



# TÜRKİYE ESNAF ve SANATKARLARI KONFEDERASYONU

Aylık Elektronik Haber Bülteni – Yıl : 1 Sayı : 4 – Ağustos 2008



## SORUNLARIMIZI VE ÇÖZÜM YOLLARINI ORTAK AKILLA, BİRLİKTE BELİRLEYECEĞİZ ...

Göreve geldiğim günden bugüne kadar bir çok İl'e çeşitli nedenlerle gittim. Ancak, son zamanda oda ve birlik başkanlarımızdan gelen yoğun istek üzerine sorunları yerinde görüp incelemek için uzman ekibimizle birlikte İl İl teşkilatımızı ziyaret kararı aldık.

Bu ziyaretlerimizde her ilin başkanlar kurulu ile ayrı ayrı toplantılar yapıp, esnaf ve sanatkar arkadaşlarımızı da iş yerlerinde ziyaret ederek sorunlarını dinleyeceğiz

İlk gezimize Tekirdağ ilinden başlayarak, sırasıyla Edirne ve Yalova illerini ziyaret ettik. Bu illerimizde, sorunlarımızı ve çözüm yollarını tartıştık. Gezilerimiz kuşkusuz devam edecek ve Ramazan ayı içerisinde daha da yoğunluk kazanacak. Teşkilatımız ve esnafımızla yerinde yapacağımız görüşmeler de tespit ettiğimiz sorunları ve çözüm önerilerini daha sonra Ankara'da değerlendirip, hükümet yetkililerine ileterek en kısa sürede çözümlenmeye çalışacağız.

Sorunlarımızı ve çözüm önerilerini, ortak akılla tutarlı bir biçimde tespit etme amacını taşıyan bu toplantıların son derece yararlı olacağını görüyorum. Bir ilk olan bu girişimimizin teşkilatımızda büyük heyecanla karşılandığını görmekten de gerçekten mutluyum. Mesleki dayanışmamızı güçlendirerek, sorunlarımızın çözümünü kolaylaştıracak olan bu ve benzeri çalışmalarımız giderek yoğunlaşacaktır. Tüm teşkilat olarak çözüme odaklandığımızda esnaf ve sanatkar meslektaşlarımızın çıkarlarının korunması bağlamında çok büyük başarılarla imza atacağımıza yürekten inanıyorum.

Sorunlarımızın çözümü ancak, ortak aklın gücünden yararlanmak ve mesleki dayanışmamızı geliştirmekle mümkündür.

Sevgi ve Saygılarımla ...

**Bendeve PALANDÖKEN**

TESK Genel Başkanı

### İçindekiler

Haberler	2
Rasyonel Bir Piyasa İçin Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Gereği	6
Bilinçli Tüketici Açısından Private Label Ürünler	7
Esnaf – Sanatkar, İnovasyon ve Ciğerci Naci	8
<b>BASEL II</b>	<b>9</b>

**Açılan Kapanan İşyeri İstatistikleri**

**Yılın ilk 7 aylık döneminde açılan kapanan işyeri sayısının geçen yılın aynı dönemi ile karşılaştırılması:**

	<u>2007 (7 Ay)</u>	<u>2008 (7 Ay)</u>	<u>Değişim</u>
Açılan İşyeri Sayısı	112.151	109.722	% - 2,16
Kapanan İşyeri Sayısı	78.402	76.832	% - 2

Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Sicil Gazetesi verilerine göre, 2008 yılının ilk 7 ayında açılan işyeri sayısında, 2007 yılının aynı dönemine göre % 2,16'lık, kapanan işyeri sayısında ise % 2'lik bir azalma olmuştur.

**2008 Temmuz ayında açılan - kapanan işyeri sayısının geçen yılın aynı ayı ile karşılaştırılması**

	<u>2007 (Temmuz)</u>	<u>2008 (Temmuz)</u>	<u>Değişim</u>
Açılan İşyeri Sayısı	12.108	13.501	% 11,50
Kapanan İşyeri Sayısı	7.118	16.501	% 131,82

2008 yılı Temmuz ayında, 2007 yılı Temmuz ayına göre açılan işyeri sayısında % 11,50'lik, kapanan işyeri sayısında ise % 131,82'lik bir artış gerçekleşmiştir.

**SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI ÖNCÜLÜĞÜNDE "ESNAF VE SANATKARLAR STRATEJİ, DEĞİŞİM, DÖNÜŞÜM VE DESTEK EYLEM PLANI" ÇALIŞMALARI ÇERÇEVESİNDE ESNAF VE SANATKARLARIN SORUNLARININ MASAYA YATIRILDIĞI, ÇÖZÜM ÖNERİLERİNİN TARTIŞILDIĞI VE POLİTİKA ÖNERİLERİNİN DEĞERLENDİRİLDİĞİ "ARAMA KONFERANSI" 1-2 AĞUSTOS 2008 TARİHLERİ ARASINDA GÜRAL SAPANCA WELNESS OTEL'DE GERÇEKLEŞTİRİLDİ.**



Sanayi ve Ticaret Bakanlığı organizasyonunda gerçekleştirilen "Esnaf Arama Konferansı"na, Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan'ın yanı sıra TESK Genel Başkanı Bendevi Palandöken, milletvekilleri, Bakanlık yetkilileri, DPT; Maliye, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Gelir idaresi Başkanlığı, TESK ve TESKOMB yöneticileri, akademisyenler, gazeteciler, kamu kurumları üst düzey yöneticileri, finans kesiminden temsilciler ve uzmanlardan oluşan 100'ü aşkın kişi katıldı. Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan, esnaf ve sanatkarlar için yeni bir vizyon belirleyeceklerini belirterek, belirlenen vizyona ulaşmak için misyon, stratejik plan ve gerekli çalışmaları yapacaklarını söyledi.

