

CİLT 13, SAYI: 5, MAYIS 1985

**Türk
sanayicileri
ve
iş adamları
derneği**

görüŖ

GÖRÜŞ (AYLIK YAYIN) MAYIS 1985

Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği

Sahibi ve Sorumlu Neşriyat Müdürü
Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
Yönetim Kurulu Başkanı *Ş.Şahap Kocatopçu*

Yazı İşleri Müdürü:
Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
Genel Sekreteri Ertuğrul İhsan Özol

Adres: Cumhuriyet Cad. Ferah Apt. No.233/9
Harbiye - İST. Telefon: 146 24 12

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

Basıldığı Yer: Lebib Yalkın Yayınları
ve Basım İşleri A.Ş.
Telefon: 143 15 75 / 5 Hat

Bu Sayıda,

KİT'ler Fiyat Artışlarında Öncü 4

ABD ile AET Arasında Bitmeyen
Pazar Savaşı 9

UNIDO Bağımsız Bir
Kuruluş Oluyor 15

Yüksek Teknoloji,
Ekonomi, Yenilikler 19

Yeni Bir Reklam Aracı:
Satış Anında Hediye 23

Piyasaya Yeni Bir
Mamul Sürmek 26

Dış Kredilerde Kur Garantisi 30

KİT'ler Fiyat Artışlarında Öncü.....

Aralık 1983-Aralık 1984 dönemini kapsayan son bir yıl içinde kamu sektörü aracılığıyla KİT mamüllerine yapılan zamlar aynı dönem içinde özel sektörün ürettiği bazı temel tüketim mallarına yapılan zamlar ile mukayese edildiğinde, kamu sektörünün KİT'ler aracılığıyla gerçekleştirdiği fiyat artışlarının özel sektörü hayli geride bıraktığı anlaşılmaktadır. Özellikle KİT'lerin ürettiği ürünlerin bir çoğunun, özel sektör kuruluşlarınca temel ve ana üretim girdisi olarak kullanıldığı göz önüne alınırsa, geçtiğimiz bir yıla yakın süre içinde özel sektör kuruluşlarının fiyat ve maliyet açısından günün ekonomik şartlarına göre oldukça değişik sonuçlar aldığı anlaşılmaktadır.

KİT'lerce üretilen çeşitli mal ve hizmetler, Aralık 83/84 döneminde yüzde 37 ile 250 arasında değişen yüksek fiyat artışları gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır. Bu artışlar içinde en yüksek olanların başında yüzde 250 ile patiska, yüzde 100'lük artışlar ile uçak yolculuğu

ve haberleşme, yüzde 82.0 ile kağıt (1. hamur), yüzde 86.0 ile sigara önde gelen mal ve hizmetlerdir.

Akaryakıt fiyatları ise, aynı dönem içinde yüzde 56-58 oranında artış kaydetmiş bulunmaktadır. Elektrik ve çimento fiyatlarında ise aynı dönemde gerçekleşen fiyat artışları yüzde 53.0 ve 50.0 oranındadır. Dönem içinde ise 1 ABD dolarının (MB) TL karşısındaki değer artışı ise yüzde 57.0'ye ulaşmıştır.

KİT ÜRÜNLERİNE YAPILAN ZAMLAR

Mal ve Hizmetler	1983 Aralık		1984 Aralık		% Artış
	Fiyatı (TL)		Fiyatı (TL)		
Normal Benzin (Lt)	124.30		194.00		56.0
LPG Piknik Tüp	206.00		325.00		58.0
Elektrik (Çift.Terim) Kwh	15.80		24.15		53.0
Çimento (Ton)	9.000.00		13.500.00		50.0
Yuvarlak demir (Ton)	79.000.00		122.000.00		54.0
Hamur Kağıt (1.Hamur)(Ton)	214.000.00		388.000.00		82.0
Patiska	100.00		350.00		250.0
Uçak (İstanbul-Ankara)	7.500.00		15.000.00		100.0
Sigara (kısa)	70.00		130.00		86.0
Şeker (Kg)	102.50		140.00		37.0
Süt (SEK) Lt.	120.00		180.00		50.0
Çay (Kamelya) Kg.	650.00		1.150.00		140.0
1 Dolar (ABD) MB	285.60		446.97		57.0

Yüksek oranda yapılan bu zamların yanında özel sektör kuruluşlarınca aynı dönem içinde çeşitli mal ve hizmetlerde gerçekleştirilen fiyat artışları ise: yüzde 5.1 ile 82.4 arasında değişmekte ve KİT zamlarına oranla hayli düşük gerçekleşmiş bulunmaktadır.

