

CİLT 10, SAYI 8, AĞUSTOS 1982

**Türk
sanayicileri
ve
iş adamları
derneği**

görüş

GÖRÜŞ (AYLIK YAYIN) AĞUSTOS 1982

Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği

Sahibi ve Sorumlu Neşriyat Müdürü :

Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı Ali Kocman

Yazı İşleri Müdürü :

Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
Genel Sekreteri Ertuğrul İhsan Özol

Adres : Cumhuriyet Cad. Ferah Ap. 233/9
Harbiye - İstanbul

Telefon : 46 24 12

Görüş'teki yazılar, kaynak olarak, TÜSİAD -
GÖRÜŞ'ün belirtilmesi koşuluyla izinsiz kul-
lanılabilir.

Basıldığı Yer :



İLERİ MATBAACILIK
basım & yayın koll.şti.
TEL: 22 25 77 - 27 36 00

Bu Sayıda

Yanıltıcı Reklamlar	4
Şirketlerin Toplum İçindeki Rollerinin Tanımlanması	7
Dış Borç Vermede Yeni Formül	9
Doğu Almanya'nın Dış Borçları Batıyı Endişelendiriyor	12
Türkiye OPEC'e İhracat Artışında Başa Geçti	15
Uluslararası Pamuk Pazarlarında Fiyatların İstikrar Göstermesi Bekleniyor	18
Dünya Ticaretinde Yeni Kısıtlamalar	20
Yugoslavya'da Enflasyonla Mücadele	22
Amaç Dışı Kullanılan Tarım Topraklarımız	25
İstihdam Oranında Farklılıklar	29
Suudi Arabistan'da Başarı İçin Öğütler	31

Yanılıcı Reklamlar

Avrupa'da yanılıcı reklamlara karşı tüketiciyi koruma hareketi gün geçtikçe yayılırken, özellikle reklamların içeriğinin sıkı bir kontrole tabi tutulması gerektiği savunuluyor. Çeşitli ülkelerde (İngiltere, Fransa, Almanya, Hollanda) reklam sahipleri, yayın organları ve reklam şirketleri arasında reklamları kontrol etmek ve yanılıcı reklamları önlemek üzere gönüllü bir işbirliği başlamıştır.

Tüketiciyi koruma hareketinin önderleri reklamların içeriği, amaçları ve tüketici üzerindeki etkileri üzerinde duruyorlar. Bazen bir gerçeği sunuş biçimi reklamın yanlış anlaşılmasına ve yanılıcı olarak kabul edilmesine neden olabiliyor. Örneğin, Almanya'da bir şirket reklamlarında dünya piyasasında lider olduğunu belirtmiş. Ancak aynı şirket iç piyasada lider olmadığı için reklamın yanılıcı olduğu kabul edilmiştir.

Tüketiciyi koruma hareketlerini desteklemek amacı ile arasına kamuoyuna başvuruluyor. 1975 senesinde yapılan bir araştırmada soru yöneltilen kişilerin % 67'si reklamların yanıltıcı olduğunu belirtince AET komisyonu yanıltıcı reklamlara karşı ilk tasarı direktiflerini önermiştir. AET komisyonunun tasarısındaki belli başlı noktalar şunlardı: Yanıltıcı reklam tamamen veya kısmen yanlış bilgiler veren reklamdır. Yanlış imaj yaratan ve hemen anlaşılabilen reklamlar da yanıltıcı kabul edilebilir. Ticari itibarı zedeleyen, cins, ırk, din ayrımını destekleyen, tüketicinin güvenliğini tehlikeye düşüren reklamlar da haksız reklamlar olarak kabul edilmektedir.

Üye ülkelerin haksız veya yanıltıcı reklamlara karşı kanunlar düzenlemesi, mahkemelerin ve idari organların bu tip reklamları önleyecek ve kaldıracak yetkiye sahip olmaları gereği üzerinde de duruluyor. Kuruluşlara ve bireylere yanıltıcı reklamlara karşı tedbir alınması için mahkemelere ve yetkili organlara başvurma imkânı sağlanması ve yanıltıcı reklamlar sonucu ortaya çıkan zararlar için gerekli ceza sisteminin geliştirilmesi isteniyor.

1978 senesinde İngiltere'de yapılan bir araştırmaya reklamların büyük ölçüde gerçeği yansıttığını göstermiştir (% 93). Ancak reklamların % 100 gerçeği yansıtması gerektiği, reklamların % 3'ü dahi yanıltıcı olsa bunun halka bir zararı olabileceği savunuluyor.

İngiltere ve Fransa'da tüketicuyu korumakla görevli kuruluşlar yanıltıcı reklamlara karşı bir şikâyet mekanizması geliştirmeye çalışıyorlar. Ancak şikâyette bulunabilmek için reklamın anlaşılır nitelikte olması gerekmektedir. Yanıltıcı reklamın mahiyetinden daha az önem taşımakla birlikte kimin yanıltıldığı konusu da güncelliğini korumaktadır. Bu cins reklamlara karşı özellikle dezavantajlı grubun (fiziki ve sosyo ekonomik açıdan ve öğrenim düzeyi bakımından dezavantajlı olanlar ile çocuklar) korunması amaçlanıyor. Bunun için bir reklamın ne derece yanıltıcı olduğundan başka, ortalama tüketicinin yanılma olasılığı da göz önüne alınıyor. Alman mahkemesi bir reklamın yanıltıcı olmasını tüketicilerin % 15'inin yanılmasına bağlamıştır.

