



21.Yüzyıl'da Sanayi Politikalarının Nasıl Kullanılabileceğine Bir Örnek:

Güney Kore ve iPad

Güney Kore ekonomisi son 50 yıllık tarihinde ekonomik kalkınma için başarılı örneklerden birini teşkil etmektedir. 60'lı yılların başlarından itibaren sanayi politikasında 2 önemli adım atan Güney Kore hem ihracata dayalı bir ekonomik model kurmuş hem de girişimciliği desteklemiştir.¹ Bu sayede özellikle elektronik ve otomotivde dünya pazarında söz sahibi olmaya başlayan Güney Kore ekonomisi izlediği inovasyon, bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı sanayi stratejisinin de etkisiyle² 1965-1980 yılları arasındaki 15 yıllık süre boyunca ortalama % 9³ oranında büyüdü. Ülkenin kişi başına düşen milli geliri 80'lerin başında neredeyse Türkiye ile aynı seviyede iken 2009 yılına gelindiğinde Güney Kore'de kişi başına düşen milli gelir seviyesi Türkiye'nin 2 katından daha yüksek seviyeye ulaştı.⁴

Güney Kore'nin ekonomik kalkınmadaki bu önemli başarısı sanayi politikası ve yenilikçi yaklaşımı sayesinde güçlenerek sürdü. Dünyada birçok ülkede ithal ikameci politikalar zamanla terk edilirken Güney Kore tecrübesi benzer yaklaşımların yerel endüstrilerin gelişimi için kısa süreli de olsa kullanılabilirliğini göstermiştir. Tablet bilgisayar piyasasındaki değişime ve pazar talebine tepkisiz kalmayan Güney Kore Apple'ın yeni ürünü iPad'in piyasaya girişini 8 ay süre ile geciktirerek kendi teknolojisini geliştirmiş, bu sayede hem iç hem de dış piyasada rekabet gücü ve pazar kazanmıştır.

¹ Holcombe, Randall G. South Korea's Economic Future: Industrial Policy, or Economic Democracy?

² TEPAV, Yaprak Kurtul, Selin Arslanhan, Güney Kore İnovasyondaki Başarısını Nelere Borçlu Türkiye için Çıkarımlar.

³ World Bank, WDI, data.worldbank.org

⁴ World Bank, WDI, data.worldbank.org, constant 2005 international \$.

Güney Kore'de Telefon ve İnternet Kullanımı

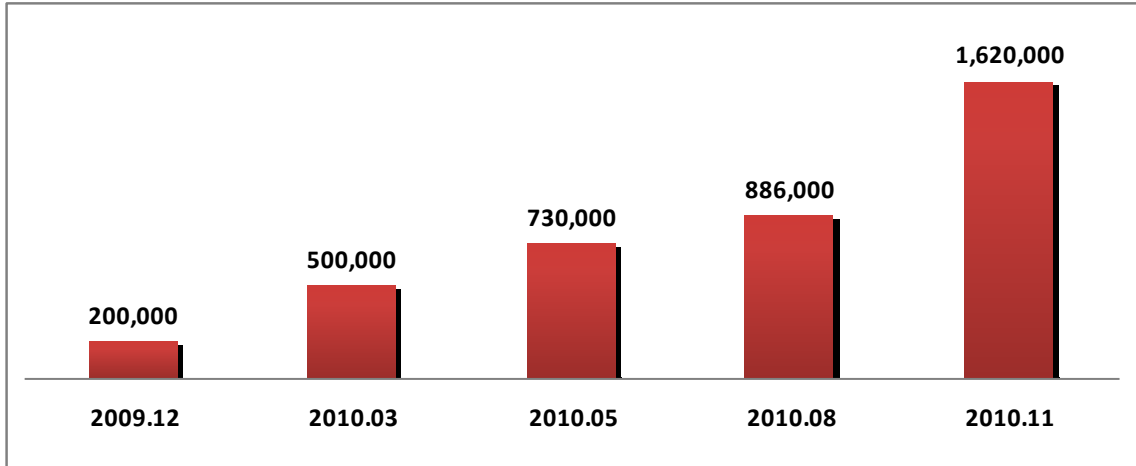
Gelişen bilişim sektörü ve Ar-Ge yatırımlarının da etkisiyle Güney Kore teknoloji ürünleri üretiminde büyük mesafe kat etti. 2010 yılında GSM operatörü kullanıcı sayısının 50,6 milyona ulaştığı ülke, aynı zamanda dünyanın kapsama alanı en yüksek ülkelerinden biri haline geldi.