Dayanıklı tüketim malları arasında, buzdolabı yüzde 19.2 - 26.3, çamaşır makineleri yüzde 21.4-30.9, fırın yüzde 21.4-33.0, renkli televizyon ise yüzde 5.1 ile en az fiyat artışına sahne olmuştur. Bilindiği gibi aynı dönemde gerçekleşen ortalama yüzde 50 düzeyindeki enflasyon oranının altında görünen bu artışlar hayli düşündürücüdür. Otomotiv sanayi ürünlerinde ise aynı dönemde yapılan fiyat artışları yüzde 16.1 ile 51.5 arasında değişime uğramıştır. Bu grub içinde en yüksek artış traktör fiyatlarındadır.

Davanıksız tüketim malları içinde yer alan, gıda maddeleri ürünlerinde görülen artışlar ise aynı dönem içinde daha yüksek oranda gerçekleşmiştir. Kahvaltılık margarin ve kibritte görülen artış yüzde 80.0 dolayında seyrederken, konservelerde ortalama artış yüzde 40-50 oranındadır. Ampul fiyatlarında ise yüzde

9-12.8'lik fiyat artışları en düşük oranı vermektedir. Lastik ve kumaş ise, yüzde 35-40 dolayında fiyat artışı gösteren diğer önemli mallar arasındadır.

ÖZEL SEKTÖRCE ÜRETİLEN MALLARDA
GÖRÜLEN FİYAT ARTIŞLARI (x)

Mallar	Aralık 1983 (TL)	Aralık 1984 (TL)	% Artış
Buzdolabı	120.000	143.000	19.2
Buzdolabı (lüks)	127.000	161.000	26.8
Çamaşır Makinası	81.000	98.300	21.4
Çamaşır Makinası (Otomatik)	137.500	180.000	30.9
Fırın	76.400	92.750	21.4
Renkli TV-56 Ekran	179.000	188.150	5.1
Elektrik Süpürgesi	24.500	32.000	30.6
Minibüs	2.750.000	3.450.000	25.5
Kamyon	6.350.000	7.430.000	17.0
Binek oto	1.950.000	2.535.000	30.0
Traktör	2.228.000	3.410.000	53.0
Dayanısız Tüketim	Aralık 83	Aralık 84	%
K.Margarin 1/4	67.5	121.5	80.0
Çorba (Paket)	32.5	40.0	23.1
Domates Salça (1 Kg)	260.0	390.0	50.0
Kibrit (2000'lik Koli)	8400.0	15.320.0	82.4
Ampul (100 W)	97.5	110.0	12.8

(x) Ele alınan mallar piyasanın belli bir yüzdesini göstermekte olup genel değildir.

ABD ile AET Arasında Bitmeyen Pazar Savaşı...

Avrupa Ekonomik Topluluğu ile ABD arasında tarım ve ticaret konularındaki ciddi anlaşmazlıklar giderek artmakta olup hiç bir devrede şimdi olduğu kadar büyük boyutlara ulaşmamıştır. Bu sorunlar şöylece özetlenebilir.

1) Gerek ABD'de gerekse toplulukta tarım sektörü devletten yardım görmektedir. Ne varki, yardımın şekilleri değişiktir. Toplulukta tarım ürünleri müdahale alımları yoluyla yüksek fiyatlarla desteklenmektedir. ABD'de ise arz ve talep mekanizması yoluyla normal seviyelerini bulabilmeleri için çiftçilere direkt yardım yapılmaktadır. Ayrıca, Avrupa Ekonomik Topluluğu'nda tarım üretimi dışardan gelecek rekabete karşı korunmaktadır.

AET yılda çiftlik başına yapılan masrafların Avrupa'da 4780 dolar olduğunu halbuki bu rakamın ABD'de 7330 dolara yükseldiğini iddia etmektedir. Ancak buna ABD, ABD'deki çiftliğin ortalama olarak topluluktakinin on katı olduğu

cevabını vermektedir.