Tüketicuyu koruyan gruplar reklamın her ne şekilde olursa olsun kişileri ikna etmekten ziyade, bir mal veya hizmet ile ilgili gerekli tüm bilgilerin verilmesi olduğu görüşünde birleşiyorlar. İsveç'te Pazarlama İşlemleri Kanunu hükümete, reklamlarda ve diğer pazarlama işlemlerinde mal ile ilgili daha fazla bilgi verilmesini istemek hakkını veriyor. Aynı şekilde Norveç'te de, özellikle posta yolu ile satışlar ve kredili satışlarda, reklamların satılan mamul hakkında tam bilgi içermesi isteniyor. Ancak bu konuda zıt görüşler de var. Reklamın belli başlı pazarlama araçlarından birisi olduğu ve temelde amacın bilgi vermek değil, kişileri ikna etmek olduğu görüşünde birleşenler de bulunmaktadır.

Kaynak : Business International

Şirketlerin Toplum içindeki Rollerinin Tanımlanması

European Institute for Advance Studies in Management ve the European Foundation for Management Development tarafından ortaklaşa hazırlanan "Gerçeklerle Karşılaşma" adındaki raporda bir şirketin toplum içindeki rolünü belirlemesi ve görevlerini en iyi şekilde yerine getirebilmesi için "oyunun kurallarını" açıklığa kavuşturması gerektiği bildiriliyor.

Hollanda demiryolu sistemi, rolünü en iyi şekilde tanımlayan kuruluşlardan biri olarak gösteriliyor. 1964 senesine kadar kâr yapan sistem, daha sonra zarar etmeye başlamıştır. Bu durum ile birlikte demiryolu sisteminin esas amacının kâr etmek mi, yoksa sosyal hizmet vermek mi olduğu üzerinde anlaşmazlıklar başladı. Ancak daha sonra organizasyon kendini tam bir kamu kuruluşu olarak nitelendirip, sosyal sorumluluklarının kâr yapmadan daha ağır bastığı görüşünü kabul etti.

Burada önemli olan nokta kuruluşun sosyal sorumluluğunun bilincine varması ve uzun dönemli plânlarnı bunu göz önüne alarak hazırlamasıdır. Amerika'lı stratejik plânlama uzmanı Igor Ansoff, uzun dönemli plânlarda stratejik karar alınırken, tekno-ekonomik bilgiler yanında, sosyo-politik bilgilere de ihtiyaç olduğunu belirtiyor.

Raporda yer alan çeşitli tavsiyeler şöyle:

- 1) Şirketler sosyo-politik konular ile ilgilenmek üzere özel bölümler kurabilirler.
- 2) İş tanımları, sosyo-politik konularda yöneticilere yetki ve sorumluluk verecek şekilde yeniden düzenlenebilir.
- 3) Sosyo-politik konularla ilgili bilgileri şirkete aktarmak için üst düzey yöneticiler veya şirket dışından bazı uzmanlar kullanılabilir.
- 4) Çeşitli grupların temsilcileri (tüketici grupları gibi) şirketlerde bazı komitelerde görev almak üzere davet edilebilir.
- 5) Özel danışmanlardan, toplumda saygınlık kazanmış kişilerden veya politikacılardan dış dünya ile ilişki kurmak için faydalanılabilir.

Raporda ayrıca 1990'larda beyaz yakalı işçilerin, tüketici derneklerinin, hammadde satıcılarının, mahalli hükümetlerin ve çevre koruma akımının taraftarlarının çok önem kazanacağı, farklı grupların ortak menfaatleri için çeşitli ortaklıklar kurulacağı belirtiliyor.

Kaynak : International Management

Dış Borç Vermede Yeni Formül

1970'lerde petrol fiyatlarının aşırı derecede artması sonucu uluslararası bankacılık sistemi borçlu ülkelerdeki ekonomik, politik ve finansal gelişmeleri daha yakından izlemeye başlamıştır. Bankalar borçlu ülkelerin borçlarını geri ödeme güçlerini anlayabilmek için çeşitli sistemler geliştirmiştir. Borçlu ülkenin likidite durumunu anlayabilmek için GSMH'nın yüzdesi olarak dış borçlar veya rakkamlarla ifade edilmese de ülkedeki politik istikrar gibi çeşitli göstergelerden faydalanılmıştır. Ülkenin borç ödeme potansiyelini gösteren oranlardan bir tanesi makro-ekonomik likidite oranıdır. [MELR = (Brüt resmi rezervler + bankaların net yabancı varlıkları + bankacılık sisteminden elde edilebilen krediler + mal ve hizmet hesapları dengesi) / Dış borç geri ödeme maliyeti]. Ancak bunun da bazı eksik yönleri vardır. Örneğin, faiz ödemeleri oranının hem payında (hizmet ve mal hesaplarının bir parçası olarak) hem de paydasında (borç geri ödeme maliyetinin bir parçası olarak) verilmektedir. Aynı şekilde payda eldeki toplam fonların içine bir borç olan ithalat değeri dahil edilirken, geri kalan borçlar paydada da gösterilmiştir.

