin varsa balkonunda
birini arama,
Oraya çıktığında tadını çıkar yorgunluğunun.*

*Pişman olma asla,
Öğrendiklerini unutma da.
Fırçanın ucundaki renk cümbüşünle doldur
karşındaki tuvali
Ama bil ki yaptığın resmi silemezsin.*

*Akvaryumda balıklarına bak ister
Ya da balkonuna yuvalamış sevimli kedilere.
Belki bir gün yolda yürürken yavru köpeklerde
görürsün
Ama sokak aşırı manzaraları da bil arkadaş.*



KİM

BU BOZBAYKUŞLAR?

Ülkemizde taraftar grupları denilince akla ilk olarak, kulüp yönetimlerinden ücretsiz bilet isteyen, deplasmana gittikleri zaman otobüs talep eden, takım iyi gittiğinde yönetimi, futbolcuları ve teknik direktörü öven kötü günlerde ise istifa isteyen oluşumlar geliyor.

Siz hiç kendi harçlıklarıyla bilet alan, akbil basarak maçlara giden, 8 kişi de olsa takımı tribünlere çağıran, 'Bizi Türk Hakemlerine Emanet Ediniz' ve 'Hakem Haklı Beyler' diyerek Türk hakemlerine destek veren, Dünya Kadınlar Günü arifesinde stada ofsayt kuralını açıklayan bir pankart açan, kendi sahalarında bile çoğunluğu sağlayamayıp 'Bize Her Yer Deplasman' diyerek kendileriyle dalga geçebilen, taraftar grubunun kurulmasından sonra altı hafta üst üste kaybeden takımına 'Sorun Sen de Değil Bizde; Yenilsen de Yenilsen de Taraftarız Senle' diyerek mizahi bir şekilde destek çıkan ve kendi ruh hallerini açıkça ifade eden bir taraftar grubu gördünüz mü?

Maça geliş nedenlerini 'Maç var

dediler, geldik' şeklinde özetleyen bu oluşumun ismi Bozbaykuşlar. Bir maçta İstanbul Büyükşehir Belediyespor'lu futbolcuların golden sonra kendileri yerine yedek kulübesine koşmalarına üzülen ve basın toplantısında da yardımcı antrenör Arif Erdem'in 'kulübe daha kalabalık, futbolcular ne yapsın' demesine bozulan ve bunun üzerine birdahaki maça 'Biz Az Değiliz Kulübe Zengin, Arif Olan Anlar' pankartıyla çıkan Bozbaykuşlar, İBB futbol takımının ilk ve tek taraftar grubudur. Dünyanın en kalabalık şehrinin en yalnız takımına destek olmak amacıyla bir elin iki parmağını geçmeyen üniversiteli bir grup 'İnci Sözlük' yazarının biraraya gelerek oluşturduğu bu taraftar grubu için bu günlerde üzerinde kara bulutlar dolaşan ve her türlü masa başı oyunları yapılan Türk futbolunun tek rengi desek abartmış olmayız. Sporu holiganlıktan ayırıp eğlenceye dönüştüren Bozbaykuşlar'ın amacı ne fanatizm ne maddi çıkar ne de popüler olma arayışı bu insanların tek gayesi eğlence. Bu yüzden de

bu taraftar grubu kurulmasından bu yana kısa zaman geçmesine rağmen taraflı tarafsız herkesin desteğini kazanmış durumda.

İBB futbol takımının az ama öz taraftar grubu Bozbaykuşlar'ın maçlarda açmış oldukları birbirinden ilginç ve komik pankartlar 'inci' gibi parlıyor ve izleyenleri güldürüyor. İşte tribünlere yeni soluk getiren Bozbaykuşlar'ın diğer pankartları...

- İbretlik paslaşın.
- Sakin ol şampiyon.
- Luis Moreno hesap verecek!
- Sahalarda Baykuş istismarına HAYIR!
- Emeğe saygı golleri görelim beyler.
- Vizeler yaklaşıyor lütfen sessiz olun.
- Maç TRT'de izlenir. (Bizim burada ne işimiz var?)
- Biz beceremedik ES ES bandosu deplasmanlara gidebilsin.

Ali Çakmak

İşletme Fakültesi Kulübü Başkanı

Uluslar arası İlişkiler (İng.) 3



Fedakarlık Amca ve Hayal Teyzeyle ergenlik çağlarıma yeni adım atarken tanışmıştım.