Mısır, yıllık 700.000 tonluk buğday ihtiyacını ekonomik topluluktan sağlamakta iken 25 dolar daha ucuz teklif veren ABD'den 1 milyon ton buğday almıştır.

ABD'nin Mısır'a 18.000 ton tereyağ ve 6000 ton peyniri, üç yıl ödemesiz ve Mısır parası ile ödenmesini kabul ederek satması ile mücadele yeniden alevlenmiştir. Daha Sonra AET ABD'den gelen hayvan yemlerine kota uygulamak istemiş ve ayrıca Mısır'a yapılacak un satışlarının primini yüzde 10 arttırmıştır.

2) ABD ile Ekonomik Topluluk arasındaki tartışmalardan diğeri çelik konusudur. Bu konudaki anlaşmazlık tarım konusunda olduğunun aksi yönde cereyan etmektedir. ABD, çelik endüstrisini korumak için tek taraflı olarak himayeci tedbirler almaktadır.

ABD ile Ekonomik Topluluk arasında çelik konusundaki ihtilafı her iki tarafın sanayilerinin bünyesindeki ciddi krizlere atfetmek mümkündür. Gerek ABD'de, gerekse Avrupa Ekonomik Topluluğunda büyük ölçüde kapasite fazlalığı vardır.

ABD'deki belli başlı sekiz büyük çelik üreticisi son yıllarda daha küçük çapta-ki üreticilerin rekabeti ile karşılaşmaktadır. Kaldı ki, Ortak Pazar ülkelerinden değil, başka ülkelerden ithal edilen çelik ABD piyasasını sarsmaktadır. Bu itibarla ABD'nin büyük çelik üreticileri dış rekabetten korunmak istemektedir.

Avrupa Ekonomik Topluluğunun çelik potansiyeli de fazladır. Kapasite fazlalığı bir ülkeden diğerine farklılıklar gösterdiğini de belirtmek gerekir.

ABD, Topluluğun damping fiyatlarla ABD'ye çelik satmasını önlemek için daha 1981 yılında tedbirler almıştır. ABD, topluluğun çeliğe prim verdiğini, iddia ediyordu. Buna karşı topluluk da, çelik sanayiine verilen primlerin ihracatı teşvik etmek için değil, fakat çelik sanayiinin yeniden kendini derleyip toplanmasına yardım etmek için verildiğini iddia ediyordu. ABD çelik sanayiini korumak için topluluktan ithal edilen çeliğe telafi edici vergi koymak niyetindeydi. Ne varki, Topluluktan yapılacak çelik ihracatında gönüllü olarak yüzde 10'luk bir azaltma yapılması konusunda bir yaklaşıma varılmak üzereyken ABD

elik federasyonunun müdahalesi ile karılaıldı. Fakat bu konuda mtabakata varmak için görüşmeler aylar sürdü. 1 Kasım 1982'den balamak ve 1985 yılı sonuna kadar devam etmek üzere bir anlamaya varıldı.

Ancak bu anlamaya varılırken bir nokta açık kalmıştır. Zira, Avrupalılar, çeşitli tipteki özel çelikler için damping yapmakta idiler. Nitekim 1983 Ocağından itibaren birçok Avrupalı firmaya karşı Őikayetler baladı. Nisan 1983 ayı sonunda Uluslararası Ticaret Komisyonu, ABD'ye ithal edilecek çeşitli özel çelikler için kota koymasını tavsiye etmişti. Bu tavsiyeye uyarak ABD başkanı, ABD'ye ithal edilecek bazı tip özel çelikler için 1983 Temmuz'unda gümrük tarifeleri ve ithal kotaları koymuştur. Bu himayeci tahditler Williamsbourg'ta yapılacak Ekonomik Zirve Toplantısından sadece bir hafta önce alınmıştı ki, bu da bu karardan mtessir olan ülkelerin tepkileri ile karılaılmasına sebebiyet vermiştir.

Williamsbourg'da 1983 ortasında yapılan zirve toplantısında Avrupa lkeleri ve Japonya ABD'den faiz haddinin drlmesini aksi takdirde ABD ile Avrupa

arasındaki ticaretin gelişmeyeceğini dile getirdiler.

