

İZMİR ESNAF VE SANATKARLAR ODALARI BİRLİĞİ

AR-GE EKONOMİ BÜLTENİ

BİRLİK PENCERESİNDEN

DÖNÜŞÜM; ALIŞKANLIKLARA DEĞİL ANALİZLERE DAYALI YÖNETİM

Toplumsal bütün ekonomik, sosyal, politik ve kültürel alt alanlardan oluşur. Bu alanlardan ekonomi en hızlı ve en sık değişen alandır. Bu durum bilimsel bilgi ve onun somut halini ifade eden teknolojinin öncelikle ekonomide, daha doğru ifade ile ekonomik olduğunda, kullanılmasıyla yakından ilgilidir. Ekonomik alanda yaşanan değişimler önce sosyal, sonra politik en sonunda da kültürel alanda yansıma bulur. Bu nedenle de çoğu gelişmekte olan ülkede kültürel gecikme olgusuyla karşılaşılır. Nitekim sözkonusu ülkeler teknolojik ürünleri yurtdışından satın alabilirken, o teknolojinin kullanım bilgisi ve altyapısı oluşmadığı için ciddi uyum ve kullanım sorunlarıyla karşılaşılır.

Toplumsal değişim yerine dönüşümden bahsedebilmek için ortaya çıkan değişimin toplumsal tüm alanları etkilemesi gerekir. Bir başka deyişle ekonomik, sosyal, politik ve kültürel alanların tümünde somut, elle tutulur, gözle görülür değişimler olduğunda ancak dönüşümden bahsedilebilir. Örneğin 24 Ocak 1980 Kararları sonrasında Türkiye, dış açılma ve piyasa ekonomisi öncelikli ciddi bir dönüşüm yaşamıştır. Yine, dünya 1989 yılında Doğu Bloğunun yıkılmasının ardından küreselleşme olarak tanımlanan büyük bir dönüşüm sürecine girmiştir. Nihayet yaşadığı sorunlar ve alınan önlemler sonrası Yunanistan da bir dönüşüm sürecine girmek zorunda kalacaktır.

Bu yazımızı dönüşüm kavramını mikro ölçekte, özellikle de esnaf ve sanatkarlarımız açısından değerlendirmek için ayırmak istedik. Bu bağlamda esnaflarımızın temelde; mal ve/veya hizmet üretimi, bunun için tedarik süreci, pazarlama ve iletişim olmak üzere dört farklı alana sahip olduğu söylenebilir. Dolayısıyla esnaf ve sanatkarlarımız açısından değişim ve dönüşümü bu boyutlardan değerlendirmek mümkündür. Kuşkusuz bu süreçlerin her birinde içselleşmiş durumda bulunan teknolojiyi ve teknolojidaki değişimleri de gözardı etmemek gerekmektedir.

Konuyu daha net ortaya koyabilmek açısından dünya ekonomisini bir okyanusa, Türkiye ekonomisini bu okyanusta yol almaya çalışan bir gemiye, esnaf ve sanatkarlarımızı da hem kaptan köşküne (ekonomi yönetimi), hem makine dairesine (tarım ve sanayi sektörlerine) hem de gemideki yolculara (vatandaşlar) mal ve hizmet sunmaya çalışan ekonomik aktörler olarak tanımlayalım.



2008 krizi sonrası okyanus pek de alışık olmadığımız şekilde dalgalı ve fırtınalıdır. Gemi, yani Türkiye ekonomisi cari açık, işsizlik, yüksek enflasyon, dış girdi ve kaynak bağımlılığı, yüksek dış borç gibi oldukça önemli sorunları nedeniyle ağır-aksak (dalgalı büyüme) yol almaktadır. Ekonominin reel gücünün en önemli boyutlarını oluşturan tarım ve sanayi sektörleri yani makine dairesi, üretim yerine paradan para kazanmak daha anlamlı hale geldiği için, mutsuz, iştahsız ve buna bağlı olarak "tekler" konumdadır. Yolcular yani vatandaşlar ise tüketim çılgınlığına kapılmış, borçla, kredi kartlarıyla tüketmeye, tribünlere oynamaya çalışmaktadır.