Hayal Teyze gayet cazibeli, insanları bakışıyla, duruşuyla, kahkahasıyla baştan çıkarabilen bir İzmir kadınıydı. Narin, ipeksi bir teni; pamuk gibi elleri vardı. Kırmızı ojeleri ona ayrı bir dişilik katıyordu. Herhangi birinin kafasındaki düşünceler denizinde yüzebilmesi için Hayal Teyze'nin yanağına avuç içiyle hafifçe dokunması yeterdi. İnsan içine pek çıkmayan Hayal Teyze, görünümüyle herkesi peşinden sürükledi. Hayal Teyze'nin bir de üzerinden hiç eksik etmediği parfümü vardı. Kimi erkekler nereye gitti bu kadın diye şikayet ederken, kimileri de Hayal'in cazip benzersiz kokusunu takip ederdi.

Fedakarlık Amca ise Hayal Teyze'nin ortalıkta gözükmediği sıralarda onun eşsiz kokusunu takip ederek yüzlerce erkeğin arasından söküp almış bir İstanbul beyefendisiydi. Alnındaki çizgilerin dili, adeta ilkokul kitaplarında yer alacak masalsi özelliklere sahipti. Masma vi gözlerinde saklı kalmış güruh, bir kumarbazın bir oturuşta yüz binler-

ce do-lar r u l e t masasında kaybetmesindeki ifadeyle aynı-

dı. O da bütün hayatını bu rulet masasına koymuştu ve kazanmadan da gitmeye hiç niyeti yoktu. İradeliydi. Hedefleri vardı. Hedeflerinin fazlasını gereğinden önce kazandığı takdirde kaybedeceğini iyi bilirdi. İşte alnındaki bu yorgun ifade, Hayal Teyze'yle yaşadığı derin bir aşk hikayesinin özetiymiş aslında.

Fedakarlık Amca Hayal Teyzeye ilk görüşte aşık olmuş. Hayal Teyze az çekirtmemiş tabi Fedakarlık Amca'ya. Hayal kaçmış, Fedakarlık kovalamış. Hayal kaçmış, Fedakarlık kovalamış. Hayal Teyze bir görünüp bir kaybolmuş. Fedakarlık Amca Hayal Teyze'yi göremediği zamanlar Hayal'in eşsiz güzelliği aklına düşürmüş. Onunla beraber olacağı günü dört gözle beklemiş. En sonunda Hayal Teyze bakmış ki adam kovalıyor, en sonunda kaçmaktan yorulmuş. Tam evlenecekler bu sefer de Fedakarlık Amca'nın ailesi istememiş kızı. "Oğlum bu kız ne bizim ailemize ne de sana uygun biri. Gel sana başka kız bulalım." demişler. Fedakarlık dinler mi? Hayal uğru-

Hayal TEYZE

na, sevdiği kız uğruna ailesini karşısına almış. Kaçırılmış kızı ceketini de almış çıkmış evden. İşte o günden bugüne bu adamın elindeki çizgilere bakmaz olmuş Çingenerler...

Şimdi bakıyorum da kendime hayal sevgiydi. Hayal su gibiydi. Ona yaklaştıkça hayat bulur ondan uzaklaştıkça acı çekerdi insanlar. Halbuki yediğim ekmek senindi, içtiğim su senin! Arkadaşlarıma aldığım hediyeler senin paranla. Giydiğim kıyafet senin, oturduğum ev senin. İçtiğim kadeh senin yudumun. Kaç yaşıma gelmişim her şeyim senin. Peki şimdi söyler misin ben neyim? Senin hayallerin!

İnsanların yaptığı iyilikleri başıma kakmasından bu yana '-di' li geçmiş zaman kiplerinden nefret ediyorum. Gençlik istasyonunda durmayan tren yüzünden sevdiğilerimle vedalaşamamanın acısını yüreğimde taşıyarak gidiyorum. Bu yolculukta bana eşlik eden tahta bir bavula koyduğum kırık tozlu çerçeve hayallerden arda kalan bir avuç başa kakmayla gidiyorum. Giderek büyüyorum. Çocuk kal çocukluğum. Hep orada kal!

