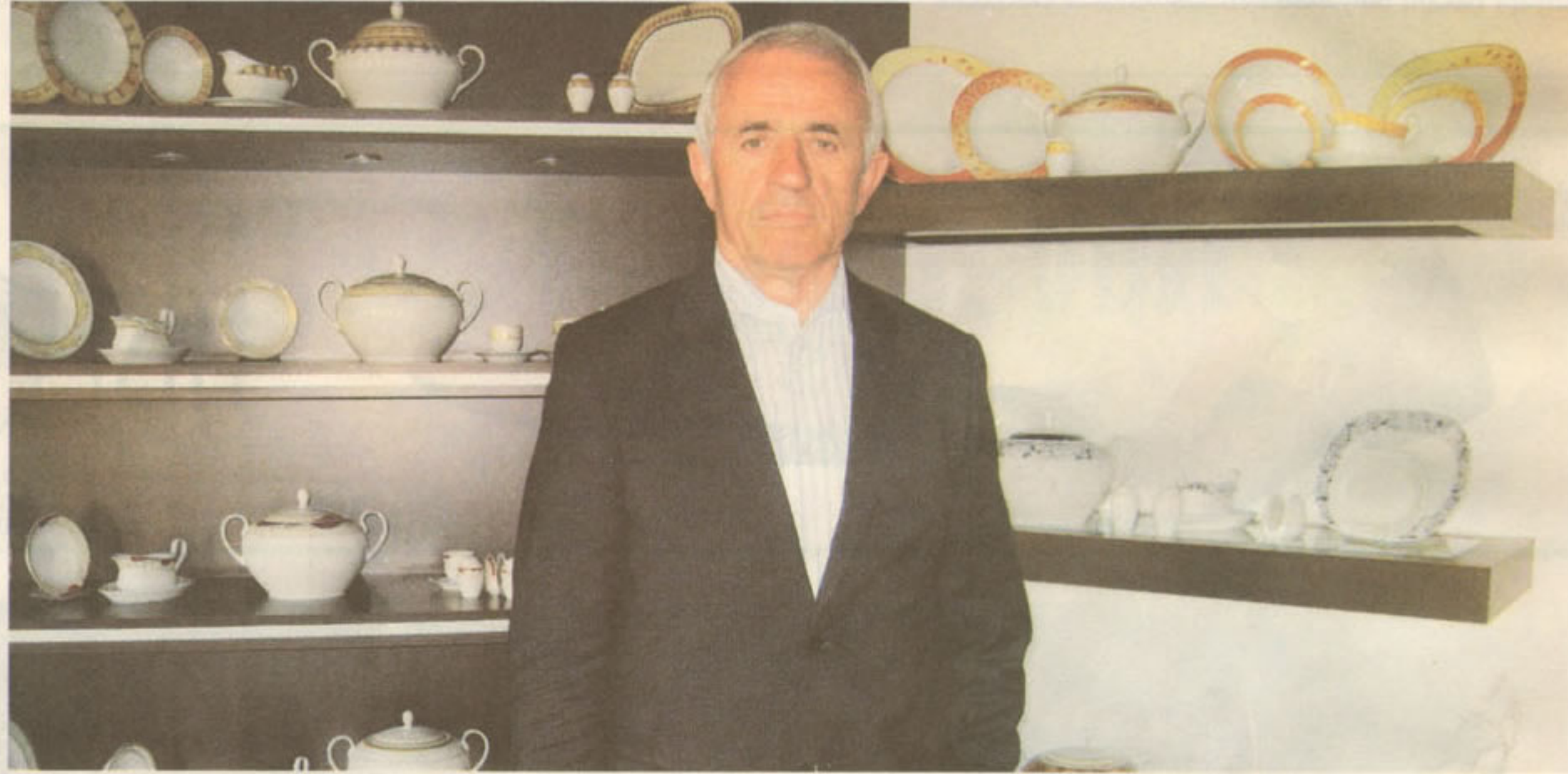


Para, marketten esnafa dönmez

Ekonomide sağlanan hızlı büyümeye karşın gidişat, iş dünyasının özellikle de esnafın canını sıkıyor. Düşen kâr marjları, artan maliyetler, düşük enflasyonlu dönemin getirileri, işadamlarını mutlu etmiyor. Bir yandan ekonominin normalleşmesine, bir yandan da küresel ekonomik düzene entegrasyonda yaşanan zorluklar, işadamlarını karamsarlığa itiyor. Herkesin benzer şey-

