

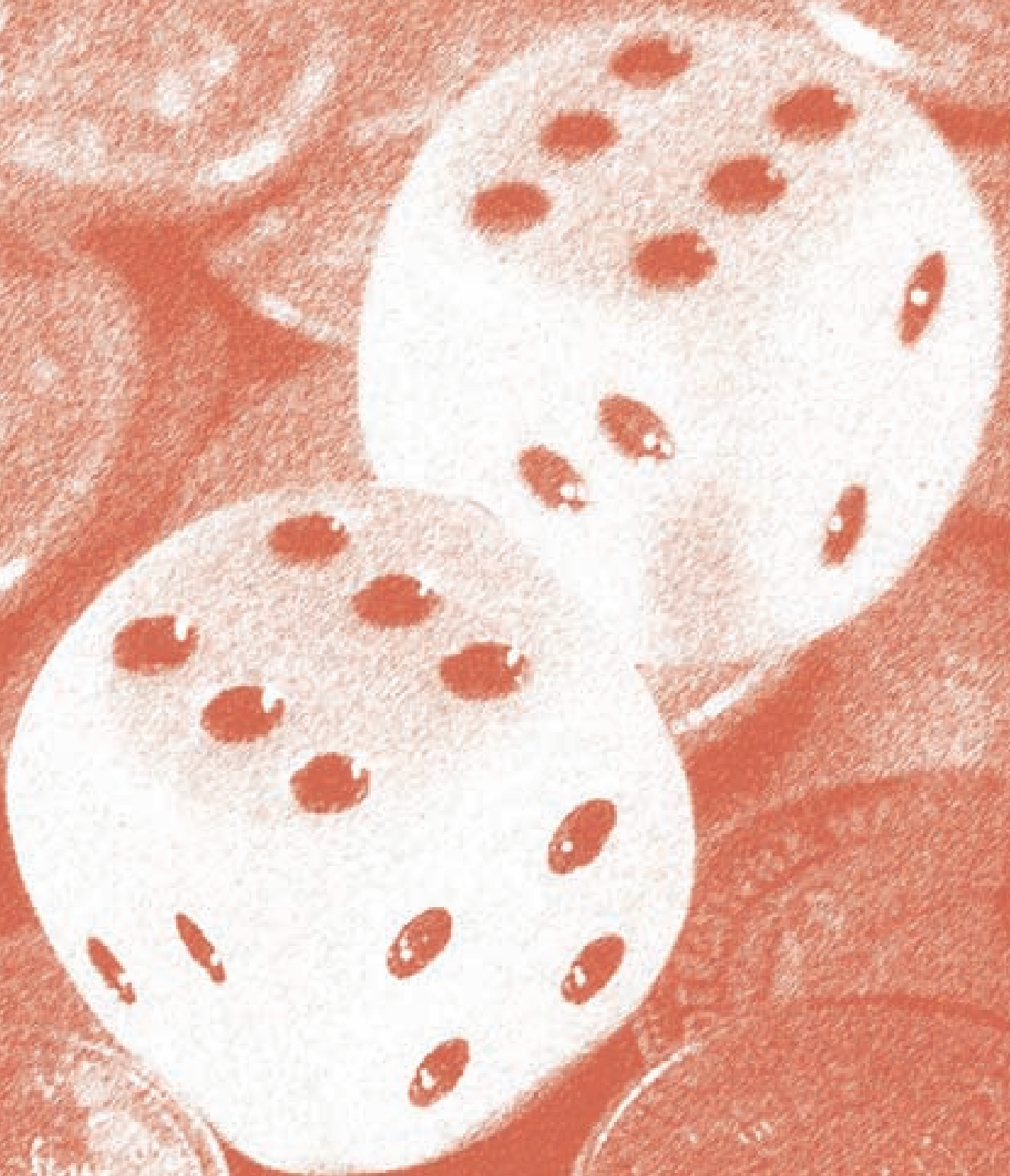
SYKONSEPT

İki Ayda Bir Yayınlanır.

YIL: 3 SAYI: 18

KASIM-ARALIK 2007

SYK



İşinizi Şansa Bırakmayın!

İHRACATTA 100 MİLYAR DOLAR SINIRI AŞILDI

Türkiye'nin yıllık ihracat rakamları tarihinde ilk kez 100 milyar dolar sınırını aştı. Üstelik bu rakamlara daha Eylül ayında ulaşmış olduğumuz göz önüne alınırsa yıl sonunda ulaşılabilecek olan hedefin şimdiki rakamın çok daha üzerinde bir yerde olacağı da anlaşılıyor. Gelinen bu noktadan sonraki hedefin 150 milyar dolar olduğunu da gösteriyor. İhracatçıların biraz daha uzun vadeli hedefine bakılırsa bu rakam Cumhuriyetin 100. yılı olan 2023'te 500 milyar dolara ulaşacak. Ortaya çıkan bu rakamlar hiç şüphesiz ki, Türkiye adına gurur verici. Türkiye, bir zamanlar yaptığı ihracatın yıllık petrol gelirlerini karşılamadığı ve o meşhur ifadeyle "70 cent'e muhtaç" olduğu günlerden bugünlere geldi. Doğrusunu söylemek gerekirse gelinen bu nokta ve bu yolda verilen uğraş küçümsenecek ya da görmezden gelinecek tarzda bir gelişme değil.

Bu gelişme her şeyden önce bir kararlılığın ifadesi olarak ortaya çıktı. Türkiye'nin değişen dünya koşullarında geçmiş yılların değerleriyle var olamayacağını fark edilmesinde çok ciddi bir parametre değişikliğine gidildi. Bu kararların alınması ve ondan da zor olanı hayata geçirilmesi hiç de kolay olmadı. Her şeyden önce bu değişimi taşıyacak nitelikte insan gücüne sahip olmadığımız göz önüne alınırsa girişilen işin zorluğu çok daha iyi anlaşılır. Elbette buna paralel olarak bu değişimi taşıyacak ve onu zorlu süreçlerde ayakta tutacak bir zihniyet değişiminin de hayata geçirilmiş olması gerekiyordu.

Teorik düzlemde kolay gibi görünse de, pratikte bunların yürürlüğe konması ve uygulamanın başlatılması ve başlatılan bu uygulamadan hareketle ülkenin ithal ikameci bir yapıdan üreten ve dışarıya satan bir ülkeye dönüştürülmesi hiç de kolay değildi. Ancak zaman içinde ortaya çıkan yeni bir girişimci grubu dünya standartlarında üretmeyi, ürettiğini pazarlamayı başardı. Bunun içinde sektör sil baştan kendisini yeniledi. Bu sektörle bağlantılı diğer yan sektörlerde kendilerini bu sürece adapte edecek tarzda yeniden yapılanma yoluna gittiler. Gidemeyenlerse zaten zaman içinde tasfiye oldular.