Çağlayan, Türkiye ekonomisinde önemli bir yapısal değişim yaşandığını bildirerek, rekabet şartlarının ağırlaştığını kaydetti.

" Böyle bir ortamda esnaf ve sanatkarımızı kendi haline bırakacak durumda değiliz. Bu noktada 60. Hükümet programımızda esnaf ve sanatkarımıza değişim ve dönüşüm sürecini yönetme noktasında taahhüdümüz var. Bir taraftan eğitim desteği verirken, diğer taraftan da finansman desteği vereceğiz. Önümüzdeki dönemde hangi sektörlerde, hangi esnaf ve sanatkar kollarında değişimi, dönüşümü ve birleşmeyi gerçekleştireceğimizi belirleyeceğiz. Ortaklık sistemini kuracak, güç birliği oluşturacak, eğitim ve maddi destek konusunda çok önemli açılımlarımız olacak." şeklinde konuştu.

## TESK FAİZSİZ KREDİYE SEVİNDİ KAPSAMIN GENİŞLETİLMESİNİ İSTEDİ.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından Adapazarı'nın Sapanca ilçesinde düzenlenen iki günlük 'Arama Konferansı'nın sonucunda Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan tarafından açıklanan 5 bin üretici sanatkara verilecek kredilerden mutlu olduklarını belirten TESK Genel Başkanı Bendeve Palandöken, "Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan'ın açıklamış olduğu "0" faizli kredilerden sadece Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu'na bağlı oda üyelerimiz yararlanacaktır" dedi.

Kredinin kapasite raporuna sahip üretici esnaflara verileceğini de belirten TESK Genel Başkanı Bendeve Palandöken, "ilk 6 ayı ödemesiz, 3'er ay aralıklarla 18 ayda geri ödenecek ve faizsiz olarak verilecek krediyi olumlu ve önemli bir gelişme olarak değerlendiriyoruz. Bundan dolayı Hükümetimize ve Bakanlığımıza teşekkür ediyoruz. Ancak bu sınırlı desteğin arkasının da gelmesini bekliyoruz. Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) olarak AB ile ortaklaşa yürüttüğümüz ve halen devam eden Kadın Girişimcilik Projemize dahil girişimcilik eğitimi gören 6 bin kadınıma da bu imkan verilmeli. Özellikle eğitimler sonucunda girişimci olan ve TESK'e bağlı odalara üye olarak iş yeri açan kadınlarımıza da bu kredi desteği verilmeli" diye konuştu

## TESK , KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİ DESTEKLEME PROJESİ KAPSAMINDA, 25 İLDE BULUNAN ESNAF VE SANATKARLAR ODALARININ YÖNETİM VE DENETİM KURULLARINDA GÖREV ALAN GİRİŞİMCİ KADINLARLA, KADIN GİRİŞİMCİLERE İŞ KURMA VE İŞ GELİŞTİRME SÜREÇLERİNDE DESTEK VERMEYİ HEDEFLEYEN KADIN GİRİŞİMCİLER AĞI'NI KURDU.

Odaların yönetim ve denetiminde yer alan esnaf ve sanatkar kadınlar, 17-18 Temmuz'da , Ankara'da ilk defa bir araya gelerek Kadın Girişimciler Ağı çalıştayını topladı, iki günün sonunda, Kadın Girişimciler Ağı kurma kararı alındı. Alınan karar çerçevesinde çalışmaya katılan oda üyesi kadınlar ve ESOB personeli öncelikle kendi illerinde Ankara'da yapılan çalıştay benzeri toplantılar düzenleyecek.

Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve 25 ilde TESK tarafından ESOBlar aracılığı ile yürütülen proje kapsamında kurulan ağın, proje tamamlandıktan sonra da, Kadın Girişimciliğini Destekleme Merkezi hizmetlerinin sürdürülmesine destek vermesi amaçlanıyor.

## TESK ANTALYA'NIN MANAVGAT VE SERİK İLÇELERİNDE MEYDANA GELEN VE YAKLAŞIK 4-5 BİN HEKTARLIK BİR ORMAN ALANININ TAMAMEN YANMASININ ARDINDAN , "HER ESNAFTAN BİR FIDAN " KAMPANYASI BAŞLATTI.



