

# Enflasyondan Sonra

## Güven Borçı

Yazı Dizisi

20 Temmuz – 14 Eylül 2003 tarihleri arasında Para Dergisi'nde yayınlanmıştır



# İÇİNDEKİLER

## **BÖLÜM 1**

*Enflasyonsuz bir hayat var mı?..... 3-4*

## **BÖLÜM 2**

*Enflasyondan Sonra Spot Bitecek..... 5-6*

## **BÖLÜM 3**

*Değer Algısı Netleşecek..... 7-8*

## **BÖLÜM 4**

*İşimize Bakacağız..... 9-10*

## **BÖLÜM 5**

*Konut üretiminde “sağlıklı” büyüme yaşanacak..... 11-12*

## **BÖLÜM 6**

*Yapı sektörü altın yıllarını yaşayacak..... 13-14*

## **BÖLÜM 7**

*Ödeme Sistemleri gelişecek..... 15-16*

## **BÖLÜM 8**

*Daha neler olacak?..... 17-18*

## **BÖLÜM 9**

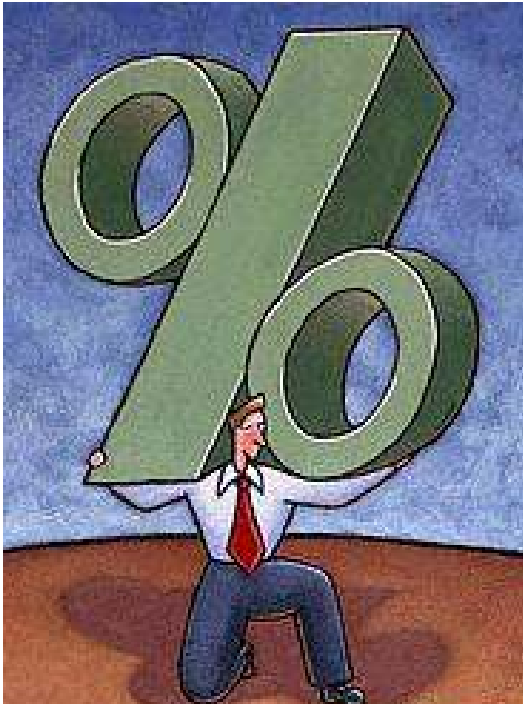
*Son Olarak..... 19-20*

## Bölüm 1

### Enflasyonsuz bir hayat var mı?

Yetmişli yılların sonu. Enflasyon %100'lere koşuyor. Toptancı dükkanımızda sürekli fiyatları değiştirip duruyoruz. Aynı malın fiyatını durduk yerde artırmak bana ilginç gelse de babamda anlayamadığım bir tedirginlik gözlüyorum; "Allah Allah ne olacak bu işin sonu" deyip duruyor. Gelen giden herkesle yaptığı bu standart ve gereksiz(!) muhabbet beni öylesine sıkıyordu ki bugün bile o duyguyu aynen hatırlıyorum. Mühendis adayı rasyonel bir genç için sorunun cevabı basitti; Piyasayı iyi takip edersen, fiyatları enflasyon oranında artırırsın ve işini götürürsün. Hatta kafayı çalıştırırsan bundan fayda bile görebilirsin.

Yaklaşık 25 yıl sonra bugün geriye baktığımda görüyorum ki olay sadece basit bir matematik hesabı değilmiş. Yüksek enflasyon bu ülkenin ırzına geçmiş. Babam (o zamanlar 25 yıllık, şimdi 50 oldu Allah uzun ömürler versin) ticari deneyimine dayanarak başımıza sarılmakta olan belayı hissetmiş. Bizler ise yeni yeni uyanıyoruz. Sanırım ve umarım ki çocuklarımız bugünleri anlatan kitapları okuduklarında hayretler içinde kalacaklar.



Yüksek enflasyon genelde ülkenin kanımızı emerken bazılarını da semirtti. Şu "enflasyon lobisi" denen şey benim tam tanımlayamadığım ancak varlığına inandığım ve "piyasalar" denen kavramla önemli ölçüde örtüştüğünü düşündüğüm bir grup. Aynen "karayolları" lobisi gibi. Görüp dokunamıyor ve nasıl çalıştığını bilemiyorsak ve de çok dillenmiyorsa, nedeni çok yukarılarda ve aslında çok da içimizde olmasıdır diye düşünüyorum. Anlı şanlı ekonomistlerin bu tür komplo yaklaşımlarına gösterdiği aşırı tepki ve aslında piyasanın "halk" olduğu yutturmacası da, bahsi geçen çıkar grubunun gücü hakkında bir başka gösterge bence.

Her neyse ekonomi uzmanlarını daha fazla kızdırmayalım. Ekonomide aşırı müdahaleci tarafta değilim. "Piyasalar" gerçeğini ve onlarsız mevcut oyunun sürdürülemeyeceğini biliyorum. Ayrıca şimdiki kadarki tüm hükümetlerin de bu kesimin hedeflerine ulaşması için ne gerekiyorsa yaptığını da kabul ediyorum. Ancak yine de kapitalizmin en azgın kesimini oluşturan bu tipleri sevmeme hakkım var sanıyorum.