Bu bağlamda dış ticaretin en önemli ayaklarından birini oluşturan gümrük müşavirliği alanında da büyük bir değişim yaşandı. Küçük han odalarında bir masa iki sandalye ve emektar bir kaç elemanla iş yapan gümrük komisyonculuğu devri kapandı. Yerini yetişmiş kalifiye elemanlarla çalışan, teknolojiyi kullanan, güncel gelişmeleri anında takip eden bir yönetim anlayışıyla hizmet üreten Gümrük Müşavirliği firmaları aldı.

Tecrübenin yanısıra bilginin ve bilimin de sektöre dahil olduğu bu süreçte yaşanan değişimin sonuçları kısa zamanda görünmekte gecikmeyecekti. Zengin doğal kaynakları olmayan Türkiye üretmek ve ürettiği dünyaya pazarlayarak ayağa kalkacaktı. Nitekim bugün gelinen nokta bunun gerçek olduğunu ispat ediyor. Gümrük Müşavirliği firmaları olarak elde edilen bu başarıdaki payımızı biliyoruz. Gururluyuz. Daha iyisini yapmak ve 2023'teki 500 milyar dolar hedefine ulaşmak için aynı anlayış ve kararlılıkla çalışmaya devam edeceğiz.

info@syk.com.tr

Bu bağlamda dış ticaretin en önemli ayaklarından birini oluşturan gümrük müşavirliği alanında da büyük bir değişim yaşandı. Küçük han odalarında bir masa iki sandalye ve emektar bir kaç elemanla iş yapan gümrük komisyonculuğu devri kapandı. Yerini yetişmiş kalifiye elemanlarla çalışan, teknolojiyi kullanan, güncel gelişmeleri anında takip eden bir yönetim anlayışıyla hizmet üreten Gümrük Müşavirliği firmaları aldı.

SYK GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ LİMİTED ŞİRKETİ

İSTANBUL Acıbadem Cd. Haydar Yücebaş Sk. No: 17 34718 Kadıköy
Tel: +90 216 330 94 00 Faks: +90 216 330 94 01

EGS Business Park Blokları B1 Blok 6. kat No: 248 34149
Yeşilköy / İstanbul

Tel: +90 212 465 60 82 Faks: +90 212 465 60 77

BURSA Yalova Yolu 4. Km Buttım Plaza K: 6 16350
Tel: +90 224 211 30 03 Fax: +90 224 211 40 04

İZMİR 1476/1 Sk. Mehmet Yıldırım İş Merkezi No: 5/10 35210 Alsancak
Tel: +90 232 422 22 74 Fax: +90 232 422 22 84

<http://www.syk.com.tr> info@syk.com.tr 444 4 SYK

SYKONSEPT

YIL: 3 SAYI: 18

İki Ayda Bir Yayınlanır, Ulusal Süreli Yayın.

SYK Gümrük Müşavirliği Ltd. Şti. adına
İmtiyaz Sahibi: A. Baybars Soyak

Sorumlu Müdür: Mehmet Ali Gökaçtı

Adres: Acıbadem Caddesi, Haydar Yücebaş Sokak,
No: 17 ACIBADEM-KADIKÖY/İSTANBUL
Tel: (0216) 330 94 00

Tasarım: GRAF

Renk Ayrımı ve Baskı: Dönüşüm Matbaa ve Reklam Hizmetleri
Ltd. Şti.

Küçüksu Cad. No: 131 34768
ÜMRANİYE-İSTANBUL
Tel: (0216) 630 16 01

KREDİ KARTLARI: NAKİT PARANIN YERİNE...

Artık herkesin cebinde adına kredi kartı ya da banka kartı dediğimiz plastik kartlardan mevcut. Hatta çoğumuzun cebinde bu kartlardan en azından bir kaç tane var. Kimilerininse cüzdanını dolduracak adette. Bir başka şekilde söylemek gerekirse kredi kartları artık hayatımızın vazgeçilmezleri konumundalar...

Bankalararası Kart Merkezinin (BKM) resmi tanımına bakılırsa kredi kartı, bankadaki hesabınızda para olmasa da hatta bankada hesabınız olmasa bile, o

bankanın belirli bir limit dahilinde size tanıdığı krediyi kullanabilmenizi sağlayan bir araç. Yapılan harcamanın veya nakit kullanımı neticesinde oluşan meblağın tamamının veya en azından asgari düzeyde bir bölümünün ödenmesiyle bu işin bir sonraki aşaması.



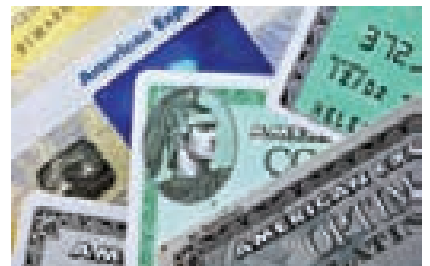
Bu klasik tanımlamanın ötesinde kredi kartı son 10 yıllık zaman diliminde hayatımızın değişmez unsurlarından birisi oldu. Kimileri tarafından bilinçsizce yapılan kullanım sonunda felaketlere sebep olsa da, artık kartların olmadığı bir yaşamı düşünmek olası değil. Hele Türkiye gibi gelirlerin yetersiz ama istek ve arzuların her

memleketten daha sonsuz olduğu ülkelerde kredi kartları yaşamın asli bir parçası. İşte, rakamlara şöylesine bir göz atılıverdiğinde kredi kartlarının hayatımıza nasıl ve ne oranda girmiş olduğu açıkça görülüyor. Ağustos 2007



itibarıyla BKM verilerine bakıldığında, 35.143.020 kredi kartı, 56.131.828 de banka kartı olduğu görülüyor. Yine aynı verilere göre ülke genelinde 1.379.730 POS cihazı ile 17.953 ATM'nin de mevcut olduğu biliniyor. Ağustos 2007 verileri baz alındığında Türkiye genelindeki 867.295 gerçek, 8.641 de sanal işyerinde bir bankayla kredi işlemleri için bağlantı sağlayan POS cihazları üzerinden aynı dönemde 119.493.208 YTL.'lik alışveriş yapıldığı görülüyor. Yine aynı dönemde ATM cihazlarından da 6.587.974 YTL.'lik nakit kullanıldığı bu rakamlardan ortaya çıkıyor.

