

## Boykot sadece tüketicinin işi mi?



Prof. Dr.  
**Fatih Savaşan**

Ocak '24

Boykotun İsrail ve destekçileri açısından asıl korkutucu yanı, hane halklarının tüketim alışkanlıklarını değiştirme iradesi ortaya koymaları, boykotla somutlaşan işgal karşıtı aktif tutumun fikr-i takiple taçlanması ve başta politik tercihler olmak üzere birçok alanı da etkileme potansiyeline ulaşmasıdır.

Boykot sanıldığı kadar kolay bir eylem değildir. İsrail firmalarının veya İsrail destekçisi firmaların ürünlerinin boykotu iki nedenden dolayı daha da zordur. Bir defa böyle bir boykot günlük kullanımdaki çok sayıda ürünü kapsamaktadır. Bir de İsrail lobileri ve/veya İslam karşıtı çevrelerin sermaye, medya, üretim ve pazarlama gücünü kullanarak boykotu etkisizleştirmeye çalışmaları bu soylu eylemi daha da zorlaştırmaktadır. Bu yüzden boykotun sürdürülebilir olması için hedef firmaların ve ürünlerin seçilmesinin gerekliliği çok tartışıldı. Boykotun sürdürülebilirliği için başka konuların da tartışılması gerekir. Bu yazıda önce boykotun geldiği nokta ve etkisini kısaca değerlendirdikten sonra sürdürülebilir boykot için gerekli olan diğer hususlar ele alınacaktır.

## **Sembol Markaların Ciroları Daraldı**

Bir tepki gösterme biçimi olan boykot bugünlerde sadece ülkemizde değil tüm dünyada revaçta. İsrail işgaline karşı Hamas'ın askeri kanadı Kassar Tugaylarının gerçekleştirdiği Aksa Tufanı Operasyonunun ardından işgalci İsrail'in, başlattığı ve Batılı



ülkelerin aktif desteği ve İslam Ülkelerinin çoğunun sessizliği yüzünden üç aydır sürdürdüğü mezalim, boyutları itibarıyla katlanılmaz düzeylere çıktı. İnsanlığın vicdanını kanatan mezalime karşı mevcut boykot hareketleri geniş katılımı büyüme başladı ve yeni boykot girişimleri hayata geçirildi.

Boykotun kümülatif etkisini gösteren veri eksikliği olsa bile Starbucks ve Coca Cola gibi boykotun yöneldiği sembol firmaların ciroları ciddi sayılabilecek düzeyde daralmıştır. Starbucks'ın bazı ülkelerden çekilme kararı alması diğer bazı ülkelerde de şube sayısını azaltması boykotun etkili olduğunu göstermektedir. En son Coca Cola İçecek (CCI)

Türkiye'deki satış hacminin 2023'te yıllık bazda yüzde 5.1, son çeyrekte ise yüzde 21.8 gerilediğini açıklamıştır.

## İsrail'in Kabusu

İsrail'in ve destekçilerinin boykot korkusu aslında boykotun etkisinin en önemli göstergesidir. İnternette boykot ve türevlerini yazarak bir gezinti yapıldığında görülecektir ki İsrail lobilerince desteklenen sponsorlu web sayfaları daha İsrail kurulmadan başlayan boykotların kronolojisini vererek boykotun başarısızlığını ispat etmeye çalışmaktadırlar. Bu bile boykotun etkisinin somut delilidir. Fakat boykotun işgalci İsrail ve destekçileri açısından asıl korkutucu yanı hane halklarının tüketim alışkanlıklarını değiştirme iradesi ortaya koymalarıdır. Direnişin başarı ümidini kaybetmesi üzerine strateji geliştiren işgalci İsrail ve destekçilerinin korkulu rüyası boykotla somutlaşan işgal karşıtı aktif tutumun fikr-i takiple taçlanması ve başta politik tercihler olmak üzere birçok alanı da etkileme potansiyeline ulaşmasıdır.