Beş günde beş ayrı noktada meydana gelen ve Türkiye'nin en büyük yangınları arasına giren Antalya'nın Manavgat ve Serik ilçelerine bağlı Sağırin, Çardak, Taşağıl ile Karabük ve Akbaş köylerini etkileyen yangından büyük üzüntü duyduklarını belirten TESK Genel Başkanı Bendeve Palandöken, "El birliği ile yanan ormanlarımızı yeniden kazanmalıyız. Üyelerimiz ve vatandaşlarımız geleceğimizi düşünüp fidan dikme kampanyamıza katılarak, tüm insanlığa ve dünyaya faydalı ve son derece önemli bir iş için el ele girişimde bulunalım" dedi. Konuyla ilgili yazılı bir açıklama yapan TESK Genel Başkanı Bendeve Palandöken, yanan bölgeleri yeniden ağaçlandırmak için Türkiye genelinde "Her Esnaftan Bir Fidan" kampanyası başlattıklarını açıkladı. Tüm esnaf ve sanatkarların kampanyaya katılmalarını isteyen Palandöken, "Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu olarak Antalya Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği ile yapılan işbirliği sonucu Halk Bankası Antalya Merkez Şubesinde 16000156 numaralı bir hesap açtık. Bu hesaba tüm esnaf ve sanatkarlarımızın katkı yapmasını bekliyoruz. Çünkü, orman nefes almaktır, hayattır, milli servettir. " diye konuştu.

## GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ ALAN KADINLARA ÜCRETSİZ ESNAF SİCİL KAYDI HAKKI VERİLDİ

Avrupa Birliği (AB) hibe fonlarından ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu (TESK) tarafından desteklenen, "girişimcilik eğitimini" tamamlayan kadınlara, ücretsiz esnaf sicil kaydı hakkı verildi.

Adana'da Ücretsiz üyelik hakkında yararlanarak "esnaf" kaydı yaptıran Tuğba İşgüzar "Esnaf Odaları Birliğinin desteğiyle aldığımız eğitim sonucu sertifikası sahibiyim. Sertifikamı aldıktan sonra oda ve esnaf sicil kaydımı yaptırdım. Ücret ödemedim. Halen, evimde çalışarak sürdürdüğüm yapay çiçekçilik mesleğimi geliştirmek, kendime ileride iş kurmak istiyorum" dedi.



**BAŞKAN'DAN ÖRNEK ESNAFA ÇİFTE PLAKET**

Kütahya'nın Simav ilçesinde 40 yıldan bu yana bakkallık yapan esnaf Necdet Öztaş, (72) dürüstlüğü, temizliği, tertip ve düzenin sağlanmasında gösterdiği duyarlı davranışları yüzünden Simav Belediye Başkanlığı tarafından örnek esnaf seçildi.

Belediye yetkilileri Necdet Öztaş'ın ilçede bakkallık yapmadan önce Almanya'da işçi olarak çalıştığını , Almanya'da edindiği olumlu izlenimlerini Simav'da sürdürmek için 40 yıldır bıkmadan usanmadan çaba sarf ettiğini belirterek temizlik, tertip, düzen ve dürüstlüğü ile her zaman çevresine örnek olduğunu söylediler.

**HAVRAN'LI USTALARA SEMİNER**

Balıkesir'in Havran ilçesinde Esnaf ve Sanatkarlar Odası'nın girişimleri ile 20 esnaf İstanbul'da düzenlenen seminere katılarak yeni teknolojileri öğrenme imkanı ve fırsatını buldu.

Havran Esnaf ve Sanatkarlar Odası önderliğindeki seminerin çok başarılı geçtiğini belirten esnaf Oda yönetimine teşekkür ettiler. Oda yöneticileri ise özel bir otomobil firması tarafından organize edilen gezi ve seminerlere bundan sonra da devam edeceklerini söylediler.

**KIRŞEHİR SANAYİ SİTESİ'NDE FAALİYET GÖSTEREN TAMİRCİ ESNAFI, ÇIRAK BULAMAMAKTAN DERTLİ**

Kılıçözü Sanayi Sitesi'nde faaliyet gösteren özellikle oto tamirci esnafı, çırak bulamamaktan dolayı kalfa ve usta yetiştiremediklerini söylediler.

Çırak bulunamadığı için tamirciliğin gelecek yıllarda tarihe karışacağını söyleyen oto tamir servisi yetkilisi , "Kırşehir'de hem Endüstri Meslek Lisesi hem de Çıraklık Eğitim Merkezi olmasına rağmen yanımızda çalıştıracak ve meslek öğretecek çırak bulamıyoruz. Bu nedenle her işe kendimiz koşuyor ve sıkıntı çekiyoruz. Böyle giderse gelecek yıllarda vatandaşlarımızın araçlarını tamir edecek kalfa ve usta bulamayacak" dedi

**KÜTAHYA MİNİBÜŞÇÜLER ODASI'NIN HUKUK ZAFERİ**

Pek çok ilde karşılaşılan bir sorunu, Kütahya Minibüsçüler, Servis Araçları ve Halk Otobüsleri Odası, mahkeme kararıyla çözüme kavuşturdu.

Kütahya Belediye Meclisi, aldığı bir kararla, Kütahya'daki minibüs ve halk otobüslerinin fiyat tarifelerini ilan etmiş, minibüs, dolmuş ve halk otobüslerinin bu tarife üzerinden ücret almalarını istemişti. Ancak Belediye Meclisinin böyle bir karar alma hakkı olmadığını ileri süren Minibüsçüler Odası , idarenin bu uygulamasının 5362 sayılı yasanın 62. maddesine aykırı olduğunu ve tarife belirleme yetkisinin odalara ait olduğu iddiasıyla, Eskişehir 2.İdare Mahkemesinde, yürütmenin durdurulması talebiyle dava açtı. Mahkeme, Minibüsçüler odasını haklı bularak, yürütmeyi durdurarak tarife belirleme hakkının odaya ait olduğunu tespit etti.