Bu verilere göre kart başına bir ayda işlem sayısı 3,58, kart başına işlem tutarı ise 353.88 YTL. olarak gerçekleşmiş. Eldeki bir aylık verilere bakıldığında günlük hayatımızdaki hacmi ve ağırlığı çok açık biçimde görülen kredi kartlarında tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de arslan payını Visa alıyor. Onu Mastercard ve American Express gibi diğer önemli markalar takip ediyor. Kredi kartlarının bu verilere bakarak hayatımızda kendilerine tartışmasız bir yer edindikleri açıkça görülüyor. Günlük ekonomik yaşamımız onlar olmaksızın artık var olamayacak bir düzeye gelmiş durumda. Ancak kullanırken dikkatli olmak ve bu kredi imkanını sonsuz ve geri dönüşsüz zannetmemek de gerekiyor. Bir başka şekilde ifade etmek gerekirse, şairin bir zamanlar sevgilisi için dediği gibi ne onlarla oluyor, ne de onlarsız. Hele bu saatten sonra...



TEK DİSTRİBÜTÖR SÖZLEŞMESİ VE PARALEL İTHALAT (EXCLUSIVE DISTRIBUTORSHIP AGREEMENT & PARALLEL IMPORT)

Tunç TUNÇ / Genel Müdür Yardımcısı
Atakan CEYLAN / Avukat

uluslararası platformda exclusive distributorship agreement olarak adlandırılan sözleşme; Münhasır bayilik sözleşmesi yani tek satıcılık sözleşmesi olarak Türk Literatüründe uygulama alanı bulmaktadır. Exclusive distribütör yani tek distribütör bulunan ülkede başka kimse distribütör olamaz. Tek distribütör olmayan (Non-exclusive) distribütör ise münhasır olmayan bayilik sözleşmesinin tarafıdır ve bu durum aynı mal için birden fazla satıcının söz konusu olduğu oluşumdur. 4054 sayılı rekabetin korunması hakkındaki Kanun Hükümlerine aykırılık teşkil eden sözleşmelerden ve tabikinden imtina edilmelidir. 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 5. maddesinde, Rekabet Kurulu'na belirli koşulları taşıyan anlaşma türlerine grup olarak muafiyet tanınmasını sağlayan ve söz konusu koşulları belirleyen tebliğler çıkarma yetkisi verilmiştir. Yayınlanan tebliğlerde kara liste olarak tabir edilen hususları kapsamamak kaydıyla sağlayıcı ana firma tarafından sözleşmeler ile distribütörlük, tek satıcılık, münhasır bayilik vb. verilebilir. Yurtdışından mal ithal ederek yurt içinde satan ithalatçılar, asıl firma ile

çoğunlukla distribütörlük anlaşması yaparlar. Bu tip anlaşmaların niteliği çoğunlukla tek satıcılık sözleşmeleridir. Bu tip bir anlaşmaya göre ithalatçı yurtdışındaki satıcının ülkedeki tek temsilcisi olacak, ana satıcı olan üretici yabancı firma mal ihraç ettiği ülkede o distribütörden başkasına mal vermeyecektir. Bu halde tek distribütör; yabancı markanın tek temsilcisi, kullanım hakkına sahip tek yetkili olacaktır. Distribütörlük anlaşması ihracatçı için malların belli bir fiyattan satılması, ithalatçı için ise pazarda tek satıcı olma avantajını sağlamaktadır. Bu özelliğe sahip sözleşmelerin çoğunda markanın lisans alarak kullanımı hakkı da münhasıran distribütöre verilmekte, böylece ülke içindeki marka tecavüzlerine karşı distribütörün dava açma, tecavüzü önleme ve men'i imkanı da sağlanmaktadır. Böyle bir oluşumda satıcı, piyasa lideri olduğunu düşünerek yüksek fiyatlardan satış öngörmüş olabilmektedir. Yurtdışındaki üretici firmanın orada ya da başka ülkelerde rekabet vs. sebeplerle daha ucuz olarak piyasaya sürdüğü mallar o ülkelerden distribütör firma haricinde

başkaları tarafından ithal edilip satılırsa ortaya çıkan olguya "paralel ithalat" adı verilir. (Paralel import); Yurtdışında bulunan ithalatçı firmanın bulunduğu ülkede veya başka ülkelerde piyasaya sürdüğü üstelik başka ülkelerdeki koşullar nedeniyle daha ucuz olarak piyasaya sürdüğü mallar o ülkelerden distribütör dışında birisi tarafından ithal edilip satılması olarak ortaya çıkar. Orijinal malların paralel ithalat yolu ile hak sahibinin onayı olmaksızın ülkeye ithali veya ihraç edilmesi yasal olarak mümkündür. Gümrük idaresi bu türden eşyalar hakkında bu ürünlerin taklit olduğunu düşünerek durdurma kararı verse dahi hak sahibinin bu türden mallar hakkında durdurma kararından sonra eşyayı incelemesi gerekirse numune alması ve inceledikten sonra şayet eşya orijinal ise dava açmaması gerekmektedir. Aksi halde orijinal eşya hakkında dava açan hak sahibi, haksız duruma düşecek ve eşya sahibine karşı sorumlu olacaktır. Örneğin X marka orijinal TV'lerin Yunanistan'daki satış fiyatı daha uygun ise bir ithalatçı sanayi malları ile ilgili diğer yükümlülüklerini yerine getirmiş ise orijinal TV'leri Yunanistan'dan Türkiye'ye ithal edebilir. Kural bu olmakla birlikte bazı istisnai hallerde orijinal mallar hakkında da hakkın ihlal edilmesi mümkün olabilmektedir. Örneğin bir hak sahibi bir model ürünü henüz ülkemizde satışa sürmemiş olabilir. Bu halde paralel ithalat yolu ile gelen mal orijinal dahi olsa marka hakkının ihlali





gündeme gelebilecek ve gümrük işlemlerinin durdurulması yine söz konusu olabilecektir.

Sınai haklardaki bu istisnai durum dışında fikri haklar yönünden durum farklıdır. Fikri haklarda paralel ithalat eşya orijinal dahi olsa ithalatı mümkün değildir ve hak sahibinin yazılı izni gerekir. Örneğin sinema eserlerinin, kitapların, yazılımların, resimlerin, müzik CD'lerinin hak sahibinin onayı olmaksızın ülkeye ithali, 5846 sayılı Fikir Ve Sanat Eserleri Kanunu uyarınca yayma hakkının ihlali olarak tanımlanmıştır.