Colgate-Palmolive'de çalışırken "Money Matters" başlıklı global bir eğitimden geçmiştik. Eğitimin amacı finansçı olmayanlar için temel parasal konularda bilgi vermek idi. Amerikalı eğitimci bizlere "hiperenflasyon" tanımını, daha doğrusu nerede başladığını sordu. Türklerin cevabı %50'nin yukarısı hiperenflasyondur şeklindeydi. Hoca ise %10 üzeri kronik enflasyonun dünyada "hiper" olarak tanımlandığı söyleyerek bizi şaşırtmıştı. Sonra da hiper enflasyonun tek nedeni kazandığından fazla harcamaktır, bunun dışındakilerin hepsi birer sonuçtur diyerek olayı kafamızda netleştirmişti.

Neyse bizim konumuz enflasyonun neden çıktığı veya inip inmeyeceği değil. İflah olmaz bir iyimser olarak 2004 yazından itibaren %10'un altında bir yıllık orandan bahsedeceğimizi tahmin ediyorum ve bu tarihten sonra bir sürü alışkanlığımızın değişeceğini, bazı pazarların daralıp bazılarının patlayacağını düşünüyorum. İşte amacım bu kısa dizi ile parlayacak pazarları ve değişecek iş alışkanlıklarımızı tartışmak.



Safça beklentim ise gelecekte girişimcilerin para yönetimiyle ilgili konulara daha az vakit harcıyıp yönetim zamanının daha çoğunu pazarlama odaklı yaratıcı işlere harcayacağı yönünde. O yüzden Markam Danışmanlık'ı kurduk. Öte yandan bir yazar olarak beklentim de artık ekonomi sayfalarında kur-faiz gibi makro konuların giderek daha az yer alacağı, benim yaptığım gibi mikro konulardaki yazıların artacağı yönünde. Sektörleri, şirketleri, stratejilerini değerlendiren yazıların, yorumların artmasını bekliyorum kendimce.

Yani sevgili okurlar, benim iş hayatındaki başarım enflasyonun düşmesine doğrudan bağlı. Eğer işler bir on sene daha böyle giderse yandık demektir. Geçen on yıldan farklı olarak bu sefer iki de çocuğumuz var, okul masrafları malum. Bu enflasyon düşmek zorunda valla.

Haftaya enflasyon düşünce spot mal piyasalarının neden biteceğinden başlayıp bunun perakende sektöründeki yansımalarına, promosyon harcamalarının nasıl şekil değiştireceğine, oradan da konut piyasasına yönelik bir ufuk turuna başlayacağız.

## Bölüm 2

### Spot Bitecek

Son yıllarda Rami Toptancılar Sitesi'ne giden var mı? Burası perakendecilerin mal almaya kendi araçlarıyla geldikleri o güzel günlerde ülkenin en önemli mal dağıtım merkezlerinden biriydi. Servisçi toptancılığın gelişimiyle önemini yitirmeye başladıysa da, dayanıksız tüketim ürünleri ticaretinde "normal" dağıtım kanallarının dışında kalması günümüzün münhasır bölge distribütörlüğü sisteminin yaygınlaşmasıyla oldu. Vizyon sahibi klasik toptancıların bir kısmı distribütör oldu, kalanları da işi bıraktı ya da spotçuluk yapıyorlar. Yani üretici firmaların piyasaya vadeli olarak verdikleri malları bir noktada peşin ucuza alıp yine peşin para ucuza satıyorlar.



Rami'de büyük bir nakit var. Bu da kaynak sıkıntısı yaşayan yurdumda önemli bir güç demek. Örneğin orta boy yerel üretici firmalar; Zincir mağazalara verdikleri malın karşılığını 3-4 ayda zor tahsil ediyorlar. Kısa vadeli finansman ihtiyaçlarını da spota peşin paraya ucuz mal satarak karşılıyorlar. Büyük firmaların ana bayileri de nakite sıkıştığında aynı yolu izliyorlar. Hatta bir çok büyük süpermarket de... Kredi faizlerinin aylık yüzde onları bulunduğu bir ülkede peşin almanın avantajı duruma göre %20-30, hatta daha fazla da olabiliyor.

Bu işin matematik tarafı ve tamamen yüksek enflasyonla bağlantılı. İşin bir de "resmiyet" boyutu var. Körün tuttuğunu bellediği insafsız vergi sistemi çoğu mükellefi kayıt dışına adeta mecbur ediyor. Faturasız mal satışı, yarım KDV ile fatura ve malın ayrı ayrı insanlara satılması gibi yöntemler icat ediliyor. Bugün Rami'den faturalı mal çıkmıyor gibi bir şey ve buna herkes göz yumuyor.

Öte yandan spot piyasa küçük-orta boy perakendecinin büyük zincirlere karşı en önemli silahı. Üretici firmalar zincirlere mecburlar, onları fazla sıkıştıramıyorlar. Küçük perakendecilere distribütör aracılığıyla ulaştıklarından (ki pahalı bir sistemdir) arada büyük fiyat farkları oluşabiliyor. Zaten şehrin dibine kadar girip haksız rekabet yaratan dev hipermarketlere karşı direnmeye çalışan ve kendini marka anlamında farklılaştıramayan klasik perakendecinin tek gücü bazı kilit malları spottan alıp ucuza satmak oluyor.

Enflasyonun düşmesiyle spotun yüzdesel cazibesi azalacak. Faizlerin düşmesiyle finansman olanakları artacak. İhtimal ki büyük zincirler ödeme vadelerini kısaltacak ve firmalar onlara uzun vadede dolayı uyguladıkları özel şişirilmiş fiyatları indirecekler. Eğer işler böyle giderse Rami toptancıları ve benzeri spotçular başka bir iş yapmak zorunda kalacaklar. Spottan ucuz mala alamayan perakendeci ise daha zor duruma düşecek. Ya hükümetin zincirleri şehir dışına atmasını bekleyecek ya da

uzmanlaşacak, farklılaşacak. Bu da herkesin harcı olmadığından daha çok dükkan kapanacak.



