

**DÜŞÜK ENFLASYON
ORTAMINDA
İŞLETMELER İÇİN
YOL HARİTASI**

MÜSİAD Cep Kitapları : 17

ISBN: 975-7215-49-X

Bu Çalışma MÜSİAD Araştırmalar ve
Yayınlar Komisyonu Yönetiminde, MÜSİAD
Ekonomi Danışma Kurulu Tarafından
Hazırlanmıştır.

Kapak, Baskı ve Cilt
Tavaslı Matbaacılık
Tel: 0 212 451 31 32

© Temmuz 2004 İstanbul, Her Hakkı mahfuzdur.
MÜSİAD'dan izin alınmak veya MÜSİAD kaynak gösterilmek suretiyle alıntı
yapılabilir.



MÜSTAKİL SANAYİCİ ve İŞADAMLARI DERNEĞİ

Mecidiye Caddesi No: 7/50 34387 Mecidiyeköy - İSTANBUL

Tel: (90.212) 213 61 00 (Pbx)

Fax: (90.212) 213 78 90 - 216 01 42

e-mail: musiad@musiad.org.tr www.musiad.org.tr

İçindekiler

Giriş	4
İşletmeler Açısından İstikrarın Önemi	5
Enflasyonu İndirme Mücadelesi	7
Düşük Enflasyon Ortamında Alınabilecek Önlemler	11
Kurumsallaşma	13
Üretimi Artırma	15
Stoklama politikası	16
Yatırım Kararları	17
Para Yönetimi	19
Dış Ticarete Ağırlık Verme	21
Finansal Kuruluşlardan Fon Kullanma	23
İnsan Kaynaklarının Yönetimi	24
Maaş ve Ücret Düzeyini Belirleme	26
Satışları Takip Etme	28
Ürün ve Hizmet Fiyatlandırması	30
Kâr Haddini Tespit Etme	32
Harcama Eğilimlerini Kontrol Etme	34
Vergi Ödemelerinde Titizlik	35
Sonuç	37
Kaynaklar	38

GİRİŞ

Türkiye ekonomisi, 30 yıllık bir dönemden sonra yeniden **tek haneli enflasyon rakamlarıyla** karşılaşmıştır. Aradan geçen süre, bir neslin aktif iş gücü yaşamını temsil eder. İş hayatına yeni atılacak kişiler için bu yeni bir dönemdir. Yaşı 60'ı geçenler için ise bir dönemin sona ermesi.

Ekonomideki düşük enflasyon, en çok bu dönemin ortalarında, örneğin 1980'li ve 1990'lı yıllarda iş hayatına atılan veya iş hayatında etkin görev yapan kişilerin kararları ve davranışları üzerinde etkili olacaktır. **Ekonomideki kriz, aşırı enflasyon, istikrarsızlık dönemleri gibi, istikrar dönemleri de işletmelerin yeni tedbirler düşünmelerini ve yeni davranışlar kazanmalarını gerektirir.**

Bu kitapta, **düşük enflasyon ortamında ve ekonominin nispeten istikrara kavuştuğu dönemlerde işletmelerin dikkat etmeleri gereken konular üzerinde durulmuş ve bir yol haritası çizilmeye çalışılmıştır.**

Düşük enflasyon, Batı literatüründe “dezenflasyon” (disinflation) terimiyle ifade edilir. **Düşük enflasyon ortamı tüketiciler için büyük ölçüde aranır ve istenir bir durum iken, işletmeler için bazen “ekonomik durgunluk” anlamına da gelebilir.** Ekonomide istikrar iyi bir şeydir, ancak ekonomik durgunluk, **işsizlik ve belirsizlik** anlamına gelir.

Arjantin gibi bazı ülke ekonomilerinde düşük enflasyon ortamından birden **hiperenflasyon ortamına geçildiği durumlar yaşanmıştır.** Düşük enflasyon ortamı bu nedenle dikkatle izlenmesi gereken bir durumdur.

Düşük enflasyon ortamı, **geçiş ekonomisini** yansıtır. Geçiş ekonomisi, **3-5 yıl gibi kısa** veya **10- 20 yıl gibi uzun bir dönem** kapsayabilir.

Bu dönemde devlet ve hükümet adamlarının yanlış bir kararı veya yanlış bir uygulaması bütün dengeleri altüst edebilir. Dikkatli hükümet çevreleri, **düşük enflasyon ortamını istikrara dönüştürecek politikaların peşinden koşarlar.**

İşletme sahipleri ve yöneticileri, piyasalardaki gelişmeleri izlerken (a) yüksek enflasyon, (b) düşük enflasyon, (c) istikrar boyutunun ne ölçüde gerçekleşmeye başladığına dikkat etmelidirler.

Enflasyon muhtemelen hiçbir zaman sıfır olmayacaktır. AB ülkelerinde bile ortalama enflasyon oranı % 2 - % 3'ler düzeyindedir.

İstikrarı yakalamakta olan Türkiye ekonomisinde enflasyon oranı bu orana inebilir veya biraz daha yüksek bir orana gelip burada kararlılık kazanabilir. Buna **denge enflasyonu** denir. Düşük enflasyon “geçiş” olarak isimlendirilirse, **denge enflasyonu “nispi bir istikrar içinde gelişmez”.** Türkiye **denge enflasyonunu, % 5 veya % 6'lar düzeyinde kurabilir.** Bu derecedeki bir enflasyon düzeyi, aynı zamanda ekonomik gelişme için bir uyarıcı görevi görecektir.

İŞLETMELER AÇISINDAN İSTIKRARIN ÖNEMİ

İşletmelerin sağlıklı bir şekilde gelişmesi, güçlü ve istikrarlı bir ekonomi içinde mümkün olabilir. Son 30-40 yıl içinde ülkemiz ekonomik, sosyal ve siyasal nitelikli çalkantılar nedeniyle bir türlü istikrarlı bir ekonomik düzene sahip olamamıştır. Bu dönemde açılan ve kapanan işletme sayıları çok büyük rakamlardadır.

Büyük işletmelerin kendilerini koruma kapasitelerinin yüksek olması nedeniyle bu kurumlar olumsuz gelişmelerden belki çok fazla etkilenmemişlerdir. **Ancak KOBİ'ler ekonomideki olumsuz gelişmelerden ve dalgalanmalardan çok kolay etkilenebilmektedirler. Küçük ve orta boy işletmeler ekonomik istikrara büyük işletmelerden daha fazla ihtiyaç duyarlar. Çünkü;**

1. ayakta kalmaları,
2. sağlıklı bir şekilde büyüebilmeleri ve
3. yeniliklere ayak uydurabilmeleri,

ufku görebilmelerine ve tahmin edebilmelerine bağlıdır. **Belirsizlik, kararlarda tutarsızlık yaratır ve tutarsızlık verimsizliğin nedenidir.**

Türkiye ekonomisi istikrarı pekiştirmek ve böylece ekonomisini daha güçlü hale getirmek zorundadır. **Ekonomide kısa zaman diliminde görülen nispi istikrar, aynı zamanda siyasi yapıdaki bütünlükten kaynaklanmıştır.** İş hayatı bu ikisi arasındaki ayrılmaz bağı son yıllarda net bir şekilde görme fırsatı elde etmiştir.