Tüm dünyada büyük tartışmalar yaratan "paralel ithalat" gerçeği yukarıda belirtilen distribütörlük düzeni ile ilgili tartışmalara ve hukuki platformdaki mücadeleye yol açmaktadır. Şöyle ki, üçüncü bir ülkede fikri ve sınai mülkiyet hakkı sahibinin rızası ile pazara sunulan bir malın, bu malın distribütörünün bulunduğu bir ülkeye başka ithalatçılar tarafından ithal edilmesi ve malın o ülkedeki distribütör fiyatlarının altında satılması söz konusudur. Paralel ithalatın temel nedeni fiyat farkıdır. Yani, üretici firma maliyet veya pazar stratejisi nedenleriyle aynı ürünü farklı ülkelere farklı fiyatlardan satarak, fiyat farklılaştırmasına gitmektedir. Aynı ürünün fiyatı değişik ülkelerde farklı olunca da, paralel ithalatçılar ürünün ucuz olduğu ülkelerden bu malları satın alıp, aynı ürünün fiyatının daha yüksek olduğu ülkelere ithal etmekte ve ithal ettikleri ürünü de doğal olarak bu ürünün distribütörü satış fiyatının altında bir fiyatla pazarlamaktadırlar. Bu da marka sahibi üreticinin ithalatçı ülkedeki distribütörünün kar ve pazar payını olumsuz etkilemektedir. Paralel ithalat nedeniyle zarara uğrayan distribütörler

paralel ithalatçılar aleyhine hukuki mücadele vermek zorunda kalmaktadırlar.

Burada ortaya çıkan durum şudur: markalı malın tek satıcısının, marka kullanımından dolayı bu ithalatı önlemeye hukuken hakkının olup olmadığıdır. Tek satıcı yani distribütör, marka tecavüzünden yola çıkarak piyasaya giren yeni ithalatçıyı 'marka hakkının tüketilmesi ilkesi' ışığında dava edememektedir.

Marka'nın korunması hakkında hükümler içeren 556 sayılı KHK'nin 13. maddesi uyarınca marka sahibi malı bir kez kendisi piyasaya sürdükten sonra, marka hakkına dayanarak bu malın tedavülünü önleyememektedir. Bu durum 'marka hakkının tüketilmesi' ilkesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Eğer marka sahibinin malların tedavülünde, herhangi bir aşamada müdahale hakkını elinde bulundurması imkanı olsaydı, bu durum serbest ticaretin durdurulabilmesi ve hatta tekelleşme anlamına gelirdi.

Marka hakkının tüketilmesi ilkesinin yurtdışından ithal edilen ürünlere de uygulanıp uygulanmayacağı hususu 556 sayılı KHK'nin 13. maddesinde de belirtilmemiştir. Ancak çıkan uyuşmazlıkların mahkemelere intikali sonucunda Yargıtay Kararı ile konu açıklığa kavuşmuştur (Yargıtay 11. Hukuk Dairesi E. 1999/2086 K. 1999/4505; Yargıtay 11. Hukuk Dairesi E.1999/3243 K. 1999/5170; Yargıtay 11. Hukuk Dairesi E. 1998/7997 K. 1999/2098). Bahse konu Yargıtay Kararları; paralel ithalatın önlenemeyeceğini, zaten marka tecavüzüne ilişkin bir durum oluşmadığından bu yönde dava da açılmayacağını hükme bağlamıştır. Böyle bir durumda örneğin Rusya'dan mal alan ve oradaki bir firmanın distribütörlüğünü yapan kişi; aynı malı başka bir ülkeden daha ucuza getirip satan bir başka ithalatçıya müdahale edemeyecektir. Müdahale hakkı şu durumda ortaya çıkabilir: diğer ithalatçı markayı tabelalarında, kataloglarında ve diğer basılı evraklarında kullanıyorsa bunları önleyecek davalar açabilecektir. Beraberinde, marka sahibinin de ondan

lisans alan tek distribütörün de diğer ithalatçıya karşı her türlü reklama yönelik faaliyetten dolayı dava açma hakkı vardır. Bu kanun yollarının haricinde, Türk Ticaret Kanunu'nun 56 ile 65'inci maddeleri arasında düzenlenen haksız rekabete ilişkin hükümler de kullanılabilir. Yukarıda sayılan haller dışında Türkiye'de, başka bir ülkede düşük fiyatla satılan bir ürünü hak sahibinin rızasını aramadan ithal etme hakkına dayanan paralel ithalatı önleyecek herhangi bir yasal engel bulunmamaktadır.

Gerek Türkiye'de 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, gerek AB'de Avrupa Topluluğu'nu kuran Anlaşma hükümleri uyarınca, rakip teşebbüslerin piyasa girişlerinin engellenmesi ve faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler yasaklanmıştır. Paralel ithalatın engellenmesi de bu sonuçları doğurması açısından yukarıda değinilen hüküm kapsamında değerlendirilebilmektedir. Avrupa Toplulukları Adalet Divanı (ATAD) içtihadına göre, herhangi bir yetkili bayi ağına dahil olmayan bağımsız tacirlerin, Topluluk içerisinde piyasaya sürülen sıfır kilometre taşıtları satın alarak, bunları paralel ithalat yoluyla ticarete sunması Anlaşma'nın rekabet hukukuna ilişkin hükümleri bakımından geçerli bir uygulamadır.

Paralel ithalatın önlenemeyeceğini, zaten marka tecavüzüne ilişkin bir durum oluşmadığından bu yönde dava da açılmayacağını hükme bağlayan örnek Yargıtay kararlarında; paralel ithalat eyleminin 556 sayılı K.H.K. hükümlerine ve TTK. 56 ve diğer maddelerinde yazılı yasal düzenlemelere aykırılık teşkil edip etmediği üzerine hüküm verilmiş bulunmaktadır.



YABANCI SERMAYE: NEDİR? NE DEĞİLDİR?

Yeterli doğal kaynakları olmayan veya erken dönemde kalkınma meselesini hallederek zenginleşmiş ülkelerden biri değilseniz, kalkınabilmek için önünüzde tek bir seçenek duruyor. Dışarıdan kaynak sağlamak. Yani kimilerinin olmazsa olmaz diye baktığı kimilerinin de tehlikeli bulunduğu yabancı sermayeyi ülkenize davet etmekten başka çıkar yol görünmüyor. Özellikle de günümüzün küreselleşmiş dünyasında...

Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler kalkınmalarını sağlayacak üretken yatırımları artırmak zorundadır. Yeterli tasarruf, teknoloji ve uluslararası ticarete geçerli para birimine sahip olmayan ülkeler, kaçınılmaz olarak yabancı kaynaklara gereksinim duyar. Yabancı kaynaklar da bağlı-kredi ve yabancı sermaye (lisans anlaşmaları, portföy, doğrudan yatırım) olarak ikiye ayrılır.