' Kızılötesi

Fotoğraf '



Benim için çok yeni olan Kızılötesi ışınlar - Kızılötesi fotoğraf ve fotoğrafçılık uzun zamandır ilgimi cezbediyor dostlar.

Kızılötesi ne mi?

Vikiiii;

Işık uzayda çok hızlı hareket eden elektromanyetik dalgadır. Bu elektromanyetik dalganın boyu 6000 km ile 0,0005 nm arasında değişebilmektedir. Işığın tamamının gözümüz tarafından algılanması mümkün değildir. Işığın gözümüzün algılayabildiği (gördüğü) bölümüne görünür ışık bölgesi (visible light) denir. Bu bölge, 400 nm ile 700nm dalga boyu ile sınırlıdır.

Gün ışığı beyaz renkte bir ışıktır. Homojen bir yapıda değildir. Farklı dalga boyundaki ışıklar bir araya gelerek gün ışığını meydana getirir. Eğer gün ışığı bir prizmadan geçirecek olursak gün ışığını oluşturan

ve her biri farklı dalga boyundaki ışıklara ve renklere ayrılır. Bu her bir farklı dalga boyundaki ışıklar bizim renk diye adlandırdığımız, kavramı meydana getirirler. Bu renkli ışık demetleri tekrar birleştirilirse beyaz gün ışığı meydana gelir. Beyaz ışığın, kendisi oluşturan farklı dalga boyundaki renkli ışıklarına ayrılmasına ışık tayfi, renk tayfi denir.

Işık tayfi incelendiği zaman; mordan kırmızıya doğru çeşitli renkler oluşur. Bu renkler alt alta sıralanırsa beyaz ışık şu renklerin birleşiminden oluşur: (Sıralama en büyük dalga boyundan küçüğe doğrudur)

Kırmızı 700 nm

Turuncu

Sarı

Yeşil

Mavi

Lacivert

Mor 400 nm

Gün ışığının bileşiminde en küçük dalga boyuna sahip olan ışımaya 400 nm

ile Mor'dur. 400 nm den daha küçük dalga boyuna sahip ışımaya Ultraviolet (UV) adı verilir.

UV ile gün ışığı arasından sınır tam olarak 400 nm değildir. 350 nm ye kadar olan UV ışınlar göz ile de görülebilir. Kesin bir sınır yoktur. Bundan dolayı Fotoğrafi de UV ışınlar olumsuz etkileri engellemek için UV filtreler kullanılır.

En büyük dalga boyu ise 700 nm ile kırmızıdır. 700 nm den daha büyük dalga boyuna sahip olan ışımalara' da IR infrared yani kızılötesi adı verilir. 700 nm - 1350 nm arasındaki bölge' de infrared bölgesi denir.

Gel gelelim işin fotoğraf boyutuna; bilindiği üzere kızılötesi fotoğrafçılık günümüzde 3 şekilde yapılıyor;

- Infrared film yardımı ile (Bu konu Türkiye şartlarında zor olacağından dokunmadım:)
- Infrared Filtreler; tecrübeyle sabit olmakla birlikte doğru sensör (ccd)



ve doğru filtre (Hoya R72) kullanılmazsa işiniz çok zor, filtrenin kötü yanı ise gelen ışığı süzerek pozlamayı arttırması (nd 400x e benzetilebilir)

- Makinenizin sensörü üzerinde çeşitli işlemler yaparak (1 katman at 1 katman tak :) onu IR Makina yapmanızdır.



Biraz pahalı gözükse de en mantıklısı ve kullanışlısı bu yöntem zira pozlama değerlerimizde bir kayıp yaşamıyoruz. Lakin netlik biraz sorun olabiliyor. Viki'nin de dediği gibi bu problemi çözmeninde bazı yöntemleri var.