Bu görüntü Türkiye'nin "bir şekilde" dönüştüğünü, tüketim temelli bu dönüşümün üretim altyapısı ile desteklenmemesi nedeniyle kültürel gecikmeyi belirginleştirdiğini ortaya koymaktadır. Sürdürülemez nitelikteki bu sürecin Türkiye'yi nereye taşıyacağını hep birlikte göreceğiz.

Böylesine dönüşmüş bir dünya ve Türkiye koşullarında atılan her adımın çok dikkatli olması gerekmektedir. **Zira herşeyin değiştiği ve dönüştüğü bir iklimde dündeki anlayış ve iş yapma biçimlerinin başarılı sonuçlar üretmesi oldukça zordur.** Kuşkusuz güzel ve değerli olanlarını taşımakla birlikte dededen, babadan gördüğümüz yöntemlerle, alışkanlıklarımızın beslediği ezbere dayalı iş yapma biçimleriyle varlığımızı korumak artık mümkün değildir. **Bu nedenle tüm esnaf ve sanatkarlarımız deneyimlerini kayıt altına alarak, sağlıklı envanterler oluşturarak, buralardaki verileri akılcı bir şekilde analiz ederek, tedarik, üretim, pazarlama, iletişim ve teknoloji boyutlarında sürekli yenilenmek, dönüşümlere ayak uydurmak durumundadır. İşimiz zor, ama imkansız değildir.**

ZEKERİYA MUTLU
BAŞKAN

İZMİR ESNAF VE SANATKARLAR ODALARI BİRLİĞİ

AR-GE EKONOMİ BÜLTENİ

ESNAF ve SANATKAR KÖŞESİ

6585 SAYILI PERAKENDE TİCARETİN DÜZENLENMESİ HAKKINDA KANUN İLE İLGİLİ UYGULAMALAR

Bilindiği üzere esnaf ve sanatkarlarımızı çok yakından ilgilendiren “6585 Sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” 29.01.2015 tarihi itibariyle yürürlüğe girmiş bulunmaktadır. Kanun, esnaf ve sanatkarlarımızın ticari faaliyetlerinde uyması gereken kurallarda bazı değişiklikler sunmanın yanında, Türkiye’deki perakende sektörünü genelde de düzenlemeye yönelik çeşitli yeni uygulamalar getirmektedir.

Kanunun amacı; perakende işletmelerin açılış ve faaliyete geçiş işlemlerinin kolaylaştırılması, perakende ticaretin serbest piyasa ortamında etkin ve sürdürülebilir rekabet şartlarına göre yapılması, tüketicinin korunması, perakende işletmelerin dengeli bir şekilde büyüme ve gelişmesinin sağlanması ve perakende işletmelerin faaliyetleri ile bunların birbirleri, üretici ve tedarikçilerle ilişkilerinin düzenlenmesidir.

Yukarıda belirtilen amaç doğrultusunda kanunun birçok maddesinin yönetmeliklerle belirlenmesi öngörülmüştür. Bu yönetmeliklerin kanunun yayım tarihi itibariyle ilgili kurum/kuruluşların görüşleri de alınarak 9 ay içerisinde yürürlüğe konulması planlanmıştır. Ancak yönetmeliklerin henüz oluşturulmadığı, uygulamalarda temel alınacak kuralların koyulmadığı ve buna bağlı olarak da kanunun perakende sektörünün günümüz itibariyle taleplerini karşılayamadığı görülmektedir.

Yönetmelikle belirlenecek kritik konuların başında; işletmelerin açılış ve faaliyeti ile kapanışında gerekli başvuru ve diğer işlemlerin yapılması, ilgili kurum ve kuruluşlara iletilmesi, değerlendirilmesi, sonuçlandırılması ve bu işletmelere yönelik veri tabanının oluşturulması ile bilgi paylaşımının sağlanması amacıyla oluşturulacak PERBİS Sistemi

gelmektedir. Bu sistemin oluşturulması Bakanlık sorumluluğunda olup, uygulama yetkili idareler (ilimizde büyükşehir belediyesi) tarafından kontrol edilecektir. Bu sistemle ilgili kapsamlı bir çalışma yapılması, ilgili tüm kurum/kuruluşlarının altyapılarını bu sistem doğrultusunda revize etmesi ve kurumlararası entegrasyonun etkin bir biçimde sağlanması gerekmektedir.