Belediye'nin Bölge İdare Mahkemesi'ne yaptığı, Eskişehir 2. İdare Mahkemesi'nin kararına itirazının da reddedilmesiyle, bu hüküm kesinleşti.

**SAAT PİLLERİ SAATÇİ ESNAFINDAN KİLOSU 40 YTL'YE SATIN ALINARAK GÜMÜŞ YAPIMINDA KULLANILYOR .**

Merkezi Gaziantep'te bulunan bir gümüş üretim atölyesi, bölgedeki il ve ilçelerde bulunan saatçi esnafından kullanılmış pilleri satın alıyor.

Şirket yetkilisi , "Son 5 yıldan bu yana İskenderun dahil bazı çevre il ve ilçelerde saatçi esnafından bu pilleri topluyoruz. Tabii esnaf bir kilo civarında pili bir yıl gibi bir sürede toparlayabiliyor, biz de kilosunu 40 YTL'den satın alıyoruz. Gümüş yapımında kullanılan pillerin geri dönüşümü sağlanılarak, doğaya zarar vermesi önleniyor" dedi. Saatçi Nuri Şerifoğlu ise, "Müşterilerin değiştirdiği boş saat pillerini biriktirip gelen şirket yetkililerine satıyoruz. Bizim için hem ek kazanç oluyor hem de doğaya zarar vermediği için mutlu oluyoruz, güzel bir uygulama" diye konuştu.



Ersen YAVUZ

TESK Genel Başkan  
Danışmanı  
Sanayi ve Ticaret Bakan-  
lığı (E) Müsteşarı  
basdan@tesk.org.tr

### RASYONEL BİR PİYASA İÇİN PERA- KENDE TİCARETİN DÜZEN- LENMESİ GEREĞİ

Hiper ve grosmarketlerin kent merkezlerinde faaliyet göstermelerinin yarattığı sorunların AB modeli örnek alınarak çözümlenmesini amaçlayan tasarı, perakende ticaretin bütünüyle düzenlenme gereği konusunda yeni bir tartışma başlatmıştır. Yalnızca büyük

mağazaların faaliyetlerinin değil başta esnaf ve sanatkar işletmeleri olmak üzere küçük işletmelerin kuruluş ve faaliyetlerinin de bir düzene bağlanması ihtiyacı, gerçekten de üzerinde durulması ve tartışılması gereken önemdedir.

Avrupa Birliği uygulamaları, yalnızca büyük mağazaların değil küçük işletmelerin kuruluş ve faaliyetlerinin de belirli kurallara tabi olduğunu göstermektedir. Bu konuda en yerleşik uygulamaya sahip Almanya ve Fransa modelleri son derece ilginçtir. Almanya'nın, önceki yıllar uygulamalarında; bir sanatkar işletmesinin faaliyete geçebilmesi için ilgili mahallin talep ve ihtiyaç durumu göz önüne alınmakta ve belirli bir tüketim bütünlüğü oluşturan mahaller, kent imar planları üzerinden belediyelerce belirlenerek, bu tüketim yörelerindeki talebi karşılayacak küçük işletme sayıları, sektörel faaliyet alanlarına göre tesbit ve ilan edilmekteydi. Örnek vermek gerekirse; bir elektrik tamircisi veya su tesisatçısı bir mahallede işyeri açmak istediğinde önce o yörenin belediyesine başvurmakta, belediye yetkilileri tüketim bütünlüğüne göre belirlenmiş yöreler itibarıyla tesbit edilmiş talep durumuna göre kuruluş izni verilip verilmeyeceğine karar verilmekteydi. Örneğin o yörede, ihtiyacın karşılanabilmesi için iki elektrik tamircisinin veya iki su tesisatçısının mevcudiyeti yeterli görülüyorsa, bir üçüncüsünün açılmasına izin verilmemekte ve ilgililere bu konuda işletme ve hizmet açığı olan yörelerde faaliyet başvurusunda bulunmaları önerilmekteydi. Böylece aynı konuda faaliyet gösteren küçük işletmelerin birbirlerine çok yakın mahallerde ve hatta yan yana faaliyette bulunmaları önlenmekte, yıkıcı rekabetin ve gayri rasyonel ekonomik faaliyetlerin önüne geçilmekteydi

Bu uygulama daha sonra ticaret serbestisi, özel mülkiyet ve teşebbüs özgürlüğü ilkelerine aykırı bulunduğu gerekçesiyle terkedilmiştir. Bu yapılırken, ticaret serbestisi ilkesine de ters düşmeyecek şekilde, haksız ekonomik rekabetin önüne geçilmesi ve gayri rasyonel bir piyasa düzeninin oluşumunun önlenmesi bağlamında yeni bir modele geçilmiştir. Bugün Fransa'da bir benzeri uygulanmakta olan modele göre, ticari faaliyette bulunmak isteyen bir küçük işletme sahibi veya sanatkar, ilgili mahallin belediyesine başvurduğunda kendisine önce o yöredeki hizmet arz ve talep durumu hakkında bilgi verilmekte, ihtiyaç fazlası bir alanda ilgilinin faaliyette bulunmaması konusunda uyarıda bulunmaktadır. Buna rağmen ilgilinin ticari

faaliyette bulunma kararlılığı sözkonusu ise talebi uygun karşılanmakta, ancak verilen ruhsata konulan bir şerh'le bu talebin yörenin hizmet ihtiyaç talebinin üzerinde olduğu derc edilmektedir. Böylesi bir şerhin işletmeye kredi verecek finans müesseseleriyle, sigortasını yapacak kuruluşlar için son derece önemli ve yönlendirici olduğu açıktır.

