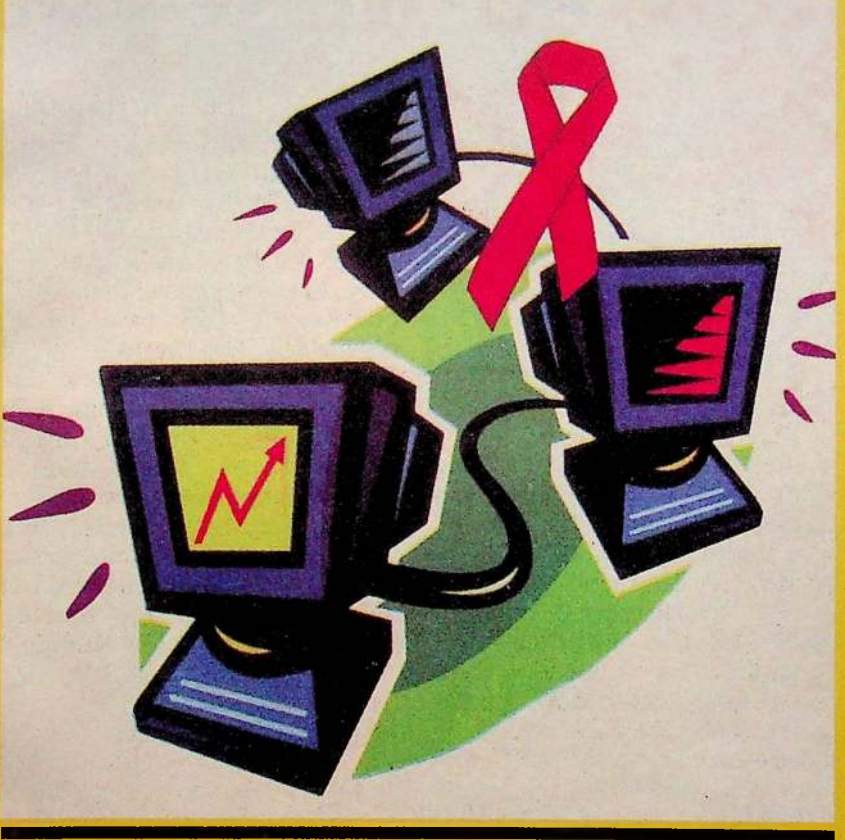


BANKA VE

EKONOMİK 3 YORUMLAR

AYLIK DERGI
YIL : 37
MART 2000
•
1.500.000 LİRA



- KÜRESELLEŞEN DÜNYADA ELEKTRONİK TİCARET
- GÜMRÜK BİRLİĞİ TÜRK SANAYİSİNİ NASIL ETKİLİYOR?
- AVRUPA BİRLİĞİ'NDE DEVLET YARDIMLARININ SINIFLANDIRILMASI VE UYGULAMA TEKNİKLERİ

Herkes her şeyin farkında!

Türkiye’de “Telefon Bankacılığı”
ve “İnternet Şubesi” denince
ilk akla gelen banka Garanti.*

*Siz de Türkiye’de Şubersiz Bankacılık’ın
adını koymuş bir bankayla çalışmak
istememez misiniz?*

 444 0 333

 www.garanti.com.tr

 GARANTİ

ŞubeSiz[™] Bankacılık

Başka bir arzunuz?

BANKA VE EKONOMİK YORUMLAR

MART 2000 • YIL: 37 • SAYI:3 • 1.500.000 LİRA (KDV DAHİL)

**Ekonomik ve Sosyal Yayınlar A.Ş. Adına
İmtiyaz Sahibi
BÜLEND ÇORAPÇI**

**Yazı İşleri Müdürü
DR. ÖZTİN AKGÜÇ**

**Danışma Kurulu Başkanı
ŞİNASI ÇELİKKOL**

Danışma Kurulu

Prof. Dr. Asaf Savaş Akat • Dr. Öztin Akgüç • Prof. Dr. Erdoğan Alkin • Prof. Dr. Güven Alpaz • Dr. Orhan Altan • Tevfik Altınok • Prof. Dr. Mustafa A. Aysan • Prof. Dr. Ömer Faruk Batirel • Dr. Metin Berk • Prof. Dr. Ünal Bozkurt • Prof. Dr. Kenan Bulutoğlu • Prof. Dr. Nasuhi Bursal • Yavuz Canevi • Ege Cansen • Haluk Ceyhan • Melmet Gün Çalık • Özer U. Çiller • Bülend Çorapçı • Ahmet Demirel • Zeki Döşioğlu • Necdet Durakbaşı • A. Aydın Dündar • Gazi Erçel • Kaya Erdem • Tarhan Erdem • Oktay Ersuay • Prof. Dr. Cumhur Ferhan • Prof. Dr. Atilla Gönenli • Prof. Dr. Emre Gönenşay • Doç. Dr. Seyfettin Gürsel • Prof. Dr. Zeyyat Hatiboğlu • Erhan Işıl • Prof. Dr. Haluk A. Kabanioğlu • Prof. Dr. Müh. Kemal Kafalı • Adnan Başer Kafaoglu • Y. Doç. Dr. Ahmet S. Kalm • A. Nazif Keyman • Prof. Dr. Yıldırım Kılış • Prof. Dr. Tamer Koşel • Kemal Kurdaş • Prof. Dr. Kemal Kurtuluş • Prof. Dr. Erol Manisalı • Prof. Dr. Orhan Morgil • Prof. Dr. Erdoğan Moroğlu • Ziya Nebioğlu • Ergin Neug • Alp Orçun • Rahmi Onen • Prof. Dr. İsmail Ozaslan • M. Celalettin Özgen • Ertan Özgür • Tuncay Özillan • Selâhattin Özmen • Ertuğrul İhsan Özal • Prof. Dr. Ergun Özsunay • Prof. Dr. Merih Paya • Prof. Dr. Relha Porroy • Prof. Dr. Dündar Sağlam • Halit Soydan • Prof. Dr. Mehmet Şükri Tekbaş • Osman N. Torun • Fikret M. Tuncer • Nezih Tunçşiper • Prof. Dr. Gül G. Turan • Doç. Dr. Şeref Türen • Prof. Dr. T. Güngör Uras • İbrahim Ülkem • Dr. Cüneyt Ülsever • A. Doğan Yalın • Mehmed Tank Yaşa • Doç. Dr. Göksele Yücel • Prof. Dr. Ahmet Yüksel

Yazı Kurulu

Dr. Öztin Akgüç • Doç. Dr. Seyfettin Gürsel • Prof. Dr. Merih Paya • Prof. Dr. Dündar Sağlam • Prof. Dr. T. Güngör Uras

**Genel Yayın Yönetmeni
MUSTAFA BARIŞ**

BU SAYIDA

Ekonomik Göstergeler (İç) 2

Dr. Adem Kalça
Küreselleşen Dünyada
Elektronik Ticaret 3

Mustafa Barış
Sermaye Piyasası 29

Ekonomik Göstergeler (Dış) 36

Yakup Akkuş
Gümrük Birliği Türk Sanayisini
Nasıl Etkiliyor? 37

Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi
Bankacılık Sektöründen Haberler 44

Yrd. Doç. Dr. Ramazan Gökbnar
Mustafa Miynat
Avrupa Birliği'nde
Devlet Yardımlarının Sınıflandırılması ve
Uygulama Teknikleri 55

Abone Formu 64

İdare Yeri: Binbirdirek Mah. Suterazisi Sok. No 6/2, 34400 Sultanahmet – İstanbul • Tel: (0212) 518 17 32 • Faks: (0212) 518 66 43 Yazışma: P. K. 769; 80005 Karaköy – İstanbul • Açıklama: Dergi'deki yazılar kaynak göstermek keşulluyla alınabilir • Dergide yayınlanan yazılardaki görüşler, yazarlarına aittir. • 2000 Yılı Abone Beueli (KDV dahil): 18 000.000. – TL. • Öğrenileire: 12.600.000. – TL. • Banka Hesap Numaraları (İstanbul): Akbank Nişanca Şubesi 10469 – 5. İş Bankası Çağaloğlu Şubesi 256319. Yapı ve Kredi Bankası Çemberlitaş Şubesi 2269 – 9. Ziraat Bankası Beyoğlu Şubesi 768. T. Ticaret Bankası Nuruosmaniye Şubesi 21345 • Baskı: Kurtiş Matbaacılık, Telefon: 518 11 28 • Dizgi: Celal Aydın (0212) 677 65 62. • (0532) 540 24 23 • Cilt: Destlar Çiltevi, Tel: 526 59 24 • Baskı Tarihi: 10 Mart 2000 • Genel Dağıtım: Yaysat •

Ekonomik Göstergeler (iç)

Mart / 2000

| | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | | |
|---|------------------|------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|
| | | | | Eylül | Ekim | Kasım |
| T.C. MERKEZ BANKASI | | | | | | |
| Döviz ve Altın Mevcudu (milyon \$) | - | 19475.0 | 20723.0 | - | 24962.0 | 23568.0 |
| Banknot Miktarı (milyar TL) | - | 758878.0 | 1328542.0 | 1890333.0 | 1994303.0 | 1825613.0 |
| T.C. Merkez Bankası İç Kredileri (milyar TL) | - | 346408.0 | 9098.0 | 9545.0 | 9566.0 | 9613.0 |
| Hazineye Kısa Vadeli Avans (milyar TL) | - | 337623.0 | - | - | - | - |
| BANKALAR (milyar TL) | | | | | | |
| Toplam TL Mevduat | 3294383.7 | 6625325.0 | 24185291.0 | 40252194.0 | - | - |
| Ticari Kuruluşlar Mevduatı | 474632.3 | 950426.0 | 2114790.0 | 2549025.0 | - | - |
| Tasarruf Mevduatı | 1733118.2 | 3193612.0 | 6427369.0 | 11832799.0 | - | - |
| Vadesiz Tasarruf Mevduatı | 133919.9 | 233887.0 | 326405.0 | 435280.0 | - | - |
| Vadeli Tasarruf Mevduatı | 1599198.3 | 2959725.0 | 6100964.0 | 11397519.0 | - | - |
| Mevduat Sertifikası | 11207.6 | 159.0 | 15.0 | 14.0 | - | - |
| Resmî Kuruluş Mevduatı | 165741.0 | 221416.0 | 364966.0 | 601695.0 | - | - |
| Bankalar Mevduatı | 485498.2 | 1241192.0 | 2410724.0 | 4768562.0 | - | - |
| Diğer Kuruluşlar Mevduatı | 424186.2 | 970491.0 | 2037881.0 | 3128837.0 | - | - |
| Döviz Tevdiatı | 2851132.0 | 5920236.0 | 10783777.0 | 16976375.0 | - | - |
| Toplam Krediler | 3860069.8 | 8811893.0 | 14122355.0 | 18930390.0 | - | - |
| Tarım | 668826.0 | 1504492.0 | 1170731.0 | 1465899.0 | - | - |
| İhtisas Kredileri | 351902.0 | 668676.0 | - | 2641919.0 | - | - |
| Mesleki (Küçük Esnaf ve Sanatkar) | 72522.0 | 140062.0 | 211324.0 | 284627.0 | - | - |
| Gayrimenkul | 77380.0 | 127097.0 | 311220.0 | 392204.0 | - | - |
| Denizcilik | 4732.0 | 13259.0 | 21491.0 | 19999.0 | - | - |
| Turizm | 11770.0 | 15958.0 | 25789.0 | 41008.0 | - | - |
| Diğer İhtisas Kredileri | 74766.0 | 187063.0 | 304221.0 | 438182.0 | - | - |
| Ticari, Sınai, Sair | 2598171.3 | 6155286.0 | 2044776.0 | 16288471.0 | - | - |
| PARA ARZI (milyar TL) | - | 1378604.0 | 2284174.0 | 3468120.0 | 3890943.0 | 3592082.0 |
| FIYATLAR (DİE; 1987 = 100, 1994 = 100) | | | | | | |
| Toplam Eşya Fiyatları İndeksi (Genel) | - | 787.7 | 1215.1 | 1700.8 | 1780.1 | 1852.7 |
| Tarım (Genel) | - | 951.2 | 1635.4 | 1945.0 | 2054.8 | 2089.8 |
| İmalat Sanayi (Genel) | - | 743.5 | 1093.8 | 1624.0 | 1693.0 | 1776.8 |
| Tüketici Fiyatları (Türkiye) | - | 857.5 | 1488.1 | 2092.0 | 2225.2 | 2318.7 |
| Tüketici Fiyatları (İstanbul) | - | 875.1 | 1490.6 | 2135.0 | 2291.9 | 2374.0 |
| DIŞ ÖDEMELER (milyon \$) | | | | | | |
| Daşalım (CIF) | - | 48559.0 | 45921.0 | 28602.1 | 32184.4 | 35893.2 |
| Daşım (FOB) | - | 26261.0 | 26881.0 | 18662.5 | 21334.1 | 23703.7 |
| İşçi Dövizleri | - | 4197.0 | 5356.0 | 3562.0 | 3848.0 | - |

Notlar: (1) TCMB altın ve döviz mevcuduna, altın stokunun yeniden değerlendirilmesinden doğan değer artışları dahildir. (2) TCMB kredilerine, borç tahkimleri (konsolide edilen krediler) dahi değildir. (3) Para arzı (M₁) dar tanımıdır. (4) Fiyatlar, Ocak/1996'dan itibaren 1994=100 olarak verilmiştir. (5) Daşım, daşım rakamları Şubat/1996, işçi dövizleri Ocak/1996 itibarıyla.

Görüşler

Dr. ADEM KALÇA

Karadeniz Teknik Üniversitesi, İ.İ.B.F. Araştırma Görevlisi

Küreselleşen Dünyada Elektronik Ticaret

Giriş

2 1. yy'a girerken dünya artık küçük bir köye⁽¹⁾ dönüşmektedir. Toffler'e göre tarım, sanayi ve bilgi aşamasından geçen toplumlarda dinamizm tarım toplumunda kas gücü, sanayi toplumunda buhar gücü ve bilgi toplumunda beyin gücüyle sağlanmaktadır. Sanayi toplumları yerlerini gün geçtikçe "enformasyon toplumu" "bilgi toplumu" veya "post-kapitalist toplum" diye adlandırılan yeni bir toplum yapısına bırakmaktadır. Sayısal Bilgi Devrimi denilebilecek bir çağa girilmesi tüm ekonomik ve toplumsal kurumların yeniden örgütlenmesini

gerektirecektir. Ekonomistler artık dünya ülkelerinin gelişimini milli gelirlere ölçmeyecektir. Bir ülkenin ekonomik gelişmesinin anahtarı artık GSMH değil GSMB⁽²⁾ olacaktır. Dolayısıyla insan, ekonomik gelişme ve bilgi üreticiliği arasında kuvvetli bir ilişki söz konusu olduğu açıktır. Bu düşüncenin arka planı bilgi toplumuna veya internete dayanmaktadır. Çünkü bilgi toplumunun en etkili silahı internet olacaktır⁽³⁾.

İnternet 21.yy yaşayanlarının okulu, kütüphanesi, arkadaşı, bilgi kaynağı, eğlencesi, postanesi ve en önemlisi temel bir iş aracı olma yolundadır. İnternet öncelikle askeri

amaçlı başlatılmış, sonra üniversite-leri kapsamına almış ve şimdi evlere, kamu ve özel kuruluşlar ile işletmelere ulaşmış olan bir küresel haberleşme ağıdır. İnternetin sınırları ortadan kaldırmasıyla vatandaşlık yerine netdaşlık kavramı ortaya çıkacaktır. Artık sanal fuarlardan, sanal müzelerden, sanal cemaatlerden, elektronik noterlerden, ulus devlet yerine elektronik devletlerden⁽⁴⁾, semt pazarları yerine elektronik pazar yerlerinden, pasaj yerine web sitelerinden, bakkallar yerine sanal marketlerden bahsedilmesi toplumun ekonomik ve sosyal gelişmesine de birer örnek teşkil etmektedir.

En önemli gelişme ise e-ticarete yaşanmaktadır. Telefon, faks, tv vb. cihazlarla yapılabilen e-ticaret kapsam olarak daha küçük olduğundan, bu çalışmada kapsamı daha büyük olan internet temelli e-ticarete değinilecektir. E-ticaret deyince de bundan böyle internet ortamında yapılan ticaret anlaşılacaktır. Bilgisayar ağları aracılığıyla ürünlerin üretilmesinin, tanıtımının, satışının, ödemesinin ve dağıtımının gerçekleştirilmesi olan e-ticaret sayesinde birkaç bin dolar ile isteyen herkes tüccar olup dünyanın her yerindeki tüketicilere ulaşabilecektir ve ulaşmaktadır da. Böylece özellikle KOBİ'ler sadece ulusal değil, uluslararası pazarlara ulaşma şansı yakalayabilmektedirler. Sonuçta ken- dini dünyadan izole eden dev-

letler nasıl ayakta kalamadıysa, e-ticaretten dışlayan şirketler de aynı sonucu yaşayacaktır.

Bu çalışmanın amacı rekabet üstü olma, büyüme, istihdam, yeni iş imkanları, yeni meslekler gibi olguları gündeme getiren (e-ticaret konusunda yasal düzenlemelerini tamamlamış bir örnek ülke olmadığı gibi, uluslararası platformlarda da tartışmalar devam etmektedir) küreselleşen dünyada e-ticaret gerçeğini ana hatlarıyla irdelemektir.

Genel Olarak İnternet

Ağlararası ağ veya ağların ağı (İnan, 1998, s. 7) olarak isimlendirilen internet, birçok bilgisayar sisteminin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir ağıdır. İnternetin ilk ortaya çıkışı ABD'nin savunma tedbirlerine dayanmaktadır. 1960'lı yılların ortasında Amerika savunma Bakanlığı'nın bir projesiyle, nükleer bir savaş esnasında telefon hatlarının tahrip olması durumunda bilgisayar iletişiminin sürdürülmesi amacıyla ortaya çıkmış, 1982 yılında temel halini almaya başlamış, üniversite ve araştırma kuruluşlarının kullanımına geçmiş, 1985'te ise internet son halini almıştır.

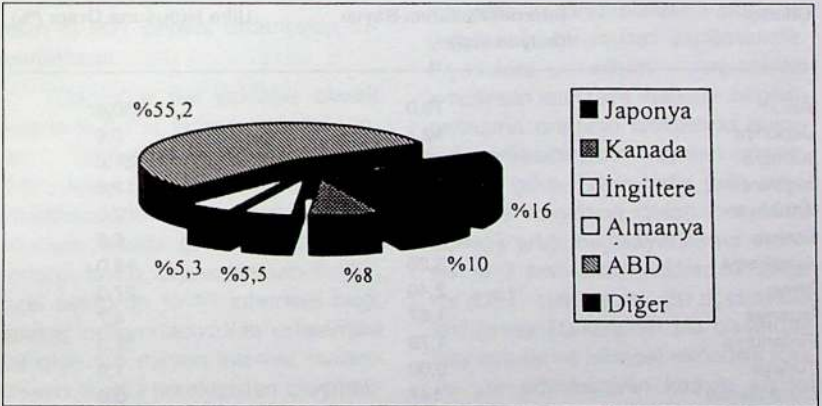
Çeşitli yayınlarda internet hakkında değişik sayısal rakamlara rastlamak mümkündür. Bu dev ağ konusunda tam ve kesin rakamlar vermek pek olası olmamakla bera-

ber yine de bazı rakamlara ulaşılabilmektedir. Dünyada şimdilik yüz otuz beşe yakın ülkede kullanılan ve ayda % 15 büyüme oranına sahip bir iletişim ağı olan internet (Gürel, 1998, s. 40) özellikle e-ticaretin önemini artırmaktadır. İnternette yararlanılanların sayısı konusunda kesin bir rakam verilmemesine rağmen, bir kaynağa göre bu rakam, 11 Eylül 1998 itibariyle 202.879.114 iken, diğer bir kaynağa göre yine Eylül 1998 için yaklaşık 147 milyondur (Serdar, 1999, s. 9). Bir başkası ise bu rakamın 2001 yılında 300 milyon olmasını beklemektedir (İnce, 1997, s. 2). 2000 yılında dünya nüfusunun % 5'inin internet kul-

lanıcısı olacağı (Aytekin, 1998, s. 5), Avrupa'da ise evlerin % 50'sinde bilgisayar bulunacağı tahmin edilmektedir (Ünüsün, 1997, s. 18). Grafik 1'de görüldüğü gibi internet kullanma konusunda ABD başı çekmektedir. 2000 yılında İnternet kullanıcısı sayısının radyonun 75, televizyonun 50, kablolu televizyonun 10 yılda geldiği noktaya gelmesi internet teknolojisinin ne kadar kısa zamanda büyük boyutlara vardığının göstergesidir.

Dünya nüfusunun sadece % 4 dolaylarındaki bir miktarı internet kullanıcısıdır. Diğer bir ifadeyle insanların % 96'sı internet kullanmamaktadır. Sonuçta, aslında İnterne-

Grafik 1:
Bazı OECD Ülkelerinde İnternet Kullanım Oranları



Kaynak: The Economic and Social Impact of Electronic Commerce: Preliminary Finding and Research agenda, http://www.electradegfi.fr/cgi-bin/OECD_Book_Shop.storefront/EN/product/931999011PI, 19.10.1999

tin alması gereken çok yol bulunmaktadır. Ayrıca İnternet kullanıcıları ülkeler bazında incelendiğinde görülmektedir ki ekonomik açıdan gelişmiş ülkeler ilk sıralarda yer almaktadırlar (bak. Tablo 1).

Elektronik bilgi aktarımını sağlamak için bilgisayar, modem ve iletişim hattı yeterlidir. Elektronik iletişim teknolojisindeki gelişmeler, e-posta, e-veri, e-ticaret gibi gruplara ayrılmaktadır. Her gruptaki teknolojik ilerleme, ilgili endüstri dalını etkilemektedir.

İnternet ile geliştirilen belli başlı faaliyetler şunlardır:

- Birey ve işletmeler arası görüşme ile elektronik tartışma ve haberleşme,
- Makale, kitap, yazılım, konferans gibi etkinlik ve alışverişler,
- Uluslararası veri tabanlarına, teknik raporlara ve ders notlarına erişmek,
- Konser veya film izlemek,
- Parasız bazı yazılımlar edinmek,
- E-ticaret.

Aşağıda verilen bazı sayısal örneklerle internetin önemini ve gelişimini kavrayarak, geleceği tahmin

Tablo 1

Kullanıcı Sayısı Bakımından En Çok İnternet Kullanan İlk On Ülke

| Ülkeler | İnternet Kullanıcı Sayısı (milyon kişi) | Ülke Nüfusuna Oranı (%) |
|-------------|--|-------------------------|
| ABD | 79,0 | 30,0 |
| Japonya | 12,1 | 9,6 |
| Kanada | 8,9 | 31,0 |
| İngiltere | 7,2 | 12,8 |
| Almanya | 6,1 | 7,3 |
| Fransa | 3,8 | 6,5 |
| Avustralya | 3,28 | 18,0 |
| İsveç | 2,40 | 27,0 |
| İspanya | 1,87 | 4,7 |
| Finlandiya | 1,79 | 35,0 |
| Türkiye | 0,60 | 1,0 |
| Düna Geneli | 147 | 3,6 |

etmek mümkündür. 2001 yılında evlerin % 38'inden çoğu internete bağlanacaktır. Yine Amerika'da her beş evden biri internete bağlı olup günde en az % 60'ı bir kere internete girmektedir (BT Haber Dergisi, Aralık 1997, s. 33). 2003 yılında ise ABD nüfusunun % 62'si internete bağlı olacaktır (<http://www.sabah.com.tr/w/e03html>). ABD ve Kanada da internete giren 16 yaşındaki büyüklerin sayısı 79 milyona çıkmıştır. Bunların yaklaşık % 25'i yani 20 milyon internet üzerinden mal ve/veya hizmet satın almaktadır (BT Haber Dergisi, Eylül 1998, s. 64). İnternet en çok e-posta amacıyla kullanılmaktadır. Malezya, Tayvan ve Tayland'da 6 saatte tamamlanan bir gümrük işlemi e-veri alışverişi sayesinde 3 dakikada gerçekleştirilmekte (Uzunoğulları, 1998, s. 38), ABD'de yılda yaratılan 12 trilyon evrakin % 90'ı sayısal ortamlarda tutulmaktadır.

Türkiye'de ise yaklaşık olarak evlerin % 6-7'si, iş yerlerinin %11'inde bilgisayar bulunmaktadır (<http://www.igeme.org.tr/tur/etrade/etkk/teknik.htm>). Bu oran gelişmiş ülkelere oranla çok düşüktür. Kamunun % 4'ü, üniversitelerin % 95'i, özel sektörün % 1'i internete bağlanmış durumdadır. Yaş ortalaması 28 olan 1.5 milyon internet kullanıcısının % 85'i erkeklerden oluşmakta, %80'i üniversiteli olup, % 80'i büyük şehirlerde yaşamaktadır. Türkiye'de İnternet kullanıcı sayısı-

nın 1999 yılı sonunda 1.7 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir. (<http://www.sabah.com.tr/w/e03html>).

Yapılan bir araştırmada, telekomünikasyon, evle iş arasındaki yolculuk, iş seyahatleri ve alışveriş için kat edilen yol miktarının % 10-20 azalmasını sağlayabiliyor. Bu durum toplam hava kirliliğinin yılda 1.8 milyon ton ve yakıt tüketiminin 3.5 milyon galon düşürülmesini, Amerikalıların şu anda yollarda geçtikleri zamanın 3 milyar saat azaltılmasını sağlayacak ve böylece toplam tasarruf yılda 23 milyar dolar düzeyinde olacaktır (Brown ve Ark., 1998, s. 25).

İnternet en çok e-ticaret olgusunu gündeme getirmektedir. Çünkü İnternetin bu kadar yaygınlaşmasının en temel nedenlerinden birisi para kazandırabilecek potansiyele sahip bir imkan yaratmasıdır. Piyasalara erişim açısından e-ticaretin en zayıf halkası bilgisayarlaşma oranının artmasına duyulan gereksinmedir. Yapılan araştırmalara göre, hane halkı gelir seviyesinde meydana gelen her 1000 dolarlık artış, bilgisayarlaşma oranının % 7 artmasına neden olmaktadır (DPT, 1999, s. 4). Bu açıdan bakıldığında Türkiye'nin bu pastadan pay alması ve küresel ekonomi içinde yer edinmesinin koşulu kişisel milli gelirin artırılması ve neticesinde bilgisayarlaşma oranına bağlıdır. Milli gelirin dolayısıyla bilgisayarlaş-

ma oranının artmadığı ülkeler için küresel ekonomi ve e-ticaret önemini yitirecektir.