Bu tip eksiklikler pay'a cari işlemler dengesi yerine ihracat gelirlerini paydaya ise borç geri ödeme miktarı yerine, toplam finansman ihtiyacı (dış borçların faizi ve ithalat) ile dış borç amortismanının konması ile giderilebilir. Bu şekilde

Bir ÷lkeye borç verme riskinin değerlendirilirken, bu oranlar dışında zamanı gelen borçların, ödenip ödenmediği de göz önüne alınmaktadır. Artan ödemeler dengesi açıkları ve dış borçlar birçok ÷lkenin finansal yükümlölüklerini yerine getirmelerini engellemektedir. Bu nedenle MEFR hesaplanırken, hesaplanan orana ise makro-ekonomik finansman oranı denmektedir. [MEFR = (Brüt resmi rezervler + Bankaların net yabancı varlıkları + bankacılık sisteminden elde edilebilecek krediler + ihracat) / (ithalat + Dış borç amortismanı)]. Bu oran kısa vadeli borçları kapsamamaktadır. Hernekadar dış ticaretin finansmanı için kullanılan kısa vadeli krediler kreditorlerce tekrar finanse edilirlerse de, bunun aksi bir durum (Romanya'da olduğu gibi) ÷lkenin ciddi bir likidite problemi ile karşılaşmasına neden olabilir. Bu oran genellikle 0.5 ile 1.5 arasında değişmektedir. Oran 1'den yüksek olursa dış borç geri ödemeleri ve ithalat için gerekli fonun olduğu anlaşılır. Ancak, pay içinde ÷lkeye sermaye girişleri ve uluslararası finans piyasalarından elde edilebilecek fonlar dahil edilmediği için oranın 1'den az olması kesinlikle o ÷lkenin ödeme yapamayacağını göstermez. Az gelişmiş ÷lkeler, uluslararası finans piyasasından para kullanılamayacak kadar küçük ve fakir ÷lkeler ve daha büyük olup bu piyasaya girebilenler olmak üzere ikiye ayrılabilir. Birinci gruba dahil ÷lkeler için oranın 1'den ufak olması kesinlikle ödeme zorlukları ile karşılaşılaçağını gösterir. Örneğin, bu oranın çok ufak bir ÷lke için 0,90 olması, Brezilya ve Meksika gibi ÷lkeler için 0,75 olmasından daha tehlikeli olarak kabul edilebilir.

bu tip ödenmiş olması gereken borçların da değerlendirilmesi gerektiği görüşü mevcuttur.

MELR ve MEFR Oranlarının Hesaplanması
(TANZANYA)

(Million \$)
1981

1) Brüt resmi rezervler	20
2) Bankaların net yabancı varlıkları	149
3) Elde edilebilecek kredi	77
4) İhracat	687
5) İthalat	1591
6) Cari işlemler dengesi (transferler hariç) –	904
7) Dış borç faizleri	36
8) Dış borç amortismanı	73
9) Dış borç geri ödeme maliyeti	109

$$\text{MELR} = \frac{1+2+3+6}{9} \quad \text{MELR} = -6.04$$

$$\text{MEFR} = \frac{1+2+3+4}{5+8} \quad \text{MEFR} = 0.56$$

MELR'nin negatif, MEFR'nin 1'den küçük olması ülkenin fon bulmakta güçlük çektiğini ve likidite sorunu olduğunu göstermektedir.

Kaynak : Banker

Doğu Almanyanın Dış Borçları Batıyı Endişelendiriyor

Batılı banka çevreleri bundan bir süre öncesine kadar Doğu Bloku ülkelerine büyük bir güven içinde borç verirken, önce Polonya, arkadan da Romanya'nın ekonomik durumunun bozulması üzerine verilmiş kredileri nasıl geri alacaklarının hesabına girmişlerdir. Son gelen haberlere göre ise Doğu Almanya'nın da sıkışık bir durumda olduğu ve büyük bir olasılıkla batı bankalarından dış borçlarının ödemelerinde erteleme isteyeceği yolunda olduğudur.

Doğu Bloku içinde Doğu Almanya 11 milyar dolar ile batıya olan borçları bakımından dördüncü durumdadır. Polonya'nın batıya 29 milyar dolar, Sovyetler'in 20,4 milyar dolar, Romanya'nın ise 12,2 milyar dolar borcu bulunmaktadır. Tahminlere göre 1985 yılında Doğu Almanya'nın batıya olan borcu 18 ila 20 milyar dolar arasında olacaktır.