## Fayda-Maliyet Analizi

Boykotun öncelikli faydası bireysel düzeydedir. Toplama kampına dönüştürülen Filistin'in ve üç aydır ölüm kampına dönüştürülen Gazze'nin yanında olmanın en somut göstergelerinden biri şüphesiz ki boykottur ve boykot her şeyden önce değer dünyası doğrultusunda eyleme geçen insanın iç dünyasını zenginleştirir. Ancak kabul etmek gerekir ki bir davranışın sürdürülebilirliği fayda-maliyet analizinde faydanın ağır basması ile mümkün olacaktır. Boykot ürününü

araştırma ve bulma maliyeti, olası kalite ve fiyat farkına katlanma maliyet tarafında ilk akla gelen unsurlardır. İnancı ve değerleri için mücadele etmenin sağladığı iç huzuru, birlikte hareket eden bir toplum kesiminin parçası olmanın verdiği sosyal uyum gibi unsurlar fayda tarafında ilk akla gelenlerdir. Motivasyon sağlayıcı önemli unsurlardan biri ise bireyin boykotla bir yere ulaşılabilmesini hissetmesidir.

## Üç Önemli Kategori

İşte bu noktada tüketicilerin soylu boykot eyleminin desteklenmesinin önemi ortaya çıkmaktadır. Filistin'i destekleyen sivil toplum kuruluşları tarafından 2005'te başlatılan BDS (Boycot, Tasfiye ve Yaptırım) Hareketi İsrail'e karşı başlatılan en güçlü inisiyatiftir. 7 Ekim Aksa Tufanı Operasyonu sonrası artan İsrail şiddetinin Dünya kamuoyunda yarattığı infialle boykot fikrinin yeniden canlanması bu hareketin de ivmelenmesine katkı sunmuştur.

BDS Hareketi yapılması gerekenleri üç kategoriye ayırmaktadır. İlkinde hem apartheid İsrail rejiminin hem de suç ortağı sportif, kültürel ve akademik kurumlarının boykot edilmesi yer almaktadır. Boykot çağrısı Filistinlilerin insan haklarının ihlaline destek veren İsraili ve uluslararası firmaların ürünlerini de kapsamaktadır. Şu anda aktif yürüyen ve Dünya halklarının kişisel düzeyde etkili kılmaya çalıştığı Filistin direnişine destek türü budur.

İkinci kategori daha çok varlıklı bireyleri ve firma düzeyinde aktif protestoyu kapsayan yatırımların tasfiyesi ve yeniden yönlendirilmesidir. Bankaların, dini kurumların, emeklilik fonlarının ve üniversitelerin yatırımlarını İsrail'den ve İsrail destekçisi uluslararası firmalardan çekmesi başarılı olduğunda etki düzeyi yüksek bir eylem türüdür. Özellikle Körfez sermayesi Filistin hassasiyeti ile hareket ettiğinde finans alanındaki siyonist yapıların ciddi zarar görmesi muhakkaktır. Körfez sermayesinin bir bölümünün bu bilinçle hareket ettiği bilinmekle beraber açık bir ilan yapılması doğal olarak boyutu ölçmeye imkân vermemektedir.

BDS Hareketinin çağrısını yaptığı üçüncü kategori ise İsrail'in devlet düzeyinde yaptırımlar için yönetimlere baskı yapılmasıdır. İsrail ayrımcılığını sonlandırmak için illegal yerleşimler ile ticaretin kesilmesi, savunma alanındaki ticaretin ve serbest ticaret anlaşmalarının sonlandırılması ve İsrail'in Birleşmiş Milletler kuruluşları ve FIFA gibi uluslararası forumlara üyeliğinin askıya alınmasını içeren taleplerin canlı tutulması şüphesiz ki önem arz etmektedir. 2014 yılında yine Gazze'nin bombalanması nedeniyle Şili'nin İsrail'le ticaret görüşmelerini askıya alması gibi örnekler bulunsa da ülke düzeyinde yaptırımlar İslam ülkelerinin çoğunun İsrail'le ilişkileri normalleşme yoluna sokmaları nedeniyle son yıllarda azalmıştı.