Yapı marketler, büyük ölçekli mobilya, elektronik, hatta beyaz eşya mağazaları klasik küçük esnafı vurmaya devam edecek. Zincirleşen unlu mamuller pastanelerin, ulusal emlak şirketleri bağımsız mahalle komisyoncularının ipini çekerken günün birinde çıkması kaçınılmaz OTC yasası da eczanelerin işini zorlaştıracak. Yani memlekette işler iyiye gitse de küçük esnaf sayısı azalmaya devam edecek.

Genç Parti'nin küçük esnaf adına IMF'ye dayılanması ve IMF heyetinin esnaf ziyaretleri boşuna değil çünkü bu kesim kurbanlık koyun durumunda. Bir kısmı sistem gereği, bir kısmı zincirlerin haksız rekabetinden, bir kısmı da kendi vizyonsuzluklarından.

## Bölüm 3

### Değer Algısı Netleşecek

Çevremdeki yaşlıların çoğu, bir şeyin fiyatından bahsederken “milyon” yerine “bin” der ve ben bunu unutkanlık veya şaşkınlıktan mı, yoksa bilinçli hatta tepkisel olarak mı yaptıklarını anlayamam. Çeyrek yüzyıl süren yüksek enflasyon kafaları karıştırdı, ölçüleri şaşırttı. Bu insanlar gençliklerinde on liraya aldıkları bir kazağı orta yaşlarında on bin liraya, yaşlılıklarında ise on milyona aldılar. Beynimize ne kadar büyük bir haksızlık aslında. Temel ölçü birimlerinin on yılda bir değiştirilmesi gibi bir şey.

Ülkem insanları bu ölçü değişikliğinden dolayı ne kadar zihinsel kayba uğradı, bunun maddi karşılığı nedir, hesaplamak zor herhalde. Ölçüler, referanslar sürekli değişmeseydi de buna uyum için harcadığımız zamanı başka işlere ayırsaydık daha verimli veya daha mutlu bir toplum mu olurduk, yoksa sürekli artan fiyatlar zihnimize egzersiz yaptırıp bizi bir anlamda “fit” mi tuttu? Bunları bilemem ama bana göre yüksek enflasyonun en önemli zararlarından biri, iş hedeflerine sadece piyasalarda oluşan fiyat dalgalanmaları üzerine oynayarak ulaşmaya çalışan bir zihniyeti iyice yerleştirmesidir. Tüm dünyada ticaretin önemli bir unsuru olan ve kabaca “fiyat rekabeti” olarak adlandırılabilir iş yaklaşımının Türk versiyonundaki temel fark, tüketicinin kafasını iyice karıştırarak her şeyin her paraya alınabileceği fikrini yerleştirmektedir.



Dünyada her malın ucuzu-pahalısı vardır ve satış noktaları arasında fiyat farkları olur ama gelişmişlik düzeyi bize yakın hiç bir ülkede bu derece büyük farklar görülmez. Kayıt dışının getirdiği vergi avantajları, spot alımdan kaynaklanan farklar, inip çıkan döviz kurları, piyasalardaki eski-yeni fiyat farkları ve kurumsallaşmamış oyuncuların çaresizlikten veya salaklıktan kaynaklanan hesapsız kampanyaları sonrasında satış noktaları arasında büyük farklar oluşunca tüketicinin akli karışıyor haliyle.

Bir kaç nokta gezen vatandaş büyük avantajlar sağlayabiliyor. Daha da kötüsü “bu kalitede bir ürün bu fiyata da olabiliyormuş” fikrine kapılıyor. Firmalara, markalara inancı kalmıyor. Bu da “üründen çalarak” mal üretenlere büyük avantaj sağlıyor.

Böyle bir ortamda tüketicinin aklını çelmek, satın almaya ikna etmek de güçleşiyor. Örneğin tüm dünyada satın alma kararını önemli ölçüde etkileyen ve pazarlama bütçesinin ciddi bir bölümünü götüren satış promosyonları bizde çok farklı biçimlerde uygulanıyor ve çok da pahalıya patlıyor. ABD’li bir tüketici 20 centlik bir indirim kuponunu gazateden kesiyor, gittiği markette bunu kullanıp indirim alıyor, ülkedeki tüm mağazalar bu kuponlardan topluyor ve muazzam bir organizasyonla bunlar ana

firmalara dönüyor. Geliri bizim on katımız olan insanlar bir-iki dolarlık indirim çekleri için firmalara ürün etiketi gönderiyor, sonra bu çekleri bankaya gidip bozduruyor filan. Uğraşüyor yani.

Bizde ise bu seviyelerdeki avantajlar insanları motive etmez çünkü üç-beş nokta gezerek çok daha büyük bir tasarruf sağlayabilirler. Ölçü şaşmıştır. Bizde bir promosyonun cazip olması için çok ahlaksız tekliflerde bulunmanız gerekir ki o zaman da promosyon biraz mecburiyetten yapılan, pahalı ve de bu yüzden ne getirip ne götürdüğü pek ölçülmeyen bir harcama kalemi olarak kalır bütçelerimizde.