Gerçektende, Belediyenin karşıt şerhini ihtiva eden bir ruhsata sahip küçük girişimci, işletmesine tesis veya işletme kredisi temin edemediği gibi işyerinin sigortasını da yaptıramamaktadır. Bu uygulama, yeterli sermayesi bulunmayan girişimciler için caydırıcı niteliktedir. Böylece hem piyasa hukuku kurallarına aykırı bir uygulama yapılmamış hem de ekonomik rasyonelitenin gereği yerine getirilmiş olmaktadır.

**Avrupa Birliği uygulamaları, yalnızca büyük mağazaların değil küçük işletmelerin kuruluş ve faaliyetlerinin de belirli kurallara tabi olduğunu göstermektedir.**

Bu modelin Türkiye'miz için de uygulanabilirliği vardır. Avrupa Birliği uygulamalarının model alındığı bir ortamda bu alanda da gereğinin yerine getirilmesi uygun olur. Bugün aynı mahallede yan yana faaliyet gösteren esnaf ve sanatkar işletmelerinin durumları ortadadır. Mahallin ihtiyacının çok üzerinde olan bu işletmeler, yetersiz talep nedeniyle ayakta kalamamakta ve kısa bir süre faaliyet gösterdikten sonra kepenk indirme zorunda kalmaktadır. Bu durumun açtığı sosyal yaralar bir yana ekonomik yönden de israf ve kayıplara neden olduğu açıktır. Bu yanlış ve gayrirasyonel uygulamaların Avrupa Birliğinin yukarıda anlattığımız modelinin ülkemize de adaptasyonu suretiyle önlenmesi mümkündür. Burada karar verilmesi gereken nokta, örnek alınan ülkelerde yaşanan süreçlerin sırasıyla ve ülkemizde de aynen yaşanması mı, yoksa hali hazırda nihai modelin ülkemize aynen adaptasyonunun mu tercih edilmesi olacaktır. Yani Almanya ve Fransa'nın bu konuda yaşadığı evrimsel süreç aynen Türkiye'de de yaşanmalıdır yoksa bugün Almanya ve Fransa'da uygulanan modelin aynen adaptasyonu ile yetinilmelidir. Görüşümüz, bu konudaki uygulama süreçlerinin ülkemizde de aynen yaşanması gereğidir. Yani önce izin sistemi uygulamaya konulmalı ve uygulamanın yerleşmesini müteakip daha liberal olan ve Avrupa ülkelerinde bugün uygulanan sisteme geçilmelidir. Kanaatimize göre sistemin başarısı, uygulama süreçlerinin aynen yaşanmasıyla yakından ilgilidir.

Bugün, hiper ve grosmarketlerin kuruluş ve faaliyetlerinin izne bağlanması gereği aynen küçük işletmeler için de geçerlidir. Bu konuda esnaf ve sanatkar işletmelerinin yaşadıkları sosyal ve ekonomik sorunlar küçümsenemez boyutlardadır. Kaynak israfının önlenmesi ve ekonomik rasyonelitenin sağlanması yönünden esnaf ve sanatkar işletmelerinin kuruluş ve faaliyetlerine de bir düzen getirilmesinin vakti çoktan gelmiştir.



**Av. Yasemin  
ERTEKİN**

Hukuk Müşaviri  
yertekin@tesk.org.tr

## BİLİNÇLİ TÜKETİCİ AÇISINDAN "PRIVATE LABEL" "ÜRÜNLER

Bilindiği üzere; 1980'lerden sonra "private label" (özel marka) kavramı perakendecilerin ürünlerini tüketicilere daha ucuz fiyata sunmak amacıyla fason üretimle hazırlattıkları ve üzerlerine de genellikle kendi isimlerini koydukları özel markalı ürünleri tanımlamaktadır.

Ucuz olmasına rağmen kalitesi düşük olan bu ürünler, perakende sektöründe gittikçe büyüyen bir pazar oluşturmaktadır.

Marka, günümüz tüketicisi için ürün ile ilgili çok önemli bir bilgi kaynağıdır. Markanın, tüketici için taşıdığı önemin artması şirketlerinde markayı daha stratejik açıdan ele almalarına sahip olmuştur. Bunun doğal sonucu olarak çeşitli marka uygulamalarına gidilmiş ve bu uygulamaların sonucunda da üretici marka karşısında private label markalar çıkarılmıştır. Mağazalar, üreticiler karşısında rekabet avantajı yakalayabilmek, tüketici sadakati kazanabilmek ve pazar paylarını arttırmak için kendi özel markalarını geliştirmişlerdir.