Batılı banka çevrelerinin Doğu Almanya konusunda endişelenmelerine sebep olan unsurlar şu şekilde ifade olunmaktadır :

- Bir ödeme zorluğu halinde Doğu Almanya bunu telâfi edici derhal pazarlanabilir hammadde ve sair mallara sahip değildir. Örneğin oysa, Polonya'nın bol miktarda kok kömürü, bakırı ve sülfürü vardır.
- Doğu Almanya batıdan aldığı borçlarla tüketime yönelmiş ve hatta ABD'den hayvan yemi ithaline bile gitmiştir. Oysa örneğin Romanya batı kredilerini yatırımlara kullanmıştır.
- Doğu Almanya'nın ihracatı artmış olmakla birlikte, elde edilen gelir ülke tüketimi ve sanayi yatırımları için gerekli ithalatı karşılayacak durumda değildir. 1981 yılı için % 16 ihracat artışı planlanmış, ancak bu oran % 10 oranında gerçekleşmiştir.
- Alınan borçların büyük kısmı kısa vadeli olup, 1982 yılında içinde 4 milyar doların ödenmesi gerekmektedir. Geri kalanın çok büyük kısmının ise 1985 sonuna kadar ödenmesi gerekmektedir.

Elbette Doğu Almanya diğer doğu Avrupalı komşularına göre en sağlam ekonomik bünyeye sahiptir. Doğu Avrupa'nın en vasıflı, güçlü ve en disiplinli iş gücüne sahip olduğu gibi, Batı Almanya ile olan özel ilişkisi dolayısıyla Batı Avrupa piyasasında imtiyazlı bir duruma sahiptir. Hatta bu özel ilişkilerinden ötürü bazı çevreler Doğu Almanya'ya AET'nin 11'inci üyesi demekten kaçınmamaktadırlar... Sadece Batı Almanya'ya 6.5 milyar DM'lik ihracat yapan Doğu Almanya, batılı kardeşinden ayrıca her yıl çeşitli şekillerde 1.6 milyar DM'lik bir ilâve gelir de sağlamaktadır. Bu ödemelerin bir kısmı tamamen siyasi nedenlere dayanmakta ve faizsiz olarak verilmektedir.

Ancak herşeye rağmen Doğu Almanya gene de tüketimi ve yatırımları için gerekli döviz kazancak ölçüde ihracat yapmamakta ve bu yüzden de batılı alacaklıların endişelerinin artmasını engelleyememektedir.

Türkiye OPEC'e ihracat Artışında Başa Geçti

Bir önceki yıla oranla OPEC ülkelerine yapılan ihracatta en fazla artış Türkiye'de görülmektedir. % 339.5'lik bu oranı ikinci olarak izleyen İzlanda'nın % 36.1'lik artış oranı Türkiye oranının oldukça gerisindedir. OECD ülkelerinin OPEC'e ihracat artışlarında üçüncü sırada Portekiz gelmekte, ülkeyi İtalya takip etmektedir.

OPEC'e yapılan ihracat OECD üyesi ülkelerin toplam ihracatlarının yüzdesi olarak gözden geçirilirse % 32.8'lik bir oranla Türkiye başta gelmektedir. Yunanistan % 18.5'lik bir oranla sıralamada ikinci İtalya % 17 ile üçüncü ve Japonya % 15.1 ile dördüncüdür.

Ancak OECD ülkelerinin OPEC'e toplam ihracatları içinde ülkelerin payı teker teker gözden geçirilirse bu pazara en fazla % 19.4'lük bir oranla Japonya'nın ihracat yaptığını, bu ülkeyi % 18.3'lük bir oranla Amerika'nın, % 13.1 ile Almanya ve % 10.9 ile İtalya'nın izlediği görülmektedir. OECD'nin OPEC'e toplam ihracatı içinde Türkiye'nin payı ise % 1.3'dür.

Kaynak : Economic Outlook

OECD ÜLKELERİNİN
(Datalar ihracatın \$

MİLYAR \$		YÜZDE DEĞİŞİM			
	Yıllık Ortalama 1972 - 1973	1981	Yıllık oranlar 72 - 75/74 - 79		1979
					— 1980
Birleşik Amerika	3.2	21.6	57.4	8.7	18.0
Kanada	0.3	2.0	45.7	18.0	38.1
Japonya	2.3	22.8	65.5	12.0	37.8
Fransa	1.5	10.9	61.4	11.6	29.8
Almanya	1.9	15.4	66.7	11.5	19.8
İtalya	1.1	12.8	57.7	20.2	27.2
İngiltere	1.6	11.0	47.3	12.4	46.1
Belçika - Lüksemburg	0.4	2.9	58.7	18.2	30.3
Hollanda	0.5	3.7	51.8	21.5	37.0
İrlanda	0	0.4	81.7	37.8	41.5
Yunanistan	0	0.8	100.0	19.1	39.4
Danimarka	0.1	0.9	60.6	11.9	24.7
Norveç	0	0.3	54.2	16.9	63.2
İsveç	0.2	1.9	68.3	16.3	15.3
Finlandiya	0	0.6	54.2	30.8	56.4
İzlanda	0	0.1	0	27.0	505.9
Avusturya	0.1	1.1	64.2	14.1	57.1
İsviçre	0.3	2.2	55.2	19.2	23.0
İspanya	0.3	3.0	55.7	25.9	32.8
Portekiz	0	0.2	44.2	11.6	47.6
Türkiye	0	1.5	40.1	16.6	17.0
Avustralya	0.2	1.6	54.2	11.1	46.4
Toplam OECD (c,d)	14.0	117.8	59.2	13.2	29.1
7'ler (c,d)	11.8	96.5	59.3	12.0	28.1

b) OECD'nin OPEC'e toplam ihracatının yüzdesi

c) Yeni Zelanda'nın ihracatı hariç

d) 1981 için İngiltere ihracat rakamı bulunmadığından tal

PEC'E İHRACATLARI^a
(leğeri üzerindedir)