3) 1970'li yıllarda, Doğu-Batı ekonomik ilişkileri konusunda Avrupa ile ABD arasında bir problem yoktu. Ancak, Sovyetler Birliği'nin Afganistan'ı işgal etmesi nedeniyle Başkan Carter'in Avrupa ülkeleriyle herhangi bir danışmada bulunmadan Sovyetler Birliği'ne ekonomik müeyyideler uyguladığını belirtmesi bu problemi ortaya çıkartmış oldu. Mesele Reagen idaresinde de aynı kaldı.

ABD'nin Avrupa'nın Doğu-Batı ticaretine şu itirazları yapmaktadır.

Avrupa Ekonomik Topluluğu Doğu Bloku ülkelerine sadece çok ihracat yapmakla kalmıyor, aynı zamanda stratejik mal ihraç ediyor. Zira bu nevi ihracat, dolaylı veya dolaysız Doğu Blokunun askeri gücünü kuvvetlendiriyordu.

Ekonomik Topluluğun Doğu Blokuna artan ihracatı, Topluluğu bu bloka daha da bağlı kılıyor. Özellikle Sovyetler Birliği'nin tabii gaz satışı bunun tipik bir örneğidir. Amerikalılara göre bu durum Batı Avrupa'nın politik aleyhindedir.

Batı Avrupa'nın Doğu Blokuna bağı hale gelişi, ileride Sovyetler Birliği'ne konacak müeyyideler bakımından ABD' yi güç durumda bırakabilir.

Modern Batı teknolojisini ithal eden Sovyetler Birliği'nin askeri gücü tehlikeli bir biçimde artıyor. O halde Doğu Blokuna teknoloji ihracatı azaltılmalı ve iyi bir şekilde kontrol edilmelidir.

ABD'nin Sovyetler Birliği'nden yapılan ithalata da itiraz ediyor. Zira Sovyetler Birliği bu yoldan kazandığı dövizlerle, ABD ve Batı Avrupa'nın ihracata koyduğu tahditleri bertaraf ederek modern teknolojiyi üçüncü ülkeler kanalıyla sağlıyor.

ABD Avrupalıların konvertibl dövizlerle Doğu Blokuna kredi vermesine de karşı çıkıyor.

Atlantiğin iki yakası arasındaki sorunlar özetle yukarıda verilmiştir. Kuşkusuz ihtilaflar sadece bunlardan ibaret değildir. Ne varki, bu nevi fikir ayrılıkları dost ve müttefik ülkeler arasında tamamen normal mütalaa ediliyor ve yapıcı bir diyalogla sorunlar belli sürelerde halledilebiliyor.

UNIDO Bağımsız Bir Kuruluş Oluyor.....

Bu sene BM teşkilatının UNIDO'nun bağımsız uzman bir kuruluş statüsünü almasını kabul etmesi beklenmektedir. 80 üye ülke bu değişikliği kabul ettiği takdirde UNIDO, kendi yönetim otoritesini elde edecek ve BM'den ayrı olarak çalışmaya başlayacaktır. Ancak, çeşitli ülkeler UNIDO'nun faaliyetlerini yönelttiği gelişmekte olan ülkelerin hala bu değişiklikle ilgilenip ilgilenmedikleri sorusuna cevap aramaktadırlar. Bu ülkeler Lima toplantısındaki amaçlar doğrultusunda Üçüncü Dünya'nın endüstrileşmesi için daha fazla kaynak yaratılmasını istiyorlar. 10 sene önce Lima'daki toplantıda dünya sınavi üretimi içinde gelişmekte olan ülkelerin payının 2000 yılına kadar yüzde 10 seviyesinden yüzde 25'e yükseltilmesi amaçlanmıştır. Ancak, çeşitli nedenlerle 1970'lerde önemli bir gelişme hızı sağlanamamıştır. 1984'de Viyana'da yapılan dördüncü konferansta henüz sürekli bir dinamizm sağlayacak seviyede olmasada bir ekonomik düzelme olduğu kabul edilmiştir. Toplantıda ayrıca Afrika'

da endüstriyel kalkınma, insan gücü eğitimi, kırsal kesimlerin kalkınması, hammaddeler, enerji, teknoloji transferi ve gelişmekte olan ülkeler arasında ekonomik işbirliği gibi konularda anlaşma sağlanmıştır.

