

Doksanlı yıllardayız ve ileriye, **iki binli yılları hayal ediyoruz**. “**Uzay Çağı**” olarak adlandırılan, refah seviyesi ve yaşam kalitesi yüksek, bilgi ve aklın egemen güç olacağı söylenen 21. yüzyıl yavaş yavaş yaklaşıyor. Gerek Türkiyemiz gerekse bütün Dünya ülkeleri teknolojiye en üst düzeye çıkacak, uçan otomobiller trafikte yerlerini alacak, fabrikalarda robot işçiler yükümüzü azaltacak, “**Bilgi Toplumu**” ve “**Küreselleşme**” ifadelerinin içi dolarak ülkelerin sınırları kalkacak ve dünya “**Küçük Köy**” haline gelecek, Mars başta olmak üzere farklı gezegenlere ulaşılabilecek ve oralarda yaşam başlayacak(tı).

Yıl **2015**, meşhur milenyuma gireli tam 15 yıl oldu. Uzayda başka kolonilerin varlığı ve yaşam yeri arama çalışmaları devam ediyor. Otomobiller henüz uçamasa da akıllanmaya başladı. Fabrikalarda yavaş yavaş robot işçiler yerlerini alıyorlar. Ülkeler arasındaki fiziki sınırlar kalkmasa da bilginin ve haberin ulaşılabilirliği noktasında evet, dünya küçük bir köy haline geldi. **İnternet** denen ulaşım ağı dünyayı birbirine ulaştırdı.

Beklentiler ve gerçekleşenler arasında kıyaslama yapılabilir. Malumdur ki, bir olayla ilgili bitmiş, tamamlanmış bir sonuç söz konusuysa buna **gerçekleşme**; olayla ilgili henüz gerçekleşmemiş bir bekleşimiz varsa buna da **beklenti** diyoruz. Peki, iş alemi olarak 21. yüzyıldan ne bekliyorduk ve nelerle karşılaştık?

Ticaret ve sanayi erbabı; tedarik, satın alma, imalat ve özellikle ürünleri pazarlama konusunda çetin bir dönemin başlayacağını, rakiplerin artacağını, üretilen her ürünün satılmayacağını bekliyordu. Fakat 90’lı yıllardaki beklenti ile 2015’te gerçekleşen arasındaki fark hiç de yadsınamaz bir halde. Rekabetin bu derece etkileyici olacağı tahmin edilememiş, özellikle KOBİ’ler için rakiplerin sadece yerel ve ulusal düzeyde kalacağı öngörüsü hakim olmuştu. Zamanımızda sadece KOBİ’lerin değil, en küçük bir firmanın dahi “**bölgesel**” hatta “**küresel**” rakipleri olduğu aşikâr.

Ulaşılabilirlik oranının en üst seviyeye geldiği günümüzde, cep telefonu kılıfı için bile aksesuar eşyası satan mahallemizdeki küçük dükkan ile Çin’den online satış yapan bir firmanın fiyatları karşılaştırılır, yerine göre Çin’den sipariş verilir hale geldi.

Artık rekabet arenaları **5 başlıkta** toplanmakta. **Küresel, Bölgesel, Ulusal, Yerel ve Hücresel** (Dikey Piyasa). Her endüstride ve toplumsal bölümde rakipler var. Rekabet; fiyat, ürün, nitelik, yarar, yaşam tarzı etkisi gibi birçok alanda gerçekleşebilir. Bizim için önemli olan “**Stratejimizi belirlerken nasıl bir yol izleyeceğiz?**” sorusuna doğru cevap verebilmek.

Rekabete, fiyatla mı, katma değer unsurlarıyla mı veya başka nitelikler ile mi katılacağız?