İstikrar; sanayide üretim, tüketim, fiyatlandırma ve tasarruf davranışlarında **bir örnekliliği, yeknesaklığı ve davranış birliğini** getirir. İşletmeler arasındaki benzerlikler artar. Aykırı, çok farklı uygulamalar yerine, küçük nüanslar önem kazanmaya başlar.

İstikrarın ortaya çıktığı dönemlerde, **“Piyasa fırsatları”** kavramı, yerini **“rekabet incelikleri”** kavramına bırakır.

Yöneticiler, kârı ve zararı yüksek olabilecek riskli kararlar yerine, kârı ve zararı nispeten daha düşük, ince ve ayrıntılı bir şekilde düşünülmüş daha rasyonel kararlar verir-

ler. İstikrarlı ve düşük enflasyonlu ortamlarda tüketicilerin ve müşterilerinin davranışlarının, satın alma davranışlarının ve tasarruf eğilimlerinin değişmesiyle işletme sahiplerinin de davranışları değişir. **Böyle dönemlerde piyasadaki alıcıların tüketim eğilimleri yerine tasarruf etme eğilimleri güçlenir.**

ENFLASYONU İNDİRME MÜCADELESİ

Türkiye son 10 yılda enflasyonu indirme mücadelesinde tek başına başarılı olamamış ve bu nedenle Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) desteğine başvurmak zorunda kalmıştır.

IMF'ye karşı olmak veya ondan yana tavır koymak bu aşamada herhangi bir anlam ifade etmemektedir. Çünkü reel bir gerçek olarak Türkiye ekonomisi bu güne kadar 18 kez IMF ile stand-by anlaşması yapmıştır. Ancak bu anlaşmalardan hiçbir tanesi tamamlanamamış, verilen taahhütlere ve çekilen kredilere rağmen anlaşmalar hep yarım kalmıştır.

Türkiye son olarak 4 Şubat 2002'de IMF ile 18. stand-by anlaşmasını yapmıştır. Bu anlaşmaya göre 18 aydır devam eden IMF denetimi ve mevcut hükümetin programı kararlı uygulamalarıyla birlikte 2004 yılından itibaren enflasyon tek haneli rakamlara düşmeye başlamıştır.

Enflasyonun düşmesinde birçok faktör rol oynamıştır. **İç talebin daralması, arzın artması, rekabetin yoğunlaşması, faizlerin gerilemesi ve işletmelerin nispeten yüksek mamul mal ve hammadde stoklarına sahip olması temel nedenlerdir.** Aslında enflasyon 1999 yılından itibaren son 5 yıldır belirli çalkanlarla birlikte sürekli azalma göstermiştir (bk., Tablo 1).

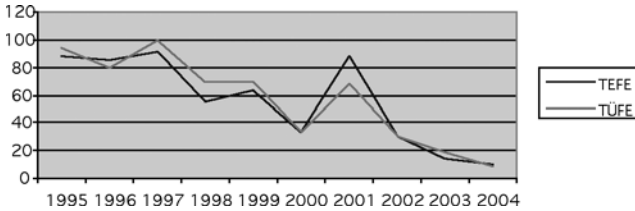
Bu azalma, **3 Kasım 2002 seçimlerinden sonra tek parti iktidarıyla daha istikrarlı bir seyir izlemeye başlamış ve son olarak tek haneli rakamlara düşmüştür.** Düşük enflasyon dö-

neminin başlangıç tarihini 2002 yılının ortalarından başlatabiliriz. Bu güne kadar (Temmuz 2004 tarihi itibarıyla) yaklaşık iki yıl geçmiştir ve **muhtemelen bu süreç istikrara kavuşuncaya kadar 4-5 yıl daha sürebilir**. Bu dönemde işsizliğin azaltılmasında önemli bir gelişme olmamasına karşın, **ekonomi gözle görülür bir rahatlama ve canlanma içine girmiştir (istihdamsız büyüme dönemi)**.

Tablo 1. Türkiye’de Son 10 Yıla Göre TÜFE ve TEFE Enflasyon Rakamları

Yıllar	TEFE	TÜFE
1995	88,5	93,6
1996	84,9	79,8
1997	91	99,1
1998	54,3	69,7
1999	62,9	68,8
2000	32,7	33,5
2001	88,6	68,5
2002	30,8	29,7
2003	13,9	18,4
2004(Haziran sonu-yıllık)	10,53	8,93

Türkiye, enflasyonu indirme mücadelesinde birçok araçtan yararlanmış ve bu araçların çok yönlü ve karmaşık bir şekilde zaman içinde devreye alınmasıyla enflasyon aşamalı olarak düşmüştür (bk., Şekil 1).



Şekil 1. Türkiye’de enflasyonun gelişme seyri.

Şekil 1’den de görüleceği gibi enflasyon rakamlarının yıllar içindeki gelişme seyri, hükümetlerin politikaları ve kararlarından büyük ölçüde etkilenmiştir. Enflasyonun inmesinde rol oynayan faktörleri daha ayrıntılı bir şekilde ele alabiliriz.

1. *Tarım*

- a. Tarım fiyatlarının kontrol altında tutulması.
- b. Taban fiyatlarının baskı altına alınması.
- c. Tarımı destekleme politikalarının daha dikkatli bir biçimde yapılması.

2. *Hizmet sektörü*

- a. Süpermarket ve hipermarket işletmeciliğinin yaygınlaşması.
- b. Hizmet sektörünün genişlemesi.

3. *İmalat sanayi*

- a. İç talep daralması nedeniyle, fiyatların oransal olarak aşağı çekilmesi.
- b. Stokların birikmesi.
- c. Küçük ve orta ölçekli bir çok firmanın kapanması.

4. *Mali sektör*

- a. Doların Euro karşısında zayıflaması.
- b. Faizlerin düşmesi.
- c. TL’nin güçlenmesi ve insanların dövizden TL’ye geçmeleri.

5. *Kamu sektörü*

- a. Kamu harcamalarının azaltılması.
- b. Toplu sözleşmelerde sendika taleplerinin makul seviyeye çekilmesi.
- c. Memur ve ücretlilerin maaş artışlarının sınırlandırılması.