Viyana'daki 4. UNIDO konferansında bütün konular yeterince tartışılmış değildir. Bunun tipik örneklerinden bir tanesi Latin Amerika ülkelerinin mali durumlarıdır. Borçlu ülkeler kredi verenlerden, geri ödemelerin ekonomik kalkınmalarına bağlı kılınmasını istemektedirler. Kendilerine verilen dış yardımlarla bu ülkeler ne kadar ihracatlarını arttıırırlarsa, o kadar kısa bir süre sonra bu borçlarını geri ödeyebilirler. Bu ülkelerin sloganı "Mallarımızı satın alın böylece paranızın rengini görürsünüz" olmuştur. Ancak, endüstrileşmiş ülke delegeleri Viyana'da böyle bir taahhüde girmeyi reddetmişlerdir.

Kuzey-Güney arasındaki tartışmalara diğer iki örnek şunlardır: Endüstrileşmiş batılı ülkelerin temsilcileri (özellikle ABD ve İsviçre) üçüncü dünya ülkelerinin başlangıcından itibaren kârlı olan yatırımlarına evet demişlerdir. Viyana'da

gelişmekte olan ülkelerin endüstrileşmiş ülkelerden toplam endüstriyel yatırımlarının bir kısmını (yüzde 25'e kadar) kendi ülkelerinde yapmalarını istedikleri ortaya çıkmıştır. Ancak, pratikte bunun uygun olup olmayacağı bilinmemektedir. Ayrıca piyasa ekonomisine göre yönlendirilmiş bir ülkenin böyle bir yatırım politikası için taahhütte bulunması çok güçtür. Böyle bir taahhüde ancak merkezden planlı ülkelerin girmesi muhtemeldir. Ancak böyle bir eğilime toplantıda rastlanmamıştır.

Bu durum kağıt üzerinde kaldığında önerilerin çok kolay olduğunu, gerçeklerle yüz yüze gelindiğinde bunların pek de kolay olmadığını göstermiştir. Gelişmekte olan ülkelerin ısrarla talep ettikleri bir nokta da sadece modası geçmiş olanlar değil yeni teknolojiler hakkında bilgi alabilmeleridir. Ancak bu ülkelerde en önemli eksikliğin alt yapı tesislerinin olmaması olduğu belirlenmiştir. Böylece Viyana Konferansında üzerinde durulan konulardan biri alt yapı tesislerine yardım etmenin en iyi yardım olacağı yolunda idi.

UNIDO'nun amaçlarını ancak Kuzey ve

Güney ülkelerinin dünya ekonomisinin çok küçük olaylardan olumsuz etkilenebileceğini kabul etmesi ile gerçekleştirebileceği anlaşılmıştır. Bu durumun Kuzey-Güney ve hatta Doğu ülkelerince de kabul edilmesi beklenmektedir.

UNIDO'nun çalışmalarına katılan ülkeler halen 4 gruba ayrılmaktadır.

1. Asya ve Afrika'daki gelişmekte olan ülkeler(Çin ve Yugoslavya dahil)
2. Latin Amerika ülkeleri
3. Batılı endüstrileşmiş ülkeler (Japonya dahil)
4. Doğu Blok'u

Kaynak: Austria Today.

Yüksek Teknoloji, Ekonomi, Yenilikler.....

Teknolojinin hızla değiştiği günümüzde elektronik, telekomünikasyon, endüstriyel materyaller, otomasyon, biyoteknoloji, robotlar v.s. gibi yüksek teknoloji içeren sahalardaki gelişmeler hem o ülkenin ekonomisini hem de uluslararası ilişkileri etkilemektedir. Bugün çeşitli ülkelerden şirketler, ortak araştırma geliştirme programları, yeni teknolojiler geliştirilenler ile ortaklıklar ve teknoloji alışverişi anlaşmaları ile kaynakları biraraya toplamakta aynı zamanda maliyet ve riski de paylaşmaktadırlar.