Artık dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleşen hadisenin aynı gün, aynı saat hatta aynı dakikada en uzak bölgedeki bir yerde dahi hızla etkisini gösterdiği bir dönemdeyiz. Öyle ki, **FED Başkanı'nın** açıklamalarındaki “**sabırsız**” ifadesinin yerel piyasalarda anında karşılık bulduğu, ABD ve diğer AB ülkelerinin 24 Nisan hakkındaki görüşlerinde geçen sözde “**soykırım**” kelimesinin siyasi arenada saatinde cevaplandığı bir dönem. **İş âleminin her ay, her gün, her türlü duruma hazır olması gereken bir dönem.** Bu dönemde Türkiye'nin içerisinde bulunduğu ekonomik yapıya bir bakmak lazım.

Türkiye ekonomisi 2014'ün son çeyreğinde 1.6, yılın tamamında yüzde 2.9 büyüme kaydetmiştir. Orta Vadeli Program'da büyüme hedefi ilk başta yüzde 4 olarak belirlenmiş, daha sonra ise 3.3 olarak revize edilmişti. 2015 başı itibarıyla 2014 büyüme beklentileri 2.6-2.7 arasında idi. 2012-2014 döneminde ise ortalama büyüme oranımız yüzde 3.1 olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla 2012-2014 dönemi, son 12 yıllık süreç incelendiğinde büyümenin düşük olduğu bir dönem olarak ortaya çıkmıştır. 2014 yılında AB-28 ülkeleri yüzde 1.3, Avro Bölgesi ülkeleri yüzde 0.9 ve Latin Amerika ülkeleri yüzde 1.3 büyürken, **Türkiye'nin büyüme rakamı bir başarı olarak görülebilir, ancak yeterli değildir.**

Türkiye için gerekli olan adım, 2003-2006 dönemindeki ekonomik performansını ve büyüme rakamlarını tekrarlaması olacak. Bu dört yıllık dönemdeki yılda ortalama yüzde 7.4'lük büyüme, ekonomide olumlu yönde büyük bir ivme kazandırmıştı. 2015-2023 döneminde, 2012-2014'teki ekonomik performansı sürdürdüğü takdirde ise hedeflenen ihracat rakamları ve diğer verilere **ulaşamayacak.** Türkiye'nin 2023'e yönelik iddialı hedeflerinin başında 500 milyar dolarlık ihracat geliyor. 2014 yılında ihracatımız yaklaşık 158 milyar dolar. **500 milyar dolar ihracat hedefi için yaklaşık her yıl yüzde 13 civarı ihracat artışı** sağlamak gerekiyor.

İş âlemi için ekonomik göstergeler çok önemli ancak ham bir veri, netice ifade etmez. Önemli olan o verilerin kıyaslanabileceği başka değerlerin de elde olması. **1980** yılında **bütçe açığı 170 bin lira** iken **2014'de yaklaşık 23 milyar lira** oldu. Rakamlara bakarak çok rahat “**35 yıl önceki açığımız ne kadar az**” diyebiliriz. Ancak hesap-kitap işleri ile meşgul olan muhasebe erbabı da çok iyi bilir ki, eldeki veriler mukayese yolu ile daha anlamlı hale gelir. 1980'deki 170 bin liralık bütçe açığının GSYH'ye oranı yüzde 2.4 iken geçen yılki oran ise yüzde 1.3.

Rakamlar üzerinden gidilecek olursa 1980-2014 döneminde bütçe açığı değerlerinde bir çanak eğrisi görülmekte. **Ülke olarak en düşük dönemimiz 1999-2003 yılları arası.** GSYH'ye oranın en yüksek olduğu **2001'de yüzde 12.1** ile en üst (**olumsuz**) değere ulaşmış. Daha sonraki dönemlere bakıldığında ise **2006'da yüzde 0.6'lık değer**in son **35 yılın en düşük "Bütçe Açığı/GSYH oranı" olduğunu görüyoruz.** Son dönemdeki verilere bakıldığında ise (2013'de 1.2, **2014'de 1.3 değerleri**) mali disiplin performansı artık çok daha iyi denebilir.

Bütçe dengesi/GSYH oranında en iyi dönemler yaşanmakla birlikte, veriler farklı açıdan incelendiğinde; **1980** yılında **dolaylı vergilerin toplam içindeki payı** yaklaşık **üçte bir** iken, **2014** yılında **üçte ikiye** çıkmıştır. (1980'de yüzde 37.2, 2014'de yüzde 67.0) Bu değerler de ekonomi camiasınca iyi incelenmesi gereken verilerdir. Bazı kesimlerden vergi alamama, kayıt dışılık vb. diğer sıkıntılar mutlaka irdelenmelidir.