					OPEC PAZARININ PAYI ^b				
1980	Toplam ihracatın %'si olarak OPEC'e ihracat				72	73	74 - 79	1980	1981 ^d
1981	72 - 73	74 - 79	1980	1981					
21.4	5.3	9.9	8.0	9.2	22.8	21.4	17.7	18.3	
11.1	1.2	2.5	2.9	2.9	1.9	1.8	1.9	1.7	
23.4	7.0	13.6	14.3	15.1	16.4	17.7	18.5	19.4	
10.8	4.9	8.4	8.9	10.7	10.7	9.3	9.8	9.2	
22.7	3.3	7.4	6.5	8.8	13.3	14.9	12.5	13.1	
30.4	5.3	11.2	12.7	17.0	7.7	8.7	9.8	10.9	
3.9	5.8	10.0	9.2	10.7	11.4	9.8	10.6	9.4	
-0.1	2.0	4.1	4.6	5.3	2.7	2.7	3.0	2.5	
-8.1	2.4	4.3	5.4	5.4	3.4	3.2	4.0	3.1	
20.7	0.6	3.2	4.4	5.7	0.1	0.2	0.4	0.4	
-7.7	3.6	13.4	15.4	18.5	0.3	0.6	0.8	0.7	
26.8	2.0	4.1	4.2	5.5	0.7	0.7	0.7	0.7	
16.0	1.1	2.0	2.2	2.0	0.3	0.3	0.4	0.3	
23.1	1.8	4.7	5.2	6.9	1.3	1.6	1.6	1.6	
-2.8	1.4	3.3	4.4	4.4	0.3	0.4	0.6	0.5	
86.1	0	2.2	7.3	13.3	0	0	0	0.1	
16.4	2.3	4.9	5.6	7.2	0.7	0.8	1.0	1.0	
3.0	3.6	7.2	7.1	8.0	2.1	2.2	2.1	1.8	
10.9	6.2	10.8	13.1	14.7	2.0	2.0	2.7	2.5	
63.2	0.8	1.6	2.0	3.6	0.1	0.1	0.1	0.1	
339.5	3.8	8.1	12.6	32.8	0.3	0.3	0.3	1.3	
7.4	2.8	5.1	6.7	7.3	1.6	1.2	1.5	1.3	
17.7	4.1	8.1	8.5	9.7	100	100	100	100	
19.3	4.7	9.2	8.9	10.6	84.2	83.7	80.8	81.9	

nin yapılmıştır.

Uluslararası Pamuk Pazarlarında Fiyatların İstikrar Göstermesi Bekleniyor

Bremen pamuk borsasının 1981 yayınına göre 1982/83 sezonunda uluslararası pamuk piyasasında stokların yüksekliği sebebiyle pamukta herhangi bir darboğaz olmayacaktır. Bu durum 5 milyon balyalık stoklar nedeniyle hasat miktarını aşan tüketim halinde de değişmeyecektir.

Yüksek kaliteli pamuk piyasasında durum biraz değişik olabilecektir. Burada fiyatların oluşmasında beklenmeyen gelişmeler söz konusu.

Genel olarak bir çok ülkede gelecek sezon için pamuk üretim plânında çekimsiz bir tutum görülmekte. Buna sebep olarak, cari fiyatların düşüklüğü, tekstil sanayiinde düzelme eğilimlerinin yetersiz kalması, devreden pamuk stokları ve devam eden yüksek faizler gösterilebilir.

1982 senesinde dünya pamuk üretiminde % 8'lik bir azalma beklenirken, Amerika'da bu oran % 36.3'ü bulmaktadır.

PAMUK ÜRETİMİ

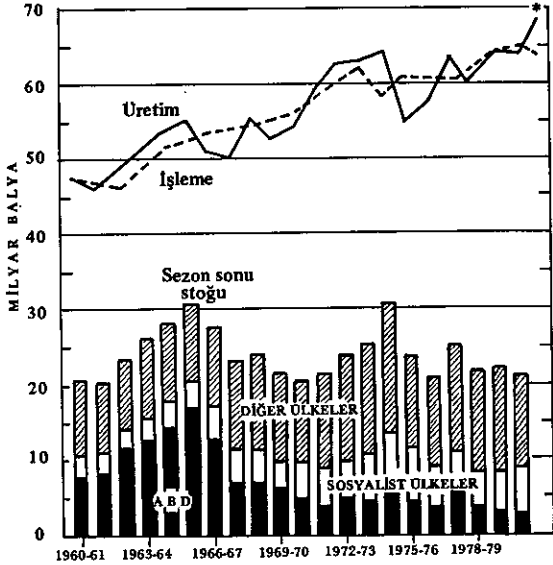
(1000 balya)