Küreselleşen Dünyada Elektronik Ticaret

Pek çok konuda olduğu gibi ticaret dünyasında da bir devrime neden olan internet bir işletmenin dünyaya açılan kapısıdır. Geleneksel ticaretin doğasını değiştiren e-ticaret '21.yy'ın iş dünyası'dır denebilir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmeler sonucu e-ticaret giderek yaygınlaşmaktadır. E-ticaret sadece firmalar için değil ev temelli iş yapmak isteyen bireyler için de beraberinde yeni fırsatlar getirmektedir. Günde 6.1 trilyon dolarlık işlem hacmine sahip dünyada 2.1 trilyon dolarlık hareketin e-para ile yapılıyor (Oğuz, Ağustos 1999, s. 1) olması bu açıdan önemlidir. İnternet geleneksel ticaret araçlarına göre daha hızlı ve ucuz olmasına rağmen, bireysel kullanıcılar için bilgisayar edinme ve internet ortamına giriş maliyeti yüksektir. Ayrıca internet kullanmak bir miktar bilgi ve tecrübe gerektirmektedir. Çok çeşitli uluslararası kuruluşlarca tanımlanan e-ticaret kısaca ürünlerin bilgisayar ağı üzerinden alınıp satılmasıyla birlikte müşterilerin online olarak çalışmakta olan işyerlerinden ürün ve servis satın almasıdır. WTO'ya göre mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon

ağları üzerinden yapılması olan e-ticaret OECD'ye göre sayısallaştırılmış yazılı metin, ses ve görüntünün işlenmesi ve iletilmesine dayanan kişileri ve kurumları ilgilendiren tüm ticari işlemlerdir. E-ticaret geleneksel ticarete olduğu gibi alıcı ve satıcıların karşı karşıya gelmelerini gerektirmez. Bunun yerine, satıcı firmanın mallarıyla ilgili tüm bilgiler onun adına açılan bir web sitesine işlenir; alıcıda satın almayı düşündüğü mal veya hizmetle ilgili web sitelerini tarayarak bu bilgilere çok kısa bir zaman içinde ulaşabilir⁽⁶⁾. Kullanılan araç faks ya da telefon değil bilgisayardır. E-ticaretin gerekliliği açısından bir örnek vermek gerekirse; istatistiklere göre bir kişinin bankadan içeriye girip herhangi bir işlem yaptırmasının ortalama maliyeti 1.071 dolar, bu işlem ATM de yapılırsa 27 cent, internet üzerinden yapılırsa 1 centtir (Banka ve Para Teknolojileri Dergisi, 1999, s. 19). Örnekleri artırmak mümkündür.

Rekabet etmenin yolu olan e-ticaret sadece ürün ve hizmetlerin internet aracılığıyla satılmasından ibaret değildir. Ürün ve hizmetlerin pazarlanması, satışı ve ürün sağlayıcılarla ilişkisini de kapsayan internet ortamında ticaret, yüz yüze ticaret, yazışma yolu ile ticaret ve telefon görüşmeleri yolu ile ticaretten sonra "ticaretin 4. yolu" olarak da tanımlanmaktadır. E-ticaretin kısa zamanda çok büyük gelişme göstermesinin nedenlerinden biri, gü-

nün herhangi bir saatinde istenilen bir şeyi satın alma imkanının bulunmasıdır.

E-ticaretin en önemli sorunlarından birisi gizlilik ve güvenilirlik konusudur. İnternette gizlilik ve güvenilirlik için kullanılan standart yöntemler henüz kullanıcılar bakımından yeterli görülmemekte, bu konuda çalışmalar halen devam ettirilmektedir⁽⁶⁾.

İnternet ortamında yapılan e-ticaret dört şekilde gerçekleştirilmektedir (Electronic Commerce and the Union, <http://www.ispo.cec.be/ecommerce/answers/introduction.html> , 26.10.1999):

- İşletmeler arasında (business to business),
- İşletmeler ile tüketiciler arasında (business to consumer),

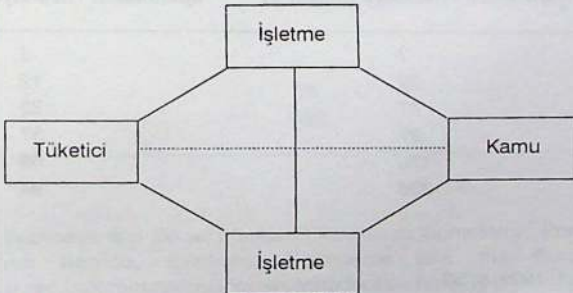
- İşletmeler ile kamu arasında (business to administration),
- Tüketiciler ile kamu arasında (consumer to administration).

Yukarıda sıralanan e-ticaret şekillerini aşağıdaki grafikte görmek mümkündür. Yalnız kesik çizgilerle gösterilen tüketiciler ile kamu arasındaki e-ticaret henüz uygulamaya geçmemiştir.

İşletmeler ile tüketiciler arasındaki ticaretin başarılı olabilmesi için arka plandaki süreçlerin işletmelerarası e-ticaret ile yeniden yapılandırılması gerekiyor. İşletmeler arasındaki e-ticaret kabul görüp deneyim kazandıkça, işletmeler ile tüketici arasındaki e-ticaretin daha da güçlenmesi beklenmektedir.

Bu kategorilerden özellikle işletmelerarası ticaret, bugün olduğu gibi gelecekte de e-ticaretin en

Şekil 1
Elektronik Ticaretin Şekilleri



önemli boyutunu oluşturacaktır. Yıllar itibariyle e-ticaret hacmini tablo 2 de görmek mümkündür. Tablodan görüldüğü gibi en fazla e-ticaret hacmi işletmeden işletmeye doğru gerçekleştirilmektedir.

E-ticaretin araçları telefon, faks, TV, elektronik veri değişimi (EDI)⁽⁷⁾, elektronik ödeme, para transferi ve internettir. E-ticaret, internet ve diğer ağlar üzerinden yapılan ticaret olarak algılanmakta ve tartışmalar bu araçlar üzerinde odaklaşmaktadır. Telefon esnek ve interaktiftir. Faks pahalı ve interaktif olması yanında gönderilen dokümanın görüntüsü de iyi kalitede değildir. Televizyon ise çok yaygın olmasına rağmen tek yönlü bir iletişim aracıdır. Elektronik ödeme ve fon transfer sistemleri (ATM, kredi kartları, borç kartları ve akıllı kartlar) sadece para transferinde kullanıldığından ticaret sürecinde sınırlı bir bölüme

hitap etmektedirler. Bütün bunlar dikkate alındığında e-ticaret çok yeni bir anlayış olmasına rağmen, ticari işlemlerde bir veya daha fazla insan tarafından ses, görüntü ve yazılı metinlerin aynı anda interaktif bir biçimde iletilmesi, zaman ve mekan sınırının olmayışı ve daha düşük maliyetlerle çalışılabilmesi şeklinde internetin sunduğu olanaklar e-ticaret kavramını gündeme getirmiştir. İşte bu olanaklar internetin diğer e-ticaret araçlarına göre daha esnek olmasını sağlamaktadır. İnternet ortamı iletişim ve ticaretin önündeki engelleri azaltmaktadır.

E-ticaretin tarafları alıcı, satıcı, üretici, komisyoncular, bankalar, sigorta şirketleri, nakliye şirketleri, özel sektör bilgi teknolojileri, sivil toplum örgütleri, üniversiteler, onay kurumları, elektronik noterler, dış ticaret müsteşarlığı, gümrük müsteşarlığı ve diğer kamu kurumlarıdır.

Tablo 2

İnternet Temelli E-Ticaret Hacmi

| Yıllar | İşletmeden İşletmeye (milyar \$) | İşletmeden Tüketcieye (milyar \$) |
|---------|----------------------------------|-----------------------------------|
| 1997 | 7 | 5 |
| 1998 | 22 | 12 |
| 1999 | 47 | 22 |
| 2000(*) | 97 | 37 |
| 2001(*) | 176 | 59 |
| 2003(*) | 338 | 94 |

(*) Tahmin

Kaynak: Bozkurt, 1999, s. 50

E-ticaretin oluşabilmesi için öncelikle bir alıcı, satıcı ve banka olmalıdır. Bazı durumlarda banka olmadan da e-ticaret yapılabilir. Ancak banka aracılığıyla kullanılan kredi kartları sayesinde ödemenin online olması ticaret süresini çok hızlandırmaktadır. İnternet üzerinde bir alışverişin tamamlanması, alıcının ürünler için ödemeyi yapması ile gerçekleşir. Ödemeler; nakit,

kredi kartları, akıllı kartlar (smart card), e-çek ve e-para ile yapılabilir (Erl, 1997, s. 3; Cangir,1998). Elektronik ticaret sayesinde iş dünyasının küçültülmesi yanında, alışveriş için otopark yeri aramak, kalabalıklar arasında kaybolmak, bankalarda kuyruk beklemek gibi olumsuzluklar ortadan kalkmaktadır. Bilgisayar yazılımları, seyahat rezervasyonları, eğlence

Tablo 3
Çeşitli Ülkelerde Tahmini E-Ticaret Boyutları (Milyon Dolar)

| Yıllar | 1995-96 | 1996-97 | 2000-01 | 2001-02 |
|---------------|---------|---------|---------|---------|
| Avrupa | | | | |
| Benelux | 13 | — | 4800 | — |
| Fransa | 0 | 4 | 6100 | 8367 |
| Almanya | 0 | 73 | 9700 | 16090 |
| İtalya | 0 | 1 | 3900 | — |
| Hollanda | — | 2 | — | — |
| Nordik | 13 | — | 6800 | — |
| İsveç | — | 3 | — | — |
| İskandinavya | — | — | — | 6436 |
| İspanya | 0 | 1 | 1500 | — |
| İngiltere | 26 | 9 | 11000 | 12872 |
| Diğer | 13 | 3 | 500 | 20595 |
| Toplam | 65 | 96 | 44300 | 64360 |
| Asya | | | | |
| Avustralya | — | 28 | — | — |
| Japonya | — | 682 | — | — |

Kaynak: The Economic and Social Impact of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda, Electronic Commerce and the European Union
<http://www.ispo.cec.be/ecommerce/answers/introduction.html>

ürünleri ve finans hizmetleri en yaygın e-ticaret uygulamalarıdır. 21.yy'da e-ticaret fiziki mal ticaretinden daha çok hizmetler ticaretini etkileyecektir (Schuknecht ve Perez-Esteve, 1999, s. 12).

E-ticaret diğer yöntemlerle yürütülen haberleşmenin "elektronikleşmesi"dir. Yani normal olarak postayla gönderilen faturalar, siparişler ve mesajlar elektronik olarak gönderilmektedir. E-ticaret deyince genel olarak akla internet üzerinden alışveriş gelir. Ancak e-ticaretin asıl

katkısı şirketler arasında kurulan sanal ağlarda kendini göstermektedir. 1991'de 9 bin şirket internete kayıtlı iken , bu rakam 1994'de 21.700'e ulaşmıştır (Ünüsün, 1995, s. 18). Bunlar arasında General Electric, Ford gibi uluslararası isimler bulunduğu kadar küçük işletmelerde yer almaktadır (Pırnar, 1996, s. 75). Örneğin, Pizza Hut internete geçtikten sonra satışlarını % 15 artırmıştır.

E-ticaretin Türkiye'de misyonunu bankacılık sektörü sırtlamaktadır. ABD'de ve Avrupa'da itici güç

Tablo 4

2002 Yılında Ürün ve Sektörlerde E-Ticaretin Beklenen Oranı

| Ürün Grubu | E-Ticaretin Payı (%) |
|------------------------------|----------------------|
| Hisse Senedi (Bireysel) | 60.0 |
| Yazılım | 33.0 |
| Eğlence | 33.0 |
| Şirketlere E-Posta | 25.0 |
| Kutlama Kartları | 25.0 |
| Kitap | 20.0 |
| Video | 20.0 |
| Oyun | 20.0 |
| Otomobil | 20.0 |
| Bireylere E-Posta | 20.0 |
| Bankacılık | 16.0 |
| Gazete/Dergi | 15.0 |
| Sigorta | 10.0 |
| Havayolu Bilet Satışı | 10.0 |
| Müzik | 7.0 |
| Şirketlere İnternet Telefonu | 5.0 |
| Bireylere İnternet Telefonu | 5.0 |
| Eğitim | 5.0 |

satıcı ve tüketicilerdir. Bankalar sitelerinde açmış oldukları mağazalarla, güvenlik konusundaki ilerlemeleleriyle Türkiye'de e-ticaretin yayılması ve gelişmesi için özendirici çalışmalarında bulunmaktadır.

E-ticaretin başarısı büyük ölçüde satıcılar, teknoloji şirketleri ve finansal hizmet sağlayıcıları arasında güçlü iş ortaklıklarının kurulmasına bağlıdır. Bankalar e-ticaret pazarının gelişimine katkıda buldukları oranda bu pazardan pay alacaklardır. Yine başarılı bir e-ticaret için ilk şart güvenilir ve kaliteli ürünlerin servislerinin kullanıcılar için sağlanmasıdır. Ancak internet üzerinde gizlilik ve güvenlik için kullanılan standartlar ve metotlar kullanıcılar için yeterli görülmemektedir.

Clinton'un "serbest ticaret bölgesi" benzeri bir yapıya kavuşturulması teklifini yaptığı (Günaydın, 1999, s. 12) internetteki e-ticaret için üç engel aşılmalıdır: İçerik, uygunluk ve güven. Yani gizlilik, hız ve ağ kapasitesi yeterli değildir. Biryandan da toplumsal yaşam, sosyal ilişkiler, ticari ahlak, özel hayat, geleneksel alışveriş, ödeme ve teslim yöntemleri gibi konular sorgulanmaktadır. E-ticaret sosyal, ekonomik, mali ve hukuki açıdan yeni düzenlemeleri zorunlu hale getirmektedir.

Para, zaman ve emek kaybını minimum düzeye indiren e-ticaretin bazı özelliklerini şöyle sıralamak mümkündür:

- Sanal mağazalar fiziksel olarak bir yere sahip değildir ve belirli bir coğrafi yerleşime ihtiyaçları yoktur (yer faydası),

- 24 saat 365 gün açıktırlar (zaman faydası),

- Geleneksel araçlara kıyasla oldukça az işgücü gerektirir (emek faydası),

- E-ticaret kaliteyi artırırken, fiyatları önemli ölçüde düşürebilmektedir (para faydası),

- Ekonomik faaliyetleri mükemmel rekabete doğru yaklaştırmada başarılıdır (rekabet faydası),

- Yeni bir ticaret yapma yöntemi olduğu için yeni ürünler, yeni meslekler ve ekonomik büyüme için önemli bir kaynak olabilir.

Dünya'da ve Türkiye'de Elektronik Ticaretin Hacmi

21.yy'a girerken siber dünyanın ilk kapitalistleri artık şekillenmektedir⁽⁶⁾. Toplam e-ticaret hacmini hesaplamaya yönelik bir teknik olmasına rağmen yinede boyutları hakkında bazı rakamlara ulaşmak mümkündür. 1997 yılında e-ticaret hacmi 2.4 milyar dolar olmuştur. 2001 yılında 173 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (Cem, 1998, s. 6). 1997'de sadece 800 bin, 1999'un son aylarında ise 3 milyon 600 bin siteye ev sahipliği yapan internette gerçekleştirilen e-ticaret hacmi 2002 yılında 426 milyar dola-

ra ulaşacaktır⁽⁹⁾. Yine bazı uzmanlara göre e-ticaret hacminin % 70'i işletmeler arası, % 30'u işletmeden tüketiciye şeklinde olacaktır (Ayyürek,1999, s. 12). Bu satışların gerçekleştirilmesi için web üzerinde yapılan reklam harcamalarının 1 milyar dolara kadar ulaştığı tahmin edilmektedir.

1997 yılında toplam ticaret içerisinde % 15 olan e-ticaret uygulama oranının 2000 yılında 2.8 kat artarak % 42 seviyesine yükselmesi beklenmektedir (İnce, 1999, s. 6). 2005 yılında tahmin edilen dünya e-ticaret potansiyeli ise 6 trilyon dardır (Tokuz, 1998, s. 32).

E-ticaretin % 80'i ABD, % 10'u Batı Avrupa % 5'i Asya'da yapılmaktadır (Hürriyet Gazetesi, 15 Haziran 1999). Sanal şirketler ABD'de yılda 200 milyon doları aşan cirolar yapmaktadırlar. 1998 yılında internete bağlı ticaretten firmalar 301 milyar dolar gelir elde etmişken 1999 yılında bu oranın % 67 artarak 507 milyar dolara çıkması beklenmektedir (Hürriyet Gazetesi, 28 Ekim 1999). E-ticaret hacminin ABD'de 2003 yılına kadar 1.7 trilyon dolara çıkması beklenmekte, toplam iş hacminin % 80'inin e-ticaret üzerinden yapılacağı belirtilmektedir (<http://www.sabah.com.tr/w/e03.html>). E-ticaretten en büyük payı işletmeden işletmeye ticaret yapan şirketler almakta buda %90 oranına tekabül etmektedir.

Japon ticaret şirketlerinin e-ticaret hacimleri 2003 yılına kadar yedi kat artarak 542 milyar dolara ulaşacağı beklenmektedir. E-ticaretin toplam ticaret içindeki payı % 11 olması muhtemel olup, bu oran her geçen gün artma eğilimindedir. Japonya'da tüketicilerin gerçekleştirdiği ticaret hacminin 50 kat artarak 25 milyar dolara yükseleceği tahmin edilmektedir (Hürriyet Gazetesi, 15 Haziran 1999). Tablo 3'de çeşitli ülkelerde, Tablo 4'de ise çeşitli ürün ve sektörlerde e-ticaret oranlarını gözlemlemek mümkündür:

E-ticaretin hacimsel büyüklüğüne sanal şirketlerden birkaç örnek vererek değişimi daha iyi algılamak mümkündür: Amazon.com 1997 yılında kitap satarak 1.5 milyar dolar kâr yapmıştır. Bu kâr en çok satan kitaplarda % 40 indirim yapılarak ve kitap tüketicinin evine teslim edilerek sağlanmıştır. 3 milyon kitabı satmak için yapılan yatırım bir web sitesi ve iyi bir pazarlama planıdır (Canbazoğlu, 1998, s. 1). Böylece ABD'de internet üzerinden bir yılda satılan toplam kitapların % 20'sini amazon.com satmaya başladı (Hürriyet Gazetesi, 15 Haziran 1999). Bu sanal şirket cirosunda % 35'lik artış ile en büyük sıçramayı yapmıştır. Ayda 27.9 milyon dolar olan gelirini 37.9 milyon dolara çıkarmıştır. Bilgisayar ekipmanları ve yazılımları satan onsale şirketi ise gelirlerini % 32'lik bir artış ile 24.5 milyar dolar-

dan 32.3 milyon dolara çıkarmıştır (Tokuz., 1996, s. 52).

IBM 1998 yılında web üzerinden 2.7 milyar dolarlık ürün ve hizmet satın almıştır. Bu alışların 1999'da 12 milyar doları bulması ve IBM'in 240 milyar dolarlık tasarruf sağlaması beklenmektedir (Tünel, 1999, s. 1). Matt Drudge, 1998 yılında kurduğu tek kişilik gazetesinde Clinton ve Lewinsky skandalının bütün ayrıntılarını girerek birkaç ay önce ona stajyer olarak bile iş vermeyecek gazetelere kaynak oldu. Her gün 400 bin kişi onun sitesini ziyaret etmektedir. Ayrıca sevgililer gününde sanal kart satan bir mağazayı 500 bin kişi ziyaret etmiş olması e-ticaretin boyutları hakkında tahmin yapmayı kolaylaştırmaktadır.

Dünyada bu gelişmeler yaşanırken, Türkiye'de de genel görünüş şöyledir: 1998 yılında internette yapılan toplam alışverişin tutarı 8.5 milyar dolardır. 2000 yılı beklentileri ise 25 milyar dolardır. E-ticaretten % 27'lik pay alan bilgisayar ürünlerini % 24'lük payla seyahat endüstrisi takip etmektedir.

Türkiye'de firmalar e-ticaret yapmak amacıyla web sayfalarında yer almak istiyorlarsa bir miktar katılım ücreti ve aylık kira ödemek zorundadırlar. Çarmıklı grubuna bağlı internetmarket sayfalarında isteyen herkese sanal dükkan açma imkanı verilmektedir. Satıcı kişi veya kuruluşun sistemi kullanması için bir faks cihazına sahip olması yeterli-

dir. Sipariş veren müşterilerin siparişleri program tarafından direkt olarak satıcı kişi veya firmanın faksına iletilmektedir. İntermarket bu siparişlerden belli oranlarda komisyon almaktadır.

Bir diğer sanal market Migros'tur. 1997'den beri faaliyettedir. İstanbul, Ankara ve İzmir'de hizmet vermektedir. Antalya ve Adana'da da uygulamaya geçme hazırlıkları tamamlanmak üzeredir. Migros sadece sanal market uygulamasıyla değil, 1997 yılı itibarıyla başlattığı veri ambarı projesiyle de müşteri memnuniyetini teknoloji sayesinde sağlamaktadır. Migros tüm pazarlama faaliyetlerini, müşterilerini yakından tanımak, alışveriş alışkanlıklarını öğrenmek ve verilerin analizini yapmak amacıyla başlattığı veri ambarı projesiyle yürütmektedir.

Altı bini aşan ürün çeşidine sahip olan sanal marketin kayıtlı müşterisi sayısı 50 binin üzerindedir. 24 saat hizmete açıktır. Siparişlerin dağıtımını tek bir merkezden yapmak yerine, tüm mağazaları dağıtım merkezi haline getiren Migros, bu sistem ile müşterilerinin siparişini 3 saat içinde ulaştırabilmektedir (BT Haber Dergisi, 6-12 Eylül 1999, s. 26). Mal, mağaza ve gün bazındaki satış bilgilerini şirket içi servislere sunan Migros, daha sonra satış ve satın alma analizlerini, planlama ve iş kararlarını bu bilgiler doğrultusunda geliştirmeye başladı. Daha önce anket yoluyla öğrenilen müş-

teri profili, şimdi 1 milyon 800 bin müşteriyle ilgili bilgiye sahip olma avantajıyla çözümlenmektedir. Pazarlama faaliyetleri de bu şekilde yapılmaktadır. Felsefe şudur "müşterilerin kim olduğu bilinirse, onlar elde tutulabilir".

Enter Bilgisayar bir sanal mağaza açmaktadır. 250-300 bin civarında ürünü pazarlayacağı bu sitede oyuncaklar, hediyelik eşyalar, cep telefonu, elektronik ev aletleri, oyunlar, CD'ler satarak sanal mağazacılığa adım atmaktadır. Bu sanal mağazalar yanında 21 sanal mağazaya sahip olan ve 12792 üyesi bulunan Superonline (<http://www.superonline.com>), 2 bin 800 kalem mal satan Spectrum, İhlasnet vb şirketler e-ticaret yapmaktadırlar. İhlasnet'te sanal mağaza açmanın bir kereye ait olmak üzere sabit ücreti, 150 çeşit ürüne kadar 600 dolar, aylık kira ise 150 dolarıdır. Ürün çeşitleri arttıkça bir kerelik sabit ücrette artmaktadır. Çeşitli ürünlerin satıldığı bu sitelerde en ilginç ürün İhlasnet'in online haber satma hazırlığıdır (<http://www.turkshponline.com/Magazacmak.htm>). Ayrıca Açelya Çiçek Evi dünyanın her yerinden çiçek siparişlerini kabul eden Kayseri merkezli bir şirket. Dünya siparişlerini bir gün, Türkiye siparişlerini bir saatte teslim ederek dikkatleri çekmektedir.

Elektronik Ticarete Web Sayfasının Önemi

E-ticaret alanına girebilmek her şeyden önce cesaret gerektirmektedir. Daha sonra müşterilerin rahatça ulaşabilecekleri bir web sitesi oluşturma zorunluluğu vardır. Bu da iki ayrı şekilde yapılmaktadır: Satıcı kendi adresi altında sanal mağaza açabilir ya da dev bir alışveriş merkezinde yer alabilir. Web sayfasına mükemmel bir ürün koymak yeterli değildir. Etkin bir şekilde de pazarlanmalıdır. İnternetteki site iki üç resim ve kuru bir metinden ibaret değildir. Her şey iyi mutlaka satar mantığı ile hazırlanmalıdır.

Bir firma web sayfasına sahipse, ilgi çekmek ve anlaşılabilir olmanın en temel koşulu sunumda basitlik, konunun doğrudan aktarımı ve grafiklerin karmaşık olmamasıdır. Yine web sayfalarının yüklenme sürelerinin uzun olmaması tekrar ziyaretler için temel koşuldur.

Müşteri tercihleri göz önüne alınmalı, potansiyel müşterilerin siteye gelmesi sağlanmalı, fikirlerini söylemelerine imkan tanınmalı böylece güvenleri de kazanılmalıdır. Müşteriler web sitesine gitmiyorsa web sitesi müşteriye gitmelidir. E-posta bunun için en güvenilir çözümdür. Müşterileri web sayfasına çekmek için promosyon en etkin araçtır. En önemli olgu ise müşteriler için işlemlerin durumunu takip edebilmek ve bir sorunu olduğunda

cağını ya da ne tür taleplere yol açacağını bilmek gerekir. Çünkü E-ticaretin toplumsal hayatta gittikçe kendisine daha fazla yer bulması bazı ekonomik ve sosyal değişimlere sebebiyet verecektir. Her şeyden önce zamanın etkin kullanımı sağlanacaktır. Mal ve hizmet pazarının yapısı değişecek, yeni ürünler, yeni dağıtım ve pazarlama teknikleri, yeni tüketici memnuniyeti kavramı, yeni araçlar ve yeni işgücü profilleri gelişecektir. Çarpan etkisine sahip olduğundan dışsallık sağlayacaktır. İstihdamın yapısı değişecektir: tele çalışma⁽¹⁰⁾ ve evden iş ortamına katılma (home business) gibi. Böylece işyerine ulaşmak için harcanan para ve zamandan tasarruf edilmektedir. Mikro sanayi, tercüme makineleri sanayi, özel posta servisleri gibi yeni iş sahaları açılacaktır. Örneğin Almanya'da makine yapımı, çelik ve gemicilik gibi sektörlerde 700 bine yakın işgücü kaybı yaşanırken, sadece telekomünikasyon ve enformasyon alanında 800 bin yeni iş yaratılmıştır (bak. Tablo 5).