2004-2010 yılları arasında "geniş bant kapsama ağı" projesi ile Güney Kore'de 2004 yılında 860.000 interneti olan hane sayısı 2010 yılında 13,3 milyona ulaştı.

Küresel eğilimlere ve yeniliklere sürekli uyum gösteren Güney Kore Apple'ın da pazara girmesiyle ve son yıllarda tablet bilgisayar konusuna büyük önem vermeye başladı.

Tablet bilgisayarların öne çıkmasından önceki süreçte Güney Kore pazarı öncelikle iPhone'un pazara girmesinden büyük ölçüde etkilendi. İleri teknolojlili telefonlara ve telefon kullanımına zaten alışık olan Güney Kore'liler iPhone'u büyük bir heyecanla karşıladı daha piyasaya çıkmadan binlerce sipariş alan ürün 2009'un aralık ayında 200.000 satış rakamına ulaştı. 2010 yılının kasım ayına gelindiğinde ise kullanıcı sayısı 1.620.000'e ulaşmıştı.

Şekil 1. iPhone Kullanıcı Sayısı, Güney Kore.



Kaynak: KT (Korea Telecom), Kasım 2010.

Tablet Bilgisayar

iPhone'daki bu önemli potansiyelin ardından Güney Kore'li yerli üreticiler dokunmatik ekranlı telefon üretiminde yeni stratejiler geliştirirken 2010 yılının Nisan ayı geldiğinde ise Amerikalı üretici Apple tablet bilgisayarda çığır açacak bir ürün olan "iPad"i görücüye çıkardı. iPhone Güney Kore pazarını o kadar derinden etkiledi ki iPad'in piyasaya çıkma dedikodularının başladığı Ocak 2010'dan itibaren iPad ve etkisiyle ilgili 5.000'den fazla makale yayınlandı.

Araştırmalarda yaygın görüş bütün işletim sistemleri "Microsoft Office" üzerine kurulu olan Güney Kore gibi ülkelerde bu ürünün bilgisayar sektörünü ele geçiremeyeceği yönündeydi.⁵ iPhone'un pazardaki yerini sağlamlaştırması benzer bir tasarım ile pazara çıkacak olan iPad'in ne kadar ilgiyle karşılanacağını da habercisi oldu. Ancak

⁵ ROA Holdings White Paper February 2010. Apple iPad's impact on Korea Device Market

tahminlerin aksine 3 Nisan 2010'da piyasaya çıkan Apple iPad 80 gün içinde 3 milyondan fazla sattı.

Wi-fi internet bağlantılı ve 3G özellikleri ile 2 ayrı modelde ve çeşitli hafıza kapasitelerinde satılan ürün aslında Wi-fi modeli için herhangi bir GSM operatörü aboneliği gerektirmemesine rağmen ürünün piyasaya çıkışı Kore İletişim Komisyonu (Korea Communication Commission-KCC) tarafından engellendi. Ürünün internet bağlantısı olduğunu bu nedenle de ülkede satılması için sertifikasyon sisteminden geçmesi gerektiğini belirten yetkililer ürünün yasal olmayan yollardan kullanılması halinde 3 yıl hapis ya da 20.000\$ para cezasını uygun gördü.⁶

Ancak bu yaptırımlar da Apple sevenlerin ürüne ulaşmasını engelleyemedi. ABD'de tanıdığı olanlar ya da aracılar sayesinde ülkede binlerce iPad satıldı. Dalga hızla Asya'ya doğru yayılmaya başladı. Yenilikçi ve ihracata dayalı ekonomik modelinde dengesizlik yaratacağını düşünen Kore hükümeti iPad'in pazara girmesini elinden geldiği kadar geciktirdi. Bu yenilikçi ürünün yalnızca ülkedeki ithalatçılara yaramasını istemeyen hükümet, ürünün ABD'de piyasaya çıktığı 3 Nisan 2010 tarihinden 8 ay sonra, ancak 30 Kasım 2010 tarihinde piyasaya sürülmesine onay verdi. Bu tarihe kadar pazarda kendine de pay bulmaya çalışan firmaların da etkisiyle Güney Kore tablet bilgisayar piyasasında önemli gelişmeler oldu.

