



SİRKET DOKTORU



M. RAUF ATEŞ
rates@capital.com.tr

Feyyaz Berker'in öne çıkmayan tutkusu

Tekfen'in 3 efsane ortağından Feyyaz Berker'i de kaybettik. Yakınlarına baş sağlığı, kendisine Allah'tan rahmet diliyorum. Büyük bir girişimci, ülkesini seven bir iş insanıydı. İş dünyasının saygı duyduğu bir büyüğümüzü. Bizim de Capital ve Ekonomist için her zaman söyleşi yapmak istediğimiz, konuşmacı olarak davet etmeyi arzuladığımız liderlerden biriydi.

Vefatından sonra dergilerimizde çıkan eski söyleşilerini tekrar okudum. Beni en çok, "Ömrümün geri kalanında iki amacım var" bölümü etkiledi.

İki amacından biri Atatürk'ü doğru tanıma, diğeri de eğitim. Eğitim alanına daha fazla eğilmek ve destek olmak... Bunu vakıflardaki görevi ve burslarıyla hep yaptı.

Ben Atatürk konusundaki görüşlerini paylaşım bizim takip etmediğimiz zamanlarda neler yaptığını da ortaya koymak istiyorum. Şöyle anlatıyordu Berker: "Atatürk'ü yeniden öğrenmeye başladım. 1925 doğumluyum. Atatürk'le yaşadık, bugünlere geldik. Fakat Atatürk'ü duygusal sevdik. Ben de dahil Atatürk'ü eksik tanıdık.

Atatürk hayatında 3 bin 997 kitap okumuş. Kendimi cahil buluyorum. Atatürk'ü anlarken onu tanıtmak için çeşitli çalışmalar yapıyorum."

Aslında o söyleşiden sonra belki de en doğrusu sadece Atatürk konusunda bir söyleşi gerçekleştirip, onu tanımak için neler yaptığını anlamaktı. Ancak biz de atladık. Belki yakınlarından dinler, paylaşınız. Kendisini tekrar saygıyla anıyorum.



Aile şirketi bireyleri bu kulübe mutlaka katılın

Türkiye'nin önde gelen ailelerinin genç bireylerini buluşturduğum NextGenClub'a ilgi artıyor. Biliyorsunuz bu oluşumda, Türkiye'nin büyük gruplarının yanı sıra Anadolu'nun aile şirketlerinin bireylerini bir araya getiriyorum.

Yakında yeni projeleri sizlerle paylaşacağım.

Bu konudaki en yeni haberim ise www.nextgenclub.net adlı site olacak. Yayına başladı. Sizlerin görüş ve önerilerini bekliyorum. Ayrıca eğer aile şirketi bireyiyseniz, lütfen bana yazın.



500 büyük şirket fikri kime ait?

Dünyada 500 büyük şirket listelerinin geçmişi çok eskilere dayanır. Almanya’da, Amerika’da 1900’lerin başında yayınlanan bu tür listeler vardı. Amerika’da 1950’lerden bu yana düzenli olarak Amerika’nın 500 Büyük Şirketi listesi yayınlanıyor.

Türkiye’de ise 500 büyük şirket listesinin yayınlanması 1967 yılında gerçekleşebildi. İstanbul Sanayi Odası’nın öncülük ettiği bu listenin bilinmeyen, öne çıkmayan bir de hikayesi var.

İstanbul Sanayi Odası, “Türkiye’nin En Büyük Sanayi Şirketleri” listesini 1967’de 100 şirket olarak açıkladı. 1970’lerin sonunda 300, 1980’lerde ise 500 şirkete çıkardı.

Türkiye’de bu liste fikrinin kime ait olduğu pek gündeme gelmedi. Aslında ben de iş dünyası tarihini çok yakından incelememe rağmen çok yakın zamanda öğrendim. Fikir, Türkiye’de birçok konuya öncülük etmiş olan merhum Vehbi Koç’a ait. Vehbi Koç, “Bu fikre nasıl öncülük ettiğini şöyle anlatır: “Her Amerika’ya gidiş gelişimde bir ders alırım. Aldığım önemli derslerden birisi Amerika’da affedilmeyen iki suç olduğunu öğrenmemdi: Birisi



vergi kaçırmak, diğeri de başkasının mektubunu açmak. Amerika’daki bir mecmua, Amerika’nın ileri gelen firmalarının sermayesini, cirosunu, çalışanlarını, kazandığı parayı ve vergileri yazıyor.