Az gelişmişliğin nedenlerini açıklamaya çalışan liberal "Açık Kuramı"na göre; az gelişmiş ülkelerdeki yatırım, tasarruf, dış ticaret (ihracat gelirinin ithalatı karşılamaması) ve teknolojideki açıklar, ancak yabancı kaynaklarla kapatılabilir ve kalkınma sağlanabilir. "Az gelişmişlik Kuramı" ise daha kötümser yaklaşarak "Yabancı sermaye,



kâr transferi ve dış ticaret yoluyla ekonomik değerleri, yoksul ülkelerden zengin ülkelere doğru akıtacağı için kalkınma sağlanamaz" savını ileri sürer.

İşte bu temel gerekçeler dolayısıyla yeterli sermaye birikimine sahip olmayan ülkeler çeşitli itirazlara ve değişik eleştirilere konu olsa da, yabancı sermayeyi ülkelere çekmek için çeşitli yol ve yöntemlere başvururlar.

Yabancı Sermayenin Türkiye'deki Tarihi Seyri

Türkiye, Osmanlı döneminde ağır dış borç ve kapitülasyon uygulaması neticesinde ekonomik bağımsızlığını koruyamaz duruma düştüğü için, Cumhuriyetin ilk 25 yıllık döneminde borçlanma ve yabancı sermaye konularından uzak durmayı tercih etmiştir. Ancak iç ve dış konjonktürün değişmesine paralel olarak 1950 sonrasında yabancı sermayenin ülkeye giriş için çeşitli girişimler başlatılmıştır.

Bu bağlamda yabancı sermayenin ülkeye belirli koşullarda girişine izin veren yasa 1954 yılında çıkarılır. Bu girişimin ardından esas açılım süreci ve



yeniden yapılanma dönemiyse 1980 yılında başlatılır. Önce 24 Ocak 1980'de yeni ekonomik düzene uyum

sağlamak için bir dizi karar alınır. Dış ticarete korumacılıktan vazgeçilir. 1960'lı yıllarda yabancı sermayeye ucuz emek ve kaynak sunan Güney Kore ve Tayvan gibi ülkeler model alınır. Ancak bu kararların uygulanabilmesi 12 Eylül 1980 askeri darbesi ile 24 Ocak Kararları'nın önündeki sosyo-politik engeller kaldırılarak yeni ekonomik model için uygulama alanı yaratılmasıyla mümkün olabilir. Öncelikle dışa yönelik sanayileşmeye uygun yabancı sermaye ile ilgili düzenlemelere gidilir. Başbakanlık'a bağlı Yabancı Sermaye Dairesi kurulur. 1953'te yasası çıkarılmasına karşın uygulama alanı bulamayan Serbest Bölgeler Yasası da tekrar ele alınır.

1986'da kurulan İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB), bir müddet sonra yabancı sermaye için kazançlı bir kuruma dönüşür. The Wall Street Journal'a göre; 1983'te doların getirisi, Türkiye'de yüzde 209 iken, Macaristan 124, Filipinler 110, Malezya 100, Hong Kong 97, Brezilya 76, Pakistan 52 ve

Yunanistan 29 oranındadır. 1997'de Altın Borsası ve Rekabet Kurumu ile serbest piyasanın kurumsallaşmasına çalışılır. TBMM, 13 Ağustos 1999'da Anayasa'da değişikliğe giderek, yabancı sermayenin Türkiye'ye gelmesi konusunda çekingen davranmasına gerekçe gösterilen "tahkim"i kabul eder. Uzun tartışmalar ve politik pazarlıklar sonucunda Anayasa değişikliği ile artık yabancı sermaye yatırımlarından doğan hukuksal uyumsuzlukların, ülke yargı organları yerine, iki tarafça belirlenen bir hakem kurulunda çözümlenmesi kabul edilir. Tahkim öncesinde kamu hizmetleri 'imtiyaz' kabul edildiğinden bu hizmetlerin devri Danıştay incelemesine tabi tutulmaktaydı. Türkiye'de 1980 yılından 2000 yılı Mart sonuna kadar izin verilen yabancı sermaye 26 milyar 60 milyon doları bulurken, fiili giriş miktarı ise 12 milyar 488 milyon dolar olarak gerçekleşir. Yabancı sermaye girişi özellikle Türkiye'nin AB ile adaylık sürecini başlatıp ekonomik ilişkilerini geliştirmesine paralel olarak 2000'li yıllarda geçmişe göre bir hayli artmış durumdadır. Biraz sonra inceleneceği üzere 2006 yılı verilerine göz atıldığında yaklaşık 20 yıllık süreçte gelen yabancı sermayenin neredeyse tamamına yakın kısmının bir yılda girdiği görülecektir ki, bu da son yıllarda büyük tartışmalara konu olan AB üyeliğinin yeri ve önemini göstermesi açısından dikkat çekicidir. Böylesi tarihi bir seyre sahip durumdaki yabancı sermaye ile ilgili kamu nezdindeki her türlü işlem Hazine Müsteşarlığı bünyesindeki Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir. Ayrıca kısa adı YASED olan Uluslararası Yatırımcılar Derneği de Türkiye'de iş yapmak isteyen yabancı sermaye ile yerli partner olarak iş yapmak isteyen Türk firmalarına her türlü danışmanlık hizmetini sunmaktadır.

Yabancı Sermayenin Niteliği

Yabancı sermaye olarak tanımladığımız ülke dışından yurt içine transfer edilen yabancı kaynak, Türkiye'ye değişik yol-

lardan giriş yapmaktadır. Bu giriş yolları başlıca şunlardan oluşuyor:

- Uluslararası doğrudan yatırım girişi 19.797.000.000 dolar
- Uluslararası doğrudan sermaye girişi 16.875.000.000 dolar
- Net sermaye girişi 17.446.000.000 dolar
- Gayrimenkul 2.922.000.000 dolar

Mevcut yabancı sermaye girişlerinde en büyük kalemi uluslararası doğrudan yatırım girişi oluşturuyor. 2006 verileri itibarıyla;

19.997.000.000 dolarlık bir sermaye girişinin gerçekleştiği bu yöntemdeki en büyük payı 7.000.000.000 dolar ile aracı mali kuruluşların faaliyetleri elde etmiş



bulunuyor. Onu 6.303.000.000 dolar ile haberleşme ve ulaştırma alanına yatırım yapan yabancı sermaye oluşturuyor. Onları da toptan ve perakende ticaret ile imalat sanayi izliyor. Uluslararası doğrudan yatırım girişi 2006 yılında bir önceki yıla göre yüzde 111 artış ile ciddi anlamda bir rekor kırmış bulunuyor. Uluslararası doğrudan sermaye girişi ise aynı dönemde 16.875.000.000 dolar olarak gerçekleşmiş. Net sermaye girişi ise bu dönemde 17.446.000.000 dolar olmuş. Bu sermaye girişinin 14.500.000.000 doları AB ülkelerinden olmuş. Bu da yabancı sermaye girişinde AB ülkelerinin rolünü ve ağırlığını göstermesi açısından dikkat çekici. Firma sayısı bağlamında bakıldığında da toplam 8203 firmanın AB ülkelerine ait olduğu görülüyor. Mevcut firmaların Türkiye'ye giriş statüleri itibarıyla durumları ise şu şekilde;

