

ÇATISIZ ÇARŞI YAKLAŞIMI VE PENDİK

Günümüzde kentler artık en önemli rekabet alanlarıdır. Küreselleşme sürecinde sermayenin ve bilginin sınır tanımaması, çok uluslu şirketler ve ulusal da olsa piyasada diğer rakiplerine göre çok güçlü olan şirketler kalkınmanın belirleyicisi konumuna yükselmektedir. Bu süreçte büyüyemeyen, rekabet gücünü geliştiremeyen şirketler hızla yok olmaktadır. Ülkemiz açısından konu değerlendirildiğinde özellikle esnaf diye nitelenen küçük işletmelerimizi hayli zor günler beklemektedir.

Rekabetin ulusal ölçekten yerel ölçeğe indiği günümüzde kentlerimizin inisiyatif kullanma beceri ve kapasitelerini geliştirmeleri gerekmektedir. Kentlerimizin sahip olduğu avantajları potansiyel olmaktan fiiliyata geçirecek ve kenti küresel süreçte her gün daha da ileri seviyelere taşıyacak kolektif akıl ve işbirliğine ihtiyaç bulunmaktadır.

Pendik, İstanbul'un Anadolu yakasında yer alan ve 2005 tahmini nüfusu yarım milyonu bulan mega bir ilçe. İlçemizin dün olduğu gibi bugün de en önemli özelliği bölgenin adeta alışveriş merkezi konumunda olmasıdır. Her türlü ihtiyacınızı, her türlü markayı en uygun fiyatlarla bulabileceğiniz Pendik merkezi, yaklaşık 1 milyon metrekare düz alana yerleşmiş binlerce işyerini kapsamaktadır. İşte tam da bu noktada Pendik bölgedeki diğer ilçelerin sahip olmadığı bir avantaja sahip durumdadır. Çok sayıda esnafın, düz bir alanda ve kolay ulaşılabilir konumda bulunmasının sağladığı avantajı tüm ticaret erbabı ve kent planlamacıları bilmektedir.

Pendik esnafı, köklü geçmişi, kolay ulaşılabilir alanda olmasına ve bol çeşidine rağmen eğer yeni bir konsept belirlemezse zaman içinde küçülmeye devam edecektir. Özellikle mega alışveriş merkezlerinin tüketiciye sunduğu cazip imkanlar ve dev tanıtım kampanyaları neticesinde esnafımız hızla müşteri kaybetmektedir.

Pendik esnafının bu süreçte gelişmesi, yeni dönemin konseptini Pendik'e uyarlaması ile mümkündür. Nedir bu yeni konsept? Bu konsept, tüketiciye arayacağı her şeyi bulabileceği alışveriş mekanlarını planlı bir alanda ve sosyo-kültürel aktivitelerle birlikte sunmak ve onların sadece alışveriş yapmalarını değil, bu eylemlerini aynı zamanda keyifle gerçekleştirmelerini ve belki de en önemlisi "marka" bir merkezden alışveriş yapma hazzını-ayrıcılığını sunmaktır.

Bu gün ülkemizin en büyük alışveriş merkezleri 50.000-100.000 m2 kapalı alanda yer alan yüzlerce işyerinden oluşmaktadır. Oysa Pendik, düz bir alanda, 1 milyon metrekarelik bir yerde ve kapalı alanı da 1 milyon m2'ye yaklaşan dev bir alışveriş merkezi gibidir. Yapılması gereken, bu alanın bir alışveriş merkezi mantığı ile planlanması, ulaşımının bu bakış açısıyla tekrar yapılandırılması, sosyal ve kültürel faaliyetlerin ticari hayatla entegrasyonu ile güçlü bir tanıtım eşliğinde marka oluşturulmasıdır.

Bu mümkün müdür? Bu çapta bir örneği bulunmamakla birlikte elbette mümkün ve heyecan vericidir. Eğer esnafımız işbirliği yapar, belediye, kaymakamlık, meslek teşekkülleri, yerel medya desteklerse, Pendik dünyanın en büyük açık alan yani çatısız çarşısı olabilir. Bunun başarılması demek, esnafımızın bugüne göre çok daha büyük ticaret hacmine ulaşması, istihdamın önemli oranda artması ve Pendik'in bir marka haline gelmesidir.

Pendik, Anadolu yakasındaki 5 milyon nüfusa ilave olarak Kocaeli sınırları içerisindeki Gebze, Darıca, Çayırova gibi yerleşim yerleri için de yakındır ve bu bölgede 6.5 milyon insan yaşamaktadır. Markalaşma neticesinde özellikle Formula 1 için geleceklerin, İDO yoluyla gelenlerin ve hatta havaalanı kullananların da vakitleri elverdiğince bir göz atmak isteyecekleri alışveriş merkezi olabilir.

"Çatısız Çarşı" sloganı ile başlatılan girişimin başarısı hepimizi yakından ilgilendirmektedir. İhtiyacımız olan tek şey ise kendimize ve birbirimize güvenmektir.

Şehir ve Pendik Dergisi'nde Yayınlanmıştır.