DİE verilerine göre, **Haziran 2004 itibariyle toptan eşya fiyatlarındaki yıllık artış oranı % 10,53 ve tüketici fiyatlarındaki yıllık artış oranı ise % 8,93 olarak gerçekleşmiştir.** Ancak önemli olan yıl ortalamasıdır. 2005 yılına girildiğinde **söz konusu rakam tek haneli olmayabilir.** Enflasyondaki gerilemenin devam etmesi, **kamu tarafından mali disipline uyulmasına, vergi tabanının genişletilmesine, kamu harcamalarının kısılmasına ve devletin ekonomiden çekilerek özelleştirmenin hızlanmasına bağlıdır. İstikrar, hükümet politikalarının kararlılığı ile gelecektir.** Düşük enflasyon ortamının süresi, piyasa dengelerinin kurulmasına bağlıdır. Ekonominin bozulmacağı veya dalgalanmalara girmeyeceği konusuna duyulan kesin güven ile, *geçiş ekonomisi döneminin süresi kısabilir.*

DÜŞÜK ENFLASYON ORTAMINDA ALINABİLECEK TEDBİRLER

Dünyada bir çok ülke yüksek enflasyon ortamından düşük enflasyon ortamına geçiş deneyimi yaşamıştır. Kuşkusuz her bir ülkenin kendi deneyimi kendi ekonomik şartlarıyla ilgilidir.

Dünyada **1990’lı yılların ortasından itibaren genel olarak düşük enflasyon trendi ortaya çıkmaya başlamıştır.** Bu trend Uzakdoğu ülkelerinde, Şili’de, Kanada gibi gelişmiş ülkelerde ve kısmen ABD’de görülmüştür. Bazı yazarlar; Türkiye gibi **gelişen ekonomilerin dünyadaki “global dezenflasyonun” gelişmesine katkıda bulunduğunu savunurlar.**

Dünya ekonominde “genel bir enflasyon düşüklüğü” var. Bu durum pek çok bilinçli çabaların sonucunda ortaya çıkmıştır. Örneğin, Fransa 1980-1999 döneminde enflasyonu düşürme mücadelesi vermiş ve 2000’li yıllardan itibaren düşük enflasyonlu ekonomik bir ortama girmiştir.

Benzer bir deneyim İngiltere ve diğer bazı Batı Avrupa ülkelerinde de yaşanmıştır. **Bazı ülkeler, yeni dönemde takip edilecek yönetim anlayışlarına isimler vermişler ve böylece ülkedeki kamu bürokrasisi ve işadamlarında topluca “yeni bir yönetim anlayış ve felsefesi” oluşturmaya çalışmışlardır.**

Bunlardan biri de Fransa’dır. Keynesyen bir ekonomik program çerçevesinde Fransız sosyalistleri 1981-83 arası devletçi ekonomik uygulamadaki açık başarısızlık üzerine, **“rekabetçi düşük enflasyon programı”** adını verdikleri yeni bir programı uygulamaya başlamışlardır.

1983 yılından başlayıp 15 yıl süren bu yaklaşımda, düşük enflasyon döneminde “**büyüme ve istihdamı artırarak nasıl rekabet edilebileceği**” konusu üzerinde odaklanılmıştır. Ancak ileriki yıllarda bu politikanın istenen sonuçları tam olarak vermediği görülmüştür. Enflasyonun düşmesine rağmen işsizliğin artmaya devam etmesi üzerine bu programdan vazgeçilmiş ve Fransız sosyalistleri daha sosyal demokrat içerikli programlara yönelmeye başlamışlardır.

Rekabetçi dezenflasyon politikası; hazırlık yapmayı, izlemeyi, öngörmeyi ve bazı değişiklikleri kararlı şekilde uygulamayı gerektirir.

Düşük enflasyon ortamında para girişlerinin doğru tahmin edilmesi ve harcamaların doğru bir şekilde planlanması önemlidir.

Örneğin, bir önceki ay % 9 olan enflasyon oranı bu ay % 8'e düşmüşse ve düşüş trendi de devam ediyorsa; işletmeci üç ay sonraki para girişlerini doğru tahmin etmek zorundadır.

Bu bölümde düşük enflasyon ortamında işletme sahibi ve profesyonel yöneticilerinin alabilecekleri tedbirler, verecekleri kararlar ve gösterecekleri davranışlar belirli alt başlıklar altında incelenmiştir. **Sadece düşük enflasyon dönemine özgü “kesin çizgilerle ayrılmış” yönetim politikalarından söz edemeyiz.** Bu bölümdeki önerilerin bir bölümü aynı zamanda işletmelerin her zaman yapması gereken davranışlardır. Ancak düşük enflasyon döneminde bu davranışların kritik olma derecesi daha da artar. **O nedenle işletme yöneticileri bu kitaptaki önerileri sihirli formüller olarak görmemeli, yönetim politikasının bir aracı olarak nasıl kullanabileceklerine bakmalıdırlar.**

KURUMSALLAŞMA

Düşük enflasyon, aynı zamanda “istikrar”a geçiş için hazırlık yapma dönemi olarak değerlendirilebilir.

İşletmeler bu dönemde **uzun, kalıcı ve istikrarlı bir büyüme için yeni bir yapılanma çalışması** içine gireceklerdir. Bu dönemin en önemli özelliği, “**kalite**”, “**rekabet**” ve “**daha fazla piyasa araştırmasıdır**”.

Bu dönemde hükümetler “**yeni muhasebe sistemleri**” geliştirebilirler. **İşletmeler, hükümetlerin aldığı önlemlere hızla uyum göstererek uyum kabiliyetlerini güçlendirmelidirler.**

Yine bu dönemde müşteriler küçük fiyat farklılıkları bulunan ürünler arasından **en kalitelisini arama ve seçme davranışı** içine gireceklerinden, yeni dönemin bu alışkanlığına uygun olarak **işletme kültürünün yeniden yapılandırılması gerekecektir.**

Kalite ölçütleri, bir işletmenin kalite standartlarıdır. **Kalite standartlarını belirlemeyen ve her tür malı veya hizmeti müşterilerinin beğenisine sunan işletmeler nereye koştuğunu bilmeyen kurumlardır. Piyasa ve müşteriler bir süre sonra bu firmalardan uzaklaşırlar.**

Geçiş ekonomisi döneminde kurumsallaşmanızı tamamlamak için aşağıdaki tedbirleri alınız:

1. **Yapılanma ve örgütlenme sürecini tamamlayınız.** Yetki ve sorumluluklar, herkesin kime bağlı olduğu tam olarak belli olmalıdır.

2. **Kayıt dışı istihdama yönelmeyiniz.** Çünkü istikrara ge-

çiş aşaması, bazı işletmelerin canının yandığı bir dönem olabilir.

3. Müşteri memnuniyetini ve müşteri beklentilerini takip ediniz. Memnuniyet ile beklentiler aynı şey değildir.

4. Kalite standartlarını belirleyiniz ve bu standartları piyasadaki kalite standartlarıyla karşılaştırınız.

5. Ürün ve hizmetinizin kalitesini piyasadaki diğer firmaların kalitesi ve fiyatlarıyla sürekli olarak karşılaştırıp kontrol ediniz.