- Yeni kurulan firma 11.854
- İştirak 2669

- Şube 432

Mevcut yabancı sermayeli firmaların illere göre dağılımı şu şekilde;

- İstanbul 8334 firma
- Antalya 1764 firma
- Ankara 1039 firma
- İzmir 926 firma
- Muğla 860 firma

Bu firmalardan İstanbul, Ankara, İzmir kentlerine yerleşenlerin ağırlıklı olarak toptan ve perakende ticaret ve imalat sanayi alanında yatırım yaptıkları buna karşın Antalya ve Muğla'ya yerleşen firmaların çoğunlukla inşaat ve turizm alanlarına yöneldikleri görülüyor. 2006 yılında yabancı sermayeli şirketlerin aldığı 151 adet yatırım teşvik belgesinin 118'inin imalat sektörüne ait olması da ayrıca vurgulanması gereken bir husus.

Yabancı sermaye olmaksızın mümkün mü?

Türkiye gibi süratle kalkınmak, gelişmek ve dünyada söz sahibi olmak isteyen ülkelerin önündeki en büyük sorun bunu gerçekleştirecek yeterli sermayeye sahip olmamaları. Bu durumda da söz konusu ülkelerin önünde iki seçenek yer alıyor. Ya içe kapanarak kendi yağı ile kavrulmayı tercih etmek ya da dünyaya açılarak ekonomik kalkınmayı sürdürmenin yollarını aramak. İlk seçenek on yıllar önceki dünyanın koşullarında mümkün olsa da, günümüzün küresel koşullarında artık geçerliliği olan bir seçenek olarak durmuyor. Yüksek gelir getirici doğal kaynaklara sahip olmayan veya çok erken dönemde kalkınma meselesini hallederek zenginleşememiş olan ülkelerin bu koşullarda önünde yabancı sermayeyi ülkelerine getirmekten başka seçenek bulunmuyor. Bu durum Türkiye içinde geçerli. Özellikle son yıllarda bu alanda yapılan çalışmalara ve girişimlere bakınca, günümüz dünyasında gidilmesi gereken yolun tercih edildiği de görülüyor.



EKONOMİNİN DİĞER YÜZÜ: KAYIT DIŞI

Yer altı ekonomisi, illegal ekonomi, kara ekonomi, resmi olmayan ekonomi, gizli ekonomi, düzensiz ekonomi, marjinal ekonomi, kayıp ekonomi, karaborsa ekonomisi, gözlenemeyen ekonomi, nakit ekonomisi, paralel ekonomi, enformel ekonomi, vergi dışı ekonomi...
Bunlar kayıt altına alınamayan ekonomik faaliyetlere verilen isimlerden bir kısmı. Bilinen istatistiksel yöntemlere göre tahmin edilemeyen ve gayri safi milli hasıla hesaplarını elde etmede kullanılmayan gelir yaratıcı ekonomik faaliyetlerin tümüne kayıt dışı deniyor.

Kayıt dışı ekonomi, kamunun denetimi dışındaki ekonomik faaliyetler olarak da tanımlanabilir. Bireylerin veya işletmelerin ekonomik faaliyet ve işlemlerini kamunun denetimi dışında tutmasının en önemli nedeni hiç şüphesiz ki vergi kaçırma düşüncesidir.

Esasında kayıt dışı ekonomi oldukça kapsamlı bir yapıya sahip bulunuyor. Bu bağlamda kayıt dışı ekonominin nedenleri arasında önemli görünenler şu şekilde sıralanabilir:

Mali ve ekonomik nedenler (enflasyon, gelir dağılımı, vergi adaleti), Hukuki nedenler (yasaların basit ve açık olmaması, sık değişikliğe uğraması, vergi oranlarının yüksekliği, istisna ve muafiyetler, üniter yapıdaki bozulma, defter tutma hadleri), İdari nedenler (vergi idaresinin organik yapısı, teknik yapı, personel yapısı ve denetim mekanizması), Sosyal nedenler (vergi ahlakı, mükellef psikolojisi ve tarihsel nedenler), Siyasal nedenler ve baskı gruplarından kaynaklanan nedenler.

Kayıt dışı ekonominin bir çok olumsuz etkisi vardır. Bunlardan birincisi ekonomi üzerindeki

olumsuz etkisi olup, kayıt dışı ekonominin büyümesi kayıtlı ekonominin küçülmesi demektir. Kayıtlı ekonominin küçülmesi de devletin vergi gelirlerinin azalması anlamına gelir. Vergi gelirleri azalan devletin iki seçeneği vardır;

bunlardan ilki borçlanmadır.

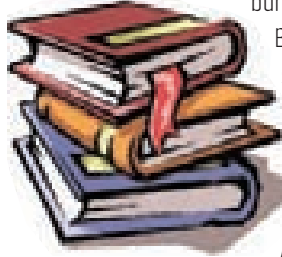
Borçlanma sonucunda özel sektörün verimli yatırımlarını kendisine çeken devlet, dışlama etkisiyle özel sektörün yatırımlarını azaltır.

Ayrıca borçlanma sonucu

tahvillerin değerinin artmasıyla piyasada faiz oranları artar ve bu mekanizmanın sonucunda enflasyon oranının artışıyla ülke bir çok sorunla karşı karşıya gelir. Diğer bir açık kapatma yolu olan para basma politikasının sonuçları da anlatılandan farklı olmayacaktır.

Kayıt dışı ekonomi, istatistik verilerin sağlıklı olmasına yol açar ve bu durum da alınacak ekonomik önlemlerin dozunun ayarlanamamasına sebebiyet verir. Sorunların teşhis ve tedavisinde sağlıklı kararlar verilemez. Kayıt dışı ekonominin ekonomik manada sebep olduğu diğer önemli bir sorun da rekabet ile ilgilidir. Kayıt dışı ekonominin genişlemesiyle sigortasız çalışanların sayısı da hızla artış göstermekte böylece sosyal güvenlik sistemin gelişimi de engellenmektedir.

