

Bu sayımızı baskıya hazırlarken Türkiye gündeminin ön sırasında Kıbrıs sorunu ve bağlı olarak AB ilişkileri vardı. Son günlerde ise birden, CE markası olmayan ürünlerin dış alımına getirilen yasak sonucu, gümrük kapularımızda Türkiye'ye giremeyen araç konvoylarının haber sayfalarındaki oranının arttığı gözlemlendi.

Türkiye'de güç elektroniği dalında çalışan sayılı firmalardan biri olan Inform'un Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdürü Davut Yurttaş'la Türkiye gündemi bağlamında Inform'u ve hedeflerini gözlem altına aldık.

- 2001 ekonomik krizi ülkeye ve elektrik sektöründe çok şey kaybettirdi. Inform, bu ekonomik sıkıntılardan en az etkilenen firmalardan biri oldu. Hatta yaptığı yatırımlarla büyümeyi sürdürdü. Bu durumu nasıl açıklıyorsunuz?

- Ekonomik bakımdan sıkıntılı dediğimiz yıllara Inform büyük ölçüde sıkıntılarını aşmış bir durumda girmişti. Bu da bizim şansımız olsa gerek. Yatırımlarının çoğunu tamamlamış, finansal sıkıntısı olmayan, piyasalar ve bankalar nezdinde güvenilir, müşteri ilişkilerini sürdürümlülük ve kalite anlayışı üzerine kuran, prestiji yüksek bir Inform'un krizlerden az etkilenmesi doğaldı.

Böyle olunca da, zaten yatırımcı bir ruha sahip olan bizlere düşen yarınlara bakıp, bugünü tehlikeye atmayacak adımlarla büyümeyi sürdürmek oldu. Felsefe olarak asla kolay para kazanmak peşinde olmadık. Bu dönemlerde herkesin önüne çıkan ve dolayısıyla bizim için de tercih edilebilir olan kısa dönemde, zahmetsiz para kazanma yollarına sapsadık. Hep geleceğe dönük düşünerek, gelişmemize vesile olacak girişimlerimize, yatırımlarımıza devam ettik. Bugün geldiğimiz noktada doğru yaptığımız tescil etmiş oluyor.



Inform A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı

"CE uygulaması bir kalitesizlik kazanır,

- Aynı dönemlerde Inform'un bazı tesisleri satın alarak portföyünü çeşitlendirdiğini görüyoruz. Bu büyüme, karşılaşılan fırsatların değerlendirilmesi olarak mı yorumlanmalı, yoksa öngörülen bir stratejinin uygulanması mı?

- Kriz dönemleri aynı zamanda

çeşitli fırsatların hızla ortaya çıkıp, ama aynı hızla da kaybolduğu dönemlerdir. Bizim yaptığımıza fırsatları değerlendirme de denebilir. Sadece, seçici olmak ve bilgi ve becerimiz dahilindeki işlerde fırsatları değerlendirmeye gitmek gibi bir ayrıntıdan söz edilebilir. Asla beceremeyeceğimiz işlere girmeyi dü-

şünmedik, aç gözlü olmadık, yapabileceğimize inandığımız işlerde, tereddüdümüz olmayan işlerde de son derece hızlı davrandık.

Düşünmekle zaman kaybetmememiz, fırsat olarak görülen işlerin önümüzden kaçıp gitmesine engel oldu. Satın aldığımız tesisler mevcut yapımızı güçlendirdi, ürün çeşitliliği sağladı, ilave yatırımlarla desteklenince zamanla bizi kendi kendine yeter bir hale getirdi. Bu tesislerle birlikte sahip olduğumuz makine-ekipman ve insan kaynağının bugünlere gelişimize katkıları çok büyüktür

- Beş kıtada, 60 dolayında ülkede ürünlerinizin kullanıldığını biliyoruz. Dış ülke pazarlarında nasıl bir strateji izliyorsunuz? Kendi firmalarınızı mı kuruyorsunuz, yoksa yerli ortaklarla çalışmayı mı tercih ediyorsunuz?

- Bu bir uzun yürüyüş ve yürümekle tükenmeyecek bir yol. Şu anda izlediğimiz politika ihracat yapmayı hedeflediğimiz ülkede sıkı bir pazar araştırması yapmakla başlıyor, seçilen firmaların yerinde ziyareti ile sürdürülüyor, ciddi olanların bizi ziyareti ile devam ediyor ve bir güven oluşursa çalışma başlatılmış oluyor. Kendi firmamızı kurduğumuz dış ülke henüz yok, fakat yerel güçlü partnerlerle ortaklığa sıcak bakıyoruz. Tek ölçümüz gelecekte gelişmelere ayak uydurabilecek, büyümeye uygun bir yapı ve anlayışta olması.