Türkiye'de private label ürünler perakendecilik sektörü içinde her ne kadar 2001 yılından önce var olmuşsa da asıl gelişmeyi sağlayan 2001 ekonomik krizidir. Bu ürünler Türkiye tarihinde yaşanan ve sonuçları çok ağır olan 2001 yılı ekonomik krizinden sonra tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilmiştir. Son yıllarda gıda ve temizlik ürünleri başta olmak üzere, private label ürünlerin sayıları ve çeşitleri hızla artmaktadır. Özellikle süper ve hiper marketlerde private label ürün uygulamaları oldukça ilerlemiştir. Ancak bu ürünler diğer üretici markaları ile karşılaştırıldığında fiyat açısından daha ucuz olmakla birlikte, kalite açısından çok düşük olduğu gözlemlenmektedir.

Fakat ucuz olmaları sebebiyle tüketici eğilimlerinin bu markalara yönelik arttığı da çok açık ortadadır. Süper ve hiper marketler müşterilerinden daha fazla kazanmak için bu ürünleri çıkartmaktadırlar.



**Fiyat/kalite algısı tüketicinin satın alma kararlarında en önemli kriterlerdendir. Özellikle dayanıksız tüketim mallarına yönelik satın alma kararlarında, ürünün kalitesi, ürün performansına ve bu performansın zaman içinde devam etmesine bağlıdır. Üretici markalı ürünlerin aslında bir taklidi olan "private label" ürünler kalitesiz, bundan dolayı da ucuz ürünlerdir.**

Ancak, private label denilen ürünlerin bugün pek çok tüketicide öfke yarattığı da bilinen bir gerçektir. Bugün pek çok tüketici her şeyi bir arada bulundurduğu için kolaylık sağladığından alışverişlerini süper market zincirlerinden yapmaktadırlar. Ancak, üzerinde o süper market zincirinin adı olan private label ürünler bilinçli bir tüketici gözüyle incelendiğinde kaliteleri bakımından insan sağlığını tehdit edici boyutlara ulaştığı görülmektedir. Yine de bu ürünlerin kaliteden yoksun olmasına rağmen tüketiciler açısından tercih edilmesinin temel sebebi ucuz olmasının yanında süper marketlerde satışının yapılmasından kaynaklanmaktadır. Bu durum da daha kaliteli ve uygun fiyata ürün markası satışı yapan esnaf ile haksız rekabete yol açmaktadır. Bu anlamda private label ürünler hakkında tüketicilerin bilinçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Fiyat/kalite algısı tüketicinin satın alma kararlarında en önemli kriterlerdendir. Özellikle dayanıksız tüketim mallarına yönelik satın alma kararlarında, ürünün kalitesi, ürün performansına ve bu performansın zaman içinde devam etmesine bağlıdır. Üretici markalı ürünlerin aslında bir taklidi olan private label ürünler kalitesiz, bundan dolayı da ucuz ürünlerdir. Yapılan araştırmalarda üretici markalı ürünlere kıyasla private label ürünleri tercih eden tüketicilerin satın alma gücü düşük tüketiciler olduğu saptanmıştır. Ayrıca, tüketicinin private label ürünlerine yönelmesinde zincir mağazalara duyulan güvenin de etkili olduğu yapılan araştırmalardan saptanmıştır.

Tüketici, ucuz bir ürün üzerinde tanınan, bilinen bir mağaza ismi gördüğünde güven duyarak bu ürünlere yönelmektedir. Ancak, burada mağazalar isimlerinden yararlanarak tüketicileri daha kalitesiz ürünü satmaları konusunda yanıltılmaktadırlar. Bu noktada bilinçli tüketici olmanın önemi karşımıza çıkmaktadır. Bugün pek çok tüketici tarafından bu ürünler genellikle düşük kaliteli olarak algılanmaktadır. Kalite garantisinin yüksek olması üretici markalarını hala önemli kılmaktadır.

Bu anlayış içerisinde tüketim alışkanlıklarımızı gözden geçirmek ve yeni bir tüketim ahlakı oluşturmak zorundayız.



**S.Cüneyt  
YEŞİLKAYA**

Vergi Danışmanı

cuneyt@tesk.org.tr

## ESNAF – SANATKAR, İNOVASYON VE CİĞERCİ NACİ

Türkiye’de esnaf ve sanatkarların bir değişim sürecine girdiğini, daha doğrusu bir sürece girdiğini ancak, bunun “**değişim süreci**” olarak isimlendirilmesi gerektiğini kapanan esnaf ve sanatkar işletmelerinin sayısı artınca anladılar.

**Esnafın bir kısmı, büyük marketlerden şikayetçiydi.** Onların sayısı arttıkça esnafın sayısı azalıyordu. Sadece bakkalların değil, manav, kasap, kırtasiye, billuriye, tuhafiye, çiçekçi, vs...

57 meslek kolunun etkilendiği söyleniyor.

**Bir kısım esnaf da teknolojiden rahatsızdı ama şikayet edemiyordu.** Teflon ve çelik tencereleri üretmeyin veya ithal etmeyin diyemiyordu kalaycılar. Bunun çözüm olmayacağını farkındaydılar ve yavaş yavaş çekildiler piyasadan. Bugün yaşları 30’un altında olanlara sorsanız çoğu bilmez kalaycı nedir, nalbant nedir, semerci nedir...