Kayıt dışı ekonomi kimlerine göre gelişmekte



olan ülkelerde sosyal patlamayı önlediği gerekçesiyle olumlu olarak değerlendirilse de, aslında pek çok sorunun kaynağı durumundadır. Türkiye ekonomisinin yapılan ölçümlere göre yüzde 50'sini oluşturduğu varsayılan kayıt dışılığın önüne geçebilmek içinse yeni bir vergi düzeninin oluşturulması ve mevcut yasaların sıkı bir şekilde uygulanarak denetim mekanizmalarının çalıştırılması gerekiyor. Bütün bunları hayata geçirmek o kadar kolay mı diye düşünürsek; verilecek cevap zor ama sağlıklı ekonomik bir yapı için de kaçınılmaz şekilde olacaktır.



TARTIŞMALARIN ODAĞINDAKİ ÜLKE: MALEZYA



Ekonomi:

Malezya Güneydoğu Asya ülkeleri içerisinde yıllık kalkınma oranı en fazla olan ülkelerden biri durumunda. Malezya, ekonomik açıdan kendi kendine yeterli bir ülke. Enflasyonu düşük, güçlü bir sermaye yatırıma sâhip ekonomisi sürekli gelişiyor. İşsizlik oranı % 7 civarında. Önceleri kauçuk ve kalay'a bağlı kalan Malezya ekonomisi, 1980 yılından sonra uygulanan liberal açılımlar sonucunda ciddi bir yapısal değişim geçirmiş bulunuyor. Özel sektöre dayalı serbest ekonomi 1980 yılından bu yana ortalama % 8,5'lük büyüme oranını yakalamış bulunuyor. Kişi başına düşen milli gelirse 12700 dolar. Yıllık milli hasılanın % 18'ini imalatçılık, % 23'ünü tarım, % 4'ünü de madencilik teşkil ediyor.

En önemli ürünleri kauçuk, hindistancevizi, pirinç, muz, patates, ananas, hurma, mısır, çay, tütün'dür. Orman ürünleri bakımından oldukça zengin olup, özellikle kerestesi çok makbuldür.

Maden bakımından da zengin bir ülke olan Malezya, kalay üretiminde dünya birincisi olup, dünya kalay üretiminin % 70'ini karşılar. Diğer önemli madenleri demir,



boksit, petrol, manganez, altın, tungsten ve titandır. Sanayide Güneydoğu Asya ülkeleri arasında ileri bir seviyededir. Başlıca ihracatı kalay, kauçuk, demir filizi, boksit, kereste, teneke kutu ve palmye yağıdır. Dışarıdan makina, kimyevi maddeler, teknik araç ve gereçler almaktadır. Balıkçılık ve turizm de önemli gelir kaynakları arasına yer alır.

Türkiye ile Malezya arasındaki ticaret:

Malezya'nın yoğun olarak ticari ilişkide bulunduğu ülkelerin başında A.B.D., Japonya ve Çin geliyor. Türkiye'nin Malezya'ya ile olan ihracatı 2005 yılı itibarıyla 140.949 milyon dolar ithalatı ise 114.607 milyon dolar düzeyinde. Türkiye bu ülkeden palm yağı, kalay başta olmak üzere çeşitli madenler, TV alıcıları, elektronik devreler, bellek birimleri ve elektronik makine aksamı ithal ederken, bu ülkeye ağırlıklı olarak gıda, tekstil ürünleri, halı ve tütün ihraç ediyor.

KİMLİK KARTI

| | |
|-----------------------------|--|
| Resmi Adı | : Malezya Federasyonu |
| Devlet Sekli | : Federatif Anayasal Monarşi |
| Resmi Dili | : Bahasa Melayu (Malayca) ve İngilizce |
| Başkent | : Kuala Lumpur (nüfus 1,145) |
| Nüfus | : 25,7 milyon. Nüfus yoğunluğu, km ² başına 68 kişi; 57% köy nüfusu, 43% şehir nüfusu |
| Para Birimi | : Ringgit veya Malezya doları (M\$) |
| Para Birimi Paritesi | : 1\$= 3,4 Ringgit |
| Diller | : Malayca, Çince, İngilizce, Tamilce |
| Dinler | : Müslüman, Hindu, Budist, Hristiyan |



Bilgi için:
Malezya Büyükelçiliği (Ankara):
0312 446.35.47
Malezya Konsolosluğu (İstanbul):
0212 247.17.28



ONU ÇOK SEVİYORUZ!

ÇAY



Bilimsel adı (Camellia sinensis) olan çayın anavatanı Asya'dır. Assam-Birmanya sınırı boyunca uzanan Nagaland, Manipur ve Lushai tepeleri, Çin, Birmanya, Tayland, Vietnam ve Hindistan'la özellikle Sri-Lanka (Seylan) bu bitkinin doğal olarak yetiştiği ortamlar.

Çay bitkisi almaşık dizilişli, derimsi ve kenarları dişli yapraklara sahiptir. Olgun bir çay yaprağı çayın çeşidine göre farklı özellikler gösterir. Bu yaprakların uzunluğu 3,8-25 cm arasında değişir. Çiçekleri beyaz renkli ve hoş kokulu olup, meyvesi üç gözlü kapsül biçimindedir.

Türkiye'de çayın yetiştiriciliği için yalnızca Karadeniz Bölgesinin doğu bölümü elverişlidir. Rize ise bu üretimin odak noktasını teşkil eder. Türkiye'deki çay tarımında Rize'yi sırasıyla Trabzon, Artvin, Giresun ve Ordu illeri izler. Ancak en kaliteli çay bitkisi Rize ilinde yetişmektedir.

Çayın Tarihi

Yaklaşık 5000 yıl önce Çin'den çıktığı bilinmektedir. Çıkışı ile ilgili bazı efsaneler mevcut olup, bunların en meşhuru eski imparatorlardan Shen Nung ile ilgili olanıdır. Sanata çok düşkün Shen Nung aynı zamanda bir bilim adamıdır. Ordularının hasta olmaması için suyu sürekli kaynatarak içilmesini emreden imparator, gene bir gün su kaynarken rüzgar ile birlikte içine düşen bir çay yaprağı sayesinde çay içeceği ile tanışır. İmparator çok ilgisini çeken bu kahverengi içeceğin aynı zamanda dinçlik vererek ordusunun dayanıklılığını artırdığını görür ve çay böylece yayılmaya başlar.

Çinli Budist rahip Yeisei çayın meditasyon üzerindeki etkilerini gördükten sonra ilk çay tohumlarını Japonya'ya getirmiştir. Bunun sebebi çayın meditasyon sırasında zihin için gerekli

olan dinçlik ve dinginlik halini yaratmasıdır.

Çay daha sonra keşişler ve Zen rahipleri tarafından Japonya'ya yayılır. Çin ve Japon kültürlerinin aralarındaki farklılıklara rağmen çayın hazırlanışı ve sunumu dolayısıyla birbirleriyle kültürel etkileşimleri olmuştur.

