

Sağlık

Köprüden Önceki Son Çıkış

► Memorial sessizliğini bozuyor. Hedef 2011 sonunda yüzde 90 büyümek

► “Özel hastaneler yeni senaryoda başarılı olacak modeller geliştiriyor”

Bu yıl özel hastaneler arasında sessizliğini ilk bozanlardan biri olan Memorial, 2011 yılında yeni hastane sayısını dörde çıkaracak. Diyarbakır'da bir ve Antalya'da üç hastaneyi bünyesine katıp, ardından her yıl bir ya da iki hastane satın almayı planlayan Memorial'ın Sağlık Grubu Genel Müdürü Uğur Genç, “Bir-iki yıl sürecek olan fırsat dalgasından yeterli ölçüde yararlanmak istiyoruz” diyor.

Sağlık Bakanlığı'nın 2008'de aldığı ve özel hastanelerin sektördeki oranını yüzde 30'la sınırlayan kararın ardından birçok özel hastane büyüme planlarını revize etmek zorunda kaldı. Yeni hastane açma, branş ekleme veya kadroda büyüme gibi konularda sınırlanan hastanelerin yapabileceği tek ileri hamle olarak birleşme ve satın almalar kaldı. “Önümüzdeki dönemde özel hastane sayısının azalacağını öngörebiliriz” diyor Anadolu Sağlık Merkezi Genel Direktörü Dr. Hasan Kuş. Bu gelişme grup hastanelerin yükselişi anlamına gelebilir. Pek çoğu 2007'den bu yana birleşme ve satın almalara giden hastaneler için yarış gittikçe hızlanıyor.

Satın almalarla büyüyecek grubun ileride avantajlı bir konum yakalaması için genel hastaneciliğe odaklı yapısıyla daha agresif büyümesi ya da branşlarla öne çıkması gerekebilir. Özel hastanelerin yeni branşlar açmalarının sınırlandığı bu dönemde, Memorial'ın da son iki senedir ertelemek zorunda kaldığı kanser alanındaki yatırımını büyük bir maliyet demek. Düzenleme ve değişiklikler nedeniyle önlerini görmekte güçlük çektiklerini belirten Uğur Genç, buna karşın Sağlık Bakanlığı'nın katı tutumunun bir süre sonra esneyebileceğini belirtiyor.

— Merve Kara

Sözün Özü: Birleşme ve satın almaların 2011'de hız kazanacak olması, Memorial'a da sessizliğini bozdurdu.

Özetle

Ceyhan Aksoy

Unilever Yeni Odağı Kişisel Bakım

Unilever, dünyanın ilk cilt bakım kremi olan Vaseline'le yaklaşık 2,5 milyar TL büyüklüğündeki kişisel bakım ürünleri pazarında hedef büyüttü. Türkiye'de kişisel bakım pazarı Fransa'dan 10, Almanya'dan dokuz ve İngiltere'den ise sekiz kat daha küçük. Unilever Ev ve Kişisel Bakım Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Zeynep Yalın Uzun, “Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında Türkiye'deki kişisel bakım pazarı halen gelişmeye açık. Kişisel bakım kategorisi 2010 yılında tüm dünyada yüzde 4 büyürken, Türkiye'de bu oran yüzde 8'e ulaştı. Bunun 745 milyon TL'sini cilt bakım ürünleri pazarı oluşturdu” diyor.



Aksa Elektrik Fırat Elektrik'i Devraldı

Özelleştirme ihalesini 230 milyon 250 bin dolar bedelle kazanan Aksa Elektrik, Malatya, Elazığ, Tunceli ve Bingöl illerini kapsayan bölgede faaliyet gösteren Fırat Elektrik Dağıtım A.Ş.'yi devraldı. Aksa Elektrik Yönetim Kurulu Başkanı Cemil Kazancı, “Bu bölgede her yıl yaklaşık 54 milyon TL yatırım yapılmasını öngörüyoruz. Global standartları yakalamak için tamamlayıcı, geliştirici anahtar teknolojiler uygulayacağız. Bütün çözümlerimiz çevreye uyumlu ve müşteri odaklı olacak” diyor.

Vestel Uçuşa Hazırlanıyor

Vestel Savunma Sanayii, Savunma Sanayii Müsteşarlığı (SSM) ile taktik insansız hava aracı (İHA) geliştirme projesini imzaladı. NATO standartlarına uygun şekilde yapılacak projede altı uçak, üç yer kontrol istasyonu ve bir fırlatma rampası bulunuyor. Bugüne kadar proje için 25 milyon dolarlık yatırım yapan Vestel Savunma, önümüzdeki dönemde İHA ihracatı yapmayı hedefliyor. Zorlu Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Nafiz Zorlu, “Zorlu Grubu olarak teknolojiye yaptığımız yatırımlarımızı savunma ve havacılık alanında da aynı kararlılıkta sürdürerek Türk savunma sanayiinin ihraç edeceği ilk insansız hava araçlarını üretmeyi planlıyoruz” diyor.

Ontex Grup Büyümede Öncelik Türkiye'nin

Dünyanın önde gelen menkul kıymetler ve yatırım yönetimi firmalarından Goldman Sachs Capital Partners ve Türkiye'de Yeni Rakı'yı üreten Mey İçki'nin de sahibi olan yatırım şirketi Texas Pacific Group'un (TPG) kasım ayında 1,2 milyar euro karşılığında satın aldığı Belçikalı hijyenik ürünler devi Ontex Group, değişim sonrası Türkiye'yi büyümede ilk sıralara aldı. Hijyenik kadın pedi markası Helen Harper satış sonrasında Ontex'in Türkiye'deki ilk yatırımı olurken, firma Türkiye'deki 315 milyon liralık hijyenik ped pazarında ilk üçe girmeyi hedefliyor.

PEPSİ Yeni Logo Türkiye'de



Pepsi bir süre önce “Refresh Everthing! (Her Şeyi Yenile!)” sloganıyla

yenilediği logosunu 2011 yılında Türkiye'de kullanmaya başlıyor. Şirket, logo yenileme çalışmalarını nisan ayına kadar tamamlamayı planlıyor. 111 yıllık tarihinde 10'uncu kez logosunu değiştiren şirket, dinamizmini logolarına yansıtmayı hedefliyor. PepsiCo İçecek Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Deniz Aktürk Erdem, “Pepsi marka olarak hep dinamizmi ve tüketicisine değer katmayı tercih etti. Logo tasarımlarında ve sloganlarında sürekli yenilik paylaşımının nedeni de buydu” diyor.

Anadolu Hayat Emeklilik Pazar Payını Yüzde 21,8'e Yükseltti

Anadolu Hayat Emeklilik, 2010 yılında bireysel emeklilik fon büyüklüğünü en fazla artıran şirket oldu. Emeklilik Gözetim Merkezi (EGM) verilerine göre, Anadolu Hayat Emeklilik toplam fon büyüklüğündeki pazar payını yüzde 21,8'e yükseltti. Şirket, fonlarını 2010 yılında 647,8 milyon TL tutarında artırarak yüzde 33,2 oranında bir büyüme elde etti.