Bahsettiğimiz sorunlara yönelik, Konya Ticaret Odası olarak **2014 Şubat** ayında başladığımız ve bugüne kadar **39** farklı Meslek Komitesi ile yaptığımız **İstişare Toplantılarında** üyelerimizin sektörlerine ilişkin sorunları, talepleri ve diğer görüşlerini beraber değerlendirdik ve toplantılarımıza da devam ediyoruz. Yapılan toplantılara, üyelerimizin sektörlerini ilgilendiren **kamu kurum ve kuruluşlarının temsilcileri, yerel yönetim başkanları, MEDAŞ, GAZNET, TÜVTÜRK, SMMM vb. kurum başkan ve temsilcileri** ile diğer yetkilileri davet ediyor, soru ve sorunları beraberce konuşarak çözümlerini arıyoruz. Firmalarımızın **"haksız rekabet"** konusunda zaman zaman farklı şikâyetleri, talepleri ve çözüm önerileri de oluyor. Bunları ilgili makamlara iletmek için notumuzu alıyor, sonuçlarını üyelerimize tekrar iletiyoruz.

Yine bu kapsamda geçen hafta (21 Nisan 2015) Başbakanımızın ve ekonomi kurmaylarının katıldığı **TOBB'un 8.Sektörel Ekonomi Şurası'nda, 60 sektör meclisinin** sektörlerinde tespit ettikleri sorunlar ve bunlar için öngördükleri çözüm önerileri tartışıldı. İş âleminin bakışıyla sanayi ve ticaret alanındaki soru ve sorunlar gündeme getirildi. Konya iş âlemi (KTO, KSO ve KTB) ve diğer temsilciler tarafından dile getirilen ve özellikle **"haksız rekabet"** başlığı altında sınıflandırılabilir sorunlardan bazıları şu şekildedir:

- **Finans sektöründe** haksız rekabete neden olan düzenlemelerin bulunması,
- **Kredi kartındaki taksit sınırlandırmasının** haksız rekabete yol açması,
- Uluslararası yazılım ürünlerinin, ulusal ürünlere karşı haksız rekabete neden olması,
- Dayanıklı tüketim mallarının piyasa denetimlerinin etkin olmayışı,

- **Mesleki eğitim** veren kurslara ilişkin kayıtlı ve ruhsatlı eğitim kurumları haksız rekabetle zor durumda bırakılması,
- Kayıt dışılığın gıda güvenirliliğini olumsuz etkilemesi,
- **ÖTV uygulamalarındaki** dengesizliğin haksız rekabete yol açması,
- **Sahte ve taklit ürünlerle mücadelenin** yasal boşluklar, eleman yetersizliği ve koordinasyonsuzluk nedeniyle **yeterince güçlü yapılamaması**,
- Mobilya sektöründe büyük ölçüde (yaklaşık %60) oluşan kayıt dışılık ve fikri hakların korunmasındaki yetersizlik,
- Turizm sektöründe kayıt dışı olarak faaliyette bulunan işletmelerin, turizmde nizami olarak çalışan kuruluşlara karşı haksız rekabete neden olması,
- **Yatırım malı** niteliğindeki sektör ürünlerine **uygulanan %18 KDV**'nin haksız rekabete ve kayıt dışılığa yol açması...