Özellikle Japonya'da Çay Seromonisi sanatsal bir form kazanmıştır. Seromonide çayın hazırlanması ve sunumunu en mükemmel, zarif, hoş ve saygılı bir şekilde yapabilmek ve bunun için yıllar süren bir eğitim ve pratik gerekmektedir. Havanın kalitesi gibi ortamdaki herşeyin çayın tadını etkilediği düşünülür, bu yüzden çayın o "an"ın aromasını içerdiği kabul edilir. Bu seromoniler aynı zamanda Zen öğretisinden birçok öğe içerirler. Örneğin, Japonya'da savaş ve şiddeti çağrıştırdığı için kişiler belinde kılıç ile çay seromonisine katılamazlardı. Çay Japonya'dan sonra Portekiz üzerinde Avrupa'ya ve İngiliz kolonicileri tarafından da Amerika'ya yayılmıştır.

Amerika'nın çaya en büyük iki katkısı, aynı zamanda hızlı tüketim kültürünün de bir parçası haline gelen poşet çay ve buzlu çay olmuştur. Çay günümüzde tüm dünyada en çok tüketilen sıcak içeceklerin başında gelmektedir.



Çeşitleri:

Birçok çay çeşidi bulunmaktadır. Siyah çay, yeşil çay, oolong çayı, beyaz çay en çok bilinen çay çeşitleridir. Ancak tüm çaylar aslında aynı bitki ailesinden elde edilirler; Camellia sinensis. Farklı işlemlerden geçen çayların sadece renkleri değil tüm kimyasal bileşenleri farklı olduğu için tat, koku ve hatta besin değerleri de birbirlerinden çok farklıdır. Aynı bitkiden bu kadar farklı çeşitte çay elde edilmesinin sebebi çayın kurutma şekline ve süresine bağlı olarak uğradığı oksidasyon işlemidir.



KURUMSAL KİMLİĞİN GÖRSEL TANIMI: LOGO

Bir zamanlar bu tarz görsel malzemeyi Arapça'dan alınma rumuz ya da o yıllarda kullanımı yaygın olan Fransızca'dan transfer edilen arma, amblem gibi kelimelerle tanımladık. Şimdiyse, kurumsal kimliğin görsel yansıması konumundaki bu sembolleri İngilizce'ye Yunanca'dan aktarılmış olan Logo kelimesiyle ifade ediyoruz.

Kurumlarda aslında tıpkı insanlar gibi isimleriyle tanınır, bilinirler. Ancak kapitalist sistemin gelişmesi ve tanınır olmanın sadece isimle sınırlı tutulamayacağı ve dolayısıyla da imaja yönelik malzeme ile desteklenmesi gerekliliği logo denilen kavramı ortaya çıkardı. Daha doğrusu ona yeni ve çok daha farklı bir işlev yükledi. Çünkü kurumların kendilerini görsel simgelerle tanımlamaları yeni bir olgu değildi. Geçmişti itibarıyla eski çağlara kadar uzanan ve kurumsal kimliği görsel olarak yansıtan armalar her zaman varolagelmişti. Daha yakın zamanlara gelindiğinde Kızılay ya da Kızıllaç gibi kurumları simgeleyen dini içerikli sembollerde bu kurumlarla en az onların adı kadar özdeşleşmişti. Ancak değişen uluslararası iş koşullarına paralel anlayışların da değişmesi kurumun yaptığı işi ve işlevi kadar beraberinde imajını da ön plana çıkardı. Bunun kaçınılmaz sonuçlarından biri de ne tür bir şeyle uğraşılıyor olursa olsun, o kurumun kendisini adı kadar görsel imajıyla tanımlamasıydı. Kısacası logo dediğimiz görsel imgelerle.



İngilizce'ye Yunanca'dan geçen bu sözcük, bir firmayı diğerlerinden ayırtırmak için renk, biçim ve görsel malzeme kullanılarak tasarlanmış grafik element olarak tanımlanıyor. Genelde logolarda görsel malzeme ile birlikte firma ya da kurumun isminin kullanılması çok yaygın bir uygulama. Hatta bazı logolarda o kurumla özdeşleşmiş olan sloganların bile kullanıldığı görülmekte. Pek az logoda ise sadece görsel imaj kullanılması söz konusu. Bu durum geçmişi çok uzun yıllara dayanan ve bilinirliği çok yüksek olan kurumlar için geçerli. Günümüz koşullarında iyi ve etkin bir logonun nasıl olması gerektiği konusunda söylenenler başlıca şu hususları içeriyor. Logo, akılda kalıcı olmalı, sade ve yalın

olmalı, şekille birlikte yazılı malzemeyi de içermeli ve en önemlisi de logo tasarımı itibarıyla temsil ettiği kurumsal yapıyı, amacını, işlevini ve özelliklerini doğrudan yansıtabilmeli. Tasarımın alabildiğine önem kazandığı bu anlayışa paralel olarak bir logonun etkin olabilmesi için renk faktörü de büyük önem arz ediyor. Bu bağlamda kırmızı, lacivert, beyaz gibi renkler yurttaşlık ve vatanseverlik gibi kavramları içeren logolarda daha çok kullanılıyor. Sosyal hizmet sunan kurumlar da çoğunlukla bu renkleri tercih ediyorlar. Aynı şekilde kırmızı, turuncu gibi canlı renkler fast-food firmaları tarafından tercih ediliyor. Yeşil renk çoğunlukla sağlık hizmeti sunan kurumların tercihi olurken, mavi ya da gümüş gibi daha yumuşak renk tonları diyet gıdaları sunan firmalar tarafından kullanılıyor. Önceleri şirketin ismine görsel bir destek sağlaması amacıyla oluşturulan logoların bir müddet sonra kurumsal kimliğin parçası olduğu, özellikle de şirketler için olmazsa olmazlar arasına girdiği de görülüyor. Her ne kadar imaj hiçbir şeydir dense de...



BU KEZ BOĞAZ TURUNDAYDIK...

SYK çalışanları olarak bu kez de Boğaz'ın keyifli ortamındaydık.

Güneşli güzel bir gündü. Sonrasında teknemiz Boğaziçi'nde ilerledikçe koyulaşan ve keyiflenen sohbet ve dostluk ortamına bir müddet sonra ışıklar eşliğinde muhteşem bir İstanbul akşamı eşlik etmeye başladı.

Ve her zaman olduğu gibi bu güzel günün de nasıl geçtiği anlaşılamadı. Geriye ise, her zaman olduğu üzere güzel anılar ve bu anıların tanıklığını yapmak üzere fotoğraflara yansıyan görüntüler kaldı.