	DÜNYA	AMERİKA	TÜRKİYE
1980	65.600	11.122	2.273
1981	71.300	15.696	2.464
1982 *	65.800	10.000	—

* (Temmuz itibariyle tahmin)

Kaynak : Handelsblatt ve TUSİAD

DÜNYA PAMUK PIYASASI 1960/61 – 1980/82
Üretim - İşleme - Stoklar



* tahmin

Kaynak : International Cotton Advisory Committee (ICAC)

Dünya Ticaretinde Yeni Kısıtlamalar

Son yıllarda, dünyanın en eski ticaret şekillerinden biri olan takas usulünün çeşitli ülkelerce benimsenmesi, açık ve çok taraflı dünya ticareti için büyük bir tehlike olarak nitelendirilmektedir. Çeşitli ülkeler, uluslararası ödemelerde para ve kredi kullanımını yerine satın alınan malın bedelini diğer bir mal ile ödeyerek "karşı ticaret" geliştirmişlerdir. Bu tip alış-verişler dünya ticaretinin yaklaşık % 25-30'unu kapsamaktadır. Burada esas amaç durgunluğun sarstığı ülkelere ihracatı arttırmak ve ödemeler dengesi açıklarını azaltmak.

1980 yılından beri, mal satan bir çok ülkelerin müşteri ülkeden kendisi için veya başka ülkelere satmak üzere mal satın alması istedikleri bildiriliyor. Örneğin, İran Yeni Zelanda'yı bağımsız bir aracı yoluyla 200 milyon dolarlık donmuş kuzu ithal edip karşılığında bu ülkeye ham petrol ihraç etmeye razı etmiştir. İthalatçı ülkeyi satıcı ülkelerin başka yoldan satması güç olan bazı malları almaya zorlaması dünya piyasasının bir kısmının serbest rekabete kapaması demektir. Karşı ticaret uygulamasına ilk başlayan ülke Rusyadır.

Ancak bu tip ticaret OPEC ve 3. Dünya ülkeleri arasında da giderek yayılıyor. Özellikle OPEC ülkeleri, bu yolla kartelin belirlediği petrol fiyatlarını düşürmeden satış yapma imkânı buluyorlar. Karşı ticaretin çeşitli şekilleri var : Bunlar şöyle özetlenebilir :

- 1) Karşı alım : Mal satan alıcı ülkenin maliyetini karşılamak üzere, o ülkeden satılan mal ile ilgili olmayan başka bir mal alımı için sipariş verir. Örneğin, Rusya bir Japon firmasından inşaat makineleri alıyor. Bunun karşılığında Japon'lar Rusya'dan kereste alıyorlar.
- 2) Geri alım : Satıcı, alıcı ülkedeki bir fabrikanın üretimini belli bir kısmını belli süre ile satın alacağına dair garanti veriyor. Örneğin, Rusya bir ABD şirketinden fosfat alıyor. 20 milyar dolarlık bu anlaşmada, şirket, Sovyetlere amonyak fabrikası kurmak için yardım etmeyi ve üretimin bir kısmını satın almayı garanti ediyor.
- 3) Kliring anlaşması : Kabul edilen belli bir miktarda ticareti gerçekleştirmek için 2 ülke arasında mal değişimini içeriyor. Örneğin, İngiltere'nin Hindistan'da ürettiği fotokopi makineleri, Rusya ile Hindistan arasındaki kliring anlaşmasına dayanılarak Rusya'ya satılıyor.

Kaynak : International Businessweek

Yugoslavyada Enflasyonla mücadele

Temelinde merkezi planlamaya dayanan bir sosyalist yönetimin hakim olduğu Yugoslav ekonomisi hr teŖebbse ve serbest piyasa anlayıŖına da belli bir ölçüde açıktır. BaŖka bir deyimle piyasada arz/talep mekanizması iŖlemekte, mal ve hizmetlerin hacimleri ve elbette fiyatları da koŖullara göre deėiŖebilmektedir. Böylece dengedeki bir aksama, fiyat artıŖlarını, yani enflasyonu getirmektedir.

Yugoslavya Mayıs ayında uzun vadeli bir istikrar programını uygulamaya baŖlamıŖtır. Üst düzeydeki özel bir komisyon bu programa ek olarak 17 adet özel alt program hazırlamıŖtır. Ana hedef enflasyonu durdurmak, fabrikaların daha rasyonel alıŖmalarını sağlamak ve bunu yaparken de üretim kalitesini yükselterek prodüktif ve krl hale gelmelerini sağlamaktır.

Enflasyon oranı 1982 için % 15 olarak öngörül-
müş olmasına rağmen Yugoslav hükümeti bir
açıklamada bulunarak bu hedefin bu yıl gerçek-
leşmeyeceğini ve % 25 oranındaki bir enflasyon
hızının kabul edilmesi gerektiğini bildirmiştir.
Ancak hükümet aynı zamanda yılda % 5 oranında
bir enflasyon düşüşü ile plan dönemi ilerledikçe
ve tahminen 1985'lere doğru yıllık enflasyon
oranını % 10'da tutmak hedefini gütmektedir.
Bu oranı tutturalabilmek için de Yugoslavlar fiyat
politikasında bugüne kadar izlenen uygulamanın
dışına çıkarak her mal için geçerli dünya fiyatla-
rına uymaya çalışacaklarını kabul etmişlerdir.
Bunu yaparken de direkt fiyat kontrollerinin
1985 yılının sonuna kadar devam edeceğini açık-
lamışlardır.