O dönemde Türkiye’de şu kanaat vardı: Bu adamlar para kazanır ama vergisini vermez. Ama biz vergimizi veriyorduk. Buna bir çözüm bulmak gerekir diye düşündüm. 1967 yılıydı. İstanbul Sanayi Odası’nın Fazıl Zobu diye başkanı vardı. Ona iş mecmuasının

listesinden ve bunun Türkiye’de de ilanından bahsettim. Düşündüler, araştırdılar ve yapmaya karar verdik. Önce 100, sonra 300, şimdi de 500 firma ilan ediliyor. Şimdi kamuoyu kimin ne iş yaptığını, kimin ne vergi verdiğini, ne kazandığını gözleriyle görüyor, ona göre bir numara veriyor, bir kanaati oluşuyor.”

Gerçekten de merhum Vehbi Bey’in başlattığı bu araştırma, Türkiye’de büyük bir boşluğu doldurdu. İSO’dan sonra Capital Dergisi’nde “Türkiye’nin 500 Büyük Özel Şirketi”, ardından da Ekonomist Dergisi’nde “Anadolu’nun 500 Büyük Şirketi” listelerini yayınladık. Böylece Vehbi Bey’in başlattığı yoldaki diğer boşlukları da doldurmuş olduk.

DEĞİŞECEKLERE Mİ, DEĞİŞMEYENE Mİ ODAKLANMALI?

Gördüğüm kadarıyla herkes, “Sektörümüz, işimiz gelecekte nasıl değişecek” sorusuna kafa yoruyor. Bu konuda çok sayıda kitap yazılıyor, iş etkinliği düzenleniyor. Söyleşilerini okuduğum önemli iş insanları, en çok bu soruya muhatap olduklarını paylaşıyor: “Gelecek 10 yılda neler değişecek?”

Amazon’un kurucusu Jeff Bezos da en çok bu soruyla karşılaşmış. Geçenlerde bir söyleşisinde okudum. Soruyu doğru buluyor ve elinden geldiğince yanıtlıyormuş. Ancak bir konuyu anlamakta zorluk çektiğinin altını çiziyor:

“Gelecek 10 yılda hangi konular değişmeyecek, değişmeyecek neler olacak?”

Ona göre birinci soru çok önemli... Ancak, ikincisi daha önemli... Çünkü, şirketleri ayakta tutacak “çekirdek” değerler önemli ölçüde “değişmeyecek” gerçekler üzerine kurulu. Bu gerçeklerden uzaklaştığınızda işinizi kaybedebilirsiniz. Örneğin, perakende sektöründe faaliyet gösteriyorsanız, sizin için değişmeyecek öncelliği “müşteri” ve “fiyat” olacaktır. 10 yıl önce de müşteri ve fiyat önemliydi, şimdi de önemli, 10 yıl sonra da önemli olacak.

“DOĞRU KOMBİNASYONU YAPMALI”

Collaborative Fund’un kurucusu Morgan Housel’in bu konuda bir makalesinde başka örnekler de var. Efsane fon yöneticisi Warren Buffet’in şirketi Geico’ya dikkat çekiyor. Bu sektörde “hep müşteri ve fiyat” önemliydi. Bunlar kalıcı... Değişen tarafında ise şimdi yapay zeka, dijitalleşme gibi konular var. Housel, “İşin doğrusu değişen ve değişmeyen kombinasyonunu iyi yapmaktır” diyerek önemli bir gerçeğe dikkat çekiyor ve ekliyor:

“Son 100 yılda atlardan jetlere, mektup zarflarından Skype’a doğru değişimlere tanıklık ettik. Ancak değişmeyen gerçekler de oldu. Tıpkı fiyat, bol seçenek, müşteri, insan dokunuşu, şeffaflık, insan dokunuşu gibi...”

Kısacası... “Değişme tek şey değişimdir” diye bir söz vardır. Bu açıdan bakınca biraz eksik kalıyor. Çünkü bazı konuları değiştirmemeye, değiştirmeden iyileştirmeye ihtiyaç olduğu açık.