Birçok ülkede yüksek teknoloji geliştirme çalışmalarında hükümetin rolü çok fazladır. Bunun nedenleri arasında yeni teknolojiler geliştirme ve kullanma kapasitesinin ülkeler arasında farklılık göstermesi ve teknoloji açığının giderek büyümesidir. Avrupa'da 200'den fazla şirket yöneticisinin değerlendirmesi bazı ülkelerin teknolojik açıdan diğerlerine oranla çok daha ileri bir durumda olduğunu göstermektedir. Örneğin teknoloji sıralamasında ABD ve Japonya tüm alanlarda

birinci ve ikinci sırayı paylaşmaktadırlar. Almanya her alanda üçüncü sırada, İskandinav ülkeleri ise her alanda dördüncü sırada, İngiltere ve Fransa ise bazı dallarda beşinci sıralarda yer almakta, bazılarında altıncı veya yedinci sıralarda bulunmaktadır. Ortalama alındığında ilk sırada ABD ikinci sırada ise Japonya olduğu anlaşılmaktadır. Fransa ise 5.8 ile en son sırada yer almaktadır.

YÜKSEK TEKNOLOJİDE ÜLKELERARASI SIRALAMA

	ABD	Japonya	Almanya	İskandinav Ülkeleri	İngiltere	Fransa
Bilgisayar	1	2	3	4-5	6	4-5
Elektronik	1-2	1-2	3	4	6-7	6-7
Telekomünikasyon	1	2	3	4	5-6	5-6
Öt teknoloji	1	2	3	4	5	na
Kimya	1	2	3	4	5	6-7
Metaller/						
Alaşımlar	2	1	3	4	5-6	5-6
Mühendislik	1	2	3	4	5	6
Malat	1-2	1-2	3	4	5	6
Robotlar	2	1	3	4	6	5
Ortalama	1.3	1.7	3	4.2	5.4	5.8

Avrupa ülkelerinde sanayide yenilikleri teşvik etmek için üniversiteler, bankalar, mahalli otoriteler bu işle görevlendirilirken, ülke çapında teknik konuda bilgi vermek için bir sistem kurulmuştur.

Ayrıca sanayi ve üniversiteler karşısında bir işbirliği sağlanması yoluna gidilmektedir. Avrupa'da daha çok bilgisayar gibi yeni sektörler ile temel teknolojilerde (mikroelektronik ve biyoteknoloji) çalışmalar yoğunlaşmıştır. Bu çalışmalar sadece araştırma-geliştirme safhasında kalmayıp teknolojinin uygulanıp yayılmasına kadar gitmektedir.

ABD'nde de buluşları teşvik etmek için bazı reformlar yapılmıştır. Bunlardan biri şirketlerin birlikte araştırma yapabilmelerine olanak vermek için anti-tröst kanunlarında bazı değişiklikler yapılmasıdır. Bunun ilk sonucu 12 büyük firmanın birleşerek bir bilgisayar araştırma merkezi kurması olmuştur. Bu teşviklerin dışında büyük savunma ve uzay programları da yeniliklerin artmasında etkili olmaktadır.

Bugün Japonya Avrupa teknolojisini kendi ülkesinde kullanması sonucu otomobil, elektronik ve çelik gibi önemli sektörlerde lider durumuna gelmiştir. Bu başarıda en önemli faktör eğitim politikasıdır. 25 yıldan beri Japon hükümetinin en önemli amacı tüm nüfusun beceri ve eğitim seviyesini arttırmak olmuştur. Bugün endüstriye giren gençlerden yüzde

90'ının ortaokul tahsili vardır. Öteyandan Japonya mamul kalitesinin yükseltilmesine çok önem vermiştir.

Uyumlu bir sanayi politikası Japon endüstrisinin rekabet gücünün artmasında önemli bir etken olmuştur. Problemleri sektörlerde yapısal uyuma ve gelecek vaadedenlere destek sağlanmasına önem verilmiştir. Yeni sektörlerde teknolojik, sosyal ve ekonomik trendler ile işbirliği ve rekabet durumunun incelenmesine önem verilmiştir.

Yeni Bir Reklam Aracı: Satış Anında Hediye....

Bir malın satışını arttırmak için reklamlar ve halkla ilişkiler yanında, satış anında çeşitli gösteriler yapma yolları uygulanmaktadır. Bunların yanı sıra satılan mal ile birlikte müşteriye bir hediye verilmesi son yıllarda yaygın bir uygulama haline gelmiştir. Burada amac müşteriye cezbetme, satıcının iyi niyet gösterisinde bulunması ve yarın yerine bugün satın alınanın teşvik edilmesidir. Bu hediyeler satış esnasında veya daha sonra kupon, etiket v.b. gönderilmesi şeklinde olmaktadır.

