



MEDYA KURULUŞLARI HABER MERKEZLERİNİN DİKKATİNE...

ESİAD Basın Bülteni / No: 604
(18 Haziran 2026)

YENİ DÖNEMİN KIRILMA HATLARI: TİCARET, ENERJİ, TEKNOLOJİ, SU

Öğütçü: 3. Dünya Savaşı başladı, ama bu kez cepheler farklı

ESİAD toplantısında konuşan Global Resources Partners Yönetim Kurulu Başkanı ve London Energy Club Kurucusu Mehmet Öğütçü, geleneksel savaş döneminin kapandığını belirterek, “Farkında olmayabilirsiniz ama ticaret, döviz ve teknoloji cepheleriyle 3. Dünya Savaşı zaten başladı” dedi. Değişen bu sert iklimde şirketlerin stratejisini özetleyen ESİAD Yönetim Kurulu Başkanı Sibel Zorlu ise büyüme odaklı reflekslerin artık yetersiz kaldığına dikkat çekerek, “Mesele yalnızca büyümek değil; daha güvenli ve dayanıklı yapılar oluşturmaktır” uyarısında bulundu.

Ege Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (ESİAD), küresel düzendeki büyük kabuk değişimini ve önümüzdeki beş yılın makroekonomik haritasını masaya yatırdı. ESİAD Dernek Merkezi'nde düzenlenen “Önümüzdeki Beş Yıl: Riskler, Fırsatlar ve Stratejik Dönüşüm” başlıklı toplantının konuğu, Global Resources Partners Yönetim Kurulu Başkanı ve London Energy Club Kurucusu Mehmet Öğütçü oldu.

DAHA GÜVENLİ VE DAYANIKLI YAPILAR KURMALIYIZ

Toplantının açılışında konuşan ESİAD Yönetim Kurulu Başkanı Sibel Zorlu, dünya ekonomisinin kapsamlı bir dönüşüm sürecinden geçtiğini belirterek, şöyle konuştu:

“Pandemi ve bölgesel savaşlar, küreselleşme neticesinde oluşan ekosistemin ne kadar kırılgan olabildiğini hepimize gösterdi. Artık ülkeler ve şirketler açısından mesele, yalnızca büyümek değil; daha güvenli, daha dayanıklı ve değişen koşullara en hızlı şekilde uyum sağlayabilen yapılar oluşturmak gerekiyor. Bu nedenle dünya ekonomisinde verimlilik kadar güvenliğin, maliyet kadar dayanıklılığın ve uluslararası rekabet gücünün önem kazandığı yeni bir döneme ve dönüşüme tanıklık ediyoruz. Bakalım yeni sistem bizi nereye götürecektir... Dönüşüm artık ekonomik sürdürülebilirliğin ve rekabet gücünün temel koşuludur.”





SAVAŞ SADECE TANKLA, F16 İLE OLMUYOR

Açılış konuşmasının ardından söz alan Mehmet Ögütçü, dünyanın içinde bulunduğu çatışma ortamının geleneksel savaş tanımlarının çok ötesine geçtiğini ve sürecin halihazırda başladığını ilan etti. 3. Dünya Savaşı'nın televizyonlarda duyurulmayacağını belirten Ögütçü, şu çarpıcı analizde bulundu:

“Belki farkında değilsiniz ama şu anda Dünya Savaşı'nı yaşıyoruz. Başladı, yürüyor. Dünya Savaşı başladığında da kimse buna Dünya Savaşı dememişti, televizyonlarda da ilan edilmeyecek. Artık savaşlar sadece F16'larla, S400'lerle veya tanklarla cereyan etmiyor; ticaret savaşları, enerji savaşları, döviz savaşları, su ve teknoloji savaşlarını zaten yaşıyoruz ve görüyoruz. Bu yeni dönemde mutlak müttefikler olmayacak; sürekli değişen, stratejik özerkliği olan ülkelerin öne çıktığı, esnek ve ne yazık ki şiddetlenerek devam edecek bir süreçten geçiyoruz.”

"GEOPOLİTİCS, STUPİD!" DÖNEMİ

Ekonomik verilerin artık tek başına yeterli olmadığını, jeopolitik risklerin şirketlerin geleceğini finansal tablolardan daha fazla etkilediğini ifade eden Ögütçü, “Eskiden, ‘It's economy, stupid’ (Mesele ekonomi, aptal!) sözü vardı; her şey ekonominin etrafında dönerdi. Ben olsam şimdi ‘Geopolitics, stupid’ derdim. Çünkü artık jeopolitika şirketlerin geleceğini temelden etkiliyor. Her şirket, nasıl CFO'su veya teknoloji sorumlusu varsa, bir tane de 'Chief Geopolitical Officer' (Baş Jeopolitik Sorumlusu) tayin etmek zorunda” diye konuştu.

SEYİRCİ DEĞİL, OYUN KURUCU OLMALIYIZ

Türkiye'nin enerji profili üzerinden de değerlendirmeler yapan Ögütçü, sadece izleyici olmanın Türkiye için bir seçenek olmadığını vurguladı. Ögütçü, “Doğalgazda yüzde 98, petrolde yüzde 95 dışa bağımlı bir ülke, dünyadaki dinamiklerin dışında kalmaz. Yakından izlemek, parçası olmak ve mümkünse bu oyunda kurucu üyelerden biri olmak zorundayız. Artık sadece üretimin jeopolitiği değil, akışın jeopolitiği önemli. Ürettiğiniz şey akıyorsa eğer, Hürmüz'e ya da Malakka'ya takılıp kalıyorsa değerini yitiriyor. Türkiye, coğrafyasının getirdiği bu akış kontrol gücünü beyinsel kaslarıyla birleştirerek bu coğrafyanın en büyük bölgesel gücü haline gelmelidir” dedi.

BÖLGESEL MARKALAŞMA ÖNEMLİ

Ülke imajındaki aşınmayı yönetmek için bölgesel markalaşmanın önemine değinen Mehmet Ögütçü, Türkiye'nin kendisini dış dünyaya kentlerle ve bölgelerle tanıtmayı gerektiğini savundu. Ögütçü, “İnsanlar artık Barselona deyince İspanya demiyor, Toskana bir markaya dönüştü, Dubai deyince kimse BAE'yi konuşmuyor. Ege, İzmir muazzam bir ekosistem. Tarihi, doğası ve yaşam kalitesiyle bir marka. Yatırımcıyı sadece rakamlarla değil, yaşam kalitesiyle çekebilirsiniz. Pırlıtlı broşürler yerine, yatırımcının bizzat deneyimleyeceği somut başarı hikayelerine ve en önemlisi güvene ihtiyacımız var” ifadelerini kullandı.