Bu ve benzeri birçok sorunun sektör sektör gruplandırıldığı, çözüm önerilerinin getirildiği ve çözüm mercii ile ilgili devlet kurumunun da belirtildiği toplantılarımız neticesinde üyelerimizin her türlü hizmet kalitesini en üst seviyeye çıkarma faaliyetlerimiz devam edecektir. **Oda ve Borsalar olarak, haksız rekabeti önlemek amacıyla farkındalık oluşturmak ve haksız rekabette tarafların her zaman aynı olmadığını vurgulayarak tüm kurum ve kuruluşlara sorunları aktarmak en önemli hedeflerimizdendir.**

Bunlara ilave olarak, **sanayi ve ticaret odaları** ile işbirliği içerisinde birçok ilde **Rekabet Hukuku ve Rekabet Kurumu** hakkında bilgi sağlayan eğitimler düzenlenmektedir. **Rekabet ihlallerinin önüne geçebilmek açısından** KOBİ'lerin bağlı bulunduğu **meslek örgütleri** ile **sanayi ve ticaret odalarına** da önemli görevler düşmektedir. **Yerel idarelerin** de rekabet hukuku ve uygulamaları hakkında bilgi sahibi olması ve bu bilgiyi idare alanlarındaki meslek örgütleri ve üyeleri ile paylaşması, rekabet kurallarının ülkemizde yerleşmesinde dikkate değer katkılar sağlayacaktır.

Türkiye ekonomisinde faaliyet gösteren şirketlerin rekabet hukuku ve uygulamaları karşısındaki durumlarının değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Firmalarımız kimi vakalarda **rekabet ihlallerinin mağduru**, kimi vakalarda da **ihlali gerçekleştiren taraf** konumundadır. Özellikle küçük ölçekli teşebbüsler açısından rekabetin korunması, söz konusu teşebbüslerin gerek piyasaya girişlerini kolaylaştırması, gerekse piyasada varlıklarını sürdürebilmeleri açısından önemlidir. Bir başka deyişle, **rekabetin korunması, girişim özgürlüğünün önemli teminatlarından biri olarak değerlendirilmektedir.**

Ayrıca yine **muhasabe sektörü hakkında** genel hatlarıyla karşılaşılan **“Yasal düzenlemeden kaynaklı haksız rekabet, Reklam yoluyla haksız rekabet, Gelişen ekonomilerin oluşturduğu haksız rekabet”** gibi sorunlar da mutlaka bu ve benzeri kongrelerde müzakere edilerek ortak akıl yoluyla çözüme kavuşacaktır.

Gerek muhasabe mesleğinde gerekse diğer bütün sektörlerde **“haksız rekabet”**e karşı, Oda ve Borsalar olarak mağdurun sürekli yanında olduğumuzu ifade etmek istiyoruz. Bu amaçlar doğrultusunda kongreden çıkan sonuçların Konya iş âlemi başta olmak üzere ilgili bütün kurumlarla paylaşılması, bizleri haksız rekabeti önlemede bir adım daha ileri götürecektir.

Âlemlere rahmet olarak gönderilen Hz. Peygamber (SAV) ve beraberindekilerin hayatı incelendiğinde; **“Hak (hukuk)”** kavramının **“Hakk (yaradan)”** dan tefrik edilmediği, bir yerde haksızlık varsa orada ahlâk ve adalet kavramının olmadığı, ticaretin, muhasabenin, alışverişin helal kazanç çerçevesinde her daim teşvik edildiği çok aşikar olarak görülmektedir.

“Hiç ölmeyecekmiş gibi dünya, yarın ölecekmiş gibi ahiret için çalışmak” düsturu zihnimizde, gönlümüzde ve işimizde olduğu müddetçe **“rekabet”** kelimesinin yanına **“haksız”** metninin iliştilmesi **asla mümkün olmayacaktır.**

KAYNAKLAR

Dünya Gazetesi 35 Yıl Önce/Sonra Türkiye Ekonomisi, 22 Nisan 2015

John A. Davis, Rekabetçi Başarı “Markalaşma Nasıl Değer Katar?”, İTO Yayınları, 2011

Rekabet Kurumu 2014 Rekabet Raporu Özeti,

http://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/Adana-Haberleri/tunali-kayit-disi-ekonomi-ve-haksiz-rekabetin_61898

http://www.turmob.org.tr/GaleriArsiv/TurmobGaleri/Dosyalar/c013790c-013b-403a-a297-cdc318990d0d/06062012_151717_89f6c48b-a36f-4d41-bd1c-ba7e670a408b.pdf