6. Tanıtıma önem veriniz ve işletmeniz için yazılı bir tanıtım master planı hazırlayınız veya hazırlatınız.

Kurumsallaşma bir kere yapıp biten bir olgu değildir, bir süreçtir. Bazı dönemler hızlanır, bazı dönemlerde ise daha yavaş seyreder. Önemli olan kurumsallaşma süreci içinde olma ya devam etmektir.

ÜRETİMİ ARTTIRMA

Düşük enflasyon ortamında işletmeler nispeten daha düşük maliyetlerle üretim yaparlar. **Hammaddelerin ve diğer girdi malzeme fiyatlarının düşük olması, üretimin artırılması için iyi bir fırsat sağlar. Ancak talebin düşük olması üretimi kısıtlayıcı bir etki doğurur.** Bu çıkmazı aşmak için söz konusu dönemde üretim faaliyetleriyle ilgili olarak aşağıdaki tedbirlere başvurulabilir:

1. Daha düşük kâr marjlarıyla çalışarak daha çok satmak ve sonuçta daha çok üretim yapmak.

2. Ar-Ge faaliyetlerine önem vermek, ürün çeşitlendirmesi, ürün yeniliği uygulamalarına gitmek.

3. Üründe ve hizmette kalite kavramını yeniden tanımlamak ve bu tanım çerçevesinde kaliteli üretim yapmak veya hizmet sunmak.

4. Girdiler açısından dış bağımlılığı azaltacak arayışlar içine girmek.

5. Maliyet profili çıkarmak, maliyetleri kontrol altına almak ve azaltmak.

6. Kişi verimliliğini artırmak.

7. Standart üretim planları yerine, piyasaya dönük, değişken siparişe dayalı üretim uygulamalarına ağırlık vermek.

Üretimi artırma görüldüğü gibi, yalın ve basit bir karar değildir. Diğer tedbirlere birlikte düşünülmesi ve eş zamanlı olarak ele alınması gereken bir uygulamadır.

STOKLAMA POLİTİKASI

Dezenflasyon döneminde, fiyatların düşmesi nedeniyle fabrikadaki veya ticarethanedeki ürün stokları artar.

Başarılı işletmeler önümüzdeki ay ve yıllarda enflasyonun daha da düşeceğini göz önünde bulundurarak bir an önce stoklarını eritmeye bakarlar. Bu dönemde gıda malzemelerini, temizlik malzemelerini stoklamanın hiçbir anlamı yoktur. **İşletmelere stoklama politikası olarak** aşağıdaki görüşleri önerebiliriz:

- 1. Ürünlerinizin stok devir hızını takip ediniz..**
- 2. Hangi ürünlerinizin stokta daha fazla beklediğini kontrol ediniz.**
- 3. Stoklama maliyetinizi hesaplayınız.**
- 4. Stokların verdiği psikolojik doygunluk ve varlık düşüncesinden sıyrılınız.**
- 5. Stoklama politikanız ile piyasa beğenisi arasında ilişki kurunuz.**

İşletme yöneticileri standart üretim ve stoklama politikası yerine, **esnek ve değişken üretim politikasına** göre hareket etmelidirler.

Fiyat rekabetinin kızışması ile piyasada ürün çeşidi artacağından müşteriler daha fazla seçme şansına sahip olacaklardır. Yüksek stok politikası, yüksek gelir beklentisine dayanır, oysa bu dönemde düşük gelir ortamı sözkonusudur.

YATIRIM KARARLARI

Düşük enflasyon dönemlerinde **fiyatlardaki ve reel faizlerdeki düşme sonuçta yatırımları da artıracaktır.**

Hükümetler bu dönemde işsizliği azaltmak için yatırımları teşvik edeceklerdir. Örneğin, 2004 yılı için işsizliğin % 3 oranında azaltılması hedeflenmiştir. Hükümetin bu tür istekleri ve hedefleri eğer kararlıkla uygulanırsa, **işletmeler için yeni yatırım fırsatlarının ortaya çıkmasına** neden olur. Bazı işletmeler ise yeni yatırımlar yerine, mevcut yatırımlarını genişletme veya güçlendirme eğilimi içine gireceklerdir.

Bu dönemde **bazı yatırımcılar, isteksiz ve geç tepki veriyor olabilirler.** Bunun nedeni, borsa ve sermaye piyasasından kolay para kazanmaya alışmış olan işletmelerin reel sektöre dönme konusunda yeterince güdülenmemiş olmalarıdır.

Bu müteşebbisler, motive olmak ve yatırım kararı vermek için daha somut göstergeleri görme eğilimi içinde olurlar. Görmek istedikleri ve beledikleri şey, **yabancı yatırımcının ülkeye ilgi göstermesi, vergilerin nispi olarak düşürülmesi ve düşük enflasyon ortamından istikrara geçilmiş olmasıdır.**

Düşük enflasyon döneminde finansman kaynaklarını değerlendirmek isteyen işletmelere şu önerilerde bulunabiliriz:

- 1. Hükümetin istihdamı artırmaya yönelik olarak sağladığı yatırım teşviklerini takip ediniz.**
- 2. Hükümetin yeni istihdamı artırmaya yönelik olarak sağladığı kredi kolaylıklarını takip ediniz.**
- 3. Mevcut yatırımlarınızı gözden geçiriniz, verimlilik ar-**

tışı sağlayacak nispeten küçük yatırımlara yöneliniz.

4. Ekonomi, “geçiş” aşamasını tamamlayıp, istikrar dönemine doğru gidiyorsa, daha ciddi yatırım konularını hızla gündeminize alınız.

5. Önümüzdeki 5 yıl için yatırım planlaması yapınız.

6. Yapılabilirlik analizlerinde yatırım maliyetlerini gerçekçi bir biçimde yapınız. Durağan veya azalan enflasyon oranlarını göz önünde bulundurunuz.

7. Büyüme, birleşme ve diğer işletmeleri devralma fırsatlarını gözleyiniz.

8. Yatırım hesaplarınızı ve tasarılarınızı TL, Dolar ve Euro cinsinden takip ediniz.

9. Yatırımlarınızın büyük bir bölümünü öz kaynaklardan temin ediniz.

10. Yatırım girdilerinizin maliyetini düşürmek için yabancı firmalar yerine alternatifi varsa garanti koşullarında Türk firmalarıyla çalışınız.

11. Borç finansmanı kullanmak istediğinizde, dolar, Euro veya TL cinsinden olması ile şirketin gelir elde ettiği ve harcamaya yaptığı para cinsinin uyumlu olmasına dikkat ediniz.