Yine başta Batı Avrupa Ülkeleri olmak üzere, bir çok yerde işsizlik problemi yaşanırken, dünyada enformasyon teknolojilerine ilişkin alanlarda 600 bin civarında vasıflı işgücü açığının yaşandığı tahmin edilmektedir (bak. Tablo 6). Yine ABD Ticaret Bakanlığına göre enformasyon teknolojilerindeki istihdamın yıllık artış oran hızı % 3 civarındadır.

Bankacılık, sağlık, sigortacılık, yayıncılık, telekomünikasyon, eğlence vb. gibi sektörlerin yapısı yeni teknolojik gelişmelerle birlikte önemli ölçüde biçimlenecek ve böylece milyarlarca dolarlık kazanç fırsatları doğacaktır.

Posta ve faksın yerini e-posta alacak, bu aynı zamanda ekonomik iletişimi büyük ölçüde artıracaktır. Alıcılar çok fazla ürün ve fiyat bilgisine ulaşma şansına sahip olduklarından internetteki ticaret gücü satıcılardan alıcılara geçmektedir.

İnternet ile ilgili dergi yayıncılığı artacaktır. E-ticaret için ağ üzerinde satılan dergiler sayesinde yeni pazar alanları, potansiyel ürün geliştirimi ve satış fırsatları okuyucuya duyurulmaktadır (Akin, 1998, s. 40). Yine gazete dergi gibi ürünlere internetten ulaşılması fiziksel dağıtım olayını ortadan kaldırmakta, müşteriye ulaşım daha kısa zamanda daha az maliyetle gerçekleştirilmektedir.

Sunulan hizmetler ürünlerden daha önemli hale gelecek, üretimi artık talep belirleyecektir (Türk Hengel Dergisi, Ağustos 1999, s. 8). Sonuçta bilgiye sahip olarak rekabet üstü duruma gelen firmalar bugünden çok yarının fırsatları üzerine, yeni pazarlara odaklanacaklardır (İnceler, 1997, s. 162).

E-ticaretin sosyal etkilerine gelince, üzerinde durulması gereken ilk konu teknoloji ihracının kültür ihracını da peşinden taşıyacak olma-

sıdır. İnternet dili İngilizce olduğundan pek çok ülke bundan huzursuzluk duymaktadır. Örneğin AB'nin en hassas olduğu noktalardan birisi ulusların kendi kültürel kimliklerini koruyabilmesi konusudur. İnternet şu anda büyük ölçüde Amerikan dili ve kültürünün hegemonyası altındadır. Fransızlar İngilizce'den ibaret bir dünya istemiyorlar (Çözüm Dergisi, 1995, s. 24). Kültürel değişim toplumların alışveriş alışkanlıklarını değiştirip oluşacak yapay ihtiyaçlar tüketim olgusunu kamçılayacaktır. Özel hayata ait kişisel bilgilerin gizliliği kalkacaktır.

Eğitim politikaları yeniden gözden geçirilecektir. Şöyle ki bilgi temelli bir ekonomiye geçerken, geleneksel okuryazarlıktan bilgisayar okuryazarlığına geçişin sağlanması için eğitim alanında gerekli adımların atılması önemlidir. Toplumsal eğitim anlayışı değişecek, internet üniversiteleri sayesinde toplum yeniden dönüştürülecektir. Böylece öğretmen ve öğrenci yetiştirme mantelitesi değişecektir.

İnternet, dolayısıyla e-ticaretin sosyal değişime en önemli etkisi, sanal ortamın insan psikolojisini olumsuz etkileyecek olması, hızlı yaşam nedeniyle stresin artması, kumar ve pornografik yayınların getireceği olumsuzluklar (seks unsuru içeren, yetişkinler ve halka açık olan 42 bin civarında site vardır) ve dünyada bir elektronik kirlenmenin

yaşanacak olması şeklinde olacaktır.

E-ticaretin sosyal etkileri konusunda kısaca şunu söylemek mümkündür: E-ticaret bir yandan modern toplumu şekillendirirken diğer yandan modern toplum tarafından şekillendirilmektedir.

Elektronik Ticaretin İşletmeler ve Tüketiciler Üzerindeki Etkisi

E-ticaret sayesinde işletmelere daha az maliyetle müşteriye ulaşma, daha çok destek sağlama, potansiyel müşterilerle daha ucuz iletişim kurma, geleneksel pazarlamaya harcadığı parayı azaltabilme, marka bağımlılığı ve bilinci yaratma, araştırma ve ürün geliştirme ile ticari yazışmalarda yardımcı olma açısından işletmeler büyük kolaylık sağlayan bir araçtır.

Mal önce satılıp sonra imal edilmekte böylece büyük mağazalar gereksiz stok bulundurmamakta ve stok maliyetlerinden kurtulmaktadır. Sanal pazarlama ile araçların devre dışı bırakılması, üreticiden tüketiciye uzanan uzun işlemlerin azalması ve maliyetin de buna bağlı olarak düşmesi demektir. Dağıtım ve basım (basılı katalog yöntemi ömrünü doldurdu) maliyetleri azalmakta, müşterilerden gelen eleştiri ve uyarılar anında izlenmekte, reklamın kaç kişiye ulaştığının ve satın alma sonuçları kolaylıkla ve ucuz olarak ölçülüp takip edilmektedir. Firmanın

ismi, faksı ve detaylı bilgisi bir bütün halinde web sayfasında yer almaktadır.

Sınırsız pazar imkanı, posta ve iletişim masraflarını düşürme, yan sanayi ile diyalog, yeni pazarlar ve satış yöntemleri, tüketiciye servis hizmeti firmalar için olumlu özellikler taşıırken, maliyetler düşmekte böylece müteşebbisler sundukları mal ve hizmeti daha ucuz pazara sunarak büyük şirketler karşısında dezavantaj elde etmektedirler.

E-ticaret sayesinde müşteriye tanımak, tasnif etmek ve müşteriye özgü çözümler geliştirebilmek başarının temel kaynağı sayıldığından veri ambarı da işletmeler için büyük önem taşımaktadır. Eskiden bakkal, alışveriş eden mahalle sakinlerini iyi tanır, kimin hangi malı aldığını, o malı bir daha ne zaman alacağını tahmin edebilirdi. Onlar için mal takibi de oldukça kolaydı. Bakkal dükkanını gözden geçirdiği zaman, hangi ürününü, bir daha ne zaman, ne kadar sipariş edeceğine kolayca karar verebilirdi. Amaç doğru malı, doğru yerde, doğru zamanda, doğru tüketiciye, doğru fiyattan sunmaktı. Veri ambarı sayesinde günümüzde mağazacı müşterilerinin kendisinden hangi dönemlerde, hangi ürünü, hangi ürünlerle beraber, ne kadar ve hangi fiyattan aldığını görebilmektedir. Buna bağlı olarak da müşterisinin bundan sonraki dönemlerde nasıl davranacağını belirleyerek, gerekli önlemleri alabilmektedir.

Bu olumlu gelişmeler ancak şu sorunların giderilmesi halinde daha verimli olacaktır: İnternete erişimi olan kişi sayısının artırılması sağlanmalıdır. Şirket reklamı ilgili ilgisiz herkese postalanmamalıdır. Ödemelerde güven sağlanmalıdır. Hatların bazen bozulması e-ticaret açısından olumsuzluk nedenidir. En önemli sorun interneti etkin olarak kullanmalarına rağmen satın alma işlemlerinde klasik yolların tercih edilmesidir (Pınar, 1996, s. 74). E-ticaretin şirketler için cazip bir tarafı da hiç kimsenin şirketin ne kadar küçük olduğunu bilmemesidir (İnan, 1998, s. 51).

E-ticaret işletmeler açısından olduğu kadar tüketiciler açısından da pek çok özellik taşımaktadır. İlk önce zamandan tasarruf söz konusu olup mekandan bağımsız alışveriş edebilme imkanı sağlanmaktadır. Taksitli, indirimli alışveriş imkanı sunan e-ticaret sayesinde uluslararası alışveriş olanağı, geniş ürünleri seçim imkanı, ürünler hakkında daha detaylı bilgi edinebilme, 24 saat 365 gün sürekli ulaşım ve hizmet alabilme, diğer ürünlerin özellikleriyle kıyaslayarak alışveriş yapabilme olanağı, ekonomik ve kaliteli ürünler seçme gibi avantajlar söz konusudur.

İşletmelerin açık rekabet politikasını sağlamaktadır. Yine fiyatların düşmesi tüketicilerin satın alma güçlerini yükseltmektedir. Müşteri velinimettir anlayışı tekrar yerleş-

mektedir. Çünkü e-ticarette tüketici imparatorluğu söz konusudur.

Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ükelere Etkisi

E-Ticaret Gelişmekte olan ülkelere açısından uygun rekabet ortamına karşı engellerin azaltılması yada giderilmesi için uygun bir araç olmasının yanı sıra, yapısal esnekliklerden dolayı her ülke ekonomisi için vazgeçilmez olan küçük ve orta boy işletmelerin (KOBİ) desteklenmesi açılarından da büyük imkanlar sunmaktadır. Bunu hem şirketler hem de hükümet ya da kamu yöne-

timleri açısından değerlendirmek mümkündür.

KOBİ'ler bugün üretim kapasitesi, potansiyeli olan ancak dışarıya açılmamış dış pazarları tanımayan ya da en azından bilgisayar altyapısı olmayan küçük kuruluşlardır. Bu yüzden KOBİ'lere gerek yazılım ve gerekse donanım konusunda destek sağlamak, özellikle Dünya pazarlarına açılması konusunda kendilerini bilgilendirmek, o konuda eğitim vermek ve bunları desteklemek gerekmektedir.

Gelişmekte olan ekonomileri için büyük önem taşıyan KOBİ'lere büyük işletmelerin hantallığının ya-

Tablo 7

Bazı Ükelerde KOBİ'lerin Ekonomideki Yeri (%)

| Ülkeler | Tüm İşletmeler İçindeki Yeri | Toplam İstihdam İçindeki Yeri | Toplam Yatırım İçindeki Payı | Katma Değer İçindeki Payı | Toplam İhraç İçindeki Payı | Toplam Krediden Aldığı Pay |
|-----------|------------------------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|
| ABD | 97.2 | 58 | 38 | 43 | 32 | 42.7 |
| Almanya | 99 | 64 | 44 | 49 | 31 | - |
| Japonya | 99.4 | 81.2 | 40 | 52 | 38 | 50 |
| İngiltere | 96 | 36 | 29.5 | 25 | 22 | - |
| Fransa | 99 | 67 | 45 | 54 | 26 | 29 |
| Hollanda | 98 | 57 | 45 | 32 | 38 | - |
| Hindistan | 98.6 | 63 | 27.8 | 50 | 40 | 15.3 |
| G. Kore | 98.8 | 59 | 35 | 35 | 20 | 47 |
| Tayland | 98 | 64 | - | 47 | 50 | - |
| Singapur | 97 | 44 | 27 | 43 | 10 | 27 |
| Türkiye | 99.2 | 53 | 26.5 | 38 | 8 | 4 |

nında küçük ve orta boy işletmelerin dinamik ve esnek yapısının elektronik ticarete sağlayacağı yararlar büyüktür. Uluslararası piyasalarda var olmak isteyen şirketler bu yeni ticaret şeklinin dışında kalmaz. E-ticaret küçük şirketlere büyük şirket avantajı sağlar. E-ticaret ile piyasaya ilişkin tüm bilgiler hem sağlayıcılar hem de tüketiciler tarafından bilindiği ideal rekabet koşullarına yakın bir ortam yaratmayı hedeflediğinden, gelişmekte olan ülkelere uygun rekabet ortamının kendiliğinden oluşmasında rol oynayacaktır. Özellikle piyasaya erişim konusunda zorluklar yaşayan KOBİ'ler söz konusu engelleri daha kolay aşabileceklerdir.

Türkiye'de iş hacminin yaklaşık % 90'ını, istihdamın % 60'ını, üretimin % 40'ını yüklenen (Oğuz, 12-18.04.1999, s. 40), ülke kalkınmasının en önemli can damarı durumunda olan KOBİ'lerin genel görünüşü şöyledir:

Ülke ekonomisinde istihdam imkanı yaratan, ekonomik dalgalanmalardan en az etkilenen, talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum gösteren KOBİ'ler sayesinde bölgeler arasında dengeli kalkınma şansı doğmakta, böylece gelir dağılımındaki çarpıklıklarda asgariye inebilmektedir. Teknolojik yeniliklere daha yatkın olmalarına rağmen, teknoloji düzeyleri düşüktür. Ayrıca yetişmiş eleman ve eğitim sorunları mevcuttur. Bu amaçla devlet KOBİ'lere özellikle bilgisayar

için yüksek kaynak aktarırsa internet dolayısıyla e-ticaret sayesinde ülkede topyekün bir kalkınma söz konusu olabilir. Çünkü birçok Batı Ülkesi KOBİ mantığıyla sanayileşmesini başarmıştır (Bak. Tablo 7). Bu amaçla Türkiye'de KOBİ'lerin internet üzerinden tüm haberleşme ve ticari işlemlerini sağlamak amacıyla 1997 yılında KOBİNET kurulmuştur. Böylece Türkiye'deki işletmelerin yurtdışındaki dünya, yurt dışındaki KOBİ'lerin de Türkiye'deki iş dünyası ile ilgili bilgilenmeleri sağlanmış olmaktadır. Şu anda veritabanına sahip olan 7 bin üyenin 4 bini aktif kullanıcı durumundadır. Web sayfalarındaki bilgilerin Türkçe haricinde beş dilde daha yayınlanması için çalışmalar devam etmektedir. Sonuçta amaçlanan KOBİ'lerin bilgisayar teknolojileri için destek, teşvik ve yardım alıp yatırım yapmasıyla kendilerini tanıtmaya ve haberleşme faaliyetlerinden e-ticarete uzanan bir süreç oluşturmaktır. Çünkü internet ve/veya e-ticaret KOBİ'leri dolayısıyla Türkiye'yi geleceğe taşıyacaktır.

E-ticaretin gelişmekte olan ülkelere bir diğer etkisi şudur: Kamunun vatandaşlık ya da özel sektör birimleri ile ilişkileri karmaşıktır. Vatandaşlık bilgilerinin saklanması, vergi tahsilatı, sağlık ve sosyal güvenlikle ilgili işlemlerin yürütülmesi gibi kamu uygulamalarında e-ticaret altyapısı kamu kuruluşlarının işini kolaylaştırmaktadır. Mali-

yetler düşmekte işlemler hızlı ve şeffaf olmaktadır.

Gelişmekte olan ülkeler e-ticaret konusunda hazırlıklarını ne kadar erken başlatırlarsa kazançları da o oranda artacaktır. Açık ağ erişim alt yapısını, idari ve yasal düzenlemeleri yakın dönemde gerçekleştirmeyen, insan gücünün nitelik ve niceliğini, söz konusu açık ağda işlem yapacak düzeye çıkaramayan toplumlar e-ticaret konusunda da geride kalacaklardır. Sonuçta, ilk başta maliyetli gözükken teknik ve idari altyapı kuruluşu bu alt yapının kurulması durumunda eko-

nomik ve sosyal kayıp olarak başlangıç maliyetinden daha fazla olacaktır.

Elektronik Ticaretin Bazı Olumlu ve Olumsuz Yanları

Bilgiye kolay ve çabuk erişim imkanı sağlayan internete 135 ülkenin bağlı olması araştırma yapmak ve reklam vermek isteyenler için ideal bir ortam oluşturmaktadır. Çünkü tüm büyük işletmeler ürün veya hizmetlerini internette duyurmakta ya da bunun planlarını yapmaktadır. Bir pazarlama⁽¹¹⁾ ve rek-

Tablo 8
Türkiye'de KOBİ'lerin Ölçeksel Dağılımı

| Sanayi Ölçeği | İşletme Sayısı (%) | İşletme Payı | Çalışan Sayısı (%) | Çalışan Payı | Katma Değer | Katma Değer Payı |
|------------------------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|-------------|------------------|
| Küçük Ölçekli Sanayi (1-49) | 194.546 | 98.4 | 721.469 | 47.1 | 37.9 | 14.1 |
| Orta Ölçekli Sanayi (50-199) | 2.247 | 1.1 | 213.676 | 14.0 | 35.6 | 13.2 |
| KOBİ (1-199) | 196.793 | 99.5 | 935.144 | 61.1 | 73.5 | 27.3 |
| Büyük Sanayi (200+) | 982 | 0.5 | 595.601 | 38.9 | 194.9 | 72.7 |
| Toplam İmalat Sanayi | 197.775 | 100.00 | 1.530.745 | 100.00 | 268.4 | 100.00 |

lam mecrası olan web karşılıklı iletişim, düşük maliyet ve donatılmış hedef kitle faydaları ile işletmelerin müşterileri ile olan ilişkilerini radikal olarak değiştirebilecek potansiyele sahiptir. Ayrıca web reklamlarında kağıt kullanılmadığı için çevre koruma faaliyetlerine yararlı olmaktadır.

24 saat müşteriye hizmet vererek zaman faydası, evden alışveriş sayesinde yer faydası sağlayan e-ticarette firmalar iş yaptıkları firmalarla daha yakın hale gelmektedirler. İşletmelerin e-ticarete geçtikçe masraflar hanesinde değişken masraflar yerine sabit masraflar yeracaktır.

İnternet sayesinde ticaretle uğraşan kişi, dünyanın her yerindeki potansiyel müşterisine direkt olarak bilgi aktarımı yapabiliyor. İşletmeler yepyeni müşterilere açılmakta ve daha önceleri hiç düşünemeyecekleri boyutta iş imkanlarına doğru yelken açmaktadırlar. Yerel olmanın kurtulup tüm dünyanın ulaşabileceği global firmalar haline gelebilmektedirler.

İnternet yoluyla küresel ticaret bilgi ağından yararlanan şirketler (özellikle KOBİ'ler) mal ve hizmetlerini elektronik veri değişimi yoluyla pazarlama imkanına sahip olmaktadırlar. KOBİ'lere, kendi olanakları ile ulaşamayacakları bilgileri edinme, küresel pazarlara ulaşma ve bu ortamda e-ticaret yapma olanağı sağlanmaktadır. E-ticaret pazara girişi kolaylaştırdığından KOBİ'ler için çok uygun bir ortamdır.

Bu ortam, küçük firmaların büyük firmalarla aynı zeminde faaliyet göstermesini mümkün kıldığından rekabetin artmasını sağlamaktadır. İşlem maliyetinin düşmesi ve elektronik ticaret ortamına girişin kolay olması yeni rakiplerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Geleneksel ticaret ortamı ile karşılaştırıldığında, e-ticaret ortamına giriş için başlangıç sermayesi ve bu ortamda bir iş yeri edinmenin maliyeti oldukça düşüktür.

E-ticaretin olumlu yönleri yanında olumsuz tarafları da mevcuttur. Özellikle vergi kaçırma ve vergiden kaçınmaya dönüştürmektedir. Vergilendirme, hükümetleri, potansiyel gelir kayıplarına neden olacağı için⁽¹²⁾, firmaları ise hükümet düzenlemelerinin muhtemel etkileri konusunda nedeniyle ürkütmektedir. Bunların tek nedeni vergi idaresinin denetim olanağını güçleştirmesidir. Aynı şekilde dünya genelinde internet üzerinden yapılan ticarete vergilendirmenin ve gümrüklendirmenin nasıl yapılacağı konusunda belirsizlikler söz konusudur. Bununla birlikte e-ticaret ülkeler arasında vergilendirme hakkının bölüşümü ile bağlantılı sorunlara yol açmaktadır. Vergi konusunda son olarak şu söylenebilir: Geleceğin dünyasında "hareket esnekliğine sahip" kaynaklardan vergi geliri sağlamak giderek güçleşecektir.

Diğer olumsuzluklar ana başlıklarıyla şunlardır:

- Ticaretin yönü değişecek, araçlar dolayısıyla bayiler ve dağıtıcılar ortadan kalkacaktır,

- Dağıtım kanalları sağlam değilse, ürün tüketiciye zamanında, sağlam bir şekilde teslim edilemeyecekse bunun tek anlamı olacaktır: müşteri memnuniyetsizliği,

- Kargo ve posta yolu ile dağıtım pek yaygın ve güvenli değildir,

- Fiyatlarda kargo ücreti gibi nedenlerden dolayı oynamalar olacaktır,

- Malı alıp görmek ve hemen almak varken beklemek istenmeyecektir.

- Karaparacılar interneti keşfettiklerinden para aklama operasyonları rahatça yapılabilir.

Güven eksikliği, sayısal imza, telif hakları, tüketicinin korunması, düzenleyici ortamla ilgili belirsizlikler, ağa erişim gibi nedenler e-ticaretin gelişimini engellemektedir.

Sonuç ve Öneriler

Eskiden her şeyin bir hakikisi birde sahtesi olurdu. Buna ilaveten, bilginin akışkanlığı sayesinde şimdilerde her şeyin bir gerçeği bir de sanalı olmaya başladı. Artık tatile çıkarken turizm acentelerine, alışveriş yaparken dükkan veya marketlere, kitap alırken kitapçılara, araştırma yaparken kütüphanelere ihtiyaç duyulmayacak. Bugün üzerimizde ta-

şındığımız anahtarlar, saat, kimlik, para, seyahat çekleri, adres defteri, okuyacak dokümanlar, fotoğraf makinesi, kaydedici bir teyp, cep telefonu, konser biletleri, elektronik giriş kartları ve fotoğraflar çok yakında bütün bunlar, tek bir yerde "cüzdan bilgisayar" denilen bilgi eşyasında bir araya gelecek. Bununla e-posta ve faks gönderilebilecek. Gerektiğinde bir toplantıda not tutacak, randevuları kontrol edecek, kağıt para yerine sayısal para taşınacaktır. Cüzdan bilgisayarla alışveriş yapılan mağazanın bilgisayarına bağlanarak para transferi gerçekleştirilecektir. Kuyruklar ortadan kalkacaktır. Hırsızlar cüzdan bilgisayara yönelecek bu cüzdanın başkaları tarafından kullanımını engelleyici koruma sistemlerini artıracaktır. Bu cüzdan sizi bilgi otobanına da bağlayacak bu otobanda giderken size nerede olduğunuz bilgisini verecektir. Hava ve yol durumu, kültürel etkinlikleri öğrenmek mümkün olacaktır. İşte Bill Gates'e göre dünyanın yakın gelecekteki fotoğrafı.

Bu fotoğraf içinde ön plana çıkan e-ticaret 21.yy'a damgasını vuracak, zamandan, mekandan ve paradan tasarruf sağlayan rekabet üstünlüğü getirecektir. Böylece uluslararası arenada artık ülkelerin değil sanal şirketlerin ekonomik savaşlarına (rekabet) tanıklık edilecektir. Aradaki insan unsurunu ortadan kaldıran e-ticaret sayesinde tüketiciler yüksek kaliteli, düşük maliyetli

ürüne çabuk ulaşacaklardır. E-ticarete uyum sağlayamayan şirketler, yok olmaya doğru adım adım ilerleyecektir. Çevrede olup bitenleri iyi izleyen, değişime adapte olan şirketler ve ülkeler hayatta kalabileceklerdir.

İnternet, pazar ve müşteri yaratmanın yanı sıra veri toplama amaçlı olarak kullanılmakta ve müşteri istek ve şikayetlerini değerlendirebilecek bir iletişim noktası olarak görev yapmaktadır. İşletme e-ticaret sayesinde coğrafi şartların koyduğu sınırlardan kurtulacak, internet sayesinde dünyanın diğer ucundaki kişilere ulaşabilecektir.

Büyük kurumlar, küçük şirketler, güçlü ve zayıf ülkeler, küçük ülkeler ve her türlü ticari grup e-ticaret yardımıyla sınırlarını ve ufuklarını genişletip farklı pazarlara açılabilme şansına sahip olacaktır. Bunun için internette bir firmanın Web sayfası hazırlayarak pazarlama yapması sonuç olarak bir enerji, zaman ve para gerektirmektedir. Ofisleri olmadan Web'te kurulan sanal şirketler, büyük firmaların ürünlerini müşterilerine dağıtmaktadır. Tüm muhasebe kayıtları internet üzerinden gerçekleştirilecektir. Bu işler için doğal olarak bazı kanunların değişmesi ve güven ortamının sağlanması gerekmektedir. Yine e-ticaret ile birlikte zeka sermayesi, vergilendirme, sözleşme anlaşmazlıkları gibi konular gündeme gelmektedir.

Giderek artan küreselleşme eğilimlerine büyük katkı sağlayacak olan e-ticaret potansiyelinin tümüyle gerçekleştirilmesi ve tüm ülkelerin bu ortamdan maksimum fayda sağlayabilmeleri için ön koşul herkesin, her yerden, her zaman bu ortama ulaşabilmesi ve bu ortamda güvenle hareket edebilmesidir.

Türkiye açısından şu söylenebilir; bilgisayar kullananların sayısı artırılmalı (bu da ancak kişisel geliri arttırmakla mümkündür), telekomünikasyon altyapısı geliştirilmeli ve kamu özendirme yapılmalıdır ki, özellikle dünyadaki e-ticaret pastasından pay alınabilsin. Ama şu da unutulmamalıdır ki, e-ticaret yeni fırsatlar yanında yeni rakipler de getirmektedir. Üstelik bu rakipler tüm dünyadan gelmektedir. E-ticaret konusunda yasal altyapısını tamamlamış örnek bir ülke yoktur ve tartışmalar hala devam etmektedir. Bu nedenle Türkiye'nin geri kaldığı söylenemez. Ancak hukuki, teknik ve fiziki altyapı bir an önce uygun hale getirilmelidir. Kısaca konu sadece teknik olarak değil yasal olarak da çözümlenmelidir.

E-ticaretin gelişmesine yönelik altı noktada önemli adımlar atılmalıdır: Finansal hizmetler, e-para, fikir hakları, yasal koruma, e-imza ve e-ticarete uygulanacak olan vergi. Ayrıca güvenli ortamın oluşturulması, idari ve teknik altyapının geliştirilmesi, hedef kitle KOBİ'ler olmak üzere kişilerin e-ticaret hakkında bil-

gilelendirilmesi, ulusal politik yapının uluslararası politik uygulamalara paralel hale getirilmesi, elektronik imzanın bir türü olan sayısal imzanın hazırlanması, kişisel bilgilerin ve gizliliğin korunması, tüketicinin korunması sağlanmalıdır. Bilim ve teknolojileri fuarları e-ticaretin geniş kitlelere anlatılması ve yaygınlaştırılması için son derece önemlidir.

Ülkeler yapısal reformlara ağırlık vermeli, özellikle telekomünikasyon sektörünü ve internet servis sağlama hizmetlerinin serbestleştirmeleri önem taşımaktadır. Devlete düşen görev ise e-ticaret ile ilgili yasaları hazırlarken sınırlayıcı olmanın çok denetleyici bir rol üstlenmesidir.