Pazarlamacılar açısından tüketiciyi mükâfatlandırıp, satışların artmasını sağlamak önem taşıırken, tüketici açısından hediyeler yeni bir mamulü denemenin veya gerekli olmayan bir malın satın alınmasının bedeli olarak görünmektedir. Mamül her ne kadar beraberinde hediye getiriyorsa da, müşterinin tatmin olması şarttır. Aksi halde tüketici bunu tekrar satın almayacaktır.

Hediyeler kısıtlı bir gruba verilebildiği gibi genel de olabilir. Örneğin, bir piyan-

go çekilişi düzenlenebilir veya ilk 500 veya 5000 kişiye verilebilir. Ancak ayırım yapmadan herkese vermek daha yaygındır.

Böyle bir uygulamaya gidildiğinde senenin hangi ayında uygulamaya başlanacağından hangi tüketici grubuna hitap edileceğine kadar çeşitli ayrıntılara karar verilmesi gerekmektedir. Bu tip hediyelerin en yaygın olduğu Japonya'da bu uygulama en çok ilk ve sonbahar mevsimlerinde en fazla üç ay süre ile sınırlıdır.

Son yıllarda bu tip hediyelerin üretimi önemli bir endüstri kolu haline gelmiştir. Dünyanın belli başlı hediyeelik eşya satıcılarından biri olan bir Japonya firması hediyeelik eşyaları kibrit ve mendil gibi reklam amacıyla verilen hediyeler, şahsı hediyeler, iş ilişkisi içinde olanlar verilenler ve prim niyetine satışlarda verilen hediyeler olarak 4 gruba ayırmaktadır.

Prim olarak verilenler ucuz bir malla verilen tükenmez kalemler olabildiği gibi bir araba satın alanlara verilen kristal bir bardak takımı da olabilir. Fakat amaca ulaşabilmesi için genel bir kural olarak hediyeenin kalitesinin çok iyi olması

ve uzun süre dayanması gerekmektedir.
Çantalar ve dolma kalem en çok
kullanılan primler arasındadır.

Kaynak: Tradescope.

Piyasaya Yeni Bir Mamul Sürmek.....

Piyasaya yeni bir mamul sunulması amaçlandığında herşeyden önce kaynakların bir kısmının sadece bu iş için kullanılması, araştırma-geliştirme harcamalarının arttırılması, yeni dağıtım kanallarının geliştirilmesi ve müşteri servislerinin kurulması gerekir. Yöneticilerin yeni fikir ve buluşları ödüllendirmeleri de bu konuda onların istekli olduklarının bir belirtisidir.

1- Piyasa geliştirme komitesinin kurulması: Bu komite araştırma-geliştirme (teknik-ekspertiz için) imalat (üretimde kısıtlamaların belirlenmesi için) pazarlama (tüketici taleplerinin anlaşılması için) satış (satış stratejilerinin tespiti için), kalite kontrol (maliyet ve kalitenin belirlenmesi için) departmanalarının temsilcilerinden ve yöneticilerden oluşmaktadır. Bu kişiler bağlı buldukları bölümlerin çıkarlarını temsil etmenin ötesinde ortak bir amaçla doğru çalışıldığının bilincinde olmalıdırlar.

2- Yeni fikirler yaratılmalıdır: Piyasa gelişmesi işleminde fikirlerin geliştirilmesi ve serbest akışı çok önemli rol oynamaktadır. Yeni mamuller geliştirilmesi ile ilgili fikirler öncelikle müşterilerle yakın ilişki içinde olan satış elemanlarından ve araştırmacılardan gelmektedir. Daha sonra bu yenilik fikirleri komiteye sunulur.

3- Çalışanların da katılımı sağlanmalıdır: Katılımı gerekli olan grublardan biri satış elemanlarıdır. Eğer bu grup yeni bir mamulün gerekliliğine inanırsa müşterileri bunun ihyaçları daha iyi karşılayacağına inandırabilir.

4- Müşteri ihtiyaçları değerlendirilir: Komite müşterilerinden hem doğru bilgi almalı, hem de tasarlanan yeni mamullerin satın alınıp alınamayacağını bilmelidir. Bunun için en iyi rol bir satış elemanının tüketici anketi yaparak piyasada ne tip mamule ihtiyaç olduğunu hangi tüketici grubunun bunu istediğini belirlemesidir. Böylece mamul piyasaya sunulduğunda satış elemanları her bir tüketicinin mamul hakkında ne düşündüğünü ve tepkisinin ne olacağını bilir.