12. Eğer mutlaka almanız gerekiyorsa borç finansmanını uzun vadeli olarak temin etmeye çalışınız.

13. Kendi öz sermayenizi kullanarak iş yapmaya önem veriniz.

Yeni yatırımların artması ile birlikte istihdam artışı da sağlanacaktır. Halen ülkemizde işsizlik oranı % 10,5 düzeyindedir. Fiyat düşüşleri istihdamı bir miktar artırmış, fakat işsizliği azaltmamıştır. İşsizliğin azalması yeni ve büyük hacimli yatırımlara bağlıdır.

PARA YÖNETİMİ

Düşük enflasyon dönemlerinde işletme yönetici ve sahiplerinin dikkat etmeleri gereken konulardan biri de para yönetimidir. **Hükümet, 2004 Temmuz ayı itibariyle mevduata tanınan yüzde 100 devlet güvencesini kaldırarak, hesap başına 50 milyar TL ile sınırlandırmıştır.** Bu uygulamayla birlikte bir çok kuruluş kendilerini rizikoya atmamak için mali yapısı güçlü bankalarla çalışmayı tercih edeceklerdir.

Ekonomide canlanmanın ortaya çıkması ve faizlerin düşmesiyle birlikte **işletmeler fon kaynaklarını devlet tahvili ve hazine bonusu yerine, alternatif yatırım alanlarında kullanmayı deneyeceklerdir.** Hazine bonolarının faizleri bir taraftan düşerken diğer taraftan itfa (ödeme) tarihlerinin daha uzun dönemlere yayılması, reel sektörde ticari alanın genişlemesi imkanı doğuracaktır.

Para yönetimi konusuyla ilgili olarak işletme yöneticilerine şu önerilerde bulunabiliriz:

1. Bu dönemde döviz kurları istikrarlı olacaktır. Döviz bir yatırım aracı olmayacağından, **kısa dönemli çalkantılara kapılıp ani kararlar vermeyiniz.**

2. Uzun dönemde para kazanmak için, **yatırımlarınızı güçlendiriniz ve işletmenize yatırım yapınız.**

3. Döviz yerine, daha çok **Türk Lirası cinsinden likitte kalınız.**

4. Yoğun rekabet ortamında başarılı olmak için **hatırı sayılır bir reklam ve tanıtım bütçesi oluşturunuz.**

5. Anlaşmalarınızı ve tüm sözleşmelerinizi TL cinsinden yapınız, kur riski almayınız.

6. Paradan sıfırın atılmasıyla oluşacak psikolojik etkinin piyasa daraltıcı etkisini abartmayınız. Piyasa bir süre sonra kendiliğinden normal seyrine dönecektir.

7. Yeni fiyatlar için müşteriye bilgilendirmeye ve ürünleri fiyatlandırmaya yönelik olarak hazırlık yapınız.

8. Kârlılığı mali sektörde değil, şirketin kendi ticari faaliyetlerinde arayınız.

Bu dönemde para yönetimi büyük ölçüde dikkatli olmayı gerektirir. Mevduat garantisinin kalkması, TL'den 6 sıfırın atılması, döviz fiyatlarının nispeten istikrarlı seyretmesi, TL'nin aşırı bir şekilde değerlenmesi, işletme yöneticilerinin alışmadıkları yeni değişikliklerdir. **Değişiklik ve çalkantılar belirsizlik yaratır. Bu belirsizliklerin üzerinden gelmek için uyanık ve dikkatli olmak gerekir.**

DIŞ TİCARETE AĞIRLIK VERME

Düşük enflasyonlu ekonomi ortamında ve kemer sıkma döneminde iç piyasadaki daralma işletmeleri dışarıya yöneltilir. Son iki yılda Türkiye'nin dış ticaret hacminin artmış olması bunun en somut göstergesidir.

Dış ticaret, öteden beri sanki büyük işletmelerin yapabileceği bir faaliyet alanı olarak algılanır. **Halbuki küçük ve orta ölçekli işletmeler dış ticaret uygulamalarında daha dinamik bir yapıya sahiptirler.** Bunun için piyasa araştırmasına ve dış temaslara ihtiyaç vardır.

Ülkemizde dış ticaret rakamları dolar cinsinden ifade edilir. Fakat dış ticaretimizi büyük ölçüde Avrupa Birliği ülkeleri ile yaptığımızdan dolar değil, Euro kullanırız.

Euro'nun dolara göre daha fazla değer kazanmasıyla dış ticaret hacmindeki rakamların bir bölümü belli bir şişkinliğe sahiptir. Fakat öyle bile olsa, **dış ticarete de önemli ölçüde artışlar ortaya çıkmıştır.**

Düşük enflasyonlu ekonomi ortamında küçük ve orta büyüklükteki işletme yöneticilerine şu önerilerde bulunabiliriz:

1. Bu güne kadar hiç ihracat yapmadıysanız, hemen gündeminize alınız ve araştırma yapınız.

2. İhracat imkanları için dış ülkelerden bağlantı noktaları tespit ediniz ve bu noktalarla sürekli temas halinde olunuz.

3. Dış ülkelerin kalite şartnamelerini, normlarını araştırınız ve bunları temin etmeye çalışınız.

4. İhracat yapan firmaları takibe alınız, hangi ülkelere ve hangi piyasalara hitap ettiklerini inceleyiniz.

5. Dış ticareti iyi bilen elemanlar istihdam ediniz ve duruma göre sadece bu konuda çalışacak bir ekip oluşturunuz.

Dış ticaret girişkenliği, istikrarlılık dönemine hazırlık için bir başlangıç teşkil eder. İşletme bu konuda ilk acemiliğini üzerinden atmasıyla daha derin ve ayrıntılı analizler yapmaya başlayacaktır.

FINANSAL KURULUŞLARDAN FON KULLANMA

Düşük enflasyon döneminde finansman maliyetinin oransal olarak düşmesi, yine de yoğun bir dış finansman talebini getirmez. Çünkü piyasadaki talep tam olarak istenen düzeyde değildir. Finans imkanlarından yararlanma oranı istikrar dönemine geçilmesiyle artış gösterecektir.

Geçiş döneminde işletme yöneticilerine finansman imkanlarından yararlanma konusunda şu önerilerde bulunabiliriz:

1. Düşük enflasyon döneminde kârlılık düzeyi oldukça düşeceğinden, sermaye maliyetini azaltmak için atıl durumdaki gayrimenkullerinizi satarak sermaye yapınızı güçlendiriniz.

2. Acil fon ihtiyaçlarınız için, her zaman bir miktar ihtiyat fonu (yedek akçe) bulundurunuz.

3. Şirketinizin gelir tablolarının ve bilançolarının gerçek durumu yansıtmasını sağlayınız.

4. Borçlanacak iseniz öncelikli olarak özel finans kurumlarından fon kullanmayı deneyiniz.

5. Borçlanmada, önümüzdeki yıllarda daha da azalacak olan enflasyon ortamını (geliriniz de buna göre azalacaktır) gözönünde bulundurunuz ve ödeyeceğiniz maliyeti buna göre hesaplayınız. Dikkat ediniz, daha yüksek maliyetle borç ödemesinde bulunuyor olabilirsiniz.