Bir diğer önemli konu da esnaf ve sanatkarlarımıza büyük mağazalarda yer tahsisi hususundaki maddelerdir. Bu madde de yönetmelikle belirlenecek olup henüz uygulamaya geçirilememiştir.

Esnaf ve sanatkarlarımızın bu kanunun biran önce uygulamaya geçirilmesini talep etmesinin başlıca nedenlerinden biri de işyerlerinin çalışma saatleridir. Kanunun 13. Maddesi bu konu hakkında tam manasıyla bir çözüm getirmemektedir. Burada meslek kuruluşlarının bir araya toplanması, ortak fikirler doğrultusunda müşterek teklifler sunulması ve yaşanan haksız rekabetin önüne geçilmesi gerekmektedir.

Karşılıklı bilgi ve görüş alışverişinde bulunmak, sektöre yönelik politika oluşturulmasına katkı sağlamak, sorunları tespit etmek, alınacak önlemleri belirlemek ve ilgili kurum ve kuruluşlar arasında işbirliğini sağlamak üzere Bakanlığın koordinatörlüğünde Perakendeciler Konseyi oluşturulması da bir başka yönetmelikle düzenlenecek olan maddedir. Yılda en az bir kez toplanması öngörülen bu konseyin oluşturulması konusunda da kurumumuza henüz bir bilgi ulaştırılmamıştır.

Sonuç olarak kurumumuz; varoluş nedenimiz olan esnaf ve sanatkarlarımız açısından büyük bir öneme sahip olan, oluşumunda aktif olarak görev alıp bilgi ve deneyimlerini aktardığı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun’un yönetmeliklerinin oluşturulması konusunda da aynı tutarlılıkla yer almayı hedeflemektedir.

İZMİR ESNAF VE SANATKARLAR ODALARI BİRLİĞİ

AR-GE EKONOMİ BÜLTENİ

EKONOMİ GÜNDEMİ

YATIRIM İKLİMİ

Ekonomik faaliyetlerin nihai amacı toplumsal refahın artırılmasıdır. Refah artışı daha fazla ve nitelikli tüketim imkanlarına kavuşmak ile mümkündür. Refah artışının sürdürülebilmesi için ise ulusal gelirin hem artması hem de adil dağılımı gerekir. Ulusal gelirin artması ancak üretim artışı ile sağlanabilir. Üretim artışı yani ekonomik büyüme için ise varolanın ötesinde üretim kapasitesi yaratılması yani net yatırımların artması zorunluluğu vardır. **Dolayısıyla bir ülkede halkın refahının artması (tüketim artışı) ancak ve ancak ekonomik büyüme (üretim artışı) ile desteklendiğinde sürdürülebilir. Bu noktada ayrıca milli gelir düzeyinin ülke ekonomisinin büyüklüğünü, kişi başına düşen gelirin ise halkın refah düzeyini ölçmekte kullanıldığını hatırlatmak faydalı olacaktır.**

Bu açıklamalar refah toplumunun ancak üretim gücü yüksek bir ekonomi ile mümkün olabildiğini ortaya koymaktadır. ABD, Japonya, Almanya, Fransa, İngiltere bu bağlamda ilk akla gelen ülkeler olmaktadır. Son 10-15 yılda yaptığı atak ile ABD'den sonra dünyanın en büyük ikinci ekonomisi konumuna gelen Çin için refah toplumu ifadesini kullanmak ise oldukça güçtür. Çünkü bir buçuk milyara yakın nüfusa sahip bu ülkede kişi başına düşen gelir (7.500 Dolar), dolayısıyla da tüketim düzeyi düşüktür.