5- Yeni mamulün dizaynı ve imalatı: Anket tamamlandıktan sonra mamulün dizay-

nına geçilebilir. Anket tüketicilerin birçok önem verdikleri özellikler ve başarılı olabilecek fiyat politikası hakkında fikir verir.

6- Satış stratejisinin tayini: Mamül dizayn edilip testten geçtikten sonra bunun en çok grup tarafından kabul göreceği belirlenerek, kesin satış stratejisi tayin edilir.

7- Satışın gerçekleştirilmesi: Yukarıdaki işlemlerin yapılması halinde mamülün satılmaması için bir neden yoktur.

Yeni bir mamülün geliştirilmesinde bu işlemlerin hem dolaysız, hem dolaylı bazı faydaları vardır. Direkt faydalardan bazıları piyasa payı ile satışların arttırılması ve satış stratejilerinin geliştirilmesidir. Dolaylı sonuçlar ise satış elemanlarının müşterilerle ilişkileri sonucunda onları daha iyi tanımaları, şirket içinde farklı departmanların birbirleri ile yarış etmek yerine ortak amaca yönlendirilmelerinin sağlanması, müşterilerin daha önce satış elemanlarından bilgi aldıkları için mamüle daha güvenle yaklaşmalarıdır.

Bu işlemler her türlü piyasada kullanıla-

bilirse de daralan piyasalardaki şirketler için çok daha uygundur. Bu tip pazarlarda birçok şirket yaşam savaşı verirken, yeni mamul geliştirenler başarılarını devam ettirmekle kalmayıp pazar pozisyonlarını da geliştirebilirler.

Dış Kredilerde Kur Garantisi.....

14 Nisan 1984 tarihli 29 sayılı TPKK kararı ile, Merkez Bankası nezdinde dış Krediler Kur Farkı Fonu kurulması sağlanmıştır. Bu karar ile belli bir ölçüde kur garantili dış kredi uygulaması ihdas edilmektedir. Kurulan fonla; 1984 yılında yatırımcılara yıllık % 26 faizli kredilerden yararlanmaları öngörülmüştür.

6 Nisan 1985 günü Resmi Gazetede yayınlanan 31 sayılı TPKK kararı ile Dış Krediler Kur Farkı Fonu Tesisinin temel özellikleri belirlenmiş bulunmaktadır. Bunların en önemlileri şunlardır:

Para ve Kredi Kurulu, yatırımların ve döviz kazandırıcı işlemlerin finansmanında kullanılmak üzere alınacak kredileri belirleyecektir.

Uluslararası finans kuruluşları (İslam Kalkınma Bankası, IFC gibi) isterlerse, aracı bankalardan ödeme garantisi istemeden bu karar çerçevesi içinde, kredi kullandırabilecek, kiralama işleri (leasing) yaptırabileceklerdir.

Dış krediler, kullandıkları tarihteki, satış kuru üzerinden TL.sına çevrilecek, kredinin faiz ve ana para geri ödeme planı krediyi kullandıran bankaca belirlenecektir.

Para ve kredi kurulu, her altı ayda bir TL.sına dönüştürülecek çeşitli kredilere uygulanacak faiz oranlarını tespit edecektir. Tespit edilen bu oranlar kredilerin vadeleri süresince geçerlidir.

Fonun Kaynakları:

a) TL.sına dönüşmüş kredilerden bu krediler için uygulanan faiz oranlarından, TC Merkez Bankasınca önceden tescil edilmiş ilgili dış kredinin faiz oranı ile aracı banka faiz farkı (spread) düşürülerek bulunacak olan oran üzerinden yapılacak kesintiler.

b) Fonun çalıştırılmasıyla elde edilecek faizler:

Fondan ödemeler: Dış kredinin faiz ve ana para geri ödemelerinin, vade tarihinde cari satış kurları üzerinden hesaplanacak TL.sı karşılıkları ile / TL.sına dönüşmüş kredinin fona yapılan kesinti ve aracı banka faiz farkı (spread) dışında kalan