6. Fon kullanma, gelişen piyasa şartlarına uygun olarak büyüme amacına hizmet ettiği ölçüde iyi bir politikadır. Daralmış iç piyasa şartlarında mali güçlüğü yenmek için tek başına fon kullanma alternatifine sarılmak yanlış bir karar olur.

İNSAN KAYNAKLARININ YÖNETİMİ

Düşük enflasyon ortamında **insan kaynaklarının etkili bir şekilde yönetimi önem kazanır**. Mali kaynaklar kadar, beşeri ve teknolojik kaynakların verimli ve etkili bir şekilde kullanılması gerekir.

Rekabetçi düşük enflasyon ortamında yüksek verimlilikle çalışmak, maliyetleri düşürmek, yaratıcılık, yenilik ve yeni piyasalara girmek ancak **dinamik insan yapısıyla** mümkün olabilir. Bu nedenle gençlerden yararlanma, kendilerini kanıtlamış uzmanlara güvenme, belli ölçüde risk alma bu dönemin gerektirdiği başlıca davranışlardır.

İşletme yöneticilerine daha etkili bir insan kaynakları yönetimi için şu önerilerde bulunabiliriz:

1. İnsan kaynaklarını daha iyi yönetmek için takım ruhu oluşturunuz ve personelinizi takım arkadaşı olarak motive ediniz.

2. Personelinizi piyasadaki rekabet hakkında bilgilendiriniz. Onların rakiplerini tanımalarını, rakiplerinizin güçlü ve zayıf yönlerini etüd etmelerini sağlayınız.

3. İnsan kaynaklarının dinamik, heyecanlı ve kararlı bir şekilde çalışması için onlara araçlar sağlayınız. Biliyoruz ki, **kem âlet ile kemâlat olmaz.**

4. Genç, dinamik ve kendisini kanıtlamak isteyen kişileri işletmeye alınız. Terazinin kefesini, gençlerden yana ağırlıklandırınız.

5. Temponuzu yükseltiniz. Daha kısa süre içine daha çok

6. İnsan kaynaklarının etkili kullanılması; kişileri zorlayarak, insanları tehdit ederek gerçekleştirilmez. Çalışanlar ortaya çıkacak gelişmelerden aynı zamanda kendilerinin de kazançlı çıkabileceğini düşünmeli ve bilmelidirler. Bu açıdan **personeli yararlandırma planları** oluşturunuz.

MAAŞ VE ÜCRET DÜZEYİNİ BELİRLEME

Ekonomide fiyatların genel olarak düşmesi, enflasyonun azalmasına olumlu yönde bir etki yaptığı gibi, sonuçta azalan enflasyon nedeniyle **işletmeler de çalıştırdıkları personele oransal olarak daha düşük bir ücret artışı verme eğilimi içine girerler.**

Yüksek enflasyon ortamında işletmeler, personeline 3 ayda bir veya 6 ayda bir “önemli rakamlar veya oranlar halinde” zam yaparken **artık yılda bir düşük oranlı zam yapma eğilimi içine gireceklerdir.** Bazı işletmeler ise belki de hiç zam yapmayacaklardır.

Zam yapılmaması, personel için (eski alışkanlıklar nedeniyle) rahatsızlık verici bir olgudur. Çalışanlar, enflasyon düşüyor olsa bile, belli belirsiz bir zam beklentisi içinde olurlar. Bu beklentiyi karşılamak için çalışanlarla görüşmek ve onlara yeni dönemin özelliği hakkında bilgi vermek gerekir. İşletme yöneticisi yeni dönemdeki “**rekabetçi dezenflasyon**” politikasını onlarla konuşmalı, onları bilgilendirmeli, beklentilerini yüksek tutmalı, zammın veya maaş artışının rekabet avantajı elde etmelerine bağlı olduğu fikrini onlarla birlikte değerlendirmelidir.

Düşük enflasyon ortamında maaş ve ücretlerle ilgili olarak aşağıdaki tedbirler uygulamaya alınabilir:

1. Maaş ve ücretlerde artış için performans kavramı ön planı çıkarılır ve performans hedefleri açık bir şekilde ortaya konur.

2. Enflasyon ayarlaması altı aylık dönemden, bir yıllık döneme çekilebilir.

3. Maaş ve ücretlerde küçük oranlı “enflasyon ayarlaması” yapılabilir.

4. Düşük zam oranı nedeniyle personelin motivasyonunun ve moralinin bozulmasını önlemek için, **para dışı motivasyon araçları devreye alınır** (personelere değer verme, sosyal etkinlikler, ünvan ve terfi politikaları, esnek çalışma saatleri, statü sembolleri vb.).

5. **Destek elemanlarında azaltmaya gidilerek**, doğrudan üretim ve satış gücünde çalışan personelin maaş ve ücretlerinde iyileştirme yapılabilir.

6. **Personelin ücret dışı faktörlerden tatmin olmasını sağlayacak tedbirler alınır.**

Düşük enflasyonlu bir ortamda işletme sahiplerinin ve çalışanların maaş ve ücretlere farklı bir bakış açısıyla yaklaşmaları gerekir.

Ekonominin nispeten istikrar kazandığı dönemlerde, **işletme çalışanları temel ücret kavramı yerine toplam kazanç kavramını ön plana çıkarmaya başlayacaklardır.** Çalışanlar o işyerinde çalışıyor olmaktan dolayı elde ettikleri toplam kazançlara bakarak kendilerini tatmin olmuş veya olmamış hissedecekleridir.

SATIŞLARI TAKİP ETME

Yüksek enflasyon ortamında fiyatlar çok çabuk değişebilmekteydi. Gerek tüketiciler ve gerekse işletme sahipleri, fiyatları günü gününe takip ederek en avantajlı durumu yakalayacak bir fiyatlandırma stratejisi takip ediyorlardı. **Ancak düşük enflasyon ortamına geçilmesiyle birlikte fiyatlarda nispi bir istikrar ortaya çıkmaya başlamıştır.**

Bu dönemde tüketiciler “fırsatları yakalama” eğilimi yerine, “bekle ve gör” eğilimiyle hareket ederler.

İşletmeler bu nedenle satışların gidişatını haftalık, aylık ve dönemsel bazda takip etmelidirler.

Bu dönemde işletme yöneticilerine satışların takibiyle ilgili olarak şu önerilerde bulunabiliriz:

1. Markanızı ve kurumunuzun kimliğini ön plana çıkarınız.

2. Satış sonrası destek hizmetlerinizi güçlendiriniz ve müşterilerinize bu konuda “yazılı” güvence verecek önlemleri alınız.