Bir ülkenin üretim gücünü artırılabilmesi için reel yatırımların artması, bunun için de uygun iklimin sağlanması gerekir. Reel yatırımlar; mal ve hizmet üretmeye yarayan alanlarda yapılan yatırımları ifade etmektedir. Bunun alternatifi ise hisse senedi, tahvil, mevduat ve bağlantılı türev alanlara yapılan finansal yatırımlar ile gayrimenkul (arsa-ev) yatırımlarıdır. Kuşkusuz finansal ve gayrimenkul alanlarına yapılan yatırımların dolaylı olarak reel yatırımları da artırabileceği düşünülebilir. Ancak pratikte aralarında "birebir" ilişki olduğunu söylemek güçtür. Dolayısıyla ülkede üretim ve refahın artmasını isteyen ekonomi yönetimlerinin reel yatırımlar için uygun iklimi sağlaması gerekir.

Bir girişimci açısından konuya bakıldığında ise reel yatırımların olası diğer yatırım türlerine göre (alternatifler) daha yüksek getiri sağlaması durumunda tercih edileceği açıktır. Bu da büyük ölçüde karlılık ve vergi politikalarına bağlı bir durumdur.

Günümüzde küreselleşen dünya ekonomisi, yoğunlaşan rekabet ortamı nedeniyle, yenilikçiliğe dayalı alanlar dışında, kar marjları gerilemektedir. Dolayısıyla reel yatırımların artması açısından vergi politikalarının önemi daha da belirginleşmektedir.

Kuşkusuz sadece uygun vergi politikaları reel yatırımların artması için yeterli olmayabilir. Nitekim adeta küresel köye dönüşen dünyamızda yatırımcılar da küreselleşmiş, hangi mal hatta ürünün hangi parçası nerede daha uygun maliyetle üretilebiliyorsa yatırımlar oraya yönelmiştir. Vergiler dışında uygun maliyetle üretimin gerisindeki başlıca faktörler ise; işgücü, enerji, hammadde fiyatları ile coğrafi konum (ulaşım maliyetleri) olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak, bütün bu faktörler açısından avantajlı olmak da bazen yatırım çekmek için yeterli olamamaktadır. Ulaşım altyapısının niteliği, kalifiye eleman bulabilmek, hukuk sisteminin evrensel niteliklere sahip olması, bürokratik ortam gibi faktörler de yatırımlar açısından belirleyici olabilmektedir.

Bu bağlamda Türkiye açısından bir değerlendirme yapıldığında karşımıza şöyle bir tablo çıkmaktadır;

✓ Vergi politikaları açısından reel yatırımlar alternatif alanlara göre dezavantajlıdır.

✓ İşgücü maliyetleri benzer ürünleri üretip ihraç eden ülkelere (Çin, Hindistan, Brezilya vb.) göre oldukça yüksektir.

✓ Türkiye enerji maliyetlerinin en yüksek olduğu ülkelerin başında gelmektedir.

✓ Milyonlarca işsize rağmen özellikle kalifiye ara eleman sorunu bulunmaktadır.

✓ Bürokratik süreçler uzun, işleyiş yavaştır.

✓ Hukuk sistemi, özellikle de ticari hukuk alanındaki işleyiş, ekonomik hayatın gerektirdiği hızdan uzaktır.

✓ Türkiye coğrafi açıdan yatırımcılar için dünyanın en cazip ülkelerinin başında gelmektedir.

Görüldüğü gibi reel yatırımlar açısından Türkiye hem yerli hem de yabancı yatırımcılar açısından pek de cazip görünmemektedir. Bu durumda üretim ve refah artışının sürdürülebilmesi, işsizliğin azaltılması için yatırım ikliminin iyileştirilmesi yeni hükümetin ilk ve en önemli ekonomi gündemlerinden biri olmak durumundadır.