Teknolojik gelişmeler dünyada ticaretin şeklini değiştirdi. Artık ticaret bilgi ve becerisi olan herkesin yapabileceği kolaylığa erişti. Eskiden, çok değil 10-12 sene öncesine kadar ithalat-ihracat yapmak çok özel işler olmasına rağmen günümüzde sıradanlaştı. Bilgisayarının başına geçen herkes iyi kötü bir şeyler yapabiliyor. Kimin küçük, kimin büyük olduğu zor anlaşılabilir.

nuz. Bizden ileri teknolojilere sahip ülkelerde farklı bakışlarla karşılaşabiliyorsunuz. Buralarda sorun daha önceki kötü referanslar değil de "yapabilir misiniz" kuşkusudur. Ama biz İnform olarak bunu aştık, her gittiğimiz yerde uyguladığımız açık politikalarla kendimizi ve ürünlerimizi anlatarak bir yer edinmeye çalıştık. Müşteri adaylarımızı ülkemize davet ederek tesislerimizi, ürünlerimizi, üretim kabiliyetimizi, Ar-Ge çalışmalarımızdaki ciddiyet ve devamlılığımızı onlara göstererek, alınıp güvenmeden çabalayarak bu handikapı yendik. Şimdi referanslarımız bu tür davranışlara muhatap olmamızı engelliyor ve daha rahat çalışabiliyoruz.

- Dış alımda ürünlerin CE markalı olması zorunluluğu konusunda ne düşünüyorsunuz?

- İyi olana karşı çıkmak tekerleği yokuş yukarı çevirmeye çabalamaktır. Bizim düşünüp uygulamamız gerekenleri birileri bizden önce düşünmüş ve uygulamaya başlamışsa buna ancak şapka çıkarılır. İnsanların sağlığı, mutluluğu, iyiliği için "pazar" endişesi olmadan yapılan bu bilimsel çalışmaları yadsımak, karşı çıkmak en azından kendi insanına saygısızlıktır. CE'nin ne olduğu iyi anlaşılırsa ve uygulama sadece ithalatı kısıtlama adına yapılmazsa bundan herkes yarar görür. Sadece dış alım ürünlerde böyle bir uygulama yeterli değildir, yerli üretimde de aynı kriterler

ve Genel Müdürü Davut YURTTAŞ:

süre rafa kaldırılırsa Türk insanı kaybeder"

Ayrıca bugün ihracat yaptığımız bazı ülkelerde gelecekte üretim yapmak gibi düşüncelerimiz de var. Fakat dediğim gibi bu uzun yol ve biz daha yolun başlarındayız.

- Dış pazarlarda Türk firması olmanız nedeniyle karşılaştığınız zorluklar var mı? Varsa neler?

- Olmadığını söylemek yanlış olur. Referans yurt içinde olduğu kadar yurt dışında da önemli. Ülke olarak iyi referanslara sahip olmadığımız yerlerde zorlanıyoruz. Bu kötü referansları oluşturanlar belki şimdi oralarda değiller ama izleri duruyor. Türkiye Cumhuriyetlerinde bile antipati ile karşılaşılabiliyor-

aranmalıdır. Ama bir şeyi uygulamadan önce kurumlarımızın buna hazır hale gelmesini sağlamalıyız. Bugün CE'nin ne anlama geldiğini bile bilmeyen insanlar bu uygulamadan sorumlu yerlerde bulunabiliyor. Bizler kapı kapı gezip ürünlerimizde bu markayı kullanmamızı sağlayacak deneyleri yaptırabileceğimiz "akredite" kuruluşlar arıyoruz. Gümrüklerimiz içler acısı bir halde "tranzistör"lerde "CE" arıyorlar. Yani yapalım demeden önce nasıl yaparız sorusuna cevap vermek, sonra yapmak gerekiyor. Şimdi bu karmaşadan "CE" uygulamasının ertelenmesi veya birkaç yıl daha rafa kaldırılması çıkarsa kalitesizlik kazanmış olacak, Türk insanı daha iyiye ulaşmak için biraz daha beklemek zorunda kalacak.

- Dış satım yapan birçok firma kendisini "dünya firması" olarak lanse etmeye başlıyor. Bu konuda ne düşünüyorsunuz? Sizce Inform ne ölçüde dünya firması ve ürünleri dünya markası?