İşte bu noktada teşhisi koydular.

**“Esnaf ve sanatkarlar bir değişim sürecine girdi.”**

Tedavi?

**“İnovasyon”.**

Esnaf birbine baktı...

“Ne ola ki bu inovasyon dedikleri!”

Onlar anlamayınca Türkçe karşılık arandı inovasyona. **“Yenilikçilik”** dediler.

Tam olarak kelimenin anlamını vermemekle beraber, “yenilikçilik”le de neyin kastedildiği pek anlaşılamadı.

--

Ankara’da kapı kapı dolaşmak suretiyle eşinin yaptığı ciğerleri satan meşhur bir ciğerci vardır. **“Ciğerci**

**Naci”** deyince bilir herkes.



Cep telefonları iyice yaygınlaşmaya başlayınca, Ciğerci Naci, arabasının üzerine bir yazı yazdı.

**“ALO NACİ NEREDESİN”.**

Altında da bir telefon numarası: **“0 532 .....**”

O kadar ilgi çekti ki, Ankara’nın her yerinden arayıp yerini sordular Ciğerci Naci’nin. Bazen o gitti müşterinin ayağına, bazen de müşteri geldi Naci Usta’nın ayağına.

Ve geçenlerde Ciğerci Naci’nin arabasında bir başka yazı.

**web:** [www.cigercinaci.20m.com](http://www.cigercinaci.20m.com)

**e-mail:** [cigercinaci@netscape.net](mailto:cigercinaci@netscape.net)

İnternet sitesinde şöyle yazıyor: **“Naci ustanın web sayfasına hoş geldiniz.”**

Ve siteden bir yazı:

**“DEĞERLİ MÜŞTERİLERİM !**

NACİ USTA, WEB SAYFASINA GOSTERİLEN YOĞUN İLGİ NEDENİYLE BÜTÜN MÜŞTERİLERİNE TEŞEKKÜR EDER . BURADA BİR AÇIKLAMAYI ZORUNLU GÖRDÜM. E-MAIL İLE GELEN SİPARİŞLERİ ANCAK SABAH 11.00’E KADAR CEVAPLAYABİLDİĞİMİ HATIRLATIRIM. ÇÜNKÜ BU SAATDEN SONRA SERVİSE ÇIKMAKTAYIM. CİĞERCİ NACİ’NİN BİR AİLE İŞLETMESİ OLDUĞUNU UNUTMAMANIZI DİLERİM.”

İşte inovasyon budur.

Türkçesi yok...

Herkes yenilikçilik diyor. Bense yaratıcılık diyorum. bir tek sorun var. 1,9 milyon esnafın kaçının bu kadar yaratıcı olabileceği!

**Ebru KÖMEZ**

ARGE Uzmanı

ebru@tesk.org.tr

## BASEL II

Basel-II, bankaların riske dayalı bir sermaye yükümlülüğüne tabi olmasını öngören ve bankaların bulundurmaları gereken sermaye yükümlülüğünün hesaplanmasında basitten gelişmişe doğru giden farklı ölçüm yaklaşımlarının kullanılabilmesine imkân tanıyan kapsamlı bir düzenlemedir.

Bu düzenleme 2007 yılı başından itibaren AB üyesi ülkeler başta olmak üzere pek çok ülkede yürürlüğe girmiştir. BDDK'nın konuya ilişkin olarak açıkladığı yol haritası çerçevesinde;

- Mart 2007'de Basel II'nin yasal düzenleme olarak yayımlanması,
- Ağustos 2007'de Basel I (mevcut uygulama) ile birlikte Basel II hesaplamalarının yapılması,
- Ocak 2008'de Basel II'nin yürürlüğe girmesi

planlanmıştır.

Ancak, Türk Bankacılık Sektörünün Basel-II'ye geçişine yönelik BDDK tarafından yürütülen çalışmalar sonucunda önemli mesafeler kaydedilmiş olmakla beraber, uygulamanın ileri bir tarihe ertelenmesi uygun görülmüştür.

### Basel II'de KOBİ'ler

Basel II, KOBİ'lere yerel mevzuatımızdan farklı bir tanım getirmiştir. Bir firmanın KOBİ olma kriteri yıllık satış cirosu olmuştur. Yıllık satış cirosu 50 milyon EURO'nun altında olan firmalar Basel II'ye göre KOBİ'dir. KOBİ tanımına uygun olan firmalar ise; bir bankadaki toplam riskleri itibarıyla "Perakende – Kurumsal" ayrımına tabi olmakta, bu duruma göre toplam riski 1 milyon EURO'dan düşük olan firmalar "Perakende KOBİ", 1 Milyon EURO'dan fazla olan firmalar ise Kurumsal KOBİ olarak tanımlanmaktadır.

Basel II perakende KOBİ tanımına uygun olan firmaları "perakende" portföyü içinde kabul edip, %75 risk ağırlığının uygulamasını öngördüğünden, bankalar için bu ayrıştırma oldukça önemli hale gelmiştir. Bir firma kullandığı kredi miktarına bağlı olarak bir bankada kurumsal portföy içinde yer alırken, bir başka bankada perakende portföyünde yer alabilecektir.