İZMİR ESNAF VE SANATKARLAR ODALARI BİRLİĞİ

AR-GE EKONOMİ BÜLTENİ

SAYILARLA EKONOMİ

	2014							2015					
GÖSTERGE	HAZİRAN	TEMMUZ	AĞUSTOS	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK	OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN
İMALAT SAN. KKO (%)	75,3	74,9	74,7	74,4	74,9	74,5	74,6	73,7	72,8	72,4	74,1	74,9	75,1
OTOMOBİL SATIŞI(Toplam-adet)	47.278	46.602	45.131	49.262	50.814	59.695	110.054	24.498	40.817	61.676	70.211	62.878	67.766
OTOMOBİL İHRACATI(Toplam-adet)	53.460	53.125	26.433	54.221	44.791	51.528	52.360	48.533	50.937	58.872	52.089	36.570	56.556
TOPLAM İSTİHDAM (Bin kişi)	26.586	26.410	26.313	26.169	26.138	25.874	25.642	25.454	25.576	25.953	26.638		
İŞSİZ SAYISI(Bin kişi)	2.624	2.867	2.944	3.064	3.043	3.096	3.145	3.259	3.226	3.069	2.821		
İŞSİZLİK ORANI (%)	9,1	9,8	10,1	10,5	10,4	10,7	10,9	11,3	11,2	10,6	9,6		
TOPLAM MEVDUAT(Milyon TL)	847.479	847.657	855.154	884.571	874.281	877.383	916.535	908.576	938.777	960.801	981.966	988.781	1.015.087
TL MEVDUAT FAİZİ (3 Aylık)	10,1	9,4	9,1	9,2	9,3	9,5	9,9	9,9	9,7	10,0	10,2	10,3	
TL MEVDUAT FAİZİ (6 Aylık)	10,6	10,1	9,7	9,4	9,4	9,4	9,7	9,7	9,9	9,7	9,7	10,0	
TL MEVDUAT FAİZİ (12 Aylık)	10,4	10,3	10,1	9,8	9,5	9,4	9,3	9,2	9,3	9,3	9,4	9,5	
TOPLAM KREDİLER(Milyon TL)	1.136.689	1.133.809	1.163.661	1.195.411	1.202.184	1.218.734	1.256.138	1.274.724	1.306.706	1.337.405	1.377.211	1.389.863	1.413.827
MALİ KREDİLER KREDİLER(Milyon TL)	27.213	25.049	28.864	29.967	29.996	30.042	33.363	31.719	32.727	36.660	37.719	38.271	38.695
TİCARİ KREDİLER KREDİLER(Milyon TL)	721.394	719.322	742.656	819.993	824.689	839.161	869.169	886.294	914.775	937.421	970.599	980.132	1.001.395
TÜKETİCİ KREDİLERİ (Milyon TL)	260.954	263.673	266.724	271.180	273.627	276.633	281.084	283.016	286.620	291.393	295.466	297.250	299.833
KONUT(Milyon TL)	115.005	116.294	117.701	119.759	121.413	123.399	125.394	126.500	128.471	131.363	134.283	136.371	138.371
TAŞIT (Milyon TL)	7.448	7.317	7.104	6.964	6.823	6.775	6.788	6.668	6.546	6.464	6.434	6.406	6.385
DİĞER (Milyon TL)	138.506	140.062	141.919	144.457	145.391	146.459	148.902	149.848	151.603	153.566	154.749	154.473	155.077
KREDİ KARTI (Milyon TL)	75.916	73.876	73.766	74.271	73.872	72.898	72.522	73.695	72.584	71.931	73.427	74.210	73.904
KREDİ FAİZİ (Taşıt %)	12,5	12,9	12,8	12,7	12,5	12,1	12,4	13,0	13,1	12,6	12,8	13,2	13,6
KREDİ FAİZİ (Konut %)	12,0	11,2	11,0	10,9	10,7	11,1	10,9	11,0	10,8	10,8	11,0	11,6	12,1
KREDİ FAİZİ (Ticari %)	11,3	12,1	12,0	11,9	12,9	12,8	12,8	12,8	12,7	12,9	13,2	13,3	11,9
KÜÇÜK ESNAF VE SANATKAR KREDİLER(Toplam-Milyon TL)	16.599	16.769	16.978	17.146	17.249	17.505	17.862	18.014	18.523	19.006	19.715	21.103	21.450
