



Korumacılık ve Yerli Malı Haftası İlişkisi

Korumacılık, üreticileri dünyaya ayak uyduramama tuzağına düşürebileceği için yarardan çok zarar getirebilir

Yerli Malı Haftası her yıl aralık ayının 8. ve 12. günleri arasında kutlanır. İki hafta önce bizim çocukların okulunda Yerli Malı Haftası ile ilgili törene katıldım. 40 yıl önce ilköğretim birinci sınıfa giderken de bu haftayı benzer etkinliklerle kutlamıştık: Ceviz, fındık, şeftali nerede üretilir

sorusunun cevabını Türkiye haritası üzerinde bulmuş-tuk. 'Türk malı'nın meyvelerinden ibaret olmadığını hepimiz biliyoruz. Peki, Türk malı nedir? Örneğin ara-mamülünün yüzde 75'i yurtdışında gelen ve Türkiye'de üretilen arabalar yerli malı mıdır? Godiva'yı Ülker aldığına göre, Godiva artık bir Türk markası ve şirketi midir? Bugünkü okul töreninde barkodu 869 ile başlayan ürünlerin satın alınması vurgulandı. Ben bu fikre ne yazık ki katılmıyorum. Bu ülkenin oluşturulmuş duvarlar ile yıllarca dış dünya ile ilişkisi kesildi. Özal döneminde duvarlar bir anda kalkınca üreticiler feleğini şaşırıldılar. Bu durum hayatında boks yapmamış bir kişiyi Olimpiyat oyunlarında boks maçlarına göndermek ile benzerlik arz ediyor. Biz tüketiciyi barkodu 869 ile başlayan, yani Türkiye'de üretilen malları satın almaya zorlamamalıyız. Bu durum üretici nezdinde bir rahatlık yaratır. Türk üreticilerine sağlanacak destek, -ancak yurtdışı rakipleri ile eşit koşullarda mücadele edebilmesi için rakiplerine kendi ülkelerinde tanınan

olanakları devlet olarak sağlayıp- serbest rekabet koşulları altında yabancı rakipleri ile rekabet etmelerinin ötesine geçmemelidir. Dolayısı ile aynı/benzer ürün yurtdışından gelip aynı rekabet koşullarında daha ucuz ve kaliteli olabiliriyorsa tüketici onu tercih etmelidir. 1946 yılında, II. Dünya Savaşı sonrası oluşan ekonomik darboğazın ardından yabancı ülkelere para akışının önünün kesilmesi ve toplumsal tutum bilincinin oluşması için yapılan çalışmalar "Yerli Malı Haftası" olarak ortaya çıkmış, 1983'de adı "Tutum, Yatırım ve Türk Malları Haftası" olarak değişen bu haftanın, değişen dünyaya ayak uydurmadığı aşikar. Bence bu haftanın adı artık "Dünyamızı Korumaya ve Tutuma" haftası olarak değiştirilmelidir. Öğrencilere sera gazlarının zararları, korunma yöntemleri anlatılmalı, azalan kaynakları tutumlu kullanmanın yolları açıklanmalıdır.

Yazımın bir bölümünde üreticinin korunmasından bahsettim. Üreticinin korunması bir devlet politikasıdır ve hedeflenen sektörler için belir-

li bir süre için geçerli olabilir. Bu ülke "Devrim" arabasını yapmak, kimileri de yaptırmamak için uğraşırken, komşumuz İran 1967 model Hilman Hunter markasını kopyalayarak Peykan markasını oluşturdu. Bu arabadan 38 yıl boyunca 2,3 milyon adet üretildi. İran'daki otomotiv sektörü bu sayede kurtuldu. Ama korumacılık yüzünden üretici İran, Khodro Co. arabayı hiç geliştirmede, hep hazırda kondu. Sonuçta İran devleti arabanın yarattığı hava kirliliği, benzin tüketiminin fazlalığı, dizaynı ve güvenlik zafiyetlerinden dolayı üretimi durdurmak zorunda kaldı. Halbuki korumacılıkla başlayan İran, Khodro aracı geliştirmiş olsaydı bu durumda karşılaşılması mümkün olabilirdi.

Türkiye'nin dünyada güçlü markasının azlığından veya yokluğundan yakınırız hep. Marka yaratmak gerçekten zor. Hele devler ligine girip orada marka olmak neredeyse imkansız. Son günlerde "Türklerin elektrik arabası" projesiyle uğraşıyorum. Bu projeye öncelikle soğuk bakıyordum. Bilgi birikimim oldukça eskilere dayandığı için bakış açımın ve çekincelelimin çok farklı olduğunu ve biraz da geçmişte yaşadıklarımın dolayısı ile önyargılı davrandığımı fark ettim. Estee Lauder'in Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ronald Lauder ile 2005 yılının başında çok yakın bir arkadaşımın aracılığıyla tanıştım. Kendisi yeni alanlara yatırım yapmak istiyordu ve benim proje

üretme becerim onun oldukça ilgisini çektiği için "Hidrojen yakıtlı araba" proje teklifimi kabul etti ve kendisi ile bir anlaşma imzalayarak ABD'de firma satın alma turuna çıktık. Amacım hidrojeni araba içinde şekerden elde etmektir. Çünkü hidrojeni üreterek benzin istasyonlarına dağıtmak gerçekten çok zor bir yöntemdir. Ben hidrojene inanmıştım. ABD'de yakıt pili üreticileri dahil olmak üzere birçok firma gezdik. Araba tasarımı için Ferrari'nin tasarımcısı İtalyan Paola Pininfarina ile görüştük. Projenin ilerleyen bölümünde Ronald Lauder gayrimenkul projelerine ağırlık vereceğini söyleyip projeden çekildi. Dolayısı ile proje de durmuş oldu. Daha sonra şekerden hidrojen elde eden firmayı Honda satın aldı. Ben o dönemde öncelikle hibrid arabaların pazarı kontrol altına alacağını, 2020'den sonra da hidrojen ve yakıt pilli arabaların piyasaya gireceğini düşünüyordum. Şimdi bir anda tüm Ar-Ge yatırımları "pil" gelişimine akmaya başladı ve özellikle Avrupa ülkeleri de bu projeyi destekleyince yön değişiverdi. Artık araba tasarımları ve üretim şekli değişecek. Elektrikli arabalarda çok iyi bir pazarlama stratejisi ortaya koyabilen, önce piyasaya çıkan üreticiler hem başarılı olacaklar hem de dev otomobil firmalarına rakip olacaklar. Murat Günak ve benim önderliğimde bu proje umut ederiz ki Türkiye'nin özlediği ve daha önce ıskalandığı marka yaratma olanağını sağlasın. | BWT |

Elektrikli arabalarda iyi bir pazarlama stratejisi ortaya koyabilen üreticiler, dev otomobil firmalarına rakip olacaklar