## **Boykotu Etkisizmiş Gibi Gösterenlere Dikkat**

İsrail işgaline karşı etkili bir mücadelenin kapsamlı bir yol haritasını içeren bu üç kategoriden her birinin dönem dönem etkili bir şekilde uygulandığı olmuştur. 7 Ekim sonrası yenden canlanan ürün ve firma boykotunun sürdürülebilir kılınması için tüketicilere düşenler olduğu gibi tüketicilerin firma düzeyinde desteklenmesinin gerektiği de açıktır.

Bir insani duruş göstererek boykotu tercih eden tüketicilerin yaptıkları eylemi yetersiz veya etkisiz görerek vaz geçmemeleri lazımdır. Direnişin diri tutulması işgalci İsrail ve destekçilerinin en fazla korktukları husustur. Bu yüzden boykotun etkisizliğini fısıldayan haber ve yorumlardan boykot edilen firma listelerini delme çabalarına varıncaya kadar dezenformasyon mücadelesi vermektedirler. En fazla başvuru alan yöntemlerden biri de başta AK Parti olmak üzere birçok kurum ve kuruluş ve yerli firma hakkında uydurma haberlerin yapılması veya sosyal medya aracılığıyla dolaşıma sokulmasıdır. Bunlara karşı tetikte olunması ve doğru bilgilendirmenin hızla yapılması önem arz etmektedir.

## **Sürdürülebilirlik Önemli**

Boykotun sürdürülebilirliği bahsinde firma düzeyinde yapılacakların yeterince ele alınmaması ve boykotun bir tüketici eylemi olarak kodlanması sürdürülebilirlik

bakımından en önemli sorunlardan biridir. Tüketici boykotunun firma ve sivil toplum düzeylerinde desteklenmesi mekanizmaları bellidir. Firma ve sivil toplum düzeyinde kısa bir “yapılacaklar listesi” çıkarabiliriz.

## **Alternatifsizliğin Sonlandırılması Şart**

Markette sınırlı bütçesi ile alışveriş yaparken bir taraftan da boykot listesini kontrol eden tüketicinin alternatif ürünleri bulabilmesinin sağlanması gerekir. Alternatif ürünlerin pazarda bulunmasının sağlanması; alternatif olmayan bazı ürünler için ise yeni yatırımların yapılması ve/veya Ar-Ge faaliyetine hemen başlanması sürdürülebilirliğe katkı sunacaktır. Ürün kalitelerini artırmak, pazarlama stratejilerini değiştirmek ve perakende halkası için tedarik ve stoklama kolaylığı üzerine çalışmak alternatif ürünleri üreten firmaların sorumluluğundadır. İş insanlarının alternatifi olmayan ürünlerden en az birini üretmek için kollarını sıvamaları firma düzeyinde yapılacakların başında gelir. Bu yapıldıkça sadece İsrail destekçisi firmaların alternatifsizliğinin sonlandırılması sağlanmayacak aynı zamanda ülke ekonomisine de katkı sunulmuş olunacaktır.

## **Firmalar Kar Peşinde Koşmamalı**

Boykot nedeniyle talep artışı yaşayan firmalar bu durumdan karlarını artırmak için değil

pazar paylarını ve müşteri bağlılığını artırmak için faydalanmalıdırlar. Bu firmaların sadece ahlaki sorumluluğu değil aynı zamanda uzun dönem kazanımlarını garantiye almalarının da en iyi yoludur. Müşteri memnuniyeti ve bağlılığı hem boykotun başarısını hem de firmaların uzun dönemde kazançlarını artıracak faktörlerdendir.