TL CİNSİNDEN(Milyon TL)	13.474	13.737	13.904	14.131	14.311	14.566	14.884	15.071	15.543	15.998	16.478	17.877	18.176
DÖVİZ CİNSİNDEN(Milyon TL)	3.125	3.032	3.074	3.015	2.938	2.940	2.977	2.943	2.981	3.008	3.237	3.226	3.274
KÜÇÜK ESNAF VE SANATKAR KREDİLER(Toplam içindeki pay-%)	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5
BANKACILIK SEKTÖRÜ TAKİPTEKİ ALACAK(Milyon TL)	32.140	32.797	34.078	35.652	36.529	37.259	36.340	37.110	38.179	38.618	39.795	40.556	
Kredi Kartları	5.299	5.550	5.711	5.765	5.988	6.322	5.731	5.802	6.024	6.039	6.312	6.566	
Ferdi Kredi Konut	619	619	626	619	630	627	615	652	644	639	640	652	
Ferdi Kredi Otomobil	234	236	238	238	240	241	228	231	227	223	222	228	
Ferdi Kredi Diğer	5.151	5.418	5.700	5.925	6.218	6.396	6.273	6.567	6.845	6.834	7.227	7.567	
Toptan Ticaret ve Komisyonculuk	3.599	2.539	2.589	2.647	2.767	2.783	2.927	3.024	3.148	3.181	3.341	3.482	
Tekstil ve Tekstil Ürünleri San.	1.259	1.288	1.285	1.272	1.278	1.347	1.373	1.384	1.387	1.391	1.437	1.422	
İnşaat	2.978	3.397	3.863	3.914	3.948	4.016	3.665	3.616	3.604	3.649	3.701	3.833	
Gıda Meşrubat ve Tütün San.	932	932	1.006	1.014	1.009	1.017	1.030	1.044	1.059	1.040	1.065	1.127	
Diğer	12.069	12.819	13.061	14.257	14.451	14.510	14.500	14.783	15.241	15.624	15.085	15.679	
PROTESTO EDİLEN SENET SAYISI (Bin adet)	81,8	80,7	95,8	81,9	92,6	83,9	86,2	85,9	72,2	73,9	82,6	77,2	
PROTESTO EDİLEN SENET TUTARI (Milyon TL)	588,2	601,8	989,8	709,0	860,9	684,8	776,0	794,7	712,8	680,5	714,5	664,8	
KARŞILIKSIZ ÇEK ADETİ(Bin adet)	65,2	55,4	37,5	77,7	62,6	39,9	85,9	47,1	36,3	61,3	47,4	41,0	
KURULAN ŞİRKET SAYISI	4.851	4.394	4.067	5.206	4.397	4.974	5.386	6.471	5.509	6.092	6.022	5.635	
KAPANAN ŞİRKET SAYISI	1.120	1.136	874	995	1.002	1.083	2.561	2.734	1.091	1.000	992	712	
TÜFE ENFLASYONU(Yıllık %)	9,16	9,32	9,54	8,86	8,96	9,15	8,17	7,24	7,55	7,61	7,91	8,09	7,20
ÜFE ENFLASYONU(Yıllık %)	9,75	9,46	9,88	9,84	10,10	8,36	6,36	3,28	3,10	3,41	4,8	6,52	6,73
İHRACAT (Yıllık-Milyon \$)	157.478	157.768	158.034	158.573	159.401	158.229	158.337	158.195	157.317	155.139	155.082	152.445	
İTHALAT(Yıllık-Milyon \$)	245.534	242.479	243.764	243.726	243.431	243.415	242.112	239.456	238.133	236.913	234.609	231.616	
ORTALAMA DOLAR KURU	2,1180	2,1210	2,1600	2,2060	2,2600	2,2360	2,2900	2,3300	2,4570	2,5860	2,6510	2,6490	2,7040
ORTALAMA EURO KURU	2,8780	2,8790	2,8790	2,8530	2,8670	2,7900	2,8240	2,7190	2,7920	2,8070	2,8560	2,9580	3,0290
EURO/DOLAR PARİTESİ	1,3590	1,3580	1,3330	1,2930	1,2680	1,2480	1,2330	1,1670	1,1360	1,0850	1,0780	1,1170	1,1210