Devlet müdahalesinin sınırları, devletin ekonomi ve piyasalara müdahalesi en az düzeyde olacak şekilde olmalıdır. Devletin görevi e-ticaretin lokomotif olan özel sektörün ulusal ve uluslar arası e-ticaret işlemlerinde halen karşılaştığı ve karşılaşacağı sorunları çözmek, engelleri kaldırmak ve ihtiyaç duyulan yerde gereken desteği sağlamak şeklinde olmalıdır.

Coğrafi sınırları ortadan kaldıran, uzaklık ve zaman kavramını değiştiren e-ticaret Türkiye tarafından önemli bir fırsat olarak algılanması ve zaman kaybedilmeden, uluslar arası politikalarla uyumlu ancak ulusal çıkarları gözetken politikaların oluşturulması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

AKIN, Murat, "İnternet'in İşletmelere Sunduğu Yeni Uluk: Sanal Pazarlama", Pazarlama Dünyası, Yıl:12, Sayı:70, Temmuz-Ağustos 1998, s. 38-44.

AKYÜREK, Senem, "E-Ticaretin Sınırları Nerede Başlıyor?", BT Haber Dergisi, Bankacılık'99 Eki, 21 Haziran 1999, s. 12.

AYTEKİN, Gülçin, Elektronik Ticaret, DTM, Kasım 1998, Ankara

BANKA VE PARA TEKNOLOJİLERİ Dergisi, "Elektronik Ticaret", Sayı:1, Mart-Nisan 1999, s. 19-21.

BOZKURT, Veynel, "Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Boyutu", Bilgi Toplum Dergisi, Sayı: 2, 1999, s. 49-58

BROWN Lester ve Ark., Çev. Sinem GÜL, "Gezegenimizi Kurtarmak, Tübitak-Tema Vakfı Yayınları, 1998, Ankara.

BT Haber Dergisi, Sayı:148, 22-26 Aralık 1997, s. 33.

_____, Sayı:183, 7-13, Eylül 1998, s. 64.

_____, Sayı:233, 6-12 Eylül 1999, s. 27.

_____, Sayı:214, 26 Nisan, 2 Mayıs 1999, s. 214.

_____, İnsan Kaynakları Eki, 8-14 Kasım 1999, Sayı: 242, s. 1

CANBAZOĞLU, Ceyhan, "İnternette Zengin Olmanın Yolları", Milliyet Bilişim Eki, 26 Kasım 1998.

CANGİR, Niyazi, "Elektronik Ticaret ya da İnternetin Vergilendirilmesi", Yaklaşım Dergisi, Sayı:69, Eylül 1998, s. 52-63

CEM, İpek, "Elektronik Ticaret", Liberal Bakış Gazetesi, 15.02.1998, s. 6.

ÇÖZÜM Dergisi, "Sayısal Sınırlara Yolculuk, 1995/1, s. 20-24.

DPT, Elektronik Ticarete İlişkin Bazı Temel Belgeler, Mayıs 1999, Ankara.

The Economic and Social Impact of Electronic Commerce: Preliminary Finding and Research Agenda,

Electronic Commerce and the European Union, <http://www.ispo.cec.be/ecommerce/answers/introduction.html>

ERL, Hans-Peter, Electronic commerce and electronic forms of money, www.aib.wiso.tu-muenchen.de/lehre/dipk/hpert/hp_ome.htm

GÜNAYDIN, İhsan, Elektronik Ticaretin Vergi Politikası ve Vergilendirme Üzerine Etkisi, KTÜ-İİBF ve Karadeniz İhracatçı Birlikleri İl.Dış Ticaret Haftası Etkinlikleri, 14 Eylül 199, Samsun.

GÜRAK, Hasan, "KOBİ'ler ve Gayriresmî Sektör", Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Yıl:36, Sayı:10, s. 27-34

GÜREL, Ş. Emet, "İnternet ve Pazarlama", Pazarlama Dünyası, Yıl:12, Sayı:72, 1998, s. 40-41.

HÜRRİYET Gazetesi, 15 Haziran 1999.

_____ , 28 Ekim 1999

<http://www.igeme.org.tr/lur/etrade/etkk/teknik.htm> Eylül 1999

http://www.turkshoponline.com/Magaza_acmak.htm 06.10.1999

<http://www.superonline.com> 06.10.1999

<http://www.sabah.com.tr/w/e03.html> 08.10.1999

İNAN, Aslan, İnternet El Kitabı, Sistem Yayıncılık, 2B , 1998, İstanbul.

İNCE, Murat, Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler için İmkanlar ve Politikalar, DPT, 1999, Ankara.

İNCELER, Halime, "Şirketimizi Nasıl Rekabet Üstü Yapamaz?", BYTE Dergisi, Şubat 1997, s. 162-165.

OĞUZ, Şeref, "İçerik Eşittir Para", BT Haber Dergisi, Sayı:228, 2-8 Ağustos 1999.

_____ , "Kobilleşmek", BT Haber Dergisi, Sayı:212, 12-18 Nisan 1999.

PIRNAR, İge, "İnternete Pazarlama", Verimlilik Dergisi, Sayı: 1996/4, s. 69-78.

PIRNAR TAVMERGEN, İge, "Ne Sihirdir Ne Keramet İşte İnternette Ticaret", İzmir Ticaret Borsası Dergisi, Sayı: 28, Ekim 1999, s. 26-31.

SERDAR, Sertaç, "İnternet Demokrasisi", Bilgi Toplum Dergisi, Sayı: 2, 1999, s. 9-16

SEYİDOĞLU, Halil, "Elektronik Ticarete Hazırımız", Bilgi Toplum Dergisi, Sayı: 2, 1999, s. 59-62.

SCHUKNECHT, Ludger ve **PEREZ-ESTEVE, Rosa**, <http://www.wto.org/wto/research/erad9901.html>, 1999

TOKUZ, Ahmet, "Türkiye'de Elektronik Ticarete Ağır Adımlar", BT Haber Dergisi, Bankacılık 1999 Eki, 21 Haziran 1999, s. 12.

TOKUZ, Ahmet, "E-Ticarete KOBİ'lerden Dev Adım, KOBİ-NET", BT Haber Dergisi, Sayı:165, 4-10 Mayıs 1998, s. 32.

TÜNEL, Didem, "Ticarete e-Gelecek", BT Haber Dergisi, Sayı:235, 20-26 Eylül 1999, s. 21-22.

TÜRK HENKEL Dergisi, "Elektronik Ticaret ve İş Dünyasının Dönüşümü", Yıl:14, Sayı:175, Ağustos 1999, s. 6-12.

UZUNOĞULLARI, Mehmet, "Elektronik Veri Alışverişi (EDI)", BT Haber Dergisi, Sayı:158, 9-15 Mart 1998, s. 38.

ÜNÜSAN, Çağatay, "Elektronik Reklamcılık" Pazarlama Dünyası Dergisi, Yıl:9, Sayı:50, Mart-Nisan 1995, s. 17-20

DİPNOTLARI

1. Mc.Luhan'ın 1960'lı yıllarda geleceğe yönelik bir tahmin olarak ortaya attığı "elektronik köy" böylece fiilen gerçekleşmiştir.

2. gayri safi milli bilgi

3. En güçlü silah, zamanı gelmiş bir fikirdir (Çin Atasözü)

4. İngiltere de hükümet 2002 yılına kadar devlet işlemlerinin % 25'ini, 2008 yılına kadar da % 100'ünü elektronik ortama taşıma taahhüdü verdi. Finlandiya da bu süreç 2002 yılında tamamlanacaktır.

5. E-ticaretin sloganı şudur "daha hızlı, daha ucuz ve daha iyi" (Seyidoğlu, 1999, s. 60)

6. Alıcılar internet üzerinden kredi kartı numaralarını satıcıya vermekte sakınca görmektedirler. Bu konuda halen Güvenli Elektronik İşlem (Secure Electronic Transaction-SET) adı verilen bir sistem üzerinde çalışılmaktadır. SET standartları internet ortamını daha güvenceli bir duruma getirecektir.

7. İnsan müdahalesi olmaksızın farklı kuruluşların bilgisayarları arasında yapılmış veri değiş tokuşu yapılmıştır. Sadece kayıtlı kullanıcılara açık (güvenli) özel bir altyapı ister ve standart formlar gerektirir. Donanım ve bağlantı maliyetleri yüksektir.

8. Yaşları 40'ın altında olan en zengin 40 Amerikalının pek çoğu birkaç yıl önce kurulan internet şirketlerinin sahipleri veya başkanlarıdır. Listenin başında 21.5 milyar dolarlık serveti ile Dell Computer'in kurucusu ve başkanı Michael Dell geliyor. Amazon.com'un başkanı Jeff Bezo 5.7 milyar dolar ile ikinci sırada yer almaktadır (BT Haber, İnsan Kaynakları Eki, 8-14 Kasım 1999, Sayı:242, s. 1.)

9. kımilerine göre 1 trilyon dolar

10. 2000 yılında teleworking ile çalışan 10 milyon kişi olacağı tahmin edilmektedir.

11. Pazarlama kanallarında yer alan dağıtıcı, bayi gibi araçlara gerek kalmayacaktır. Bu ise satış maliyetlerini düşürecektir.

12. Örneğin, internet yoluyla yapılan elektronik ticaret bir gün vergi gelirlerinin % 10'luk bir kısmını götürürse bu vergi oranı yüksek ülkelerde önemli bir elki oluşturacaktır.

Görüşler

MUSTAFA BARIŞ

Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi YayınYönetmeni

Borsa Kan Kaybetmeye Devam Ediyor

Istanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB), Şubat ayının ilk işlem gününe, nakit sıkışıklığı nedeniyle gecelik faizlerin yükselmesinden dolayı düşüşle başladı. Japon derecelendirme şirketi JCR'ın, Türkiye'nin kredi notunu yükselttiğinin açıklanması da, borsada moralleri yükseltmedi. Borsa, Ocak ayı enflasyonunun yüksek çıkacağı beklentisi ve enerji ihalelerinin iptaline ilişkin haberler nedeniyle dalgalı bir seyir izledi. Haftanın son günü, enerji ihaleleri ile ilgili yapılan "olumlu" açıklamaların etkisiyle borsa, hafta başından beri verdiği kayıplarının büyük bir kısmını haftanın son günü geri aldı.

Hazine'nin "8 Şubat 2000 Salı" günü gerçekleştirdiği 12 ay vadeli tahvil ihalesine 3. katrilyon 142 trilyon liralık teklif gelirken, nominal 2 katrilyon 389 trilyon liralık satış gerçekleşti. İhalede net satış ise 1 katrilyon 686 trilyon lira olarak gerçekleşti. Ortalama yıllık bileşik faizin % 39.84, ortalama basit faiz oranının da % 40.12 düzeyinde gerçekleştiği yıllık ihalede, bileşik faiz en düşük % 37.90, en yüksek % 40.44, basit faiz de en az % 38.15, en yüksek ise % 40.72 oldu. 12 ay vadeli tahvil ihalesinde bileşik faiz, daha önce yapılan 13 ay vadeli tahvil ihalesine göre 2.81 puan yükseldi.

Hazine'nin yine aynı tarihte gerçekleştirdiği 3 aylık bono ihalesine ise 1 katrilyon 209 trilyon liralık teklif geldi. Nominal 679 trilyon liralık satış gerçekleşti. İhalede net satış tutarı ise önceden belirlendiği gibi 623 trilyon lira oldu.

Ortalama yıllık bileşik faizin % 41.62, ortalama basit faiz oranının da % 36.36 düzeyinde gerçekleştiği ihalede, bileşik faiz en az % 39.50, en yüksek % 42.20, basit faiz de en az % 34.71, en yüksek % 36.80 oldu. 3 ay vadeli bono ihalesinde de faiz bir önceki ihaleye göre, 2.95 puan yükseldi.

Borsa Şubat ayının ikinci haftasının ilk işlem gününe yükselerek başladı. Fakat haftanın ikinci gününden itibaren ibre düşüşe döndü. Düşüşe neden olarak borsaya taze para girmemesi ve hafta içinde yapılmış olan yeni halka arzlar gösteriliyor.

Borsa Şubat ayının üçüncü haftasına da düşüşle başladı ve hafta boyunca düşüş eğilimli bir yön izledi. Borsada düşüşe neden olarak, beklenti olmamasının yanı sıra, peş peşe gelen halka arzlar nedeniyle nakit girişinin olmaması ve şirket kârlarının 1999 enflasyonu kadar veya onun biraz üzerinde çıkması da etkili oldu.

Hazine "15 Şubat 2000 Salı" günü düzenlediği ihalede yıllık bileşik % 47.97 faizle net olarak 692 trilyon 490 milyar liralık borçlanmaya gitti. Hazine'nin ihalesinde toplam 1 katrilyon 46.5 trilyon liralık teklif geldi. Hazine 698.1 trilyon liralık nominal değerde satış yaptı. İhaledeki net borçlanma miktarı ise 692.5 trilyon lira olarak gerçekleşti. İhaleden sonra kamu kurum ve kuruluşlarına ise ortalama fiyattan da 25 trilyon liralık net satış gerçekleştirildi. Hazine ihalede kamuya satışlar hariç 600 - 800 trilyon lira arasında bir borçlanma öngörüyordu. Faiz oranlarındaki yukarı doğru hareket nedeniyle borçlanma miktarı alt sınıra yakın gerçekleşti.

İhalede ortalama yıllık bileşik faiz % 47.97 olarak gerçekleşti. Yıllık ortalama basit faiz ise % 41.17 oldu. Hazine bundan önceki 13 ay vadeli tahvil ihalesinde % 39.89 faizle borçlanmıştı. İhalede 25 Ocak 2000'de ihraç edilen 23 Ocak 2002 vadeli tahviller azalan vadeyle yeniden ihraç edildi. Hazine 25 Ocak 2000'deki ihalede söz konusu kağıtları yıllık bileşik % 45.44 faizle ihraç etmişti. 20 günlük aradan sonra yapılan ikinci ihalede faiz oranında 2.53 puanlık bir artış kaydedildi.

Şubat ayı başından itibaren düşüş trendine giren ve bundan önceki üç haftayı da ekside kapatan borsa, Şubat ayının dördüncü haftasına da büyük bir düşüşle başladı. Piyasalarda bu hafta boyunca iki ayrı trend yaşandı. Haftanın ilk yarısında, faizlerde yükseliş ve borsada abartılı düşüş yaşanırken, haftanın ikinci yarısında bunun tam tersi oldu. Endeksin 13 bin puan seviyelerine kadar inmesi, özellikle yatırımcılar arasında korkulu anların yaşanmasına neden oldu. Panikleyen yatırımcılar çok yüksek fiyata aldıkları hisseleri zararına da olsa sattılar.

Daha fazla düşeceği korkusuyla satanların hisselerini ise düşüşe oynayıp, en düşük seviyelerden almak için tetikte bekleyenler topladı. Düşüşe oyn-

nayanlar, endeks 19 bin - 20 bin seviyelerindeyken portföylerini boşaltıp, borsanın 13 bin - 14 bin puanlı seviyelere kadar düşmesi için beklemekteydi. Bu gruptaki oyuncuları beklerken de boş durmayıp, sürekli piyasada endeksin gelebileceği en düşük seviyeler üzerine tahminlerini söylemekten geri kalmadılar. Ayrıca Ankara'da hükümet ortakları arasında, anlaşmazlık çıkaran Cumhurbaşkanlığı seçimi, borsada düşüş için kullanıldı. Borsadaki bu dönüş noktasını yakalayıp alım yapanlar, haftanın son iki gününde yaklaşık % 16 oranında kazanç sağladılar.

Borsa Şubat ayının son haftasına, Şubat ayı enflasyonunun yüksek çıkacağı beklentisiyle, borsada hızlı bir gerileme olacağını düşünen yatırımcıların satışa geçmesiyle düşerek başladı. Fakat Şubat ayının son işlem gününde, enflasyonun yüksek çıkacağı endişesinden bir miktar kurtulan borsada endeks, özellikle holding hisselerinde yaşanan yoğun alımlarla tekrar yönünü çıkışa çevirdi.

Sıralanan bu etkiler sonucunda "29 Şubat 2000 Salı" günü kapanış fiyatları itibariyle 15.945,93 puana gerileyen İMKB Ulusal - 100 endeksinin Ocak ayı sonuna göre değer kaybı % - 4.60 olmuştur. Yine aynı günkü kapanış fiyatları itibariyle, Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi endeksindeki değer kaybı da İMKB Ulusal - 100 endeksindeki değer kaybından daha fazla olmuş, % - 10.71 oranında değer kaybederek 4.534.752,07 puana gerilemiştir. Endeks kapsamındaki 40 hisseden 5 tanesi değer kazanmış, 35 tanesi ise değer kaybetmiştir. Ay içinde en fazla değer kazanan ve kaybeden hisseler Tablo 1 ve 2'de gösterilmiştir.

Borsada Lot Girişi Yükseltildi

İMKB'de hisse senetleri piyasasında bir seferde girilebilecek maksimum çok büyüklüğü 1000'den 5000'e çıkarıldı. Borsa Başkanlığı'nın duyurusuna göre, limit fiyatlı emirlerde bir seferde girilebilecek maksimum lot miktarları ve bu miktarların belirlenmesine esas teşkil eden sözleşme başına düşen ortalama lot miktarlarına ilişkin uygulama esasları, gelişen piyasa koşullarında artan likidite olanağı ile birlikte üyelerin emir girişlerini hızlandırmak ve kolaylaştırmak üzere yeniden düzenlendi. Söz konusu düzenleme ile belirlenen maksimum lot büyüklükleri, 100, 250, 500, 1000, 2500 ve 5000 olarak yeniden tanımlandı. Daha önce söz konusu maksimum büyüklük, 1000 ile sınırlıydı. Yeni uygulama, "4 Şubat 2000 Cuma" gününden itibaren yürürlüğe girdi.

Sermaye Artırımları

Ocak ayından sonra Şubat ayında da sermaye artırımları devam etmiştir. Tablo 3'de, Şubat ayında sermaye artırımını gerçekleştiren 4 şirketin artırım

öncesi ve sonrası sermaye rakamlarıyla, bedelli ve bedelsiz artırımlarının tutarları gösterilmiştir. Sermaye artırımlarının yanısıra, Şubat ayında 23 şirketin kayıtlı sermaye tavanı artırımları Sermaye Piyasası Kurulu tarafından onaylanmıştır. Bu şirketlerin eski ve yeni kayıtlı sermaye tavanları Tablo 4'de gösterilmiştir.

Yıllık Enflasyon Oranları

IMF ile imzalanan stand-by anlaşmasının uygulandığı ilk ay olan Ocakta fiyat artışları yüksek oldu. DİE'nin hesaplarına göre toptan eşya fiyatları

Tablo 1: Şubat Ayının En Başarılı Hisseleri

| Dergi Endeksi Kapsamında | Verim (%) | Diğer | Verim (%) |
|--------------------------|-----------|-------------------|-----------|
| Olmuksa | 26.43 | Borusan Yat Paz. | 49.01 |
| A.Teletaş | 18.51 | Dardanel (Yeni) | 48.00 |
| Yapı Kredi B. | 6.25 | Bsh Profilo | 40.95 |
| Ereğli D.Ç. | 5.31 | F.M. İzmit Piston | 38.88 |
| Brisa | 2.77 | Doğan Yayın Hol. | 37.20 |
| | | Borusan Boru | 32.30 |
| | | Feniş Alüminyum | 29.03 |
| | | Ceylan Giyim | 28.57 |
| | | Uşak Seramik | 26.82 |
| | | Sabah Pazarlama | 24.39 |
| | | Karsan | 21.73 |
| | | Akın Tekstil | 20.00 |

Tablo 2: Şubat Ayının En Başarısız Hisseleri

| Dergi Endeksi Kapsamında | Verim (%) | Diğer | Verim (%) |
|--------------------------|-----------|---------------------|-----------|
| Döktaş | - 28.00 | Atlas Yat.Ort. | - 72.33 |
| Aktaş | - 26.37 | Evren Yat.Ort. | - 70.71 |
| Gübre Fab. | - 26.13 | Global Yat.Ort. | - 61.05 |
| Bağfaş | - 24.35 | Alternatif Yat.Ort. | - 57.33 |
| Gentaş | - 22.22 | Çemtaş | - 46.83 |
| Çelik Halat | - 22.05 | Atlantis Yat.Ort. | - 46.59 |
| Anadolu Cam | - 22.00 | İhlas Holding | - 38.46 |
| Yasaş | - 21.56 | Toprakbank | - 38.29 |
| Migros | - 20.68 | Emek Elektrik | - 37.04 |
| Sarkuysan | - 20.21 | Apeks Dış Tic. | - 36.32 |
| İzmir D.Ç. | - 19.14 | Net Holding | - 35.61 |
| Kartonsan | - 18.98 | Deva Holding | - 35.44 |

Ocak 2000'de % 5.8, tüketici fiyatları ise % 4.9 oranında arttı. Artışta özel sektör zamları etkili oldu. Uluslararası Para Fonu (IMF) ile yapılan stand-by anlaşmasının ilk uygulama ayı olan Ocakta fiyat artışları, beklenenden yüksek çıktı. 1999 yılı Ocak ayı ile karşılaştırıldığında, 2000 yılının aynı ayında, toptan eşya fiyatlarında 2.2 puan, tüketici fiyatlarında ise 0.1 puanlık bir artış kaydedildi.

Tablo 3
Şubat Ayında Sermaye Artırımları (Milyon TL)

| Şirket | Önceki Ser. | Bedelli | (%) | Bedelsiz | (%) | Yeni Ser. |
|------------------|-------------|-----------|-----|-----------|-----|------------|
| Batı Çimento | 4.200.000 | - | - | 4.200.000 | 100 | 8.400.000 |
| Dardanel | 8.928.000 | 6.071.000 | 68 | - | - | 14.999.000 |
| Kütahya Porselen | 864.000 | 864.000 | 100 | 864.000 | 100 | 2.592.000 |
| Merko Gıda | 1.761.000 | 277.000 | - | - | - | 2.038.000 |

Tablo 4
Şubat Ayında Kayıtlı Sermaye Tavanı Artırımları (Milyon TL)

| Şirket | Önceki Tavan | Yeni Tavan |
|--------------------------|--------------|---------------|
| Gümüşsuyu Hali | - | 20.000.000 |
| T. Kalkınma Bankası | - | 75.000.000 |
| Tezsan | 1.000.000 | 5.000.000 |
| Commercial Union Sigorta | - | 16.000.000 |
| Ünye Çimento | 15.000.000 | 70.000.000 |
| Goldaş Kuyumculuk | 2.500.000 | 55.000.000 |
| Ege Endüstri | 560.000 | 2.500.000 |
| Gübre Fabrikaları | 2.500.000 | 10.000.000 |
| Anadolu Sigorta | 30.000.000 | 80.000.000 |
| Finansbank | 100.000.000 | 275.000.000 |
| Kaplamin Ambalaj | 1.250.000 | 4.000.000 |
| Marmaris Altın Yunus | 600.000 | 3.000.000 |
| Kardemir | 30.000.000 | 100.000.000 |
| Olmuksa | 2.000.000 | 10.000.000 |
| Toprak Finansal | 4.000.000 | 10.000.000 |
| Toprak Factoring | 5.000.000 | 10.000.000 |
| Taç Yatırım Ort. | 2.000.000 | 20.000.000 |
| T. İş Bankası | 650.000.000 | 1.500.000.000 |
| Kent Gıda | 4.000.000 | 27.000.000 |
| Koç Holding | 50.000.000 | 250.000.000 |
| GSD Holding | 15.000.000 | 50.000.000 |
| Çemtaş Çelik | 6.000.000 | 16.500.000 |
| Demir Yatırım | 500.000 | 2.000.000 |

Ocak 2000 itibariyle yıllık enflasyon ise toptan eşya fiyatlarında % 66.4, tüketici fiyatlarında ise % 68.9 oldu. 1999 yılı Ocak ayı itibariyle yıllık enflasyon toptan eşya fiyatlarında % 50.0, tüketici fiyatlarında ise % 65.9 olmuştur. Buna göre yıllık enflasyon, geçen yılın aynı döneminin toptan eşya fiyatlarında 16.4 puan, tüketici fiyatlarında ise 3 puan üstünde gerçekleşti. Tablo 5'de 1980 yılından bu yana Devlet İstatistik Enstitüsü verilerine göre toptan eşya (TEFE) ve tüketici fiyatları (TÜFE) endekslerindeki artış oranları yer almaktadır.