3. Kalitenizi tanımlayınız ve kalitenizin özelliği konusunda tüketicileri veya müşterilerinizi tam olarak bilgilendiriniz.

4. Vadeli satışlara önem veriniz ve bu konuda orijinal nitelikte, kimsenin düşünemediği değişik satış planları geliştiriniz.

5. Fiyatlarınızı etiketlendiriniz. Fiyat listelerinizi hazırlayınız. Fiyatlarınızda çok fazla oynama yapmayınız. Fiyatlarınızla güven oluşturunuz. **Oynak kâr marjı yerine, güven veren kâr marjlarıyla çalışınız.**

6. Vadeli satışlarınızda, indirimlerinizde ve diğer promosyon uygulamalarınızda abartılı reklâmlardan, abartılı indirim uygulamalarından kaçınınız.

7. Reklamlar ve tanıtım uygulamalarıyla satış trendi arasındaki ilişkileri takip ediniz. Reklam ve tanıtımın gücünü ölçmeye çalışınız.

Düşük enflasyonlu ortamlarda işletmelerin en büyük sıkıntısı, satışların yeterince güçlü olmamasıdır. **Bu dönemde azalan satışlar kavramı yerine, istikrarlı satışlar kavramı üzerine odaklanmak gerekir.**

ÜRÜN VE HİZMETLERİN FİYATLANDIRILMASI

Düşük enflasyonlu ortamlarda bir diğer kritik konu, **ürün ve hizmet fiyatlandırmasıdır**. Önceki yıllarda yüksek enflasyona uyum göstermek için nispeten artan rakamlı fiyatlar olgusuna alışmış olan işletmeler bu dönemde en azından psikolojik bir zorluk içine girerler.

Yüksek fiyatlandırma talebin düşmesine, rekabette başarısız olunmasına ve piyasa gerçeklerinin kavranamaması sonucuna yol açar.

Düşük enflasyon döneminde de fiyatlar artmaya devam edecektir, ancak bu artış artık **azalan oranlı bir artış** olacaktır. Toplamda, **fiyatların genel seviyesi daha düşük bir seyir izleyecektir.**

Bu dönemde işletme yöneticilerine fiyatlandırma konusuy-
la ilgili olarak aşağıdaki önerileri getirebiliriz:

1. Fiyatlarınızı, piyasa genel fiyat trendini takip ederek makul seviyelerde tutunuz.

2. Fiyatların müşterilere oransal olarak pahalı gelebileceğini unutmayınız. Müşteriler bu gün almak yerine yarın almak daha avantajlı düşüncesinde olacaklardır.

3. Fiyatlarınızı belirlerken, maliyetleri düşürerek avantaj elde edebileceğinizi unutmayınız.

4. Fiyatların bir ölçüde yükselmesine neden olan ek maliyetlerden kurtulunuz.

5. Ürünleri yüksek fiyat indirimleri ile müşterilere sunmayınız. İndirimlerinizde makul ve tutarlı olunuz.

6. Fiyatları gözden geçirme dönemlerini geniş tutunuz ve böylece müşterilerinize istikrarlı fiyat politikasının uygulandığı konusunda güvence veriniz.

7. Aynı malı veya hizmeti üreten firmalar arasında, sizin kendi fiyatlarınızın nerede durduğunu takip ediniz. Piyasa ortalamasının çok üstüne çıkmayınız ve çok altına da düşmeyiniz.

Fiyat istikrarı, düşük enflasyon ortamında müşterilerin temel beklentisini oluşturur. Bu dönemde fiyat bir kere tespit edildikten sonra, üzerinde çok fazla oynama yapılamaz.

Bu nedenle **fiyat indirimleri yerine sağlıklı bir şekilde tespit edilmiş istikrarlı fiyat politikaları** müşterilere daha fazla güven verecektir.

Rakip firmaların fiyatlarında önemli indirimler yapmaları sizin dengenizi bozmamalıdır. Maliyetlerinizi iyi hesaplamış ve makul bir kâr marjı ile çalışıyorsanız, bu tür tahrik edici davranışlardan ve rekabet uygulamalarından çekinmeniz için hiçbir neden yoktur.

KÂR HADDİNİ TESPİT ETME

Bu dönemde bazı firmalar açılım sağlayabilmek için üretim maliyetlerinin altında satış yapma politikası güderler. **Bu davranış, güven vermeyen sağlıksız bir politikadır.**

Söz konusu firmaların daha çok enflasyon ortamında sergiledikleri bu davranış, kazanılan paraların yüksek faizli hazine bonolarında değerlendirilmesi düşüncesine dayanıyordu. Düşük enflasyon ortamında böyle bir ihtimal olmadığından ve enflasyonun ileriki dönemlerde veya yıllarda daha da düşeceği ihtimalinin bulunmasından dolayı bu kişilerin zararlarını telafi etmeleri imkansız hale gelebilir.

İşletme yöneticilerine kâr hadlerini tespit etme konusunda şu önerilerde bulunabiliriz:

1. Kâr hadleriniz konusunda, makul ve istikrarlı olarak uygulanabilecek politikalar geliştiriniz.

2. Önemli olan kâr oranınızın düşüklüğü veya yüksekliği değildir. Önemli olan fiyatlarınızı piyasanın nasıl algıladığıdır. Yüksek kâr marjı şüphesi tüketicilerin sizden uzaklaşmasına neden olur.

3. Kâr üzerine odaklanmayınız. Müşterilerin satın alma davranışlarının sürekliliği konusuna odaklanınız.

4. Müşterilerin satın alma davranışlarında psikolojik fiyat düzeyinin ne olduğunu çok iyi takip ediniz ve kâr marjınızı belirlerken bu faktörü göz önünde bulundurunuz.

5. Kârlarınızı kısa zaman diliminde yüksek tutma davranışı yerine, uzun zaman diliminde kârlı olma davranışına yöneliniz.

6. Önümüzdeki dönemlerde daha da düşecek olan enflasyon oranlarının düşük fiyatlar nedeniyle kârlarınızın bir bölümünü daha da eriteceğini unutmayınız.

Düşük enflasyon ortamında yüksek kâr marjı alışkanlıklarından vazgeçemeyen işletmelerin batması kaçınılmazdır. Sadece değişime ayak uyduran işletmeler ayakta kalabilir. Kâr oranlarının yüksekliğine değil, cirolarının yüksekliğine önem veren işletmeler bu dönemde para kazanabileceklerdir. Bunun piyasa diliyle ifadesi “sürümden kazanmaktır”. Çalışan, hareketlilik yaratan işletmeler kazanacaktır.

HARCAMA EĞİLİMLERİNİ KONTROL ETME

Düşük enflasyon ortamında kazanılması gereken önemli bir davranış, “**harcama eğilimlerinin kontrol altına alınmasıdır**”. Hükümetlerin enflasyonu yenmek için gösterdiği davranışın aynıısını işletme yöneticilerinin göstermesi gerekir.