Firmaların üzerine düşen diğer bir sorumluluk kendilerinin “tüketicileri” oldukları hammadde, yarı mamul ve makine-teçhizat için alternatif çalışması yapmalarıdır. Firmaların, İsrail veya İsrail destekçisi firmalardan hammadde, yarı-mamul veya makine-teçhizat tedarikini kendi üretim süreçlerini sekteye uğratmadan başarmaları sanıldığından zordur. Özellikle hammadde, ara mal ve makine-teçhizat alanında tekel gücüne sahip firmaların varlığı alternatif oluşturmayı zorlaştırmakta bilhassa tedarikin kesintisiz sağlanamaması riski ve ürün kalitesinin korunamaması ihtimali firmaları zorlayabilmektedir. Yine de işgale karşı olan firma sahipleri ve üst düzey yöneticiler tedariklerinden en az birini İsrail destekçisi firmalardan alternatiflerine yöneltme çalışmalarına başlamalıdırlar. Orta ve uzun dönemde ise elbette bu tutum pekiştirilmelidir.

## **Taleplerin Karşılanmasındaki Yavaşlık Giderilmeli**

Yerli ödeme sistemi TROY’un varlığı sayesinde finans alanındaki boykotun

bir boyutu ciddi ölçüde karşılık buldu. Ancak kart değişim taleplerinin karşılanmasındaki yavaşlama ve “özellikli” kart konusundaki alternatifsizlik sorunlarının aşılması gerekmektedir. Yüksek gelirli grubun kullandığı ve bu bakımdan kart sayısı az olsa da işlem hacmi payı görece yüksek olan “özellikli” kartlar dünyasına TROY’un dahil olması önemlidir. Şüphesiz ki bu TROY’un ve bankaların ortak çalışmaları ile aşılabilecek bir kısıttır. Bunun gecikmesi bir taraftan TROY’un kullanım yerlerini ve işlem hacmini etkilemekte diğer taraftan yüksek gelirlilerin boykota katılımını zorlaştırmaktadır.

Kredi ve banka kartlarında sağlanan başarının diğer alanlarda da tekrarlanması mümkündür. TÜBİTAK tarafından geliştirilen yerli işletim sistemi PARDUS unutulmamalı ve kamu kurumlarından başlamak üzere yaygınlaşmasının sağlanması için gerekli adımlar atılmalıdır.

## **Medyaya Düşen Görev**

Kültür- sanat ve medya alanında faaliyet gösteren firmaların, boykotun popüleritesinin çocuklar ve gençler arasında artması için yapabileceklerine yoğunlaşması önemlidir. Uzun dönemde ise çocukların ve gençlerin boykot bilincini kazanması daha önemlidir. Boykotun devamlılığı bilinçli tüketim alışkanlığının edinilmesi ile garanti altına alınır. Medya kuruluşlarının boykotu haberleşmesi ve özellikle çocukların ve gençlerin bilinçlenmesine dönük yayınlar

yapması etkili olacaktır. Boykot faaliyetlerinin çarpıcı örneklerinin hikâyeleştirilmesi boykot bilincinin oluşmasına katkı sunacaktır.

## **Direnışe Moral Desteđimiz Sürmeli**

İsrail işgaline karşı direnen ve İsrail'in sergilediği vahşete rağmen yeni yol ve yöntemlerle direnişı yeni düzeylere taşıyan Filistinliler sadece Müslümanların değil vicdan sahibi herkesin kesintisiz desteğine ihtiyaç duymaktadırlar. Desteđin bir bakıma asgarisi ama en somut olanı ürün ve firma boykotu bir taraftan direnişe moral sağlarken İsrail desteğinin karşılıksız kalmayacağının da açık ilanı olmaktadır. Tüketim gücünü kullanarak direnişe destek olmak kıymetlidir. Ancak finans, reel sektör ve medya desteği ile tüketici boykotunun güçlendirilmesi sürdürülebilirlik açısından önemlidir. İş adamlarının bu yönde adım atmaları sorumluluklarının bir parçasıdır. Boykot, bireysel ve ahlaki bir duruş olarak tüketici, iş adamı ve firmaların üst düzey yöneticilerinin ortaklığında sonuç üretecektir. Boykotun "etkisiz" olduğu propagandasına asla geçit verilmemelidir. Bilinmelidir ki, kurtuluş savaşları sadece zafer inancı yitirildiğinde kaybedilir.

---

**Not:** *Bu yazı Yeni Şafak düşünce günlüğü sayfasında 21 Ocak 2024 tarihinde yayınlanmıştır.*