Enflasyon düşünce tüketicinin değer denkleminin bir dengeye oturacağını, belli kalitede bir malın üç aşağı beş yukarı kaçta satılabileceği hakkında daha net bir fikir sahibi olacağını ve böyle dengeli bir sistemde akıllıca planlanmış satış promosyonlarıyla daha büyük geri dönüşler sağlanacağını beklememiz gerekir. Buradan yola çıkarak örneğin “kupon” gibi akıllı promosyonel gereçlerin yaygınlaşması için ortam oluşacağını, ancak bunun için de öncelikle birilerinin ulusal bir “toplama-değerlendirme” sistemi kurması gerektiğini belirtelim.

Ben böyle bir organizasyonun kısa sürede reklam pazarının yarısı kadar bir ciroya ulaşabileceğini tahmin ediyorum. Yarım milyar dolar yani. Var mı yapacak iş arayan?

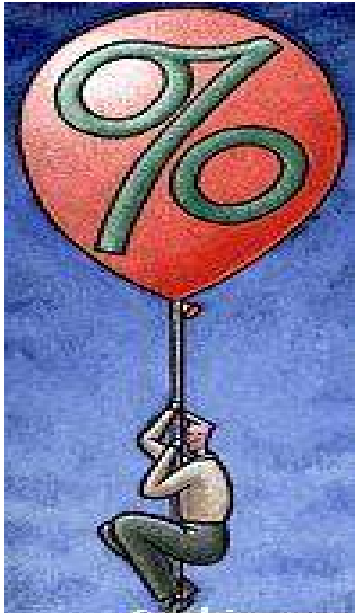


## Bölüm 4

### İşimize Bakacağız

Dizimiz hızla ilerlerken Temmuz ayı enflasyon rakamları açıklandı ve yorumlara bakılırsa iş çevrelerinde bu işin bitebileceğine yönelik inanç ciddi olarak artıyor. Tabii ki temkinli yaklaşanlar ağırlıkta ve bittabi yüksek reel kazançta alışıp bunun sona ermesini kabullenmekte zorlanacakların tepkileri de var. Kuşkulu bakışları anlıyorum ama endeksin tartışılmasını bir türlü kabullenemiyorum. Hadi bir kereye mahsus yapılan araştırmayı sorgula ama enflasyon hızı ölçümünde yıllardır kullanılan bilimsel metotların sorgulanması bana ya maksatlı, ya da cahilce geliyor. Nasrettin Hoca'nın kazan hesabı; yükselirken inanıyorsun da düşerken niye inanmıyorsun?

Tüm bu tartışmalar ise bizim dizinin güncelliğini artırdı. Geçenlerde büyük bir şirketimizin Genel Müdürü olan dostum bu işin bir hükümet projesi olması gerektiğini söyledi. Açıkçası başlangıçta böyle düşünmemiştim ama şimdi işin içine girdikçe düşük enflasyon dönemine yönelik olarak hükümetin makro bir çerçeve çizmesi, şirketlerin beyin fırtınaları düzenleyip hazırlık yapması ve Odalar Birliği gibi kurumların üyelerine yönelik bilgilendirici çalışmalarda bulunması gerektiğini düşünmeye başladım. Bu, psikolojik açıdan da önemli.



Şu an şirketlerimizdeki yöneticilerin tamamına yakını enflasyonsuz bir Türkiye'de iş yapma deneyimine sahip değil. Olanlarsa mesleklerini piyasaların derinleşmediği ve kuyrukta mal sattıkları rekabet öncesi dönemde icra etmişler. Yani deneyimleri geçersiz. O yüzden hızla frene basıldığında kemerlerimiz bağlı değilse kafalarımız cama toslayabilir. Sonuçta yüksek enflasyon ürün fiyatlandırmada, promosyon planlarında, ücret zamlarında, kira kontratlarında yaptığımız yönetim hatalarını zaman içinde düzeltmemize olanak sağlıyordu. Artık çok daha dikkatli davranmamız ve yeni alışkanlıklar geliştirmemiz gerekecek.

Örneğin satış yöneticilerimiz zamanlarının çoğunu rakiplerin fiyat hareketlerini ve kampanyalarını takip edip kendi ürünlerinin fiyatlarını rekabetçi bir seviyede tutmaya ve de tabii ki tahsilata ayırıyorlar. Şimdi şöyle bir ortam hayal edin; Fiyatlar yılda bir kez %5-10 artıyor, siparişler stok seviyesine göre otomatik giriliyor ve ödeme vadelerini sallamanın fazla bir getirisi kalmadığından tahsilat otomatiğe bağlanmış, günü geldiğinde banka hesabına para yatıyor. Böyle bir durumda bizim klasik satış yöneticisi ne yapar dersiniz? Bence uzatır ayaklarını yatar çünkü şimdiye kadar bunun dışında fazlaca bir görevi olmamış. Yıllarca ürün lansmanlarında "sales presenter" denilen şeylerden hazırladık ancak bunca yıl boyunca onu kullanıp

müşterisine stratejik bir ürün-marka sunumu yapan bir satıcı görmedim. Sanırım satış teşkilatlarına sil-baştan eğitim programları uygulamak ve gerçek satıcılığı, kategori yönetimini filan anlatmak gerekecek.

Aynı şekilde pazarlama departmanları da vakitlerinin çoğunu piyasa fiyatlarının takibine ve kar-zarar çalışıp fiyat listesi hazırlamaya ayırıyorlar. Liste fiyatları ile gerçek pazar fiyatları arasındaki farkların nedenini anlamak, iyi referans noktaları tespit etmek ve satışın gazına gelmeden doğru fiyat stratejilerini oturtmakla uğraşan Ürün/Marka yöneticileri de kendilerini uzun vadeli strateji oluşturma, yaratıcı ürün geliştirme ve yapılan işlerin sonuçlarını daha iyi ölçüp değerlendirmeye ve giderek sistemleşmeye yönlendirseler iyi olacak.