Tablo 5
Yıllık Enflasyon Oranları (%) Ocak Ayı Sonu İtibariyle

| YIL | TEFE | TÜFE |
|------|-------|-------|
| 1980 | 98.8 | 115.6 |
| 1981 | 35.5 | 33.9 |
| 1982 | 26.5 | 21.9 |
| 1983 | 29.7 | 31.4 |
| 1984 | 49.5 | 48.4 |
| 1985 | 41.6 | 45.0 |
| 1986 | 27.9 | 34.6 |
| 1987 | 36.8 | 38.9 |
| 1988 | 64.6 | 73.7 |
| 1989 | 67.3 | 63.3 |
| 1990 | 52.3 | 60.3 |
| 1991 | 54.0 | 66.0 |
| 1992 | 66.1 | 70.1 |
| 1993 | 58.4 | 71.1 |
| 1994 | 149.6 | 125.5 |
| 1995 | 65.6 | 76.0 |
| 1996 | 84.9 | 79.8 |
| 1997 | 91.0 | 99.1 |
| 1998 | 50.0 | 65.9 |
| 1999 | 66.4 | 68.9 |

Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi Hisse Senedi Fiyat İndeksi
(Ocak 1974 = 100)

| Aylar | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|---------|----------|----------|----------|-----------|-----------|-----------|-------------|------------|------------|
| Ocak | 12953.90 | 10382.15 | 46499.72 | 66641.02 | 121282.26 | 482009.45 | 970038.69 | 736963.15 | 5078678.55 |
| Şubat | 9572.27 | 14056.56 | 43685.74 | 72135.19 | 148672.55 | 481567.26 | 870185.89 | 996300.48 | 4534752.07 |
| Mart | 11006.98 | 13455.69 | 36336.97 | 94874.84 | 178248.67 | 449760.66 | 936427.88 | 1224154.39 | |
| Nisan | 10128.12 | 20399.46 | 37260.41 | 109201.43 | 174945.81 | 419157.76 | 1246481.82 | 1343754.27 | |
| Mayıs | 9067.92 | 21856.16 | 40688.45 | 112502.77 | 166514.22 | 468188.27 | 1073822.72 | 1403551.33 | |
| Haziran | 12297.79 | 26303.88 | 52300.27 | 116528.07 | 193595.07 | 526546.21 | 1187994.27 | 1288600.47 | |
| Temmuz | 11754.44 | 24501.68 | 59216.98 | 128087.60 | 176955.20 | 568012.42 | 1210065.312 | 1457020.55 | |
| Ağustos | 11314.53 | 27193.90 | 69147.24 | 110555.47 | 183969.42 | 579112.78 | 737615.22 | 1352406.47 | |
| Eylül | 10310.15 | 33729.97 | 68630.14 | 98538.52 | 207830.76 | 779779.25 | 630484.23 | 1733920.33 | |
| Ekim | 9077.97 | 34444.97 | 66413.15 | 114393.38 | 238854.42 | 849700.62 | 573932.44 | 1797901.99 | |
| Kasım | 9344.20 | 44519.48 | 74373.54 | 96196.98 | 267385.51 | 839360.91 | 703595.71 | 2336373.64 | |
| Aralık | 9744.28 | 51099.56 | 71525.29 | 96450.06 | 277923.68 | 956310.79 | 726072.07 | 4117624.90 | |

| Sıra No. | Kuruluşun Adı | Kayıtlı Sermaye (Milyon TL) | Çıkarılmış (Odenmiş) Sermaye (Milyon TL) | Takvim Yılı Kârı (Net) | | | Dağıtılan Kâr Payı (%) | | | Piyasa Fiyatı (TL) | | | |
|----------|---------------------|-----------------------------|--|------------------------|------------------|------------------|------------------------|------------|------------|--------------------|-------------|-----------|------------|
| | | | | 1997 (Milyon TL) | 1998 (Milyon TL) | 1999 (Milyon TL) | 1997 (Net) | 1998 (Net) | 1999 (Net) | Şubat 1999 | Aralık 1999 | Ocak 2000 | Şubat 2000 |
| 1 | AKTAS | - | 1 000 000 | 5 026 515 | 4 794 000 | 3 310 528 | 400 00 | 99 000 | - | 107 500 | 92 000 | 227 500 | 167 500 |
| 2 | ANADOLU CAM | 70 000 000 | 8 170 000 | 19 951 | 174 000 | 1 117 488 | - | 1 000 | - | 1 525 | 5 900 | 10 000 | 7 600 |
| 3 | ARÇELİK | 100 000 000 | 40 400 000 | 18 901 661 | 25 647 000 | - | 20 00 | 6 600 | - | 8 800 | 35 000 | 36 500 | 34 000 |
| 4 | BAGFAS | 10 000 000 | 2 000 000 | 2 694 148 | 2 390 000 | - | 50 00 | 11 000 | - | 14 500 | 29 500 | 39 000 | 29 500 |
| 5 | BOLU ÇİMENTO | 20 000 000 | 14 667 000 | 2 343 031 | 3 389 000 | 3 983 369 | 34 56 | 1 875 | 24 44 | 2 375 | 5 800 | 7 900 | 7 100 |
| 6 | BRISA | 25 000 000 | 7 442 000 | 11 910 227 | 11 897 000 | - | 78 00 | 6 300 | - | 9 100 | 32 500 | 36 000 | 37 000 |
| 7 | ÇELİK HALAT | 5 000 000 | 997 000 | 557 598 | 349 000 | - | 24 00 | 3 850 | - | 5 200 | 15 750 | 17 000 | 13 250 |
| 8 | ÇİMSA | 16 848 000 | 16 848 000 | 3 393 778 | 6 279 000 | - | 100 00 | 6 700 | - | 9 300 | 13 500 | 18 000 | 16 750 |
| 9 | ÇUKUROVA ELEKTRİK | - | 500 000 | 12 957 796 | 8 805 000 | - | 1601 38 | 310 000 | - | 450 000 | 650 000 | 670 000 | 550 000 |
| 10 | DOKTAŞ | 5 000 000 | 4 800 000 | 553 279 | 22 113 000 | - | 25 00 | 5 400 | - | 6 600 | 11 500 | 12 500 | 9 000 |
| 11 | ECCZACIBASI YATIRIM | 13 200 000 | 13 200 000 | 170 613 | - | 437 000 | - | 13 000 | - | 19 500 | 6 800 | 10 500 | 9 700 |
| 12 | EGE BİRACILIK | 22 000 000 | 12 770 000 | 1 604 178 | 2 014 000 | 4 076 965 | 30 00 | 23 500 | - | 32 500 | 41 500 | 41 500 | 37 000 |
| 13 | EGE GÜBRE | 2 000 000 | 1 004 000 | 166 267 | 484 000 | 1 259 177 | 36 00 | 7 100 | - | 7 700 | 8 200 | 11 750 | 11 500 |
| 14 | EREĞLİ DEMİR ÇELİK | 44 352 000 | 44 352 000 | 436 225 | -32 675 000 | -24 922 263 | - | 12 250 | - | 3 800 | 22 500 | 23 500 | 24 750 |
| 15 | GENTAS | 3 000 000 | 1 348 000 | 1 091 589 | 1 343 000 | - | - | 3 500 | - | 4 200 | 11 500 | 13 500 | 10 500 |
| 16 | GOOD-YEAR | 21 000 000 | 7 945 000 | 5 277 081 | 3 237 000 | - | 4 585 600 | 25 00 | 6 300 | - | 8 400 | 14 250 | 16 000 |
| 17 | GÜBRE FABRİKALARI | 2 500 000 | 2 500 000 | 534 326 | 953 000 | - | 85 00 | 17 750 | - | 20 250 | 20 750 | 22 000 | 16 250 |
| 18 | GÜNEY BİRA | 10 000 000 | 3 841 000 | 655 540 | 1 079 000 | 134 139 | 30 00 | 24 000 | - | 18 000 | 20 000 | 21 250 | 20 000 |
| 19 | HEKTAS | 7 060 000 | 7 060 000 | 788 164 | 820 000 | -2 095 993 | 22 16 | 1 950 | - | 2 600 | 3 700 | 3 650 | 3 050 |
| 20 | İZMİR DEMİR ÇELİK | 50 000 000 | 24 900 000 | 638 191 | 772 000 | 1 147 456 | - | 460 | - | 670 | 3 400 | 4 700 | 3 800 |
| 21 | İZOCAM | 4 000 000 | 3 000 000 | 648 739 | 1 154 000 | 1 095 371 | 30 00 | 2 625 | - | 3 400 | 11 250 | 12 000 | 11 250 |
| 22 | KARTONSAN | 2 700 000 | 2 025 000 | 4 004 058 | 4 574 000 | - | 130 00 | 12 000 | - | 14 250 | 34 000 | 39 500 | 32 000 |
| 23 | KAV | 7 000 000 | 6 435 000 | 385 684 | 617 000 | 3 888 455 | 8 00 | 1 625 | - | 1 725 | 7 900 | 9 200 | 8 400 |
| 24 | KOÇ HOLDİNG | 50 000 000 | 32 051 000 | 14 193 141 | 27 140 000 | 42 296 323 | 20 00 | 25 000 | 15 00 | 40 500 | 100 000 | 117 500 | 110 000 |
| 25 | KONYA ÇİMENTO | - | 2 437 000 | 960 453 | 1 966 000 | 3 156 395 | 31 30 | 4 600 | 50 00 | 5 600 | 15 250 | 17 250 | 17 000 |
| 26 | KORDGA | 16 056 000 | 16 056 000 | 4 690 334 | 3 361 000 | 3 421 774 | 50 00 | 7 800 | - | 11 250 | 17 750 | 21 750 | 21 000 |
| 27 | MAKİNA TAKİM | 18 500 000 | 16 818 000 | 514 997 | 960 000 | 420 697 | - | 1 250 | - | 720 | 1 325 | 1 975 | 1 675 |
| 28 | MİGROS | 4 000 000 | 3 060 000 | 4 432 806 | 15 275 000 | - | 300 00 | 330 000 | - | 460 000 | 350 000 | 435 000 | 345 000 |
| 29 | MUDURNU TAV | - | 3 000 000 | 507 170 | 1 424 000 | - | - | 8 200 | - | 9 100 | 9 750 | 12 500 | 11 000 |
| 30 | OLİMĞA | 2 000 000 | 1 271 000 | 607 905 | -994 000 | 659 712 | - | 3 550 | - | 5 800 | 17 500 | 21 750 | 27 500 |
| 31 | OTOSAN | 50 000 000 | 29 243 000 | 26 749 881 | 31 460 000 | - | 1200 00 | 92 000 | - | 127 500 | 24 000 | 25 000 | 27 500 |
| 32 | PETROL OFİSİ | 20 000 000 | 20 000 000 | 21 744 401 | 31 710 000 | - | 350 00 | 51 000 | - | 72 000 | 127 500 | 125 000 | 120 000 |
| 33 | PINAR SÜT | 15 000 000 | 5 167 000 | 1 036 843 | 1 503 000 | - | 80 00 | 8 400 | - | 3 250 | 12 500 | 15 500 | 12 750 |
| 34 | SARKIYAN | 10 000 000 | 4 000 000 | 2 876 541 | 3 912 000 | 4 020 727 | 200 00 | 13 250 | 55 00 | 16 500 | 14 500 | 23 500 | 18 750 |
| 35 | TELETAŞ | 10 000 000 | 2 000 000 | 5 613 207 | 6 796 000 | - | 70 00 | 13 000 | - | 21 000 | 12 000 | 135 000 | 160 000 |
| 36 | TÜRK DEMİR DOKUMI | 15 000 000 | 10 000 000 | 2 148 231 | 546 000 | - | 10 00 | 3 150 | - | 3 500 | 11 750 | 9 200 | 7 600 |
| 37 | T GARANTİ BANKASI | 1 000 000 000 | 260 000 000 | 60 206 087 | 130 075 000 | 181 089 643 | - | 8 600 | - | 13 000 | 9 200 | 9 500 | 9 600 |
| 38 | TÜRKİYE ŞİŞE VE CAM | 160 000 000 | 79 000 000 | 3 893 884 | 3 720 000 | 1 539 518 | 14 00 | 3 300 | - | 4 800 | 14 500 | 9 750 | 8 100 |
| 39 | YAPI KREDİ B | - | 239 982 000 | 61 707 502 | 85 119 000 | - | 50 00 | 2 900 | 64 00 | 6 200 | 16 750 | 16 000 | 17 000 |
| 40 | YAGAS | 10 000 000 | 2 835 000 | 2 106 602 | 1 426 000 | 1 057 215 | 221 00 | 32 500 | - | 6 600 | 9 750 | 12 750 | 10 000 |

EKONOMİK GÖSTERGELER DIŞ DÜNYA (MART 2000)

| Ülkeler | GSYİH* | Tüketici Fiyatları* | Ücretler Kazançlar* | İşsizlik Oranı (%) (En Son) | Dış Ticaret Dengesi** (Milyar \$) (Son 12 Ay) | Cari İşlem Dengesi** (Milyar \$) (Son 3 Ay) | Faiz Oranları (%) | |
|------------|--------|---------------------|---------------------|-----------------------------|---|---|-----------------------------|-------|
| | | | | | | | Para Piyasası (Son 3 Aylık) | Kredi |
| A.B.D. | 4.5 | 2.7 | 3.5 | 4.3 | -347.1 | -301.2 | 5.81 | 8.75 |
| Almanya | 2.3 | 1.8 | 1.5 | 10.6 | 67.8 | -18.0 | - | - |
| Avustralya | 3.9 | 1.8 | 1.7 | 7.5 | -10.0 | -22.0 | 5.81 | 8.75 |
| Avusturya | 3.0 | 1.4 | 2.0 | 4.6 | -6.1 | -4.1 | - | - |
| Belçika | 2.9 | 2.0 | 2.9 | 12.2 | 16.1 | 11.3 | - | - |
| Danimarka | 1.0 | 3.2 | 4.1 | 6.0 | 4.4 | 1.0 | 3.40 | 6.25 |
| Fransa | 3.2 | 1.6 | 2.7 | 11.5 | 20.1 | 37.7 | - | - |
| Hollanda | 4.3 | 1.9 | 2.8 | 3.7 | 12.8 | 21.0 | - | - |
| İngiltere | 2.9 | 2.0 | 6.2 | 6.2 | -43.0 | -18.1 | 6.38 | 7.00 |
| İspanya | 4.0 | 2.9 | 2.2 | 16.9 | -33.2 | -10.7 | - | - |
| İsveç | 4.1 | 0.9 | 2.1 | 6.2 | 16.0 | 6.6 | 3.75 | 5.07 |
| İsviçre | 1.6 | 1.6 | 0.7 | 3.5 | 0.7 | 31.6 | 1.79 | 4.00 |
| İtalya | 1.2 | 2.4 | 2.0 | 11.8 | 13.9 | 12.3 | - | - |
| Japonya | 0.9 | -0.9 | 2.5 | 4.5 | 123.5 | 107.2 | 0.01 | 1.38 |
| Kanada | 4.7 | 2.3 | 0.9 | 7.9 | 22.9 | -2.9 | 4.78 | 6.75 |
| Euro-11 | 2.3 | 2.0 | 2.4 | 10.5 | 61.2 | 45.8 | 3.37 | 3.65 |

Açıklamalar: (b.d.) = Belli Değil. Kaynak: The Economist, 4 Mart 2000.

(*) Yıllık Yüzde Değişim.

(**) Avustralya, Fransa, İngiltere, Japonya, A.B.D. ve Kanada için İthalat F.O.B., İhracat F.O.B., Diğerleri için C.I.F / F.O.B

Görüşler

YAKUP AKKUŞ

Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Gümrük Birliği Türk Sanayisini Nasıl Etkiliyor?

Türkiye'nin, Avrupa Birliği -o zamanki adıyla AET- ile ilişkileri 31 Temmuz 1959'da yaptığımız ortak üyelik başvurusu ile başlar. 1960-1963 arasında da, Türkiye görüşmeleri "Gümrük Birliği" boyutuna taşımıştır.

Aslında, AB ile aramızda GB adıyla bir anlaşma yoktur. GB ile ilgili yaptığımız tek anlaşma olan "Ankara Anlaşması" (12 Eylül 1963) ve "Katma Protokol" (23 Kasım 1970), birlikte GB'nin çerçevesini oluştururlar.

1 Eylül 1971'de Katma Protokol'un geçici bir anlaşma ile yürür-

lüğe geçmesi ile 25 yıl sürecek geçiş dönemine girilmiş; AB, gümrüklerini tek taraflı sıfırlamıştır. Nihayetinde, 6 Mart 1995'te Brüksel Toplantısında alınan kararla 1.1.1996 tarihinden itibaren GB bütünleşme süreci tamamlanmış; Türkiye ile AB arasında GB ortaklığı resmen başlamıştır.

Böylece Türkiye, AB ile arasındaki sanayi malları ve işlenmiş tarım ürünlerinin serbest dolaşımını kabul ederek; tüm gümrük vergilerini, kotalarını ve eş etkili vergilerini (toplu konut fonu) sıfırlamış, aynı zamanda üçüncü ülkelere karşı AB'nin belirlediği "Ortak Gümrük

Tarifesini kabul etmiş ve 2001 yılına kadar da tedrici olarak OGT'ye uyum sağlamayı taahhüt etmiştir. Üçüncü ülkeler için aritmetik olarak % 23.7 olan koruma oranı, GB sonrası % 6-6.5 olarak belirlenmiştir.

GB sonrası, dış ticaretimiz ithalat lehine genişlemiş (ticaret artırıcı etki), AB dışı bazı ülkelerle yaptığımız ticaret, AB'ye kaydırılmıştır (ticaret saptırıcı etki) 1996 yılında, Birliğin Türkiye'ye ihracatı % 37.2 oranında artmıştır. Türkiye'nin Birliğe olan ihracatında ise % 4.2'lik artış olmuştur. Son iki yılda da durum, düşük seviyede de olsa aksine dönmüştür. AB'nin dış ticaretimizdeki payının ortalama % 50 civarında olduğu ve Türkiye'nin de AB dışı ticaretinde yalnızca % 1'lik payı olduğu gözönüne alınırsa; GB'nin Türkiye'ye daha fazla fayda sağlaması gerekirken, daha ilk yılında AB lehine, Türk Sanayisine "fayda saptırıcı etkisi" olmuştur, diyebiliriz.

Ihracata uzun, ithalata ise kısa dönemde uyum sağlanması nedeniyle, rekabet gücü zayıf sektörler artan ithalattan olumsuz yönde etkilenmişlerdir. Ayrıca, GB'ye girildikten sonra yabancı sermaye yatırımlarının, dolayısıyla teknoloji transferinin artacağı, yabancı ortaklıklar kurulacağı ve AR-GE'ye ağırlık verileceği tahminleri de gerçekleşmiştir. 1996 yılında, 1995'e göre % 21'lik düşüşle, 612 milyon dolarlık yabancı sermaye yatırımı gerçekleşmiştir. 1998 yılında da 1995'teki ya-

tırımlara ulaşamamıştır. AR-GE yatırımları da AB'nin dörtte biri kadardır.

GB ile birlikte, dış pazarlar için fiyat dışı pazarlama faaliyetlerine de (kalite, promosyon gibi) ağırlık verilmesi gerekirken, iç pazar araştırması dahi yapamayan, beşeri sermayesi zayıf olan, maddi sermaye donanımı yetersiz ve kalitesi, bileşimi istenen düzeyde olmayan Türk sanayisi, önemli sorunlar ve sorumluluklar yüklenmiştir. Bunların yanında hammadde temininde eşitsizlikler, teknolojik know-how eksikliği, enflasyon vb. olumsuzluklar, AB içindeki büyük sermaye grupları ve Kobi'leriyle rekabeti olumsuz yönde etkilemiştir. Türkiye'nin, AB'nin üçüncü ülkelere karşı tercihli ticaret anlaşmalarını geciktirmesi de, sanayimizin girdi temininde AB'ye karşı, dezavantajlı konumunu sürdürmesine sebep olmaktadır.

Sonuçta, GB sonrası Türk sanayi üretiminde, beklenenin aksine azalış görülmüş; özellikle 1999'un ilk beş ayında % 5.8'lik düşüş yaşanmıştır. Öte yandan, üretimdeki düşüşün daha çok özel sektörden (% 15.2) kaynaklanması şaşırtıcı değildir. Kamu sektöründeki üretim düşüşü ise, % 4.7 oranındadır.

Türk sanayi mamüllerinin dış ticaretimizdeki payı, işlenmiş tarım ürünleriyle birlikte % 1995'i bulmaktadır. Bu sebeple GB'nin sanayiye etkisi doğrudan dış ticarete de yansımaktadır.

GB sonrası dış ticaretle, ithalat yoğunluklu genişleme yaşanmıştır. Ara mallar ithalatının ağırlıklı olduğu ilk iki yıldaki ithalat artışını, 1998'de sanayi mamullerinde, % 1.7'lik düşüş izlemiştir.

İhracatımızda da özellikle 1998 ve 1999 yıllarında önemli azalmalar yaşanmıştır. 1999'un ilk altı aylık ihracatı % 5.3'lük azalış göstermiş ve haziran ayı itibarıyla 19 temel sektörün 13'ünde düşüş yaşanmıştır. GB süresince, ihracatçılarımızın likidite sorunları daha da artmıştır. Ortaklık gereği, devlet yardımları ve ihracat teşviklerinin sınırlanması, ihracatın daralmasının önemli nedenleri olmuştur. Ayrıca, GB hakkında yeterince bilgilendirilmeyen ve mevzuat hakkında da yeterli bilgisi olmayan, çoğu ihracatçımızda GB'nin etkilerinin farkına dahi varamamıştır.

Sanayinin % 90'ını oluşturan imalat sanayi sektörü için, gümrük vergilerinin kalkmasıyla birlikte, yatırım makine-teçhizatlarının fiyatlarının düşeceği ve dolayısıyla imalat sanayi yatırımlarının da artacağı tahminleri yapıyordu. Oysa vergi/fiyat endeksi söylendiği kadar esnek değildi. Özellikle, faizlerin çok yüksek olması, fiyatların düşmesini engelliyordu.

Yine, iç talep yetersizliğinin imalat sanayi sabit yatırımlarını aleyhte etkilemesiyle, yatırımların artacağı tahmini de gerçekleşmemiştir.

İmalat sanayi kapasite kullanım oranları GB sonrası, büyük işletmelerde % 75-80, küçüklerde ise % 65-70 aralığında değişmiştir. Kamu sektörü, bu konuda da özel sektöre oranla daha iyi bir durum sergilemiştir.

Küçük işletmelerde tam kapasite çalışmama nedenlerinin başında, talep yetersizliği ve finansman sorunu gelmektedir. Büyüklerde çok düşük olan, pazarlama ve teknoloji sorunları, küçüklerde sırasıyla % 15 ve % 7-10 düzeyindedir.

Ancak, sayılan bu kadar etkileşim ve olumsuzlukların, özellikle 1998'den itibaren ne kadarının GB'den, ne kadarının global krizden, ne kadarının vergi kanunu ve faizden vs. kaynaklandığını ayırt etmek oldukça güç. Net bilgiye ulaşılabilmesi, ancak sektörel bazda, olabildiğince dinamik mikro analizler ve ekonometrik çalışmalar sonucunda mümkün olacaktır.

Konu sektörler bazında ele alındığında; GB sonrası, gösterdikleri performansları -yüksek ithalatlarına rağmen- ihracat artışı ve rekabet gücü yüksek olanlar, tekstil - doku, elektrik-elektronik makine ve cihazları, taşıt araçları ve malzeme parçaları, otomotiv sektörleridir. İhracatlarını artıramamış, fakat ihracat fazlalığı yaratma potansiyeli yüksek olanları da; gıda, meyve-sebze, cam-seramik, su ürünleri, çimento, taş ve toprağa dayalı sanayi, las-

tik-plastik sanayi sektörleri olarak sayabiliriz.

Olumsuz etkilenenler ise, deri-kösele, ayakkabı, madeni eşya, demir dışı metal, elektrikli-elektriksiz makine sanayi sektörleridir.

Ayrıca, demir-çelik, kimya, lastik-plastik sektörleri ürünlerinin, ithal değerlerinin yüksek olması ve ithalatlarının yüksek oranda artması, ihracat ve rekabet güçlerini menfi yönde etkilemektedir.

GB'ye girildiğinde Türk sanayinin lokomotif sektörü, tekstil konfeksiyon sanayisi ortaklıktan çok umutluydu. Ancak unutulana da hatırlanmak istenmeyen- bir konu vardı; o da GB öncesi tekstil ihracatımızın % 50'sinin kotaya tabi olduğu ve tabii olan ürünlerin yarıdan fazlasının da mevcut kotaların yarısını dahi dolduramamasıydı.

İmalat sanayi üretiminin % 12'sini, ihracatının da % 40'ını oluşturan tekstil-konfeksiyon sektörü, GB ile birlikte kıran kırana bir rekabet ortamına girmiştir. 1996 sonu ithalat artış oranının yüksek olduğu sektörde, 1997 sonundan itibaren durum ihracat lehine dönmüştür. 1998'den itibaren global krizin etkisiyle dış ticaretinde daralma olan sektörün, 1999 yılı ile birlikte girdiği bunalım derinleşmiştir.

Türk hazır giyim sektörünün % 70'i ihracata yöneliktir. İhraç edilen hazır giyim ürünlerinin yaklaşık % 80'i de pamuklu ürünlerdir ve Türki-

ye dünyanın önemli pamuk üreticilerindedir. Ayrıca, işgücü maliyetinin düşüklüğü de önemli bir avantajdır.

Firmalar, GB sonrası dış talebin artacağı beklentisiyle kısa vadeli kaynaklar ile yatırım ihtiyaçlarını karşılamışlar, artışın gerçekleşmemesi sonucu da büyük ölçüde finansman sorunuyla karşı karşıya kalmışlardır.

Sektörün uzun vadede ayağa kalkması ancak fason üretim yerine markalaşmaya ağırlık verilmesi ve patente yönelmesi ile gerçekleşecektir. Rekabet gücünü artırmak için, işgücü ücretlerini bastırmak ve/veya işçi çıkarmak yerine; verimi yükseltici yatırım ve yenilenme yollarına gidilmelidir. Türk tekstil sanayinin yalnızca ürün gamı değil, aynı zamanda mağazacılık sektörü de verimsiz çalışmaktadır.

Otomotiv sanayisinde ise son zamanlarda ithalat artışından doğan sorunlar yaşanmaktadır. Sektör, tam üye olamamamız nedeniyle AB'nin 1995-1999 yılları arası verdiği teşviklerden yararlanamamıştır. Koç grubu, daha GB'ye girmeden kendisine Amerikan ortakları (Ford) aramış, Sabancı grubu da Japon tekeli Toyota ile işbirliği yapmıştır.

GB ile birlikte otomotiv sektörü daha bir dinamizm içine girmiş, daha modern ürün ve kalite aşamaları yaşanmıştır. Avrupa pazarları için ihracata yönelik, projeler yürütülmüştür. Sektörün olumsuzlukları ise,

1996'da AB'den otomotiv ithalatımızın % 83 oranında büyük bir artış göstermesiyle daha da büyümüş-tür. Üçüncü ülkelerde montaj ağırlıklı yatırımların artması da, bir diğer olumsuzluktur. Son iki yılda otomotiv pazarımız, otomobilde, % 40, ticari araçlarda da % 60'lık oranlarda ithal araçlara kaptırılmıştır. Otomotiv ihracatı 1998'de düzelme göstermiş; % 15'lik artışı, yine 1999'un ilk altı ayında % 42.3'lük artış izlemiştir. Azalan üretim de sektörün önemli bir sorunudur. 1992-1993 yıllarındaki üretime 1998'de dahi ulaşılammıştır.

Ayrıca taş-toprağa dayalı sektör doğal sanayi olması, elektronik sektörü AR-GE'ye ağırlık verilmesi, bileşim ve bilgisayar sektörü talep fazlalığı vb. sebeplerle GB'den olumsuz etkilenmeyen sektörlerdir.

GB'nin Türk ekonomisine kazandırdığı önemli bir gelişme de Kasım 1997'de çalışmalarına başlayan Rekabet Kurulu'dur. Kobi'lerimiz, monopol, kartel ve özellikle çokuluslu şirketlerin yüksek rekabetine karşı, Kurul'ca korunmaktadırlar.