Anti enflasyonist programın uygulanabilmesi için
büyüme hızının % 2 ila % 3 arasına düşürülmesi,
yatırımların da azaltılması öngörülmüştür. Yani
daha önceki % 4.5'lik büyüme hızından vazgeçil-
miş ve sabit sermaye yatırım oranları da % 35'ler-
den % 25'lere düşürülmüştür. Şirketler için öz
kaynak oranının % 40'a çıkması ve kurumlar ver-
gisinin de düşürülerek kaynakların artırılması
planlanmıştır. Alınan bu önlemlere ayak uydura-
mayıp zor duruma düşen işletmelere acımasız
davranılacaktır. Bunlar ya kapatılacak veya daha
iyi işleyen kuruluşlara devrolunacaktır. Ancak bu
sistem uygulanırken bir geçiş dönemi hakkı da
tanınacak ve belli bir süre için vergi indirimi gibi
kolaylıklar sağlanacaktır.

Sıkı para politikasına devam olunacak, para hacmi tedrici ve istikrarlı bir biçimde azaltılacak, krediler ise devamlı kontrol altında bulundurulacaktır. Bu arada faizlerin yükselmesi ve enflasyonun üzerine çıkarak pozitif bir düzeyde gerçekleşmesi istenmektedir. Daha önceki uygulamalarda hedef faizlerin enflasyon oranının altında kalmasını öngörürken bu anlayış şimdi tam anlamıyla değişmiştir. Yugoslav dinarı için ise gerçek kur uygulamasına geçilecek ve dinar dalgalanmaya bırakılacaktır. (Bugün 48 Dinar = 1 Dolar)

Rakamlarla Yugoslav Ekonomisi :

İhracat	: Ocak - Mayıs	Geçen yılın aynı
	1982	dönemine göre artış
	3,9 Milyar \$	% 5
İthalat	: 5,7 "	% 14
İhracatın ithalatı karşılama oranı :		
	1982'de % 73	1981'de % 60
1982'de öngörülen bütçe açığı 500 milyon \$.		

Amaç Dışı Kullanılan Tarım Topraklarımız

Ülkemiz açısından çok büyük önem taşıyan tarım arazilerimiz sınırlıdır. Türkiye'de 27.7 milyon hektar işlenen tarım arazisi, 25 milyon hektar çayır-mera, 20.2 milyon hektar orman arazisi ve meskun yerlerle birlikte 77.8 milyon hektar alana sahiptir. Artan nüfusumuz karşısında arazi varlığımızı plânlı ve dengeli olarak kullanmamız gerektiği halde, ne tarım içi, ne de tarım dışı kullanımlarda bu temel ilkeye uyulmamıştır. Bugün ülkemizde tarımsal işlemeye elverişli olmayan alanlarda tarım yapıldığı gibi, I. ve II. sınıf verimli tarım arazileri tarım dışı amaçlarla kullanılmaktadır. Kullanma kabiliyetlerine göre arazi varlığımız şu şekilde sınıflandırılmaktadır. (su yüzeyleri ve meskun araziler hariç)

1. Sınıf araziler	4.973.162 Ha.
2. " "	6.705.943 "
3. " "	7.532.049 "
4. " "	7.163.439 "
5. " "	165.076 "
6. " "	10.189.857 "
7. " "	36.232.151 "
8. " "	3.163.654 "
<hr/> Toplam	<hr/> 76.125.331 "

Esas olarak ilk dört sınıftaki araziler kültür bitkilerine ayrılmalıdır. 8. sınıf araziler çıplak alanları, diğer sınıflar çayır-mera-orman alanlarını içine almaktadır.

Yapılan tesbitlere göre (1969 sonu itibariyle) sadece orman ve meraya elverişli olduğu halde yaklaşık 5 milyon hektar alanda kuru tarım yapılmaktadır. Bugün ülkemizde tarım arazilerimizin amaç dışı kullanılmaya yönelten sebeplerin başında, sanayileşme, yerleşim (kentleşme), turizm ve diğer kamu yatırımlarının yanlış yönlendirilmesi gelmektedir. Sanayileşme süreci ile sadece organize sanayi bölgelerinin 63 ilde kapsadığı tarım alanı 13.200 hektardır. Bu alanın bugün yanlış seçim sonucu yerleşim alanlarının içinde kalmış ve çevre kirliliği yaratmaktadır.

1990 yılında yerleşik alanların 3 kat artacağı ve 1.5 milyon hektara yükseleceği beklenmektedir. Bu alanın yine büyük kısmı verimli tarım arazimiz envanteri içindedir.