Memlekette kısa vadeli kazanç olanakları öylesine iyiydi ki şirketlerin salt finans yöneticileri değil, patrandan kapıcıya herkes vaktinin önemli bir bölümünü yatırım kararlarına harcadı, harcıyor. Ofislerde sürekli açık borsa ekranlarına aşınayız. Benim sahibi veya yöneticisi olduğum tüm şirketlerde, bölümlerde gün içinde çalışanların borsa alım-satım emri vermesi yasaktır.

Günün en verimli dört saatinde çalışmanın aklının borsada olması kabul edilemez bir israftır ama etrafa bir baktığınızda bu uygulamanın beni "despot" sınıfına sokabileceğini görürsünüz. Hayır, ben doğru yaptığıma eminim. Yanlış olan çoğunluk, daha doğrusu en temeldeki neden olan yüksek enflasyon. Düşse de işimize baksak.

## Bölüm 5

### Konut üretiminde “sağlıklı” büyüme yaşanacak

Enflasyon %10'un altına düşer ve bu seviyenin istikrarlı olarak devam edeceği konusunda güven oluşursa 10-20 yıllık vadeli ipotek karşılığı konut kredisi ihdas etmek imkanı olacaktır. Pazar araştırmaları 10 yıllık kredilerin tercih edildiğini gösteriyor. Bu seviyelerde gerekli olan kaynağın neredeyse tamamı dış kaynaklı olabilir. Dünyada kendine yer arayan kaynağın miktarı çok büyük. Hele AB 'ye katılım süreci kesinleşirse bu kaynağı biz kapımızda bulacağız. İç kaynağa gerek yok...

*Bu sözler Dünya gazetesinde analitik yorumlarıyla dikkat çeken, bir anlamda benim gibi yeni bir konunun misyonerliğini yapan Değerleme Uzmanı Güniz Çelen'e ait. İki hafta boyunca köşemizi kendisine teslim ediyor ve bizim için yaptığı özel "enflasyon sonrası" yorumları aşağıda özetliyoruz.*

İpotek bankacılığının gelişmesi halinde Türkiye'de muazzam bir yapısal değişiklik olacaktır. Konut geliştirme sektörü ilk on yıl ekonominin en önemli dinamosu haline gelecektir. Bu oluşum milli geliri artıracak ve ekonominin stabilatörü gibi çalışacaktır.



Türkiye'de yıllık konut ihtiyacının 500,000 civarında olduğu söylenmekle birlikte, sağlıksız ve kayıt dışı konutları da sayarsak gerçek ihtiyaç bunun çok üstündedir (sadece İstanbul'da ruhsatsız yapı alanı toplam yapı alanının %76'sı). Hükümetin ciddi çalışmalar başlattığı ipotek bankacılığı Türk ekonomisinin geleceği ve toplumsal sağlık açısından çok ama çok önemlidir.

İpotek Bankacılığı başlatıldığı takdirde harekete geçecek dinamikler şöyle özetlenebilir:

- Konut almak için ayrılan tasarruflar tüketime kanalize olacaktır.
- İnsanların bu dünyada kazanmak ve bu dünyada tüketmek ağırlıklı felsefeleri gelişecek, miras amaçlı yatırım azalacaktır.
- Krediye konu olabilecek konutlarda ruhsat, iskan müsaadesi ve sigorta gibi koşullar dolayısıyla domino etkisi oluşacaktır. Bunlar:
  - Bitmiş konutlara kredi verileceğinden geliştirme (inşaat) aşamasının ayrıca fonlanması gerekecektir. Bu da geliştirmecilik üstlenimlerini çok önemli kılacaktır.

- İnşaat şirketlerinin yeterliliği gündeme gelecek, her önüne gelenin inşaat yapması engellenecek, yetkisizlik halinde piyasa tarafından bu kişi ve kurumlar cezalandırılacaktır.
- İnşaat sektöründe yapı sağlığı ön plana çıkacak, deprem için gerekli önlemler otomatik olarak yerine getirilecektir
- Yapı denetim sistemi önem kazanacaktır.
- Mütteahhitlerin sorumlulukları artacak, yapı kalitesi yükselecektir,
- Örgütlü ve kurumsal konut geliştirme faaliyeti yaygınlaşacaktır.
- Geliştirmeci (developer) diye bir üstlenim oluşacaktır.
- Satış riskini geliştirmeciler taşıyacak, bu da pazarın ihtiyaçlarına eğilmek ve yaşam koşullarını iyileştirmek anlamına gelecektir.



- Sorumluluk sigortası (Individual indemnity insurance) ve birçok başka sigorta türü gelişecek ve yaygınlaşacaktır. Bu da yeterliliklerin seviyesini iyileştirecektir.
- İnşaat sektörü ile ilgili standartların uygulanmasında uluslararası standartlar benimsenecektir. Dolayısıyla konut geliştirme ve finansmanı konusunda teknik yeterlilik, etik ve akreditasyon ciddi bir şekilde gündeme gelecektir.
- İnşaatın fonlanması için yeni kaynaklar harekete geçirilecek, finans kuruluşları için oldukça büyük bir pazar oluşacaktır.
- İstanbul'da konut alıcısı içinde %20 lik bir grup ciddi indirimler karşılığında proje aşamasında konut almayı, bir %20 de inşaatın bir aşamasında satınalma yapmak istemektedir. Dolayısıyla inşaat tamamlanmadan erken finansman imkanları sistemin içinde vardır. Bu sistemde erken satışlar söz konusu olduğunda ödemeler bir "Trust"a yapılacak, "Trust" da mütteahhite sadece hakediş karşılığı ödeme yaptığından katmerli bir denetim sistemi söz konusu olacak.