Kore'de Alternatiflerin Yükselişi

30 Ağustos 2010 tarihinde iPhone ve iPad'in de ülkedeki resmi dağıtıcısı olan Korea Telecom (KT) "identity-Tab" adlı tablet bilgisayarını piyasaya sürdü. 7inch boyutta, Wi-fi, Bluetooth, TV ve Android 2.2 işletim sistemine sahip olan tablet bilgisayarları piyasa fiyatının oldukça altında bir ücretle satışa sundu. 24 aylık kontrat ve her yerden internete ulaşım sağlayan Wibro⁷ sözleşmesiyle aylık 23\$ fiyatla satışa sunulan ürünün sözleşmesiz fiyatı ise 418\$ olarak belirlendi. iPad ise Amerika'da piyasaya çıkışından aylar sonra internetsiz paket ile 450\$ (500.000₩)⁸ dan piyasaya çıktı.

12 Kasım 2010 tarihine gelindiğinde ise Samsung tarafından 7inch boyutunda ve telefon özelliği de olan Galaxy Tab en fazla aboneye sahip GSM operatörü olan SK Telecom tarafından henüz iPad görücüye çıkmadan piyasaya sürüldü. İç pazarda, 2010 Aralık ayı rakamlarına göre 12 Kasım 2010 tarihinde piyasaya çıkan Samsung Galaxy Tab 250.000, Galaxy Tab'den 3 hafta sonra, 30 Kasım 2010 tarihinde piyasaya çıkan iPad ise 100.000'lik satış rakamına ulaştı. Güney Kore tablet bilgisayar piyasasında beklenenin altında bir satış rakamına ulaşmasına rağmen Samsung Galaxy Tab iç pazar birim satışta özellikle piyasaya çıktığı ilk günlerde Apple iPad'in satış rakamlarını önemli ölçüde etkiledi. Ancak Galaxy tab tablet bilgisayar piyasasındaki büyük iddiasına rağmen tüm dünyada, %16'lık iade oranı ile 2 milyon satabildi ve duyurulduğu andan itibaren ön siparişlerle 7 milyonluk satış rakamına ulaşan iPad'in oldukça gerisinde kaldı.

11 Mart 2011 tarihinde Apple çok daha donanımlı olan yeni tablet bilgisayarını iPad 2 'yi bir önceki modelin fiyatından satışa sundu. G. Kore Apple'ın resmi internet sitesinde fiyatı açıklanmasına rağmen ürün nisan ayı itibariyle halen piyasaya çıkmadı. iPad'in piyasaya çıkışı merakla beklenirken Samsung yeni tablet bilgisayarları Galaxy Tab 8.9 ve 10.1 'in yolda olduğunu duyurdu.

⁶ <http://asia.cnet.com/blogs/apple-ipad-resellers-no-longer-exist-online-in-korea-62114392.htm>

⁷ Wibro,wireless internet modemi. <http://www.wibro.or.kr/new/overview01.jsp>

⁸ <http://www.apple.com/kr/>

21.Yüzyıl'da Sanayi Politikalarının Nasıl Kullanılabileceğine Bir Örnek: Güney Kore ve iPad

Güney Kore'nin net ithalatçı olmak yerine, değişen tüketim tercihlerine iç talebi karşılamak üzere yerli üretim yapan alternatif firmalarla cevap vermeye çalışması, 21. yy. da ithal ikameciliğinin nasıl olabileceğine dair önemli bir örnek olarak ayrıca değerlendirilmelidir. Tablet bilgisayarların popülerliğinin artması ve yeni modellerin piyasaya çıkmasıyla Güney Kore kendi firmalarının önce iç pazarında daha sonra da uluslararası piyasada üretim yapmasını ve rekabetçi olmasını desteklemiştir. Böylelikle üreticiler uluslararası piyasada da rekabet edebilir konuma gelmiş ve tablet bilgisayar pazarında önemli bir paya sahip olmuşlardır. Hem korumacılığın hem de uluslar arası rekabet gücünün aynı anda nasıl olabildiği meselesi ayrıca incelenmeye değer bir konudur.