Gelelim yukarıdaki fotoğrafa;

Sensörü oynanmış Canon eos 350d + Cosina 19-35 ile f:6.3 Ens:1/100 ve

asa:200 ile çekildi. Evet ilk deneme için fena sayılmaz fakat yeterli değil. Üzerinde yapılan müdahaleler; Chanel mixer-Level-Contrast-Color Balance-Sharpn... Netliği aşım da bu makineye sahip olursam ilk sizinle paylaşırım. Ayrıca; bu tekniğin pratikte pek çok kullanım alanı vardır. Yalnız fotoğraf amaçlı kullanımı diğer kullanım amaçlarına göre çok küçük bir bölümü tutar. Esas kullanım askeri ve bilimsel alanlardadır. Bunların dışında :

Kararmış, silinmiş ve okunamayan belgelerin okunmasında,

Resimlerde verniğin altındaki ilk katın incelenmesinde (ünlü resimlerin taklitlerinin ortaya çıkarılmasında),

Yapay kamufajların ortaya çıkarılmasında,

Büyük ormanlık alanlarda, hasta ağaçların tespiti ve hastalığın yayıldığı alanların tespitinde,

Bitki örtüsünün incelenmesinde,

Tarım ürünlerinin tahmini rekolte miktarının tayininde kullanılır.

Infrared filmler, fotoğraf da özel efektler verirler Ton kaymaları yaparlar:

Sağlıklı bitkilerin yaprakları gün ışığını emer, Infrared olarak yansıtırlar ve görüntüde yeşillikler beyaz renkte gözükür.

Mavi gökyüzü IR yi emdiği için siyah çıkar

Bütün sular IR yi emer ve siyah çıkarlar.

Bulutlar IR yi geçirirler ve beyaz renginde bir değişim olmaz, kendine özgü gren verirler.

Zaman ayırdığımız için teşekkürler.



Bir Efsanenin Çöküşü:

Kalkınma İktisadı ve Azgelişmişliğin Sürekliliği

“Kalkınma”, yaygın olarak 2. Dünya savaşı sonrası konuşmaya başlanan bir kavram. Batı ideolojisinin, batı burjuva düşünce geleneğinin dünyanın geri kalan bölümüne sunduğu, doğrusal ilerleme ve sınırsız büyüme paradigmasının bir versiyonu olarak ortaya çıkmıştır. Bu bakımdan ‘uygarlaştırma’, ‘modernleştirme’ misyonunun yeni koşullarda aldığı biçimdir.

Kavramlara yüklenen anlamlar herkes için aynı olmayabiliyor ve bu gayet doğaldır. Kristof Kolomb’un macerasıyla başlayan dönemde, Hıristiyanlaştırma, bu işi yapanlar için olumlu bir şey olarak görülmüştür. Daha sonra Hıristiyanlaştırmanın yerini uygarlaştırma kavramı aldı. ‘uygarlaştırıldığı’ söylenen halklar için olumlu bir içerikle yüklü olması gerekmiyor.

Her insan topluluğunun, her toplumsal formasyonun temelinde efsaneler var olmuştur. Bu efsaneler, o toplumların yeniden üretilmelerinde önemli rol oynamıştır. Batı üstünlüğünün ortaya çıkmasıyla batıda üretilen efsaneler dünyanın geri kalan bölgelerine ihraç edilmiş ve dünyanın geri kalan bölgelerindeki geçerli efsaneler değersizleşmiş, yerini batıdan ihraç edilen efsaneler almıştır.

Batıda üretilen efsaneler bilimsel, rasyonel düşünce ürünü sayılmıştır. O halde batı dışındaki her şey irrasyonel, akıldışı, geri, gerici ve bilim- karşıtıdır ve bu aşamadan sonra herhangi bir düşüncenin bilimsel sayılması, rasyonel sayılması vs. batı kökenli olmasıyla özdeş sayılmıştır.

Elbette efsanelerin, iç tutarlılıkları, mantığı inandırıcılıkları yoktur. Dolayısıyla, kendi özgerçekliklerinde hiçbir tutarlılığa sahip olmayan efsaneler, toplumsal bilinçte birer gerçeklik olarak algılanırlar. Bu yüzden

önemli olan insanların iç tutarlılığa sahip olup olmaması değil, efsanelere inanıp inanması durumudur.

İnsanlar, kalkınma diye bir şeyin var olduğuna ve bunun olumlu ve arzulanır bir şey olduğuna inandırılmış durumdadır. Bu durum kavramın tartışma konusu yapılmasını engelliyor-yoksa siz kalkınmaya karşı mısınız?

Sorunun algılanışı şu biçimi almıştır: Her toplumsal formasyon gelişmenin değişik aşamalarında bulunuyor ve aynı doğrultuda ilerliyor. Batının bugün ulaştığı düzeye evriliyor. Burada iki nokta söz konusu:

- Herkes yarışta en önde giden olacaktır. ABD olabile ihtimali!