Hoş değil mi?

## Bölüm 6

### Yapı sektörü altın yıllarını yaşayacak

Geçen hafta Değerleme Uzmanı Güniz Çelen'in bizim için hazırladığı "konut sektöründe enflasyon sonrası beklentilere" yer vermiştik. Özetle enflasyonun kalıcı olarak %10'un altına düştüğü dönemde uzun vadeli konut finansmanının (ipotek bankacılığı) yaygınlaşacağı ve bunun da sektör üzerinde çok olumlu etkileri olacağı görüşünden hareketle spesifik detaylara girmişti Güniz Hanım. Kaldığımız yerden devam ediyoruz.

İpotek bankacılığı başladıktan sonra:

- Krediye konu olabilecek konutların fiyatları artacak, diğerlerinin değeri düşecektir.
- Kredili satışında güçlük olan ikinci grubun arsası, üzerindeki yapıdan daha değerli olduğu gün yeniden yapılanma için girişimler artacaktır. Böylece kentlerimizde, özellikle de kaçak yapılaşmanın bulunduğu bölgelerde mevcut konut alanları kendiliğinden rehabilite olacaktır. Bunun için koşul arsanın mülkiyet sorununun çözülmesidir (İlke olarak karşı olursa da af bir çözüm)
- Örgütlü konut geliştirme sistemi ortak alanların düzenlenmesini de üstleneceğinden Belediyelerin sorumlulukları hafifleyecektir. Böyle bir çözüm kentsel alanda daha sağlıklı planlama yapma imkanı verecektir.
- Yeni konut alanlarının açılması için gerekli olan kaynak biriken fonlardan sağlanacağından gerek arazinin mülkiyeti, gerekse altyapı yatırımları ve hizmetleri daha sağlıklı olarak yerine getirilebilecektir.
- Geliştirme sürecinde pazara duyarlılık artacağından ıskarta konut stoku oluşmayacaktır. Herkes satabileceği kadar konut üretecektir. Arsa alımı için gerekli fonlar mobilize edileceğinden kat karşılığı sistem sona erecektir.
- Gayrimenkul piyasasında indeks sistemi geliştirilecek, uzun vadeli kağıt satışı söz konusu olduğundan ekonominin volatilitesi kontrol altına alınabilecektir.
- Gerçek satış değerleri resmi kayıtlara geçirileceğinden vergi kayıpları azalacaktır.
- İpotek tesisi için gerekli olan değerlendirme hizmetlerini yerine getiren lisanslı değerlendirme uzmanlarının önemi artacak, popüler bir meslek olarak gündeme gelecektir.
- İmalat sanayiinde yıllardır beklediğimiz endüstrileşmiş yapı malzemesi yatırımı ve üretiminde patlama yaşanacaktır.
- İnsanların yeni ev alma eğilimi artacak, ödeme yükümlülükleri tolere edilecek sınırlarda oluştuğunda ev için gerekli mobilya, mefruşat vb tüketime dönük harcamalar artacaktır.
- Kiralar daha reel bir tabana oturacaktır.
- Konut değiştirmek daha kolay olacağından insanlar ihtiyaçları olan programa uygun evlerde oturacaklar. Hayatın farklı evrelerinde insanların ihtiyaçları

değiştirdiğinden gereğinden daha küçük, daha büyük konutlarda yaşama zorunluğu ortadan kalkacak, israf azalacaktır.

- Bir türlü beklenen sinerjiye kavuşamayan Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının sayısı artacak ve portföyleri hareketlenecektir.



- Pazarlamanın en önemli konusu tüketicinin bugünkü ve gelecekteki ihtiyaçlarını anlamak olduğundan pazara yönelmek ve iyi diyalog kurmak önem kazanacaktır. Üretim süreci uzun, pazarın öğrenme eğrisi çok dik olduğundan; pazara sürüldüğünde de ürünün talep görebilmesi için çok hassas çalışmalar ve projeksiyonlar yapmak gerekmektedir.

Pazar ve talep analizleri, kantitatif ve kalitatif pazar araştırmaları konut geliştiriminin sigortası olacak ve geliştirme sürecini fonlayan tüm finansman kurumları tarafından talep edilecektir.

Tüm bunlardan benim çıkardığım en önemli sonuç şu: Türkiye’de siyasetten beyaz eşyaya tüm alanlarda yaşadığımız üretici odaklı buyurgan zihniyetten tüketici odaklı “fayda” yaklaşımına geçiş konut sektöründe de kaçınılmaz olarak yaşanacak. Paramızı, sonuçta ortaya ne çıkaracağını tam bilemediğimiz bir müteahhit veya kooperatif başkanına teslim edip onun kafasına göre ürettiği binalarda (beğenmesek de) yaşamak zorunda kalmayacağız. Bu zihniyet devrimi de silsile şeklinde memleketin (maddi-manevi) muasır medeniyet (AB) standartlarına yükselmesinde çok çok önemli bir rol oynayacak gibi geliyor.