DSİ Genel Müdürlüğünün tesbitlerine göre, büyük emeklerle işletmeye açılan devlet sulamalarında 1976 yılına kadar 11.387 hektar arazi tarım dışı bırakılmış olup, bu alanların sonraki 5 yıl içinde 13.973 hektar artışla 25.360 hektara ulaştığı tahmin edilmektedir.

DSİ Sulama Şebekesinde Bölgelere Göre
Sanayi ve Yerleşim Alanlarına Dönüşen Tarım Arazileri

Bölge	1976'ya kadar		1981 sonuna göre		Toplam %
	Yerleşim ve Sanayi alanına dönüşen %	Ha	Yerleşim ve Sanayi alanına dönüşen %	Ha	
Kuzey Anadolu	464	4.07	3.902	27.92	4366 Ha 17.22
Marmara	395	3.47	907	6.49	1302 " 5.13
Ege	4134	36.30	1.741	12.46	5875 " 23.17
Akdeniz	5239	46.01	5.454	39.25	10723 " 42.28
G.D.Anadolu	-	-	-	-	-
Doğu Anadolu	314	2.76	257	1.84	571 " 2.25
Orta Anadolu	841	7.39	1.682	12.04	2523 " 9.95
T o p l a m	11.387	100.00	13.973	100.00	25360 " 100.00

1980 fiyatları ile, Toprak su yatırımları hariç, bir hektar arazinin sulanması için depolama dahil 400.000 TL. yatırım gerekmektedir. Buna göre 1976 yılı sonuna göre sulama için devletin yaptığı yatırımın 4.554.800.000 TL. kısmı ölü yatırım haline gelmiştir. Bu gelişimin aynı şekilde devam edeceğini kabul edersek bu değerın günümüzde 10.144.000.000 TL. ulaşacağı ortaya çıkmaktadır. Tarım dışı kalan tarım arazilerimizde büyük üretim potansiyeli vardır. Bu kayıp buğday verimi üzerinden değerlendirildiğinde bu alanda sadece 92.424 ton buğday kaybını içermektedir. Bu kaybın 1980 yılı parasal değeri ise 1 milyar TL. üzerindedir.

Kaynak : Türkiye Ziraat Odaları Birliği

İstihdam Oranında Farklılıklar

Bir çok ülkede kadınların işsizlik oranının erkeklerle nazaran daha yüksek olduğu şüphe götürmez bir gerçektir.

Örneğin Cenevre'deki Uluslararası İş Örgütü ILO'nun son raporuna göre Belçika'da 1971 ile 1980 yılları arasında kadınlar arasında işsizlik % 600, erkekler arasında ise % 200 oranında artmıştır. Kanada'da aynı zaman süresince erkeklerde % 20 oranında daha fazla işsizlik görülürken, kadınlarda işsizlik % 170 oranında artmıştır. Batı Almanya'da ise erkeklerde işsizlik üç katına çıkarken kadınlarda 4.5 kere artmıştır.

Ancak, kadınlar yeni yaratılan işlerde daha yüksek oranda edilmektedirler. İngiltere'de erkeklerde istihdam % 4 oranında düşerken, kadınlarda bu oran % 11'i geçmiş, bu sayede toplam istihdamda % 1.5 oranında artış olmuştur.

Gerçekten İsveç'te 70'li yıllarda istihdamda görülen % 10 oranındaki artış daha ziyade kadınlardaki istihdam artışından kaynaklanmış, erkek işgücü ancak % 0.6 oranında artmıştır. Avusturya'da da kadınlarda istihdam % 26 oranında artarken, erkeklerde bu oran % 7'den az olmuştur.

**KADIN VE ERKEKLERDE 1971 - 1980 ARASI
İSTİHDAM TRENDİ**

ÜLKELER	Toplam İstihdam (Artış/Azalış) %	Erkek (Artış/Azalış) %	Kadın (Artış/Azalış) %	İşsizlik	
				Artış/Azalış Erkek %	Artış/Azalış Kadın %
Avustralya	13.3	6.9	26.2	324.0	237.6
Belçika	1.2	- 3.0	9.6	190.5	579.5
Kanada	33.9	21.3	59.1	20.1	169.4
F. Almanya	- 3.7	- 6.3	0.9	323.0	448.6
İtalya	7.0	1.6	21.1	30.7	75.0
Japonya	8.1	8.1	8.1	73.2	87.0
İsveç	9.7	0.6	23.3	-	29.8
İngiltere	1.5	- 4.1	11.3	87.5	347.1
A.B.D.	24.5	13.7	43.0	49.7	48.4

Kaynak : International Management

Suudi Arabistan'da Başarı İçin Öğütler

Suudi Arabistan pazarlarında başarılı olabilmek için şirketlerin aşağıdaki kaidelere uymaları tavsiye ediliyor.

1 – Pazarı büyük görme olağan olduğundan girişimcilerin ilgili yatırımlara başlamadan önce, pazar imkânlarını inceleyen ciddi çalışmalar yapmalarında fayda vardır.

2 – Rekabet tahmin edilenin çok üstünde olabilir. Bu bakımdan ayrıntılı bir rekâbet analizi de yapmak gerekir. Mamulün hangi teknik standartları karşılayacağı, rekabette başarı şansları iyi değerlendirilmelidir.