- Teknolojik gelişmeler dünyada ticaretin şeklini değiştirdi. Artık ticaret bilgi ve becerisi olan herkesin yapabileceği kolaylığa erişti. Eskiden, çok değil 10-12 sene öncesine kadar ithalat-ihracat yapmak çok özel işler olmasına rağmen günümüzde sıradanlaştı. Bilgisayarının başına geçen herkes iyi kötü bir şeyler yapabiliyor. Kimin küçük, kimin büyük olduğu zor anlaşılır oldu. Çantasını eline alan gittiği her yerde "yapıyorum, ediyorumları" ard arda sıralayarak bir şeyler alıp satabiliyor. Böyle bir

Ülkemizin dış politikaları ve bu politikaları uygularken yerinden oynatmak zorunda kaldığı taşlar doğal olarak herkes gibi bizi ve sektörümüzü de etkiliyor. Bu politikalara bağlı olarak çok fazla olmasa da ülkelerin ve o ülke insanların size bakışında, yaklaşımında farklılıklar yaşanabiliyor.

arenada sıra dışı olabilmek gerçekten marka olmaktan ve bir dünya firması olmaktan geçiyor. Büyük olup da o büyüklüğün gereklerini yerine getiremezseniz hızla küçülür ve yerinizi başkalarına bırakırsınız. Bizler yaklaşık dört yıl önce başlattığımız ihracat atağımızda en çok markalaşmaya ve mümkün olduğunca çok yerde aranır ve anılır olmaya çabaladık. Dünya firması olabilmek için birincisi belli bir büyüklüğe, ikincisi de adına uygun yaygınlığa ve aranılabilirliğe ulaşmanız gerekiyor. Tabii ki ürün kalitesinden söz etmeye gerek bile yok, çünkü ürün kalitesi bu işin olmazsa olmazıdır. Inform olarak bize ve ürünlerimize olan yönelimi gördükçe bu yönde başarılı adımlar atmış olduğumuzu anlıyoruz. Fakat daha önümüzde katedecek çok yol var, adımlarımızı sıkılaştırma aşamasındayız. Ve şu Çin atasözünü unutmuyoruz: "kibirdir yorulup yollarda kalan"

- Inform yakın ve orta vadede, yatırım konuları olarak ne düşünüyor?

- Inform'un çok kaba hatlarla belirlenmiş bir politikası vardır. Bu politika gereği işimizi en iyi şekilde yapmak ve çıkabileceğimiz en yüksek noktaya çıkmak için çalışmak durumundayız. Yatırım politikamız da bu düşüncemizin bir devamıdır. Şu anda daha iyiye ulaşmak için genişleme yatırımları yapıyoruz. Kapasite artırmaya yönelik bu yatırımlar düşünce olarak bizi bilgi ve becerimize uygun farklı ürünlerle de yönlendiriyor. Üretim kabiliyetimiz arttıkça pazarın talepleri ile daha fazla ilgilenme ve onlara cevap verme şansınız artıyor. Sürekli büyümeyi hedefleyen bir şirket içinde, bu birbirini tetikleyen durumlar dinamizmi artırıyor ve önünüzde devamlı yapılacak yeni şeyler buluyorsunuz. Bu günlerde temelini atacağımız yeni fabrika binamız ve buna bağlı yatırımlarımız planladıklarımızdan çok planlamadığımız fırsatlara da açık hale gelmemizi sağlayacak. Sürprizlere açık bir yatırım ve büyüme düşüncemiz olduğu ve planlamayla çok vakit kaybetmeyi sevmediğimiz için hazır olup fırsatları değerlendirmeye devam edeceğiz.

- Türkiye'nin dış politikadaki ilişkileri (KKTC, AB ilişkileri) çalışma alanınıza yansıyor mu? Nasıl etkiliyor?

- Ülkemizin dış politikaları ve bu politikaları uygularken yerinden oynatmak zorunda kaldığı taşlar doğal olarak herkes gibi bizi ve sektörümüzü de etkiliyor. Bu politikalara bağlı olarak çok fazla olmasa da ülkelerin ve o ülke insanların size bakışında, yaklaşımında farklılıklar yaşanabiliyor. Örneğin Arap ülkeleri İsrail'le yakın ilişkide olan bir ülkeden alışveriş yapmak istemeyebiliyorlar. Alışveriş sonuçta bir kâr-zarar hesabı üzerine kurulsun da bazen bu tür tercihlerde etkili olabiliyor. AB süreci ülkemizi ekonomik ve siyasi alanda etkiliyor. Bütün ülkeler bu sürece bağlı davranışlar içerisinde siyaseti ve ekonomiyi yönlendirmeye çalışıyorlar. Gün geçmiyor ki etkili bir kişinin konuyla ilgili demeci çıkmasın. Sözün kısası bu ilişkilerdeki belirsizlik ticari hayatı da etkiliyor, bundan az da olsa olumsuz yönde biz de nasibimizi alıyoruz.