Yüksek satış hacmi ve kârlı gelecek beklentilerinin törpülenmesi nedeniyle düşük enflasyon ortamlarında işletme yöneticileri **daha ihtiyatlı harcama yapmalıdırlar**.

Bu çerçevede işletmelere şu davranışları göstermelerini öneririz:

1. Kaynağı belli olmadan herhangi bir harcama yapmayınız.

2. Gelecekte gelirlerinizin bir miktar daha düşebileceğini unutmayınız.

3. Harcamalarınızı verimlilik ve üretkenlikle bağlantılı kılınız. Söz konusu harcama üretkenlik ve verimliliği arttıracak mıdır?

4. Görüntü yaratan harcamalardan kaçınınız.

5. Tanıtım ve reklam harcamasıyla gösteriş harcaması arasındaki ayrımı iyi gözetiniz.

6. Zorunlu olmayan harcamalarınızı eğer ertelemeniz mümkün ise erteleyiniz. Çünkü bu harcamalar için bir süre sonra muhtemelen oransal olarak daha az ödeme yapacaksınız.

İşletme yöneticileri “**geçiş döneminin**” gerekliliklerinin farkında olmalıdırlar. Bu dönem bir anlamda, “**ayağın tam olarak yorgana göre uzatılmasını**” gerektirir. **Açılma, yüksek oranda risk üstlenmedir.**

VERGİ ÖDEMELERİNDE TİTİZLİK

Devlet, düşük enflasyon ortamında daralan iç piyasa nedeniyle bir ölçüde gelir kaybına uğrayacaktır. Gelir kaybını telafi etmek için bu kez kayıt dışı ekonomiyle daha fazla mücadele etmeye başlayacaktır.

Bu nedenle küçük ve orta ölçekli işletmeler vergi ödemelerinde titiz olmalı ve devletle sorunlu veya davalı olmamalıdır.

Vergilerin tam gösterilmemesi, hiç vergi ödenmemesi, çalıştırılan personelin bir kısmının sigortalı yapılmaması gibi uygulamalardan kaçınılmalıdır.

İşletme yöneticileri, düşük enflasyon ortamında devlete beyan ettikleri vergilerde kuşku uyandıracak bir unsurun bulunup bulunmadığını dikkatle incelemelidirler.

Çünkü ülkemizde vergi kontrol memuru sayısının yetersiz olması nedeniyle **kamu yetkilileri kuşku uyandıran vakaları öncelikli olarak incelemeye alma davranışına yönelmişlerdir.**

Bu çerçevede işletme yöneticilerine aşağıdaki önerileri getirebiliriz.

- 1. Vergilerinizi cezaya kalmadan zamanında yatırınız.**
- 2. Kayıt dışı uygulamalardan kaçınınız ve belge düzeyine tam olarak uyunuz.**
- 3. Kamu yetkililerinin odaklandığı inceleme alanına girmeyiniz.**

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde en önemli sorun-

larından biri, **vergilerin tam olarak toplanamaması ve işletmelerin belge düzenine tam olarak uymamalarıdır.** Bunu bilen hükümetler, bu konudaki tedbirleri sürekli güçlendirme eğilimi içinde olurlar.

Devlet, tüm işletmeleri denetleyemediğinden örnekleme yöntemiyle denetleme yapmaktadır. Bu çerçevede tesadüfen denetlenen bir işletmede **eğer ciddi bir kusur bulunmuşsa verilen vergi cezaları** bazen sözkonusu işletmenin bütünüyle kapanmasına neden olabilmektedir.

SONUÇ

Bu kitapta düşük enflasyon ortamının ekonomide meydana getirdiği getirebileceği değişiklikler, söz konusu değişikliklerin küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri ne şekilde etkileyebileceği konuları üzerinde durulmuştur.

Ekonomideki değişikliklerin hem gözlenmesi, hem de tedbir alınması gerekir. Tedbirlerin düzeyi, ayrıntısı ve kapsamı işletmenin gücüne, kapasitesine ve personel sayısına göre değişir.

Kapasiteleri küçük, uzman personeli az ve satış kapasitesi düşük işletmeler, düşük enflasyon ekonomilerinden daha fazla etkilenirken, güçlü işletmeler kendilerini koruyacak davranışları ve tedbirleri daha kolay uygulamaya alırlar.

Bu kitapta önerilen tedbirler bütün işletmeler için geçerli olmayabilir. **İşletme sahipleri ve yöneticileri bunların içinden seçimler yapmalı, kendi işletmelerine uygun olanları almalı ve belki de burada belirtilmeyen farklı ve yeni politikalar geliştirmelidirler.**

Bu kitaptaki görüşlerin amacı bir düşünce uyarılması sağlamak ve yöneticileri önlem almaya sevk etmektir.

Siyasi ve ekonomik istikrar, önümüzdeki yıllarda tüm işletmeler için daha sağlıklı bir ortam oluşturacaktır. Bu ortama bu günden hazırlık yapmak gerekir. **Ekonomik istikrarı sağlamak sadece hükümetlerin görevi değildir. İşletmeler, yöneticiler, sendikalar ve tüketiciler bu uğurda hep birlikte çaba harcamak ve birbirleriyle uyumlu davranışlar içinde bulunmak zorundadırlar.**

Kaynaklar

“Devlet Bakanı Sayın Ali Babacan’ın CNN Türk Televizyonu’nda Canlı Olarak Yayınlanan ‘Ankara Gündemi’ Adlı Programda Yaptığı Açıklamalar,” <http://www.treasury.gov.tr/duyuru/basin2004/AB_CNNTURK_30nisan2004.pdf> (12.06.2004).

Y. Morimoto, W. Hirata ve R. Kato, “Global Disinflation [Küresel Dezenflasyon],” <<http://www.boj.or.jp/en/ronbun/03/ron0306a.htm>> (20.06.2004).

F. Lordon, “The Logic and Limits of Desinflation Competitive [Rekabetçi Dezenflasyon Politikasının Mantığı ve Kısıtları],” <<http://ideas.repec.org/a/oup/oxford/v14y1998i1p96-113.html>> (20.06.2004).

SİZ NE DÜŞÜNÜYORSUNUZ?

Bu kitap hakkındaki düşüncelerinizle birlikte MÜSİAD'ın bundan sonra hangi konularda yayın yapmasıyla ilgili görüş ve önerilerinizi bizimle paylaşır mısınız?

MÜSTAKİL SANAYİCİ ve İŞADAMLARI DERNEĞİ

Mecidiye Caddesi No: 7/50 34387 Mecidiyeköy - İSTANBUL

Tel: (90.212) 213 61 00 (Pbx)

Fax: (90.212) 213 78 90 - 216 01 42

e-mail: musiad@musiad.org.tr www.musiad.org.tr