Güniz Çelen bu konularda Dünya gazetesi için daha kapsamlı ve bilimsel bir yazı hazırladığını belirtiyor. Merakla bekliyoruz, teşekkürler.

## Bölüm 7

### Ödeme Sistemleri

Bu hafta, enflasyon düştüğünde ödeme sistemlerinde yaşanacak gelişmelerle ilgili olarak Garanti Ödeme Sistemleri AŞ Genel Müdürü Mehmet Sezgin'in görüşlerini aktarıyoruz:

- Enflasyonun düşmesine paralel düşecek POS komisyonu dolayısıyla, kredi kartı kabul etme maliyetleri mağazalar için azalacak ve böylece kart kabul eden işyeri sayısı artacak. Özellikle küçük ve orta ciro lu işyerlerinde ve kredi kartı kullanım alışkanlığının göreceli olarak daha az olduğu bölgelerde bunun etkisinin daha da fazla olması beklenir.
- Enflasyonun düşmesi ile birlikte, pazara hakim olan taksit ve indirim kampanyaları yerini daha yaratıcı ve hedefe odaklanmış kampanyalara bırakacaktır. Bu anlamda, her işyerinin müşterisini tanıması ve kendi kriterlerine göre segmente ederek analiz etmesi ve bu doğrultuda iletişimde bulunması, kampanyalar tasarlaması gerekecektir.



- Kredi kartı faizlerinin düşmesi ile birlikte kredi kartını kredilendiren kişilerin sayısı ve kredilendirdikleri miktarlar artacaktır. Kart kullanıcıları, sadece bütçelerini finanse etmek için kredi kullanmak yerine, enflasyonsuz ülkelerde görüldüğü gibi, (geleceğe güven duyacaklarından) ileride yapacakları harcamalarını kredilendirerek alımlarını şimdiden gerçekleştirebilecekler. Bu anlamda, pazara hakim olan taksit sayısı önemini yitirerek finansal araçlar ile uzun vadeli kredilendirme yoluna gidilebilecektir.

- Kira, aidat, okul taksidi gibi yeni pazarlar, kategoriler kredi kartlı ödeme sistemine geçecektir. Aynı şekilde, şu anda kredi kartı kabul etmeyen/edemeyen gazete bayileri, taksitler gibi küçük ve orta ölçekli işletmeler, kredi kartına ek olarak banka kartı, e-cüzdan uygulamaları sayesinde kart kabul edebilecekler ve böylece ödeme sistemleri altyapısını kullanan işyerleri sayısı ve cirosu artarak kayıtlı ekonomi büyüyecektir.
- Bu uygulamalarla piyasada dolaşan nakdin ve özellikle madeni paraların azalması ülke ekonomisine de katkıda bulunacaktır.
- Ticari kartların gelişmesi yakın gelecekte en önemli kategori olarak görülebilir. Ticarete kredilendirme olanaklarının artması ve tahsilat sorunlarının bitmesinin sayısız yararları olacaktır ve yaratıcı ürün geliştirmeye müsaittir.

- Enflasyonun düşmesi ile birlikte, kredi kartının yanı sıra banka kartının da alışverişlerde kullanımı artacaktır. Böylece, kredi kartı alamayan gençler ve sosyo-ekonomik gruplarda kartlı ödeme sistemlerinin faydalarından yararlanabileceklerdir.
- Enflasyonun düşmesi ile birlikte maliyetler öne çıkacağı için , alım tarafında da bankalar arasında işbirliği beklenebilir. (Ortak POS terminali yatırımı gibi)
- Enflasyonun düştüğü ortamda, pazara hakim olacak kredi kartı programı sayısı da 2-3 olacaktır.
- Düşük enflasyonlu ortamda diğer bireysel bankacılık ürünleri de daha fazla gelişecek ve tercih edilecektir. Konut kredileri, taşıt kredileri sayıları artacaktır. Yatırım ürünlerinde de özellikle tip açısından artış görülmesi beklenir



Bu öngörülerin tamamlayıcısı olarak Mehmet Bey kendi yaptıklarından örnekler de veriyor. Örneğin Garanti'nin yürürlükte olan "extended credit" sistemi, kredi kartına bağlı olan, limiti kredi kartından bağımsız olarak verilen düşük faizli bir bireysel kredi. Anında mağazadan temin edilebilmesi tüketiciye ve işyerine büyük kolaylık ve güvence sağlıyor.

Ya da Garanti Bankası'nın başlattığı Ortak Kart projesi, çek-senet yerine, özellikle bayi ağı olan şirketler için pratik bir ödeme sistemi. Firmaya detaylı raporlama da sağlayan bu sistem ile muhasebe ve nakit akışı/fon yönetimi kolaylaştırılıyor. Yeni gelişecek alanlara yönelik olarak örneğin bugün Bonus Card veya Shop&Miles kartıyla kira, aidat, okul taksidi gibi ödemelerinin yapılması mümkün.

Bunlar bizi şaşırtmıyor çünkü Garanti, bu köşede hep savunduğumuz tüketici odaklı, pazarlama odaklı iş yaklaşımı açısından sektöründe ayrıcalıklı bir konumda. Bonus ve Shop&Miles markaları burada defalarca övüldü. Fikir almak gerektiğinde de onları aradık haliyle.