leri savunduğu ortamda, ezberi bozan hatta meslektaşlarının tutumunu, dünyanın gidişatı ile uyumlu ve gerçekçi bulmayan sanayiciler de var. Aksiyon Dergisi'nden Zafer Özcan'a konuşan Kütahya Porselen Yönetim Kurulu Başkanı Nafi Güral, 2002-2005 yılları arasında, dünyada ve Türkiye'de çıkış yılları diye nitelendiriyor ve sanayicilerin bu dönemin nimet-

lerinden faydalandıklarını söylüyor. 2006'dan bu yana ise duraklama dönemi yaşanıyor ve şimdiden buna uyum sağlamanın önemini vurguluyor. Halen Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği konsey başkanlığı ile Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası başkanlığını da yürüten Güral, kendi şirketlerinde asla ayağını gazdan çekmediğini söylüyor. "Gazdan çekerseniz geride kalırsınız. Petrol 140 dolara geldi. 10 yıl önce 10 dolardı. Doğalgaz fiyatları katlandı. Ya bunu fiyatlarınıza yansıtacaksınız ya da sorunu verimlilik yoluyla aşacaksınız. Böyle bir ortamda bunu fiyatlara yansıtmak çok da kolay değil. Bu kadar rekabetin arttığı, pazarın daraldığı bir ortamda zaten in-



Kütahya Porselen Yönetim Kurulu Başkanı Nafi Güral'a göre, muteber işadamları, şikâyet etmeyip sorunları çözmeyi tercih ediyor.

sanlar, bırakın kâr etmeyi, sadece maliyetleri kurtarmaya çalışıyor. O hâlde yapılması gereken, verimliliğe odaklanmaktır." diye konuşuyor. Güral'a göre, Türkiye 2003'ten bu yana yüzde 49 büyüdü. Milli gelir (GSYİH) 680 milyar dolara ulaştı; ama bu rakamlar iş dünyasını rahatlatacağı yerde, geriyor. Çünkü para adres değiştirdi. Eskiden çok uğradığı yerlere uğramaz oldu. 5 yıl önce 76 ekran bir TV bin 500 YTL'ye spot piyasada alıcı buluyordu. Satanın kâr marjı ise yüzde 15'ti. Yani her televizyondan 225 lira kâr vardı. Şimdi aynı televizyon ancak 500 YTL'ye satılabiliyor. Kâr marjı ise sadece yüzde 5, esnafa kalan para 15 lira. Bu kadarla kalsa iyi. İşin daha kötü-

sü insanlar televizyonu artık o bayiden de almıyor, gidip büyük marketlerden veya teknoloji marketlerinden satın alıyor. Bunda da haklı; çünkü orada alternatifleri daha fazla, kalite yüksek ve fiyat daha ucuz. Bu işin eski adrese dönmesi artık mümkün değil. Yapılması gereken o sisteme uygun arzı üreterek, talebi karşılamak. Nafi Bey, "Zamanında Kütahyalılara, 'gelin birleşin ve büyük market yapın, yoksa birileri yapacak' dedim, nitekim yapıyorlar. Büyük markete karşı çıkamazsın, vatandaşın bol çeşit, kaliteli ve ucuz mal almaya hakkı var. Enflasyonist dönem ve fahiş kârlar dönemi bitti, ekonomi normalleşiyor ve herkes buna göre tavır geliştirmek zo-

runda." diyor. Küresel ekonominin ne anlama geldiğini işadamlarının bilmesi ve kendini o şartlara uydurması gerektiğini ısrarla vurguluyor. Bunun yolu da kendini ve sektörünü sorgulamaktan geçiyor. Dev şirketlerin birleşmesine işaret eden Güral, "Ne üretiyorsanız üretin, daha fazla üretirseniz daha az maliyetiniz olur. İsterseniz simit üretin, bu değişmez. Ekonominin en temel kuralı. Bu birleşmelerin sebebi daha fazlayı daha ucuza üretebilmektir." ifadelerini kullanıyor. Güral'a göre bazı insanlar beceriksizliklerini bir bahaneyle bağlama ihtiyacı duyuyor. Onun nazarında muteber işadamları, şikâyet etmeyip sorun çözenler. **Ekonomi Servisi**