Sanayimiz, standardizasyon, ölçüm, kalibrasyon, kalite, akreditasyon, test ve sertifikalandırma konularında, Topluluk mevzuatına 2001 yılına kadar uymak zorundadır. AB, artık sanayi malları üzerinde; CE (İnsan sağlığına ve çevre şartlarına uygunluk işareti), ISO 14 000 (çevre standartları), ECO LABEL (çevreye zarar vermeyen ürün işareti), EC AU-

DIT-EA- (İnsan sağlığına uygunluk damgası) gibi ibareleri görmek istemektedir. Türk sanayi işletmelerinin % 99'unun Kobi olduğu ve bu işletmelerden birini (CE) almak isteyen bir işletme için maliyetin, toplam özvarlığa denk gelmesi, konunun ciddiyetini artırıyor.

İmalat sanayi işletmelerinin % 99.5'ini oluşturan Kobi'ler içinde, küçük işletmeler yaklaşık % 25, orta boylu işletmeler de % 55 oranlarında dış ticarete katılmaktadırlar. İSO'ya göre büyük ve orta boy işletmelerin % 50'den fazlası, küçük işletmelerin ise sadece % 30'u AB firmaları ile rekabet edebilecek seviyededir.

Kobi'ler şu anda üretim girdileri ve ürün rekabeti açısından önemli sorunlar yaşamaktadırlar. İhracatlarını olumsuz yönde etkileyen faktörleri ise; dış talep yetersizliği, ürün fiyatının yüksekliği, pazarlama, üretim yetersizliği, kalite, kredi ve kapasite yetersizliği olarak sıralayabiliriz. Ayrıca, AB'nin taahhüt ettiği yardımları yerine getirememesi de, Kobi'lerimizi büyük ölçüde etkilemiştir.

AB Komisyonu'nca Kobi'lerin desteklenmesi amacıyla -EUROPARTENARIAT- firmalar arası işbirliği programları gerçekleştirilmektedir.

Ayrıca, Türk firmaları ile AB ülkeleri firmalarının arasında ticari ve sınai işbirliği imkanlarını geliştirmek üzere Türkiye'de EU-TURKEY BU-

SINESS PARTNERSHIPS- başlıklı dizi programlar düzenlenecektir. Program sırasıyla, ağaç sektörü için 25-26 Kasım 1999, taş ve toprağa dayalı sektör için Nisan 2000 ve elektronik sektörü için de Eylül 2000 yılında gerçekleştirilecektir.

MEDA programı çerçevesinde Gaziantep, İstanbul ve İzmir'de, AB-TR iş merkezleri kurulması öngörülmüştür. İş merkezleri; sistemlerin yenilenmesi, ihracat, AB tasarım ve kalite standartlarına uyum ve yatırım geliştirilmesi gibi konularda Kobi'lere destek sağlayacaktır. Komsiyon 99'da özellikle Kobi'ler için veri internet servisi oluşturmuştur.

Bu program ve yapılanların sanayimiz için bir fırsat olduğu ve bütün olumsuzluklarına rağmen, GB'nin bir getirisi olduğu unutulmalıdır.

Türk özel sektörü de kendine has çözümler yaratabilmiştir. Yoğun rekabete yenilmemek için "Çok Ortaklı Holdingler" kurmuş, başarılı da olunmuştur. Doğu Yatırım Holding, Güç Birliği Holding ve "sektörel dış ticaret ortaklığı" ruhunu aşıl原因 Tekstil Birliği, EGS Holding bunlardan ilk akla gelenleridir. Dış ticarete sektörel olarak oluşturulan birlikler; devlet yardımları, finansman, rekabet vb. açılardan ortaklığın sağladığı birçok faydalar elde etmişlerdir: 1998'de 27 şirkete "sektörel dış ticaret şirketi" statüsü verilmiştir.

Yapılması gerekenler kısaca irdelediğinde; devalüasyonunun, kur farkının devlet tarafından ihracatçıdan alınması, ithal edilen ve yurtiçi üretiminde kullanılan hammadde ve ara malların ülke içindeki fiyatlarının artması vb. olumsuzlukları sebebiyle, sanayimiz için en optimal çözüm olan "reel döviz kuru politikası" uygulanmalıdır. Devletin ürettiği elektrik, gaz, su gibi girdiler Kobi'lere uygun fiyatlarla verilmeli; böylece maliyetlerini düşürebilmeleri sağlanmalıdır. Modern finansman araçlarına yönlendirilmeli ve rekabet güçlerini artırmalarına yardımcı olunmalıdır.

Ayrıca, Türk Akreditasyon Konseyi -TÜRKAK- kurulmalı, CE işareti için başvurulacak akredite kuruluşlar bir an önce oluşturulmalıdır.

Global dünyadan ayrı kalması mümkün olmayan Türkiye, GB ortaklığını tercih etmiştir. Fakat bu tercih, ticari kaygıdan ziyade AB'ye tam üyelik için bir basamak olarak addedilmiş ve geniş kitlelerce bu özelliği sebebiyle de kabul görmüştür. Türk sanayisi, GB sayesinde küresel ekonominin farkına varmış, genç olması ve çeşitli sebeplerle birçok olumsuzluklar yaşamış, az da olsa fırsatlar ve faydalar yakalamıştır. GB'nin sanayimize getirdiği/götürüsü daha ileriki yıllarda, daha sağlıklı ve net biçimde anlaşılabilir ve Türk sanayisi yoluna daha istikrarlı bir şekilde devam edecektir.

AB'ye tam üyeliğin şu durumda ufukta görülmediği -ya da çok uzak olduğu- düşünülürse, GB ortaklığı yerine, "AB ile, sadece 'Serbest Ticaret Anlaşması' yapılabilirdi" diye düşünülebilir. Tabii ki bu da ayrı bir tartışma konusudur.

KAYNAKLAR

ÇİMEN, Ahmet - GB ve AT Türkiye İlişkileri, Ankara 96.

PEKCAN, Erdoğan - AT ve GB'ye Türkiye'nin Uyum ve Sonuçları - İTO Yay. 94.

BANKA VE EKONOMİK YORUMLAR DERGİSİ - Temmuz 96 ve Eylül 96.

DPT - Temel Ekonomik Göstergeler, Mart 99.

DTM - Dış Ticaret Bülteni, Ocak-Şubat 99.

DTM-Türkiye'nin Dış Ticareti-98, Mayıs 99.

EGEVİZYON DERGİSİ - Ocak 97, Sayı: 15.

ETSO - Kobiler, Problemleri ve Çözümler, Erzurum 96.

İKV Dergileri - Kasım - Aralık 97, Ocak - Nisan 98, Mayıs 98, Ocak - Nisan 99, Mart 99.

İKV Yayını - Türkiye-AB İlişkilerinin GB Çerçevesinde Gelişimi Hakkında Komisyon Raporu, Mart 98.

İKV BÜLTENLERİ.

İSO - GB'nin İmalat Sanayi Sektörü Üzerindeki Etkileri ve Bu Sektörün Rekabet Gücü, Şubat 95.

İTO - Aylık Ekonomik Veriler, Mayıs 99.

KARGİD - İki Aylık Bülten, Trabzon 96.

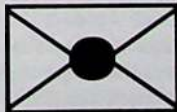
KOSGEB - AT ile GB Kapsamında Kobiler, Aralık 93.

KÜÇÜK İŞLETME DERGİSİ - AESOB Yay., Temmuz 96.

TÜRK DEVRİM KURUMU - GB'ye Hayır, Haziran 96, Ankara.

TÜRKİYE GAZETESİ - 9 Temmuz - 15 Temmuz - 19 Temmuz 99.

VAKIFBANK YAYINI - GB'nin Türk Ekonomisine Muhtemel Etkileri, 96.



Bankacılık

Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi

Bankacılık Sektöründen Haberler

Finansbank'ın KKTC'deki Banka Açıklaması

KKTC Bakanlar Kurulu tarafından 28 Ocak'ta faaliyetleri durdurulan Finansbank'ın (Kıbrıs), Türkiye'de faaliyet gösteren Finansbank A.Ş. veya gruba dahil diğer bankalar ve şirketlerle hiçbir ilgisinin bulunmadığı bildirildi. Finansbank Genel Müdürlüğü'nden yapılan açıklamada, 29 Ocak 2000 tarihinde yayımlanan bazı gazetelerdeki haberde adı geçen KKTC'deki bankanın Finansbank A.Ş. ile ilgisinin bulunmadığının, adı geçen bankanın kurulduğunun öğrenildiği 1997 yılında da yetkili mercilere ve kamuoyuna duyurulduğu hatırlatıldı. Açıklamada, Finansbank A.Ş.'nin kurulduğu günden bu yana, Türkiye ve yurtdışındaki bankaları ile saygınlığını ve güvenilirliğini koruduğu ifade edilerek, söz konusu isim benzerliğinin yanlış anlamalara yol açmaması için konunun kamuoyunun bilgisine sunulduğu ifade edildi.

Demirbank'ın Net Kârı 108 Trilyon

Demirbank, 1999'da brüt kârını bir önceki yıla göre % 255 oranında artışla, 172 trilyon lira olarak gerçekleştirdi. Banka'nın, geçen yıl net kârlılığı da % 208 oranında artışla, 108 trilyon lira oldu. Demirbank Genel Müdürü Hasan Akçakayalıoğlu, Banka'nın özkaynaklarının da bir önceki yıla göre % 140 oranında artışla 93.2 trilyon liraya yükseldiğini söyledi. Demirbank'ın aktif büyüklüğünün ise 805 trilyon liradan 1.6 katrilyon liraya ulaştığı belirtildi.

Bankalar Artık 279'uncu Maddeden Kaçamayacak

Maliye Bakanlığı, Vergi Kanunu'nun 279'uncu maddesinde öngörülen vergi yükümlülüğünden kaçan bankaların önünü kapadı. Bazı bankalar, 279'uncu maddenin vergi yükünden kaçınabilmek için, fonlarındaki kamu kağıtlarını, ticari portföylerine aktarıp, vergiyi ellerindeki kağıtların vade sonuna kadar erteliyorlardı. Maliye Bakanlığı, Resmi Gazete'de yayınladığı tebliğ ile, ticari portföylerdeki kamu kağıtlarının da 279'uncu madde kapsamında değerlendirileceğini açıkladı.

Tebliğde, repo ve ters repo ile ilgili olarak bu işlemlere konu menkul kıymetlerin kimin tarafından değerlendirileceği ve vadeli mevduat hesaplarında değerlendirme gününe kadar oluşan faiz tutarının ticari kazancın tespitinde dikkate alınıp alınmayacağı konularında tereddütlerin bulunduğu belirtilerek, şöyle denildi:

"Repo ve ters repo işlemleri, esas itibarıyla günün faiz koşullarında bir borç para alışveriş işlemi olup, sözkonusu menkul kıymetler bu işlemlerde bir nevi teminat olarak kullanılmaktadır. Zira, bu işlemlerdeki faiz oranı, kullanılan menkul kıymetin üzerindeki faiz oranından bağımsız olarak belirlenmektedir. Bu durumda, repo ve ters repoya konu menkul kıymetlerin her zaman menkul kıymeti geri almakla yükümlü olan tarafından Vergi Usul Kanunu'nun 279'uncu maddesi çerçevesinde değerlendirilmesine tabi tutulması gerekmektedir."

Maliye Bakanlığı tebliğine göre, vadeli değerlendirme gününden sonra olan repo ve ters repo işlemleri ile ilgili olarak, değerlendirme gününe kadar tahakkuk eden faiz tutarları, repoya taraf olanlarca ticari kazancın elde edilmesi ile ilgili kanun hükümleri çerçevesinde gelir ve gider olarak dikkate alınacak.

Ayrıca, vadeli mevduat hesapları ile ilgili olarak değerlendirme gününe kadar tahakkuk eden faiz tutarları da repo ve ters repo işlemlerinde olduğu gibi ticari kazancın elde edilmesi halinde elde edenler tarafından gelir olarak dikkate alınacak.

Maliye Bakanlığı'nın bu konudaki tebliğini değerlendiren Deloitte and Touche yetkilileri, bu tebliğin bankalar ve gerçek kişilere vergi yükü getireceğini söyledi.

Tekstilbank'ın Sevgi Hissesi Sorun Oldu

Tekstilbank'ın sahibi bulunduğu 250 milyon lira nominal değerli Sevgi Özel Sağlık Hizmetleri A.Ş. hisse senetlerinin bir bölümünün satışında sorun çıktı. SPK'dan borsaya gönderilen açıklamada, Tekstil Bankası'nın, elindeki 250 milyon lira nominal değerli Sevgi Özel Sağlık Hizmetleri hisselerinin İMKB'de satış için izin talep ettiği belirtildi. Açıklamada, ileride Muzaffer Mermer, Aks Menkul Değerler A.Ş. ve banka arasında rehne ve taahhütnamelerin içeriğine ilişkin ortaya çıkabilecek taleplerin ve Muzaffer Mermer'in İstanbul 5. Asliye Ceza Mahkemesi'nde Aks Menkul Değerler, banka ve İMKB Takas ve Saklama Bankası A.Ş.'ye karşı hisse senetlerinin devir ve teslimi amacıyla açtığı davanın sonucunda, hisse senetlerinin aynen tesliminin kabul edilmesi halinde, İMKB'de yapılacak satışın hukuki ve cezai tüm sorumluluğunun Banka'ya ait olacağı kaydıyla satışın uygun görüldüğünün bankaya bildirildiği kaydedildi.

Emlakbank'tan TÜFE'ye Endeksli Konut Kredisi

Türkiye Emlak Bankası, banka konutlarının satışında "TÜFE'ye endeksli yuva kredisi" uygulaması başlatıyor. Emlakbank, konutlarının satışında yeni uygulamaya koyacağı TÜFE'ye endeksli yuva kredisinde müşterilerine 15 yıla kadar vade olanağı sunacak. Kredisinin faiz oranı, 12 aylık bir dönemde TÜFE'nin % 10 fazlası olarak belirlendi. Buna göre, TÜFE'nin 12 aylık dönemde % 20 olması halinde, kredi faiz oranı yıllık, % 22 olarak uygulanacak.

Türk Bill Gates'lerine Halkbank'tan Destek

Hükümet, gelecek yüzyılın en önemli sektörü olarak görülen yazılım şirketlerinin geliştirilmesi için kolları sıvadı. Halk Bankası, yazılım şirketlerini Küçük ve Orta Boyuttaki İşletmeler statüsüne alarak ucuz kredi vermek amacıyla ilk atağı başlattı.

Halk Bankasından sorumlu Başbakan Yardımcısı Hüsamettin Özkan'ın onayıyla yazılım şirketlerinin desteklenmesine dönük kredinin uygulanmasına birkaç gün içinde geçilecek.

KOBİ statüsüne alınan yazılım ve bileşim şirketlerinin her birine ilk aşamada bir yılı ödemesiz üç yıl vadeli olmak üzere 100 milyar lira kredi verilecek. Bu kredinin faiz oranı, firma bazında verilen kredilerin 15 puan altında olacak. Kredi faizlerinin inişiyile, yazılım şirketlerine verilen kredinin faiz oranları da aşağı çekilecek.

Konuyla ilgili bir yetkili, son dönemde Türkiye'de bilgisayar programlarının yazılımı alanında çok iyi isimlerin çıktığına dikkat çekerek şunları söyledi: "Özellikle Hindistan'dan da gelen beyin göçü ile Türkiye bu alanda bir isim olma yoluna girdi. Türkiye'nin de bilgisayar programları yazılımları alanında çok iyi isimleri var. Bunlar şu an için çok iyi bilinmiyor. Bunların desteklenmesi amacıyla Halk Bankası ilk adım atan kuruluş oldu. Bunu diğer bankaların da takip etmesi kaçınılmaz olacak."

İnternette İlk Kurumsal Bankacılık Körfezbank'tan

Doğuş Grubu bankalarında Körfezbank, 1999'da 54.4 trilyon net kâr açıkladı. 1999 yılı faaliyetlerini değerlendirmek üzere Maçka Palası'ndaki yeni merkezinde bir toplantı düzenleyen Körfezbank Genel Müdürü Hüsnü Akhan, aktif büyüklüğüne göre özel bankalar arasındaki sıralamada, 8'nci en büyük banka olduklarını söyledi. Ortalama sermaye kârlılığında 1998 değerlendirmesine göre, üçüncü sırada olduklarını belirten Akhan, aktif kârlılığında da yine İBAR'ın 1998 raporuna göre, üçüncü sırada olduklarına dikkat çekti.

Bankacılık sektörünün geçen yıl negatif büyüme ve yüksek faiz yüzünden sorunlu kredilerde hızlı artış olduğunu hatırlatan Akhan, Körfezbank'ın kredi politikası, yönetim kalitesi ve düşük riskli müşteri seçimi ile 1998 - 1999 yılları arasındaki zor dönemde, kredi portföyünü "sorunsuz büyütme-yi başardı" dedi.

2000 yılı boyunca, nakit yönetimi, varlık yönetimi ve yurtiçi sermaye piyasalarına dönük yatırım bankacılığına daha fazla ağırlık vererek dikkat çeken Akhan, önümüzdeki günlerde Kurumsal İnternet Bankacılığı'nı (KİB) başlatarak, Türkiye'de bir ilk'e imza atacaklarını söyledi. Akhan, kurumsal internet bankacılığını, birinci safhada Avon, Banvit ve Pirelli gibi müşterilerin katılımı ile başlatacaklarını sözlerine ekledi.

2000 yılında 175 milyon dolar kâr hedeflediklerini belirten Akhan, zordaki veya halen Merkez Bankası Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu'na devredilen bankalardan bazılarının kendilerine iyileştirilmesi için önerilmesi halinde, Körfezbank olarak böyle bir görevin üstesinden rahatlıkla gelebileceklerini vurguladı.

Bankalara El Koyma Kararı Düzeltildi

Beş bankanın Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilmesine ilişkin kararnamenin yazırında sehven yapılan yanlışlık giderildi. Düzeltme metni, Resmi Gazete'nin "10 Şubat 2000 Perşembe" günkü sayısında yayımlandı.

Düzeltilme yazısında, "22.12.1999 tarihli ve 23914 mükerrer sayılı Resmî Gazete'nin 1'inci sayısında yayımlanan 21.12.1999 tarihli ve 99/137655 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı'nda yer alan "adı geçen" ibaresi, "4491 sayılı şekilde düzeltilmiştir" denildi.

Hazine Müsteşarı Selçuk Demiralp, "10 Şubat 2000 Perşembe" günü bankaların fona devrinde, Bakanlar Kurulu'nun bu işlemi son çıkan "4491 sayılı Bankalar Kanunu'nda değişiklik yapılmasına ilişkin kanunun geçici 2. maddesine göre" yapması gerekirken, yazım hatası nedeniyle işlemin "4389 sayılı Bankalar Kanunu'nun geçici 2. maddesine dayandırılması" ile ilgili basında çıkan haberin hatırlatılması üzerine, "Resmî Gazete'de değişiklik ile ilgili yasanın yazılmadığı görüldü. Başbakanlık ile görüştük. Onun düzeltileceği söylendi" demişti.

Demiralp, bu durumun hukuki bir sorun olacağını düşünmediğini de vurgulamıştı. Daha sonra Başbakanlık'tan, aynı konuda yapılan yazılı açıklamada ise şu görüşlere yer verilmişti: "Yurt Ticaret ve Kredi Bankası A.Ş., Egebank A.Ş., Sümerbank A.Ş., Eskişehir Bankası T.A.Ş ile Türkiye Tütcüleri Bankası Yaşarbank A.Ş'nin Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na devredilmesine ilişkin, 21.12.1999 tarihli ve 99/13765 sayılı Kararnamenin dayanak maddesi, Hazine Müsteşarlığı'nca "4491 sayılı Kanunun geçici 2. maddesi olarak teklif edilmiş ve Kararname de bu şekilde çıkartılmış, ancak sehven "adı geçen Kanunun geçici 2. maddesi" şeklinde yayımlanmıştır.

İş Bankası, Kartta Dünya 61'incisi

Türkiye İş Bankası, kartla yapılan işlem cirosunda dünyada 61'inci sırada yer alıyor. Dünyada tüketici ödeme alışkanlıkları üzerine hazırlanan The Nilson Report'un son sayısında 1998 yılında dünyada banka ve kredi kartı en fazla kullanılan ilk bin bankayı açıkladı.

Türkiye'den 30 banka ilk 1000'e girdi. Sıralamada 61'inci olan İş Bankası, Türkiye'nin "banka ve kredi kartı en fazla kullanılan bankası" oldu. İlk 1000 içinde Yapı ve Kredi 100, Pamukbank 135, Vakıfbank 202, Garanti Bankası 216, Akbank ise 267'inci sırada yer aldı. Avrupa kategorisinde, kartla yapılan işlem ciroları sıralamında ise Türkiye İş Bankası 23, Yapı ve Kredi Bankası 39, Pamukbank 52, Vakıfbank 77, Garanti Bankası 82, Akbank da 94'üncü oldu.

Akbank Çalışanları % 50 Zam Aldı

Akbank ile Banka ve Sigorta İşçileri Sendikası BANKSİS arasında yürütülen toplu iş sözleşmesi görüşmeleri anlaşmayla sonuçlandı. Banksis Genel Başkanı Semih Özen'in yaptığı açıklamaya göre, imzalanan anlaşmayla Akbank çalışanlarının ücretlerinde, ilk yıl için ortalama % 50 artış sağlandı.

İkinci yıl 2001'de ise ücretlere, bu yıl meydana gelecek tüketici fiyat endeksi (TÜFE) artış oranında zam yapılacak. Çalışanların sosyal haklarında da % 50 ile % 100 arasında değişen artışlar kaydedildi.

Anlaşmayla, Akbank'da en düşük çıplak ücret brüt 200 milyon lira, ikramiye ve diğer sosyal haklarla giydirilmiş ücret ise brüt 275 milyon lira oldu. Semih Özen, 1 Ocak 2000-31 Aralık 2000 tarihlerinde geçerli olan toplu iş sözleşmesinin, Genel Müdürlük ve 570 şubede çalışan 8500 personeli kapsadığını bildirdi.

Garanti Bankası'ndan Yurtdışında Hisse Satışı

Doğuş Grubu'na bağlı şirketlerin Garanti Bankasında bulunan ve bankanın % 9.9'una karşılık gelen hisse senetlerinin yurtdışında satışına ilişkin çalışmaları, Credit Suisse First Boston (CSFB) ve Merrill Lynch International tarafından yürütülüyor. Garanti Bankası'ndan yapılan açıklamada, satı-

şın, Mart ayı içinde tamamlanmasının hedeflendiği belirtildi. Bu arada Garanti Bankası'nın otomobil kredilerinde pazar payının, Aralık ayında % 23.5 düzeyine ulaştığı bildirildi.

Osmanlı Bankası, İnternette Canlı Yayında Kârını Açıkladı

Osmanlı Bankası Genel Müdürü Aclan Acar'ın, bankanın 1999 yılı performansı ve 2000 yılı mali yapısı hakkında bilgi verdiği basın toplantısı internette canlı yayınlandı.

Bankanın kendi web sitesinden yayınladığı basın toplantısında konuşan Acar, 2000 yılında güçlü mali yapılarını koruyup verimliliklerini arttırmayı hedeflediklerini belirtti. Acar, "1998'de 22.2 trilyon lira olan net kârını 1999'da % 147 arttırarak 54.6 trilyon liraya çıkardık" dedi.

Acar, geçen yıl sermayesini % 100 oranında arttıran Osmanlı Bankası'nın, bu yıl da kârının tamamını sermayeye ekleyerek, ödenmiş sermayesini 60 trilyon liradan 125 trilyon liraya yükselttiğini söyledi. "Aktif büyüklüklerine göre özel bankalar arasında ilk onda yer alan Osmanlı Bankası'nın geçen yıl, 1.4 katrilyon liralık aktif toplamıyla % 1.7'lik pazar payını koruduğu belirtildi. Acar, halka açılma konusundaki bir soruyu, "Biz yüzde yüz Garanti Bankası'na ait bir bankayız. Osmanlı Bankası'nın böyle bir planı yok. Sanırım 2001 ve sonrasında gündeme alınacaktır" diye yanıtladı.

Garanti Bankası'na 15 Milyon Euro Kredi

Garanti Bankası, Alman yatırım ve geliştirme şirketi Deutsche Investitions'dan, depremde zarar gören şirketlerin finansman ihtiyacını sağlamak amacıyla, 5 yıl vadeli 15 milyon Euro tutarında kredi aldı. Banka'dan yapılan açıklamaya göre, kredinin üçte ikisinin öncelikle orta ve küçük ölçekli ticari şirketlere, kalan kısmının da bölgedeki stratejik yatırımlara dönük diğer şirketlere kullandırılması planlanıyor. 17 Ağustos Marmara depreminden etkilenmiş İstanbul-Avcılar, Bursa, Adapazarı, İzmit, Yalova, Bolu ve Eskişehir'de yerleşik ticari ve küçük ölçekli işletmeler, Garanti Bankası ve DEG'in ortak saptayacakları kistaslara göre bu krediden faydalanabilecekler.

Sakurabank'a Yeni Atama

Fiba Holding bünyesine giren Sakurabank'ta genel müdür yardımcılıklarına yeni atamalar yapıldı. Bankadan yapılan açıklamaya göre, Kurumsal Pazarlama ve Kredilerden sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı'na Ergun Akbaşoğlu, Hazine'den sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı'na Cenk Tulumen, Proje ve Kurumsal Finansmandan sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı'na da Selçuk Yorgancıoğlu getirildi.

Hayyam Garipoğlu, "Bankamı Verin Davası" Açtı

Mevduat Sigorta Fonu'na devredilen 5 bankadan Sümerbank'ın eski sahibi Hayyam Garipoğlu bankasını geri almak için mahkemeye başvurdu. Garipoğlu ile 4 şirketi, babası ve kızkardeşi adına yapılan başvuruda, Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu tarafından gerçekleştirilen Sümerbank hisselerini el koyma sürecinin hukuka aykırı olduğu öne sürülerek pay defterine yeni işlem yapılmasının önlenmesi için ihtiyati tedbir kararı verilmesi ve hisse tescillerinin iptali istendi.

İstanbul 5'inci Asliye Ticaret Mahkemesi'ne başvuruyu İpek İplik Tekstil Sanayii A.Ş., Amasya Tekstil Sanayii A.Ş., Akmaya Sanayii A.Ş., Toros Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş., Kasım Garipoğlu, Hayyam Garipoğlu ve Handan Güleç adına Avukat Hamdi Say yaptı. Sümerbank A.Ş. ve onu devralan Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu Genel Müdürlüğü aleyhine açılan davada bankanın Fon'a devrediliş süreci hatırlatıldı. Davacıların tümünün Sümerbank'ta hissedar oldukları, hisselerine 21 Aralık

1999 tarihinde el konulduğu, kamu adına pay defterine tescil edildikleri, 5 Ocak 2000'de de yapılan bu işlemlerin hissedarlara tebliğ edildiği anlatıldı. Bakanlar Kurulu kararının hukuka aykırılığı iddiasının idari yargıda dava konusu edildiğini belirten davacıların avukatı Say, Fon tarafından atanan Sümerbank yönetiminin banka hisseleri üzerinde tek başına mülkiyet iddiasında bulunmasının hatalı olduğunu öne sürdü.