### Basel II'nin Kredilendirme Sürecine Olan Etkisi

Ülkemiz bankacılığında halen devam etmekte olan kredilendirme sürecine "geleneksel yaklaşım" diyebiliriz. Bu yaklaşımda "iyi kredi-kötü kredi" kavramları geçerli olup, firmalar mali analiz ve istihbarat

konularında tecrübeli uzmanlarca tahlil edilmekte, bu doğrultuda oluşturulan raporların sonucuna göre kredi tahsisi gerçekleştirilmektedir. Fiyatlamada izlenen yol ise bankanın maliyetine belirli oranda bir kâr payının eklenmesidir.

Basel II, geleneksel yaklaşımdan farklı olarak, kredilendirme sürecinin mümkün olduğunca objektif kriterlerle gerçekleştirilmesini, fiyatlamaya risk priminin de dahil edilmesini gerektirmektedir.

Kredi riskinin tespitinde 2 yöntem kullanılmaktadır. İçsel değerlendirmede; bankalar kredi verdikleri firmaların taşıdığı riskleri ölçümleyebilmek için, tüm KOBİ'lere, dışsal derecelendirmede ise; bağımsız derecelendirme kuruluşları, kurumsal KOBİ'lere derecelendirme notu verecektir. Ayrıca, kredi müşterisi firmaların taşıdıkları riske göre bankaların sermaye yükümlülükleri hesaplanmakta, kredinin bankaya yüklediği maliyet de kredi fiyatının belirlenmesinde temel oluşturmaktadır.

Basel II, alınan teminatların kredi riskliliğini azaltıcı etkisini kabul etmekte, ancak mevcut durumda sıklıkla kullanılmakta olan teminatların bazıları Basel II kapsamında ele alınan teminatlar arasında yer almamaktadır. Bunlara örnek olarak; ortak kefaleti, grup şirketi kefaleti, müşteri çek ve senetleri verilebilir. Basel II'de tercih edilen teminatlar; nakit, altın, hisse senedi, tahvil, yatırım fonu, banka garantisidir.

Firmalar, Basel II'nin öngördüğü teminat yapısına uyum sağlamaları halinde daha düşük maliyetle kredi temin etme imkanına sahip olacaklardır.

### Basel II'ye Geçiş Sürecinde Küçük Ölçekli İşletmelere Öneriler

- Firma esas faaliyet konusunda çalışmalıdır.
- Kayıt dışılıktan kaçınılmalı, tüm faaliyetler kayıt altına alınmalıdır.
- Güvenilir mali tabloları olmalıdır.
- Basel II'nin öngördüğü teminat yapısına uyum sağlanmalıdır.
- Sermayeleri güçlendirilmelidir.
- Kurumsal yönetim kültürü oluşturulmalıdır.
- Karar alma mekanizmalarında tüm risklerin dikkate alınmasına imkan verecek sistem kurulmalıdır.
- Risk yönetimi konusunda uzmanlaşmayı sağlamak üzere nitelikli insan kaynağına yatırım yapılmalıdır.

Yukarıda yer verilen önerilerin tamamı, firmanın bankaların uygulayacakları iç derecelendirme sistemlerinden ve bağımsız kuruluşlarca uygulanacak dış derecelendirme sistemlerinden daha iyi not almalarına imkan verecek niteliktedir. Daha iyi derecelendirme notuna sahip bir firma, daha uygun maliyetle kredi imkanına sahip olacak; nakit döngüsünde bir sorun olmaksızın, Basel II'nin olası etkilerinden olumsuz bir şekilde etkilenmeksizin mevcut ticari hayatını devam ettirebilecektir.



## “Her Esnaftan Bir Fidan”

### kampanyası

“Halk Bankası Antalya Merkez Şubesinde  
16000156 numaralı bir hesap açtık.

Bu hesaba tüm esnaf ve sanatkarlarımızın  
katkı yapmasını bekliyoruz.

Orman nefes almaktır, hayattır, milli servettir.  
Ormanıyla, deniziyle, iklimiyle ve tüm doğası ile  
ekonomimize büyük katkılar sağlayan  
Antalya bölgesine yapılacak olan  
bu destekler boşa gitmeyecek  
yeşil ve güzel bir orman olarak geri dönecektir.”

**Bende vi PALANDÖKEN**

**Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu  
Genel Başkanı**

### TÜRKİYE ESNAF ve SANATKARLARI KONFEDERASYONU

Aylık Elektronik Haber Bülteni

Yıl : 1 Sayı : 4

Ağustos – 2008

Her ay elektronik  
olarak yayınlanır ve dağıtılır.

Tunus Caddesi No : 4  
Bakanlıklar ANKARA

Tel : 312-418 32 69  
Faks : 312-425 75 26  
E-posta : info@tesk.org.tr

Yayınlanan yazıların sorumluluğu  
yazarlarına aittir.

## TESK ,

Yöneticileri  
en alt birimden itibaren  
yargı gözetiminde yapılan  
demokratik seçimlerle  
işbaşına gelen  
bağımsız

13 Mesleki Federasyon,  
82 Birlik,

3142 Oda ,

491 Meslek dalıyla

ülke düzeyinde

yaklaşık 2 milyon üyeye

sahip en büyük

sivil toplum kuruluşudur.