Önde gidenler gibi olmak mümkündür. Eğer bu süreçte sorunlar ortaya çıkıyorsa bu yanlış politikalarla kaynaklanıyor olabilir. Doğru politikalar uygulandığında bunu aşmak mümkündür-dışa açılmak, uluslar arası ticarete katılmak, sermayenin önündeki engelleri kaldırmak vs., bu amaca uygun koşullar yaratmaktır.

- Dünya savaşı sonrası dönemde, kalkınma kavramı, yeni dönemin eşitsiz ilişkilerini ve hiyerarşiyi meşrulaştıran bir kavram olarak ortaya çıktı. Bu süreçten günümüze kalkınma, dünyadaki ülkeleri, gelişmiş ve azgelişmiş/gelişmekte olan ülke, merkez ve çevre, kuzey ve güney olarak adlandırılan karmaşık bir hiyerarşiye bölmesi anlamında emperyalist bir tarzda gelişmiştir.

Amaç ister toplumsal gelişmenin yasalarını ortaya koymak olsun, ister bilinçli mü-

dahale ve politikalarla sömürgecilik status quo’sunu sürdürmek, isterse de müreffeh bir toplum oluşturma kaygısını taşıyor olsun, 2. dünya savaşı sonrasında ortaya çıkan ‘kalkınma iktisadı’ bunların kesiştiği yerde ve bunların mirasçısı’ olarak ortaya çıkmıştır.

Dünya savaşının sonrası yıllar, sömürgeciliğin tasfiye edildiği yıllar oldu. Aslında olan, doğrudan sömürgecilikten yeni sömürgecilğe geçişti. Bağımsızlık, bayrak bağımsızlığıydı. Yapı ulus-devletti ama ulus-devlet de tıpkı midye kabuğu gibiydi: İçi boştu. Eskiden batılıların zorla yaptırmak istedikleri şeyler, yeni durumda gönüllü olarak yapılmak isteniyordu. Uzun bir doğrudan sömürgecilik döneminde sömürgecilik içselleşmişti ve bu durum yeniye geçişi kolaylaştırıyordu. (Bir topluluğun kendine ait olan, kendi tarihsel geçmişinin, kültürünün parçası olan ve onu oluşturan unsurların ‘geri’, ‘gerici’ vb sayılması sömürgeciliğin içselleştirilmesi-mesi’ dediğimiz olgudur)

Kalkınma bağlamında azgelişmiş ülkelerden anlamamız gereken, başkalarının gelişmeleri yüzünden total kalmış ülkelerdir diyebiliriz azgelişmiş ülkeler. Azgelişmiş ülkelerdeki açlığı yiyerek beslenmiştir ve gelişmişliği bundandır. Ayrıca gelişmişlik-az gelişmişlik ayrımını gelişmiş ülkelerin yapmış olması ve bunu dayatmış olması bize bir şey anlatmaktadır: Azgelişmişlik kronik bir sorundur ve gelişmişlik varlığını galiba buna borçludur.

Şunu eklemeyen bitirmek olmaz: Azgelişmiş ülkeler ekonomik anlamda büyüyemezler mi? Kim demiş büyüyemezler diye. Ama o zaman da şöyle olur: Azgelişmişliğin gelişmişliği!

ICAYDA



Zarif Bir Dokunuş Herşeyi Güzelleştirir...



istanbul ofis

orta mah.maltepe cad.nebati iş merkezi no:10 bayrampaşa
t.0212 576 83 67-68-69 f.0212 576 83 73

ankara ofis

ehibeyt mah.ceyhun atif kansu cad.4.sok.no:7/a-b balgat
t.0312 473 80 50(pbx) f.0312 473 80 54

izmir ofis

necatibey bulvarı 1333 sok.no:2 kat:2/202 çankaya
t.0232 446 74 09 f.0232 446 74 12

ankara fabrika

konya yolu 3.km. no:155 gölbaşı

istanbul üretim

litros yolu cad.2.mat.sit.3na3 topkapı

AB

www.AKALBATU.com
ankara - istanbul - izmir

dokuma, kağıt, pvc, baskı etiketler * klips * beden boncuğu * kağıt, plastik çantalar * plastik, ahşap askılar * karton kutu, koliler