Başvuruda davacıların her birinin hissesinin yönetim kurulu için gerekli depo oranları dışında nama yazılı ve kendilerinde olduğu, Bankalar Kanunu'nun 14'üncü maddesine göre yönetim ve denetimi Fon'a devredilen bankaların hisselerine el konulacağına dair bir hüküm bulunmadığı öne sürüldü. Yasaya göre yönetim ve denetime el koyduktan sonra yeni yönetimin bilançolarını hazırlayıp, bu tesbitler sonrasında eski yönetimin zararlarını ortaya çıkarması, zararların giderilmesi için eski yöneticilere çağrıda bulunması, bundan sonuç alamazsa hisselerle el koyması gerektiği kaydedildi. Yasal sürecin izlenmediğini öne süren ve bu aşamada hisselerle el konulmasının haksız olduğunu iddia eden davacılar, ilk olarak banka yönetimince pay defterinde başka işlemler yapılmaması için ihtiyati tedbir isteminde bulundular. Başvuruda dava konusu hisselerle ilgili anlaşmazlığın giderilerek pay defterine yapılan "haksız tescil" in iptali de istendi.

Emlak Bankası'ndan Tatil Kredisi

Türkiye Emlak Bankası, tatil kredisi kullanırmaya başladı. Emlak Bankası'ndan yapılan açıklamaya göre, tatil kredisinde 3 ay vadede % 4.20, 6 ay vadede % 4.10 faiz uygulanacak. 9-24 ay vadeli tatil kredileri ise % 4'den kullanılacak. Tatil masraflarının finansmanına yönelik kredilerde, 2 aydan 5 aya kadar ödemesiz dönemli kredi uygulaması da bulunuyor. Ödemesiz dönemli kredilere, 2 aylık sürede 0.20 puan, 5 aylık sürede 0.50 puan faiz ilave edilecek.

EGS Bank İnternette

EGS Bank da internet bankacılığına geçti. "www.egsbank.com.tr" adresiyle internet bankacılığını devreye sokan EGS Bank müşterilerine daha hızlı ve avantajlı hizmet vermeye başladı. EGS Bank Genel Müdürü Kubilay Kırman, EGS Bank'tan işlem yaptırmak isteyenlerin herhangi bir yazılım satın almak zorunda olmadıklarını belirterek, "İnternet üzerinden yapılacak işlemler için komisyon veya masraf ödenmeyecek. Ayrıca, müşterilerimizin ileri vadeli para transferi işlemi yapabilmelerine de olanak sağladık" dedi.

Akbank: Birkaç Banka Alabiliriz

Akbank Genel Müdürü Özen Göksel, "Yabancı bankalardan gelecek ortaklık tekliflerine açığız. Pazar payımızı arttıracak bir veya birkaç bankanın satın alınması gündemimizde" dedi. Göksel, düzenlediği basın toplantısında, Akbank'ın 1999 yılı faaliyet sonuçlarını değerlendirdi, 2000'li yıllar için geliştirdiği strateji ve hedeflerini açıkladı. Göksel, Akbank'ın 2000'li yıllar için geliştirdiği strateji hedeflerini açıklarken de, günümüzde yeni ortaklıklar ve birleşmeler şirketlerin büyümesi ve bu yolla pazar paylarını yükseltmelerinin önem kazandığına dikkat çekti. Sabancı Holding olarak yabancı ortaklıklar kurmakta ve bunları yönetmekte son derece tecrübeli olduklarını hatırlatan Göksel, şöyle devam etti:

"Akbank'ın özkaynağını yükseltecek, pazar payını arttıracak yurtdışı piyasalarla ilişkilerini geliştirecek, sonuçta bankamıza ve ülke ekonomisine katkıda bulunacak yabancı bankalardan gelecek tekliflere ilgi duyduğumuzu ve değerlendirmeye alacağımızı belirtmek isterim. Özkaynağımızın büyüğünün verdiği olanaklarla pazar payımızı arttıracak, özellikle aktif kalitesi iyi bir veya birkaç banka-

nın satın alınması gündemimizdedir. Halen Mevduat Sigortası Fonu'nun idaresinde bulunan bankaların satış yönteminin belirlenmesinden sonra, bu bankalarla ilgilenebileceği gibi diğer bankalarla ilgili uygun koşullardaki teklifleri de değerlendirebiliriz."

Göksel, Fon'daki bankaların satış yönteminin ne olması gerektiğinin sorulması üzerine de, bu bankalarda yüksek oranda "batak, donmuş" alacak bulunduğuna işaret ederek, öncelikle bunların ayıklandıktan sonra bir görüş belirlenmesi gerektiğini vurguladı. Özen Göksel, "Açık arttırma mı olacak, yoksa paraya bakmadan bankaları ekonomiye kazandıracak bir grup mu seçilecek, belirlenmesi gerekiyor. Fon yönetiminden açıklama bekliyoruz" dedi.

Akbank'ın Net Kârı 318 Trilyon Lira

Akbank Genel Müdürü Özen Göksel, ekonomik durgunluk, belirsizlik ve deprem felaketi gibi olumsuz faktörlere rağmen Akbank'ın 1999 yılında büyüme ve kârlılığını korumayı başardığını belirtti. Göksel, 1998 yılına göre toplam mevduatın, % 81'lik artışla 2.6 katrilyon liraya, özkaynakların % 68'lik büyümeyle 758 trilyon liraya, toplam aktiflerin % 81'lik artışla 4.3 katrilyon liraya ulaştığını kaydetti.

Brüt kârın % 66 artışla 477 trilyon liraya, vergi sonrası kârı ise % 60.9 büyüyerek 318 trilyon liraya çıktığını anlatan Göksel, deprem dolayısıyla ödemek zorunda kaldıkları 46 trilyon lira tutarındaki ek verginin, 1999 yılı kârını bu miktarda azalttığını vurguladı.

Göksel, elde ettikleri brüt kâra göre, geçen yıl günlük kârın 1.3 trilyon lira, iş günü kârının ise 2 trilyon lira olarak gerçekleştiğini söyledi. Göksel, geçici vergi olarak da "15 Şubat 2000 Salı" günü 122 trilyon lira vergi ödediklerini bildirdi.

Bank Kapital'e Yeni Müdür

Bank Kapital'in İzmir Şubesi'nde Bölge Koordinatörü olarak görev yapan Okan Tuncel, Bank Kapital Genel Müdür Yardımcılığına atandı. Bank Kapital'de Kurumsal Pazarlama'dan sorumlu Genel Müdür Yardımcılığı görevini yürütecek olan Tuncel, Yapı Kredi Bankası Ege Bölge Müdürlüğü'nde uzman yardımcısı olarak başladığı meslek hayatına, 1996 yılında Bank Kapital'de devam etti.

Fon'daki Bankalara İtalya da Talip Oldu

İstanbul'dan sonra dün Ankara'da yoğun görüşmeler yapan İtalya Dış Ticaret Bakanı Piero Fassino, Mevduat Sigorta Fonu'nun elinde bulunan bankalara İtalyanlar'm da talip olduğunu bildirdi. Devlet Bakanı Recep Önal, "İtalyanlar bankalarla özellikle ilgileniyor" dedi.

Merkez Bankası Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu tarafından el konulan 8 bankaya İtalyanlar da talip oldu. Kalabalık bir işadamları heyetiyle birlikte Türkiye'ye gelen İtalya Dış Ticaret Bakanı Piero Fassino, Ankara'da Enerji Bakanı Cumhur Ersümer, Devlet Bakanları Tunca Toskay ve Recep Önal ile görüştü. Fassino, görüşmeleri sırasında Fon kapsamındaki bankalar da dahil olmak üzere Türkiye'deki özelleştirmelerle yakından ilgilendiklerini, İtalyan işadamlarını bu yönde desteklediklerini bildirdi.

Devlet Bakanı Recep Önal, İtalya Dış Ticaret Bakanı Piero Fassino ile yaptıkları görüşmeden sonra gazetecilerin sorularını yanıtladı. İtalyanların finans kesimi, Telekom, GSM ve enerji özelleştirmelerine büyük ilgi duyduklarını söyledi. İtalyanların fondaki bankalarla özellikle ilgilendiklerini ifade eden Önal, "Her türlü imkan var. İsterlerse şube açabilirler, isterlerse bir banka satın alabilirler" dedi.

Önal, Fon'daki bankaların satışıyla ilgili bir soruya şu yanıtı verdi: "Biz masanın üstüne hiçbir bankamızı koymadık. Biliyorsunuz bunların içiyle ilgili operasyon daha devam ediyor. Bunlar satılabilir durumda değil. Daha istediğimiz, onlarda düşündüğümüz rehabilitasyonu yapamadık. Biz başka bir şey yapmayı düşünüyoruz" dedi.

Borusan Yatırım Bankası Kuruyor

Borusan Grubu, yatırım bankası kurmak üzere Hazine'ye başvurdu. Borusan Yatırım Bankası adıyla kurulacak şirketin % 15'i Borusan Yatırım ve Pazarlama'ya ait olacak. Borusan Grubu şirketlerinin iştirak etmesi planlanan banka, özellikle altyapı projelerine finansman sağlamayı hedefliyor. Borusan, yatırım bankası ile enerji, otomotiv ve inşaat gibi sektörler başta olmak üzere tüketici finansmanı, finansal kiralama ve alternatif fonlama olanakları sunmayı planlıyor.

Osman Tunaboşlu: Rehabilitasyon Edilirken Bankalar Ölüyor

Ziraat Bankası Genel Müdürü Osman Tunaboşlu, özelleştirme kapsamına alınan bankaların, "rehabilitasyon edilirken öldüğünü" söyledi. 136 yıl önce tarım sektörüne destek amacıyla kurulan Ziraat Bankası'nın geleneksel işlevlerinin henüz bitmediğini söyleyen Tunaboşlu, "En iyi yol, kurumun kendi kendini özelleştirmesidir" dedi.

Kamu Bankalarının özelleştirilmesi; Dünya Bankası'nın 750 milyon dolarlık Mali Sektör Uyum Kredisi dolayısıyla, ekonomi gündeminin sıcak konularından birini oluşturuyor. Dünya Bankası, üç kamu bankasının tek bir yasanın şemsiyesi altında özelleştirilmesini öneriyor. Buna karşılık Tunaboşlu, bankanın nasıl özelleştirileceğine ilişkin özgün bir yasa taslağı hazırlayarak Hazine'ye gönderdi. Bankacılık sektöründen sorumlu Hazine Müsteşar Yardımcısıyken, Ziraat Bankası Genel Müdürlüğü'ne getirilen Tunaboşlu, Ziraat Bankasının nasıl özelleştirilmesi gerektiğini şöyle anlattı:

Bankaların, bugünkü sistem içinde özelleştirilmesi doğru değil. Özelleştirme kapsamına alınan bankalar, rehabilitasyon edilirken ölüyor. Personel motivasyonunu kaybediyor, müşteri portföyü azalıyor. Ziraat Bankası'nın Türk çiftçisine hizmet görevi henüz bitmemiştir. O nedenle Ziraat Bankası, hem özel hukuka tabi bir A.Ş. olarak ticarileşebilir ama aynı zamanda tarıma dönük geleneksel işlevlerini sürdürebilir. Ziraat Bankası'nın yeniden yapılanmasına ilişkin çalışmamızda Banka ile Tarım Kredi Kooperatifleri (TKK) arasında fonksiyonel bir bağ öngördük. Bu bağ geçmişte vardı fakat daha sonra çıkarılan bir yasayla koparıldı.

TKK'nın Banka'da % 11 hissedar olmasını öngörüyoruz. Banka da kooperatiflerin yönetimlerinde temsilci bulunduracak. Kullandığı kredilerin amacına uygun olup olmadığını denetleyecek. Ziraat Bankası, Tarım Kredi Kooperatiflerinin reeskont mercii olacak. Küçük çiftçi ile doğrudan kooperatifler muhatap olacak. Ziraat Bankası, kârlı olmadığı bölgelerden çekilecek. Çağdaş bankacılığın gereklerine uygun olarak çalışacak. Ama tarım kesimine, ürün veya bölge bazında projeler hazırlayıp finansman sağlayacak.

Yasanın amacı: Banka'yı çağdaş bankacılığın ve uluslararası rekabetin gereklerine göre çalışacak ve halka açılmak suretiyle özelleştirilmesini sağlayacak şekilde yeniden yapılandırmak, olarak belirtiliyor. Ziraat Bankası, özel hukuka tabi, kârlılık ve verimlilik ilkelerine göre çalışan, çalışmalarında özerk bir A.Ş. olacak.

Bankanın amaçları: "Küçük ve orta ölçekli tarımsal üreticilerin kredi ihtiyaçlarını karşılamak, ülke tarımının gelişmesi için bölge ve ürün bazında projeler hazırlamak, Yurtdışı tarım ve finans kuruluşlarıyla işbirliği sağlayarak proje hazırlanması ve uygulanması aşamalarında teknoloji ve finans

desteği sağlamak, Tarım ve tarıma girdi sağlayan sanayinin üretim ve ihracatının artırılması başta olmak üzere ekonominin her kesiminin gelişmesine katkıda bulunmak" olarak sıralandı.

Sermaye; Banka'nın sermayesi, her biri 10 milyon lira değerinde elli milyon hisseye ayrılmış olarak 500 trilyon Türk Lirası olarak öngörülüyor.

Hisse Senetleri; A,B ve C gruplarına ayrılmak üzere Bankanın hisse senetlerinin tamamı ada yazılı. A grubu hisseler Hazine'ye, % 11'i temsil eden B grubu hisseler, Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği'ne ait olacak. Sermayenin % 49'unu temsil eden C grubu hisseler, halka arz edilmek üzere, Hazine'ce taahhüt edilecek.

Finansbank Romanya'da Banka Aldı

Finansbank, Romanya'da bir bankanın çoğunluk hissesini satın aldı. Finansbank'dan İMKB'ye gönderilen açıklamaya göre, merkezi Romanya'da bulunan 73 milyar 279 milyon 998 bin Lei sermayeli Banca de Credit Industrial si Commercial S.A. bankasının toplam hisselerinin % 50.07'sini oluşturan 1 milyon 706 bin 566 adetlik kısmını şirket ortaklarından satın aldı. Bu arada, Finansbank A.Ş. Yönetim Kurulu, 1 trilyon lira sermaye ile kurulacak Finans Portföy Yönetimi A.Ş.'ye 700 milyar lira ile iştirak edilmesini kararlaştırdı.

Finansbank'ın Net Kârı 65.7 Trilyon

Finansbank, 1999 yılında 65.7 trilyon liralık net kâr gerçekleştirdi. Finansbank Genel Müdürü Onur Umut, bankanın 1999'da brüt kârını % 98 arttırarak 92.6 trilyon liraya ve net kârını % 89 arttırarak 65.7 trilyon liraya çıkardığını bildirdi.

Türkiye Halk Bankası'nın Yurtdışında Bono Satışı

Halkbank, yurt dışına bono ihraç edecek. Halkbank'tan yapılan açıklamaya göre Banka, The Chase Manhattan Bank ve Commerzbank AG tarafından ortaklaşa sunulan 200 milyon Euro ve/veya 200 milyon dolarlık bono ihracına ilişkin talepleri değerlendirerek, yurt dışı bono ihracına karar verdi. Bu konuda alınan teklifin esas olarak Avrupa'daki yatırımcıları hedeflediği, Euro cinsinden bono ihracını içerdiği belirtildi.

Garanti Bankası'nın Tansaş Satışı

Garanti Bankası, Tansaş'ın % 10 hissesini, 34.5 trilyon lira bedelle Start Investments Limited'e sattı. Garanti Bankası'ndan İMKB'ye gönderilen açıklamada, banka ya da aracı kurum kullanmaksızın yabancı sermaye mevzuatı kapsamında gerçekleşen satıştan 26.8 trilyon lira kâr elde edildiği bildirildi. Açıklamaya göre, 18 Şubat'ta gerçekleşen satışa ilişkin bedel, nakit ve peşin olarak tahsil edildi.

Demirbank da Fondaki Bankalara Talip

Demirbank Genel Müdürü Akçakayalođlu, banka olarak Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'nda bulunan bankaların bir ya da bir kaçını satın almak istediklerini, ancak bu konuda kesin kararı vermek için Fon'da bulunan bankaların durumunun netleşmesini beklediklerini söyledi. Demirbank'ın 1999 yılı performansının değerlendirildiği basın toplantısında konuşan Akçakayalođlu, Fondaki bankalara aynı zamanda yabancı bankalarında talip olduğunu belirterek, "Önümüzdeki günlerde banka alımları konusunda ilginç kombinasyonlar yaşanabilir" dedi. Akçakayalođlu, kamuoyunda sıkça tartışılan mevduat garantisinin de kademeli olarak kaldırılması gerektiğini söyledi.

EGS Bank'tan Sanal Kredi Kartı

EGS Bank, internet kullanıcılarında hesap güvenliğini sağlayan ve sadece sanal ortamlarda kullanılacak MasterCard logolu sanal kredi kartı çıkardı. EGS Bank'ın kredi kartlarına sahip olanlar, hiç bir bedel ödemeksizin alabilecekleri sanal kartı ek kart gibi kullanabilecekler. "Sanal Card" adı verilen sanal kredi kartı, internet üzerinden yapılacak harcamalarda, abonelik ödemelerinde, telefon siparişlerinde, mektup ve telefonla yapılan satış işlemlerinde kullanılacak.

Yapı ve Kredi Bankası İrlanda Şirketini Satıyor

Yapı ve Kredi Bankası Yönetim Kurulu, İrlanda'da faaliyet gösteren Yapı Kredi International Financial Services Limited şirketini satma kararı aldı. Yapı Kredi'den İMKB'ye gönderilen açıklamaya göre, 500 bin dolar sermayesinin tamamı bankaya ait şirket, 1 milyon 650 bin dolar bedelle İrlanda'da kurulu Stork Financial Investments'a peşin olarak satılacak.

Demirbank Konutta Vadeyi 20 Yıla Çıkardı

Demirbank, 20 yıla kadar vadeli konut kredisi uygulaması başlattı. Demirbank'tan yapılan açıklamada, uzun vadeli konut kredisinin, düşük faiz, kira öder gibi küçük taksitlerle ödeme, ücretsiz hayat sigortası avantajları ve kefihsiz alınabilme özellikleri taşıdığı bildirildi. Açıklamaya göre, krediyi ilk yıl sabit % 2.90 faiz uygulanacak. Sonraki yılların faiz oranı, DİE'nin her ay açıkladığı Tüketici Fiyat Endeksi'ne (TÜFE) bağlı olarak değişecek.

Kentbank Yabancılarla Evliliğe Hazırlanıyor

Süzer Grubu'na ait Kentbank yabancılarla evlilik hazırlığına başladı. Kentbank Genel Müdürü Veysel Bilen, yeni bankasında görevine başlamasından üç ay sonra düzenlediği basın toplantısında, "Kentbank'ı yabancı ile evlendirmek istiyorum" dedi.

1999 sonu itibarıyla % 113 oranında artışla 13.9 trilyon liralık net kâr ettiklerini açıklayan Bilen, Kentbank'ın önümüzdeki üç yıl içinde Türkiye'nin ilk 10 bankası arasına girmeyi hedeflediğini söyledi. İleri teknolojiyi nitelikli insan kaynağı ile birleştirerek 2000'lerde en iyiler içinde olmak için hazırız diyen Bilen, şunları söyledi:

"Bankacılık sektöründe rekabetin iyice artacağı yeni bir dönem başlıyor. Biz bu rekabette, en iyisini yapacağımız konusunda iddialyız. Ayrıca sektörde önümüzdeki beş yıl içinde önemli birleşmeler olabilir. Bunlar, duruma göre bazen görücü usulü, bazen de anlaşarak olabilir. Bankaların yabancı evliliklere hazırlıklı olması lazım. Patronların da hazırlanması gerekir. Ben böyle hazırlığı kendime görev biliyorum. Benim için müşterinin, çalışanın ve patronun mutluluğu çok önemlidir. Kentbank'ı halka açmak beni yeterince tatmin etmez. Şirketi üç yıl içinde hem halka açık hem de yabancı evliliğe hazır hale getirmek istiyoruz."

Yapı ve Kredi Bankası'nın Kârı 211.3 Trilyon Lira

Yapı ve Kredi Bankası'nın (YKB) 1999 yılı net dönem kârı, bir önceki yıla göre % 148.2 oranında artarak 211 trilyon 276 milyar 596 milyon lira oldu. YKB, 1998 yılında 85 trilyon 119 milyar 284 milyon lira net kâr elde etmişti. YKB'den yapılan açıklamada, 1999 yılının zorlu iç ve dış ekonomik şartları altında bilanço aktif toplamını % 102 oranında artırarak 4.9 katrilyon liraya çıkaran YKB'nin bu büyümedeki en önemli kaynağını mevduat kalemindeki artışın oluşturduğu vurgulandı. Yaygın şube ağı ve alternatif dağıtım kanallarının etkin kullanımı sonucunda toplam mevduatın bir

önceki yıla göre % 104 artarak 3.5 katrilyon liraya çıktığı belirtilen açıklamada, yurtdışı kaynakların da 160 milyon dolarlık artışla 715 milyon dolara ulaştığı kaydedildi.

EGS Bank'ın Sermayesi Arttı

EGS Bank sermayesini iki katı arttırarak 80 trilyona yükseltti. Bankadan yapılan açıklamada İsmail Canseven, Kubilay, Kırman, Okan Oğuz, Yavuz Gürsel, M. Kemal Kasapoğlu, Adnan Mete ve Mete Oğuz'un yönetim kuruluna seçildikleri de belirtildi. Bankanın 1999 yılı faaliyetleri hakkında bilgi veren Genel Müdür Kırman, yıl sonu itibarıyla aktif büyüklüğünün bir önceki yıla göre % 147 artarak 356.4 trilyona, özkaynaklarının da % 218 artarak 42.8 trilyona yükseldiğini söyledi.

İş Bankası'na Rekor Sermaye Artırım İzni

Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), İş Bankası'nın rekor sermaye tavanına izin verdi. İş Bankası'nın sermaye tavanını 650 trilyon liradan 1 katrilyon 500 trilyon liraya çıkarmak için yaptığı başvuru SPK tarafından kayda alındı. Sermayesi 279 trilyon 399 milyar lira düzeyinde bulunan banka, bu yıl 83 trilyon 837 milyar liralık bedelli, 194 trilyon 764 milyar liralık bedelsiz, gelecek yıl 167 trilyon 417 milyar liralık bedelli, 314 trilyon 583 milyar liralık bedelsiz, 2002 yılında da 294 trilyon 202 milyar liralık bedelli, 165 trilyon 798 milyar liralık bedelsiz artırım öngörüyor.

Türkiye Halk Bankası Faiz Oranlarını İndirdi

Halkbank, ekonomideki ve maliyetlerdeki gelişmeler üzerine kredi faizlerini 20-35 puan arasında düşürerek, bu yılın ilk faiz indirimini gerçekleştirdi. Banka, yeni faiz oranlarını 1 Mart 2000 tarihinden itibaren uygulamaya başladı. Halkbank'taki faiz indirimleri şöyle; ticari kredi faizleri % 110'dan % 80'e indi, spot krediler % 85'den % 45 - 50'ye indi, sanayici (KOBİ) kredileri % 110'dan % 75'e indi, büyük ölçekli KOBİ kredileri % 110'dan % 75'e indi, ileri teknoloji kredisi % 80'den % 60'a indi, bilgisayar yazılım ve ürün geliştirme kredisi % 80'den % 60'a indi, ISO 9000 Kalite Standartları Belgesi ile Fuar ve Sergilere Katılma kredisi de % 75'den % 70'e indi, KOBİ'lere aylık destek kredisi % 7'den % 4.5'e indi ve tüketici kredileri de aylık % 6.75'den % 4.5'e indi.

Ziraat Bankası Tarım Kredi Faizlerini İndirdi

Ziraat Bankası tarımsal kredilere uyguladığı faiz oranlarını, "1 Mart 2000" tarihinden itibaren % 40.36'ya indirdi. IMF ile yapılan stand-by anlaşması çerçevesinde düzenlenen niyet mektubunda yer alan hükümler gereğince, tarımsal kredilere uygulanmakta olan faiz oranlarının, Hazine'ce belirlenen gösterge faiz oranına göre tespit edildiği bildirildi. Tarımsal kredi faiz oranlarının, gösterge faiz oranında meydana gelecek değişikliklere göre her ay belirlendiği belirtilen açıklamada, gösterge faiz oranının Ocak ayı için % 103.7, Şubat ayı için % 68.44 ve Mart ayı için ise % 40.36 olarak tespit edildiği kaydedildi.

Burhan Karaçam Koçbank'ta

Bir süredir Koç Holding'e danışmanlık hizmeti veren Yapı ve Kredi Bankası eski Genel Müdürü Burhan Karaçam, artık Koç Grubu'nda doğrudan görev yapacak. Karaçam, Koçbank'ta önce yönetim kuruluna girecek, sonra da Yönetim Kurulu Başkanı olacak. Karaçam'ın yeni görevi ile ilgili resmi açıklama, Koç Holding Yönetim Komitesi tarafından da yazılı olarak yapıldı.

Görüşler

Yrd. Doç. Dr. RAMAZAN GÖKBUNAR

Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F. Maliye Bölümü Araştırma Görevlisi

MUSTAFA MİYNAT

Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F. Maliye Bölümü Araştırma Görevlisi

Avrupa Birliği'nde Devlet Yardımlarının Sınıflandırılması ve Uygulama Teknikleri

Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde son yıllarda araştırma-geliştirme, çevre korunması, bölgesel kalkınma, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ) gelişimi için uygun ortam oluşturulmasının desteklenmesi gibi alanlarda daha selektif teşvik uygulamaları ağırlık kazanmaya başlamıştır. Temel olarak, AB sanayiinin rekabet gücünün artırılmasında sanayiinin yapısal değişikliklere uyumunun hızlandırılması, işletmeler arası iş-

birliğinin artırılması için uygun ortamın oluşturulmasına yönelik devlet yardımları ön planda yer almaktadır.

I- Amaçlarına Göre Devlet Yardımları

AB ülkelerinde sanayiye verilen devlet yardımlarının sınıflandırılmasında "yatay amaçlar", "özgün sektörler" ve "bölgesel amaçlar" temel alınmaktadır⁽¹⁾;

- Yatay Amaçlara İlişkin Devlet

Yardımları;

'Araştırma–Geliştirme', 'Çevre', 'Küçük ve Orta Boy İşletmeler', 'İhracat', 'Enerji Tasarrufu', 'Genel Yatırım' ve diğer amaçlardır.

• Özgün Sektörlere İlişkin Devlet Yardımları;

'Çelik Sektörü', 'Gemi Yapımı', 'Ulaştırma Sektörü', 'Kömür' ve diğer sektörlerdir.

• Bölgesel Amaçlı Devlet Yardımları;

Bölgesel amaçlı devlet yardımları, RA madde 92 (3)c ve 92 (3)a kapsamındaki bölgelere yönelik yapılan yardımlardır.

RA madde 92(3)c kapsamındaki bölgeler; en düşük gelişmişlik düzeyindeki bölgeler dışındaki bölgelerdir. Ticaret koşullarını ortak çıkarlara zarar verecek ölçüde olumsuz yönde etkilemeden belirli ekonomik bölgeler veya belirli ekonomik faaliyetlerin gelişimini kolaylaştırmak için bölgesel amaçlı devlet yardımları sağlanmaktadır.

RA madde 92(3)a kapsamındaki bölgeler; en düşük gelişmişlik düzeyindeki bölgelerdir. Yaşam standardının anormal ölçülerde düşük olduğu veya ciddi bir eksik istihdamın hüküm sürdüğü bölgelerin ekonomik gelişimini desteklemeye yönelik devlet yardımları verilmektedir.

Komisyon, bölgesel yardımlarının yapılabilmesi için ilgili olarak iki kademeli inceleme yapmaktadır⁽²⁾;

(i) Bölgesel farklılığın ülke bazında tesbitinde, "kişi başına Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) ya da faktör fiyatlarıyla Gayri Safi Katma Değer (GSKD)", "Yapısal İşsizlik" göstergelerinden yararlanılmaktadır.

(ii) Bölgesel farklılığın Birlik bazında ölçülmesi, "GSYİH/GSKD ve yapısal işsizlik ulusal sınırlarının tespiti", "Birlik ortalaması dikkate alınarak ülke sınırının yeniden tespiti" ile belirlenmektedir.

Ülke bazında bölgesel gelir farklılığının olup olmadığının belirlenmesi, o bölge gelirinin (GSYİH ya da GSKD cinsinden) ülke ortalamasının ne kadar altında kaldığı şeklinde olmaktadır. Bölge ortalamasının ülke ortalamasının % 15 ve daha fazla altında olması durumunda minimum bölgesel farklılık söz konusu olmaktadır.

Ülke bazında bölgesel işsizlik farklılığının olup olmadığı ise, ülke işsizlik değeri 100 olarak alındığında bölge işsizlik değerinin 110'un altında olup olmaması suretiyle belirlenmektedir. Eğer üye ülke işsizlik ortalaması 100 olarak alınırsa, minimum bölgesel farklılıktan söz edebilmek için o bölge işsizlik ortalamasının bu değerinin en az 10 puan üzerinde olması gerekmektedir.

GSYİH/GSKD ve yapısal işsizlik ulusal sınırı, üye devletin gelir ve yapısal işsizlik durumunu Birlik ortalamasının yüzdesi olarak gösteren endekstir.

Bölgesel kalkınmayı hedefleyen devlet yardımlarının yapıldığı bölgeler⁽³⁾": "Yunanistan'ta, tüm bölgeler", "İrlanda'da tüm bölgeler", "Portekiz'de, tüm bölgeler", "İtalya'da, Mezzogiorno", "İspanya'da, Extremadura, Andalusia, Castile-La Marche, Galicia, Cast ile-Leon, Murcia, Canary Islands, Ceuta-Melilla", "İngiltere'de, Kuzey İrlanda"dır. Bu bölgelerin haricinde de kalkınmışlık farklılıklarının giderilmesi için özel programlarla çeşitli bölgelerde devlet yardımları yapılması olanağı bulunmaktadır.

AB ülkeleri tarafından bölge ve sektör dikkate alınmayarak "genel ekonomik gelişme", "ulusal ekonominin yeniden yapılandırılması", "uyum zorluğu yaşayan işletmelerin yeniden yapılandırılması" vb. amaçlarla genel teşvikler de verilmektedir.

II – Niteliklerine Göre Devlet Yardımları

AB Komisyonu tarafından yayınlanan VI. AB İmalat Sanayi ve Diğer Sektörlerdeki Devlet Yardımları İle İlgili Rapor'da, AB'nde uygulanmakta olan teşvikler A, B, C ve D grubu yardımlar olmak üzere 4

grupta sınıflandırılmaktadır. Bu yardımlar⁽⁴⁾:

• *A Grubu Devlet Yardımları;*

A Grubu devlet yardımları nakdi yardımlardır. Hibeler, faiz sübvansiyonu, AR-GE faaliyetlerinin finansmanı, vergi kredileri, vergi indirimini veya muafiyeti, sosyal sigorta primlerinde indirimlerdir.

Bu grupta verilen devlet yardımlarının verilmesi, belirli bir üretim dalı, işletme şekli, mali durumu vb. kriterlere bağlanmıştır. Bu yardımların nasıl, hangi sektörlerle verileceği, vergi kolaylıklarının ne tür vergileri kapsayacağı gibi konularda açıklık yoktur. Bu durum tamamen üye devletlerin yorumuna bırakılınca da gizli devlet yardımları ortaya çıkmaktadır. Bu gruptaki devlet yardımlarından AB'de en çok kullanılan teşvik teknikleri nakit yardımı ve vergi indirimidir.

• *B Grubu Devlet Yardımları;*

B grubu devlet yardımları, özel ve kamu kuruluşlarına, normal koşullarda devletin öz sermayeye "hisse senedi" yoluyla katılımı şeklinde yapılan finansal bir transfer şeklinde olmaktadır. Normal piyasa koşullarında bir işletmenin hisselerinin fazla talep görmediği durumlarda Devlet bu işletmelerin sermayeleri-

ne katılarak içinde buldukları zor durumunu aşmalarına yardımcı olacak fon akımını sağlamaktadır.

• **C Grubu Devlet Yardımları;**

C Grubu devlet yardımları, "düşük faiz oranları" ve "ertelenmiş vergi"dir.

Düşük faiz oranları, "kamu veya özel kaynaklı düşük faizli krediler", "kamu veya özel kaynaklı katılım

kredileri", "başarı halinde geri ödenecek avanslar" şeklindedir.

Vergi ertelenmesi şeklinde uygulanan sübvansiyonlarla Devlet, ürettikleri malın cinsi, faaliyette buldukları sektör, sahip oldukları işletme şekli veya ölçeği ve faaliyette buldukları bölge unsurlarından herhangi biri nedeniyle aralarında birlik bulunan bir grup işletmeyi, ödemekle yükümlü oldukları vergiden tamamen veya kısmen muaf

Tablo 1

AB Ülkelerinde Yardım Türüne Göre İmalat Sanayine Verilen Devlet Yardımları (1994-1996)

| | A Grubu | | B Grubu | | C Grubu | | D Grubu | Toplam |
|------------|--------------|----------------|-------------------|---------------------|------------------|------------|---------|--------|
| | Nakit Yardım | Vergi İndirimi | Özkaynak Katılımı | Uygun Koşullu Kredi | Vergi Ertelemesi | Garantiler | | |
| Avusturya | 79 | 0 | 0 | 14 | 0 | 7 | 100 | |
| Belçika | 54 | 35 | 1 | 3 | 0 | 6 | 100 | |
| Danimarka | 83 | 10 | 0 | 5 | 0 | 2 | 100 | |
| Almanya | 55 | 15 | 1 | 22 | 1 | 5 | 100 | |
| Yunanistan | 66 | 13 | 0 | 3 | 0 | 18 | 100 | |
| Finlandiya | 81 | 3 | 0 | 15 | 0 | 1 | 100 | |
| İspanya | 93 | 0 | 0 | 6 | 0 | 0 | 100 | |
| Fransa | 44 | 38 | 4 | 3 | 1 | 10 | 100 | |
| İrlanda | 89 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 | 100 | |
| İtalya | 43 | 42 | 9 | 6 | 0 | 0 | 100 | |
| Lüksemburg | 92 | 4 | 0 | 4 | 0 | 0 | 100 | |
| Hollanda | 73 | 13 | 0 | 3 | 2 | 9 | 100 | |
| İsveç | 61 | 19 | 2 | 18 | 0 | 0 | 100 | |
| Portekiz | 82 | 8 | 0 | 2 | 0 | 8 | 100 | |
| İngiltere | 88 | 5 | 0 | 2 | 1 | 4 | 100 | |
| (AB+15) | 57 | 23 | 3 | 13 | 1 | 4 | 100 | |

Kaynak: European Commissino, Sixth Survey on State Aid in The European Union in The Manufacturing And Certain Other Sectors, Brussels, 1998, s. 17.

tutarak ya da vergi indirimi şeklinde sübvansiyonlar uygulayarak vergi yükü bakımından daha avantajlı duruma getirmeyi amaçlamaktadır.

• **D Grubu Devlet Yardımları;**

D Grubu devlet yardımları, "devlet garantisi" şeklinde nominal olarak ifade edilebilen garantilerdir. Bu yardımlar; "garanti programının kapsadığı miktarlar" ve "ödenen prim hariç olarak garanti programlarından kaynaklanan kayıplar"dır.

Bu gruptaki teşviklerin amaçları, ticaret ve ihracatı artırmak, şirket kur-tarma operasyonlarını desteklemek, KOBİ'lerin gelişmesini sağlamak için verilmektedir.

III- Devlet Yardımlarının Uygulama Teknikleri

AB'de devlet yardımlarının uygulanış araç ve teknikleri⁽⁵⁾; nakit yardımları, vergi indirimleri, devletin sermayeye hisse senedi yoluyla katılımı, iyileştirilmiş krediler ve devlet garantileridir.

Tablo 2

AB Ülkelerinde İmalat Sanayine Verilen Devlet Yardımları

| | Yatay Amaçlar | | Spesifik Sektörler | | Bölgesel Amaçlar | |
|------------|---------------|-----------|--------------------|-----------|------------------|-----------|
| | 1992-1994 | 1994-1996 | 1992-1994 | 1994-1996 | 1992-1994 | 1994-1996 |
| Avusturya | — | 74 | — | 13 | — | 13 |
| Belçika | 56 | 46 | 19 | 29 | 26 | 25 |
| Danimarka | 73 | 84 | 26 | 14 | 1 | 2 |
| Almanya | 14 | 19 | 6 | 7 | 1 | 2 |
| Yunanistan | 53 | 31 | 20 | 3 | 27 | 66 |
| İspanya | 38 | 24 | 43 | 63 | 19 | 13 |
| Finlandiya | — | 74 | — | 2 | — | 23 |
| Fransa | 70 | 51 | 11 | 15 | 19 | 34 |
| İrlanda | 36 | 37 | 0 | 7 | 63 | 56 |
| İtalya | 35 | 31 | 12 | 11 | 53 | 58 |
| Lüksemburg | 29 | 33 | 0 | 2 | 70 | 65 |
| Hollanda | 76 | 74 | 5 | 10 | 19 | 17 |
| Portekiz | 23 | 24 | 36 | 52 | 41 | 24 |
| İsveç | — | 34 | — | 4 | — | 61 |
| İngiltere | 32 | 22 | 16 | 19 | 53 | 59 |
| Toplam | 31 | 30 | 11 | 13 | 58 | 56 |

Kaynak: European Commission, Sixth Survey On State Aid In The European Union In The Manufacturing And Certain Other Sectors, Brussels, 1998, s. 26.

- **Nakdi Yardım ve Vergi İndirimleri;**

AR-GE Faaliyetlerinin doğrudan Finansmanı, Vergi Kredileri, Vergi İndirimi veya Muafiyeti, Sosyal Sigorta Primlerinde İndirim.

- **Devletin Öz Sermayeye Hisse Senedi Yoluyla Katılım;**

Her türlü hisse senedi alımı (devlet ortaklıkları), kamuya olan borçların tahvile çevrilmesi, iyileşti-

rilmiş krediler, ucuz kredi (özel ve kamu kaynaklarından devlet garantileriyle kredi kullanmak), krediye ilişkin ödemelerin ertelenmesi (geri ödemenin projenin başarıyla tamamlanmasından sonra başlaması veya vergilerin projenin tamamlanmasından sonraya ertelenmesi gibi).

- **Devlet Garantileri;**

Her türlü riskin devlet garantisiyle karşılanmasında, uygulamada

Tablo 3

Toplam Devlet Yardımlarının Üye Devletlerde Dağılımı (%)

| | GSYİH'ya % olarak Oranı | | İstihdam Edilen Kişi Başına Düşen Miktar | | Toplam Kamu Harcama % olarak Oranı | |
|------------|----------------------------|-----------|---|-----------|---------------------------------------|-----------|
| | 1992-1994 | 1994-1996 | 1992-1994 | 1994-1996 | 1992-1994 | 1994-1996 |
| Avusturya | — | 0.6 | — | 325 | — | 1.1 |
| Belçika | 1.5 | 1.3 | 829 | 735 | 2.8 | 2.4 |
| Danimarka | 0.9 | 0.9 | 467 | 481 | 159 | 147 |
| Almanya | 2.3 | 1.9 | 1132 | 978 | 4.5 | 3.7 |
| Yunanistan | 1.3 | 1.1 | 260 | 253 | 2.4 | 2.4 |
| İspanya | 1.1 | 1.2 | 362 | 392 | 2.4 | 2.5 |
| Fransa | 1.2 | 1.1 | 641 | 574 | 2.3 | 1.9 |
| Finlandiya | — | 0.4 | — | 214 | — | 0.7 |
| İrlanda | 1.0 | 0.8 | 335 | 312 | 2.3 | 2.1 |
| İtalya | 2.2 | 2.0 | 781 | 754 | 4.0 | 3.8 |
| Lüksemburg | 2.1 | 1.0 | 1269 | 623 | 4.6 | 2.2 |
| Hollanda | 0.6 | 0.7 | 343 | 379 | 1.1 | 1.2 |
| İsveç | — | 0.7 | — | 346 | — | 1.1 |
| Portekiz | 0.8 | 0.9 | 150 | 162 | 2.0 | 2.1 |
| İngiltere | 0.3 | 0.5 | 121 | 170 | 0.8 | 1.1 |
| Toplam | 1.5 | 1.4 | 631 | 573 | 2.9 | 2.6 |

Kaynak: European Commission, Sixth Survey On State Aid In The European Union In The Manufacturing And Certain Other Sectors, Brussels, 1995, s. 42.

faizsiz kredi veya düşük faizli kredi gibi imkanların Birlikte kullanılması sağlanmaktadır.

IV- Avrupa Birliği'nde Devlet Yardımlarının Genel Bir Değerlendirilmesi

AB'de vergi teşviklerinin nispi önemi azalırken, doğrudan parasal teşvikler ve devlet garantilerinde artışlar gözlenmektedir. Tablo 1'de AB üye ülkelerinde A, B, C, D grubu devlet yardımlarındaki gelişmeler

yer almaktadır.

Tablo 1'de görüldüğü gibi Birlik içinde en sık kullanılan teşvik teknikleri A grubunda yeralan nakit yardımı ve vergi indirimidir. B grubundaki "devlet öz kaynak katkısı" şeklindeki yardım türü önemsiz denilebilecek oranlarda uygulanmaktadır. C grubundaki 'düşük faizli krediler' ve 'vergi ertemeleri', Avusturya, Almanya, İsveç ve Finlandiya'da önemli bir yardım türü olarak uygulanmaktadır. Vergi ertelemele-

Tablo 4

AB Ülkelerinde Başlıca Sektörlerde Toplam Devlet Yardımları (%)

| | Balıkçılık | | İmalat | | Hizmetler | | Madencilik | |
|------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|
| | 1992-1994 | 1994-1996 | 1992-1994 | 1994-1996 | 1992-1994 | 1994-1996 | 1992-1994 | 1994-1996 |
| Avusturya | 0 | 0 | 0 | 41 | 0 | 59 | 0 | 0 |
| Belçika | 0 | 0 | 30 | 42 | 52 | 58 | 18 | 0 |
| Danimarka | 1 | 1 | 46 | 56 | 52 | 44 | 0 | 0 |
| Almanya | 0 | 0 | 50 | 49 | 27 | 34 | 23 | 17 |
| Yunanistan | 0 | 0 | 74 | 68 | 26 | 32 | 0 | 0 |
| İspanya | 2 | 1 | 28 | 42 | 44 | 37 | 26 | 20 |
| Finlandiya | 0 | 1 | 0 | 88 | 0 | 11 | 0 | 0 |
| Fransa | 0 | 0 | 35 | 29 | 48 | 65 | 17 | 6 |
| İrlanda | 3 | 3 | 50 | 55 | 47 | 42 | 0 | 0 |
| İtalya | 1 | 1 | 58 | 58 | 41 | 41 | 0 | 0 |
| Lüksemburg | 0 | 0 | 21 | 35 | 79 | 65 | 0 | 0 |
| Hollanda | 2 | 2 | 38 | 32 | 60 | 66 | 0 | 0 |
| Portekiz | 1 | 1 | 69 | 52 | 29 | 47 | 1 | 0 |
| İsveç | 0 | 1 | 0 | 23 | 0 | 77 | 0 | 0 |
| İngiltere | 1 | 1 | 47 | 35 | 43 | 42 | 10 | 23 |
| Toplam | 0 | 0 | 47 | 46 | 37 | 44 | 16 | 10 |

Kaynak: European Commission, Sixth Survey On State Aid In The European Union In The Manufacturing And Certain Other Sectors, Brussels, 1998, s. 43.

ri, hızlandırılmış amortisman ve vergiden muaf rezervler oluşturulması şeklindeki yardımlar en az düzeyde uygulanmaktadır.

Tablo 2'de AB'de imalat sanayine sağlanan devlet yardımlarındaki 1992-1996 dönemindeki gelişmeler ele alınmıştır.

Tablo 2'de de görüldüğü gibi, toplam devlet yardımları içinde en fazla bölgesel amaçlı devlet yardımları yer almaktadır.

Tablo 3'de tabloda devlet yardımlarının, üye ülkelerin GSYİH'larına, toplam kamu harcamalarına oranları ve istihdam edilen kişi başına düşen miktarı ele alınmaktadır.

1992-1996 döneminde 15 AB ülkesinde toplam devlet yardımları üye devletlerin GSYİH'larının ortalama olarak % 1.4'ü kadardır. Bu oran, aynı dönemde İngiltere'de % 0.5, Portekiz'de % 0.9, Hollanda'da % 0.7, Lüksemburg'ta % 1.0, İtalya'da % 2.0, İrlanda'da % 0.8, Fransa'da % 1.1, İspanya'da % 1.2, Yunanistan'da % 1.1, Almanya'da % 1.9, Danimarka'da % 0.9, Belçika'da % 1.3 oranındadır.

Birlikte, üye devletlerin yaptıkları kamu harcamalarının % 0.7'si (Finlandiya) ile % 3.8'i (İtalya) arasında bir miktar devlet yardımlarına ayrılmaktadır. Miktar itibariyle en yüksek devlet yardımı kullandıran

ülkeler İtalya, Almanya, İspanya ve Fransa gibi birliğin zengin ülkeleridir. AB ülkelerinde 1994-1996 dönemi itibariyle istihdam edilmiş kişi başına yardım miktarı yılda 573 dolar düzeyindedir.

Tablo 4'de AB üye devletlerinin devlet yardımlarının başlıca sektörler itibariyle dağılımı ele alınmaktadır.

AB'de teşvik politikaları konusunda herhangi bir standart yoktur. Ülkelere ve sektörlere göre devlet yardımı mantığı ve uygulama biçimleri farklılıklar göstermektedir. Üye ülkeler devlet yardımlarını daha çok nakit hibe tarzında yapmaktadır. Vergi indirimi ikinci derecede önemlidir. Bu iki yardım türü dışında devletin öz sermayeye ortaklığı ve iyileştirilmiş krediler de önemli bir yer tutmaktadır. AB komisyonu tarafından üye devletler arasında bir teşvik savaşına yol açmayacak bir denge korunarak, devlet yardımları sıkı bir biçimde kontrol edilmektedir.

Yararlanılan Kaynaklar

DPT (1996), Sanayide Yatırımların ve İhracatın Teşviki, Sanayinin Finansmanı, VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Sanayileşme Politikaları Özel İhtisas Komisyonu, Ankara: DPT Yayını.

ESIN, AİRF, AYILIN ALAGÖZ, ŞİRİN ÇALIŞ (1997), Avrupa Birliği'nde Teşvik Sistemleri ve Uygulamalar, İstanbul: İKV Yay. No. 127.

EUROPEAN COMMISSION (1998), Sixth Survey On State Aid The European Union in The Manufacturing And Certain Other Sectors,

EC-564/95, Brussels. İKV (1989), Uluslararası Değişken Sosyo-Ekonomik Konjonktürlerde bir Müdahale Biçimi: Devlet Yardımları-Avrupa Örneği-, İstanbul: İKV Yayınları.

Dipnotları

1- EUROPEAN COMMISSION, Sixth Survey On State Aid The European Union in The Manufacturing And Certain Other Sectors, EC-564/95, Brussels, 1998, s. 20-23.

2- DPT, Sanayide Yatırımların ve İhracatın Teşviki, Sanayinin Finansmanı, VII. Beş Yıllık

lık Kalkınma Planı Sanayileşme Politikaları Özel İhtisas Komisyonu, Ankara, 1996, s. 100.

3- İKV, Uluslararası Değişken Sosyo-Ekonomik Konjonktürlerde Bir Müdahale Biçimi: Devlet Yardımları-Avrupa Örneği-, İKV Yayınları, İstanbul, 1989, s. 18.

4- EUROPEAN COMMISSION, s. 20-23, 54-53.

5- Arif ESİN, Aylin ALAGÖZ, Şirin ÇALIŞ, Avrupa Birliği'nde Teşvik Sistemi-İlkeler ve Uygulamalar-, İKV Yay. No. 127, İstanbul, 1995, s. 29.

KEMAL KURDAŞ

EKONOMİK POLİTİKA ÜZERİNE

İncelemeler-Yorumlar

"Öyle görünmektedir ki, fırsatçı popülist politikacı takımı, dışarda ve içerde borçlanıp günü gün etmek olanağı mevcut olduğu sürece, ekonomik politikada kendiliklerinden hiçbir zaman bilimsel, ciddi politika ve tedbirlere başvurmayacaklardır. Böyle bir tutuma girmeyeceklerdir. Oysa devlet gemisi fırtınalı bir denizde kayalıklara doğru hızla sürüklenmektedir."

Fiyatı: 3.000.000 TL / Öğrencilere indirimli

İsteme Adresi

Binbirdirek Mah. Suterazisi Sokak No: 6/2; Sultanahmet – İstanbul

Telefon: (0212) 518 17 32 Fax: (0212) 518 66 43

SİZ DE ABONE OLUN!

«Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi»ne abone olanlar,
«Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi»ni önce okuyanlardır.

Adı Soyadı :

Firma Adı :

Adres :

Posta Kodu : Tel: Fax:

- Abone olmak istiyorum.
- Yeniden abone olmak istiyorum.
- Lütfen temsilcinizi gönderin (İstanbul'da oturanlar için).

«BANKA VE EKONOMİK YORUMLAR» Aylık Dergi, 12 sayı için 2000 Yılı Abone Koşulları;

YURT İÇİ

6 Aylık: 10.000.000.- TL

1 Yıllık: 18.000.000.- TL

YURT DIŞI

6 Aylık 25 \$

1 Yıllık: 40 \$

Not: Öğrencilere % 30 indirim yapılmaktadır.

Abone bedeli (.....) TL, aşağıdaki işaretli banka hesabınıza havale edilmiştir.

T. İş Bankası
Cağaloğlu Şubesi
Hesap No: 256319

Akbank T.A.Ş.
Nişanca Şubesi
Hesap No 10469-5

Yapı Kredi Bankası
Çemberlitaş Şubesi
Hesap No 2269-9

Ziraat Bankası
Beyoğlu Şubesi
Hesap No. 768

T. Ticaret Bankası
Nuruosmaniye Şubesi
Hesap No: 21345

«EKONOMİK VE SOSYAL YAYINLAR A.Ş.» adına, abone bedeline ilişkin, bankaya yatırdığınız maktubuzun (ve öğrenci iseniz, öğrenci kimliğinizin) fotokopisini, yukarıdaki abone formu ile birlikte lütfen, « Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi; Binbirdirek Mahallesi, Suterazisi Sokak, No. 6 / 2; 34400 Sultanahmet – İSTANBUL » adresine gönderiniz. Ya da şu numaraya Fax geçebilirsiniz: (0 – 212) 518 66 43 • Tel: 518 17 32



Yaşamın tüm keyiflerinde **bir** aradayız.



Potada zaferler Efes Pilsen'le yaşıyor;

kortlarda oyun, set ve maçlar Efes Pilsen'le izleniyor; tiyatrodaki

perdeler Efes Pilsen'le açılıyor;

sinemada gonglar Efes Pilsen'le çalıyor;

bıllarda masalarında klepsler Efes Pilsen'le çekiliyor;

konser salonlarında bis'ler Efes Pilsen'le yapılıyor;

Assos'ta tarih Efes Pilsen'le gün ışığına çıkıyor.

Efes Pilsen'in kültür ve sanata katkıları artarak sürecek,

yaşamın tüm keyiflerinde daima bir arada olacağız.



EFES Pilsen 'in kültür ve sanata katkıları artarak sürecek.



Kendinize iyi bakın. Yeni Mégane kullanın.



Renault
Koruma Sistemi:



Emniyet kemeriyle eşgüdümlü çalışan sürücü, yolcu ve yan hava yastıkları



Göğüs kafesini koruyan programlı tutuşlu emniyet kemeri



Yakın koruma sağlayan yükseklik ayarlı koltuk başlıkları



Her türlü yol şartında emniyetli frenleme sağlayan ABS

Üstün emniyet, en üstün kaliteyi gerektirir. Renault, en üstün kaliteyi, en üstün emniyeti ve en üstün teknolojiyi kullanır.

Kendinize iyi bakmak için bir sağlık uzmanına danışabilirsiniz, ama bu yetmez. Renault-MAIS satış noktalarına da gitmelisiniz. Üstün emniyet unsurlarıyla donatılmış Yeni Mégane ile tanışmalısınız.

**Yeni Mégane.
Kendinizi emniyete alın.**



Renault Mégane ile ilgili ayrıntılı bilgi için:
Bilgi RENAULT MAİS: 0212) 233 26 26 numaralı telefonumuz arayın, size en uygun 1-8 numaralı telefonla basın.


RENAULT

www.renault.com.tr