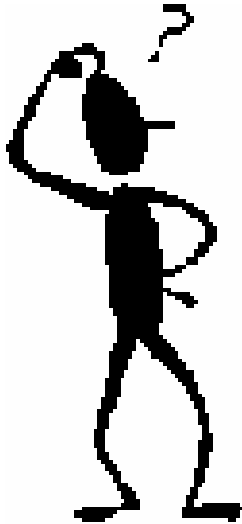


## Bölüm 8

### Daha neler olacak?

Haftaya diziyi bitireceğiz. Bugün ise biraz geyik mahiyetinde, hayatın değişik alanlarında neler olacağına yönelik tahminlerde bulunalım.

Hepimizin çevresinde herşeyi en ucuza alan “bestbuyer” tiplerden vardır. Bunlar sizin aldığınız hemen her şeyin fiyatını sorarlar ve sonra da “şurda şu fiyata, burda bu fiyata bulabilirdin” diye sizin aslında ne büyük bir kazık yediğinize etraftaki herkesi inandırırılar. Bunların yanında kendinizi kötü ve aptal hissedersiniz. Yeni bir şey aldığınızda en büyük kabusunuz onun gelip size “kaçı aldın” diye sormasıdır ve bu kabus mutlaka gerçeğe dönüşür. Aldığınız fiyatı mahsustan düşük söylerseniz ya onu da pahalı bulur, ya da çevrede sizin yalanınızı ortaya çıkaracak birileri mutlaka bulunur. İnsanların değer algısı şaşıtığı için bu tipler rahatlıkla icraatlerini sürdürürler. İnşallah bir kaç yıl içinde etkinlikleri azalacaktır.



Memlekette satış kampanyalarının, promosyonların ölçüsü kaçmıştır. Peşin fiyatına onbeş taksit, bir alana bir bedava...Yok ya! Nasıl oluyor bu böyle? Madem ikisini bir fiyatına verebiliyordun, neden birini aynı fiyata satmaya kalkıp beni geçmişte kazıkladın? Bu tür ölçsüz sıyırmaların tek sebebi o mala ait baz fiyatın oturmamasıdır. Yani yüksek enflasyon nedeniyle gerçekleşen hızlı fiyat geçişleridir. Artış dönemlerinde fiyat normal koşullarda asla satılmayacak bir seviyeye çekilir, sonra da o şişmiş fiyattan atışlar başlar: “Haydee, iki alana bir bedavaaa!”.

Süpermarketlerde elektronik raf etiketleri var. Fiyatların sürekli değiştiği ortamda habire etiket değiştirmeyi, daha da önemlisi raf fiyatı – kasa fiyatı karmaşasından zarar etmeyi önlediği için yararlı bulunup uygulandı. Şimdi düşünebiliyor musunuz fiyatlar bir yıl boyunca artmıyor ve Genel Müdür raflar arasında gezindikçe bu sistemin kaç patladığını, hala neden tuttuklarını ve hatta ayda kaç paralık elektrik yaktığını düşünüp kafaya takacak. Atsan atılmaz, satsan satılmaz...

Yüksek enflasyona karşı bir korunma tedbiri olarak bizim sektör yıllardır tamamen dolar bazlı çalışıyor. Medya tarifeleri, yapım bütçeleri, araştırma ve danışmanlık bütçeleri, pazarlama hizmetleri... akla ne gelirse. Bunların az bir kısmı mantıklı, diğerleri züppelikten. Hizmetler sektöründe hangi hammadde dövizle bağlı ki? Bir süredir dönüşüm yaşanıyor. TL teklif verenler artıyor. Biz yıllardır bir-iki istisna dışında hep TL bütçeleri verdik. Sonuçta maaşları da, kiralari da TL öduyoruz. Dolar teklif vermenin tek avantajı var, o da fazla sıfır olmadığından rakamın fahiş

durmaması. TL'den sıfırlar atılınca herhalde herkes TL fiyat vermeye geçmiş olur ama benim beklentim 2004 yılında TL tekliflerin ağırlık kazanacağı. Enflasyonla mücadelenin psikolojik ayağına katkı olarak meslek örgütlerini, üyelerini TL teklif vermek için teşvik etmeye davet ediyorum.

En çok neye yanıyorum biliyor musunuz? Biz ihtiyarladığımızda muhtemelen liradan altı sıfır atılmış ve fiyatlar çocukluğumuzdaki seviyelere inmiş olacak. Biz de torunlara "bakın çocuklar, biz bunu şu fiyata alırdık, keh küh" diye muhabbetler yapamayacağız. Halbuki mesela bizim kayınpederin en büyük mevzularından biri budur. Ne anlatacaz şimdi torunlara? Hani "eskiden başını örten kızlar üniversiteye alınmıyordu" filan desem de inanmayacaklar. Bi şeyler bulmalı.



Bir de akbil öncesi dönemde bilet kullanırdık. Sıkı bir toplu taşıma müdavimi olmama rağmen, hayatımın bazı dönemlerinde iş ve ev lokasyonlarına bağlı olarak daha seyrek kullandık belediye otobüslerini. İşte o dönemlerdeki sıkıntılardan bir de "tedavülden kalkmış biletle otobüse binme" sendromu idi. Otobüse binip şoföre soruyorsun ve elindekilerin artık geçersiz olduğunu öğrendiğinde ya etraftan "ekmeğin fiyatını bilmeyen zibidi zengin çocuğu" bakışları arasında bilet soruyorsun veya şoföre sormadan atıp da yakalandığında arkana bakmadan kaçıyorsun.

Ne rahatlayacağız valla şu enflasyon düşünce. Kira artış dönemlerindeki stress de azalacak. Ooooooh.

## Bölüm 9

### Son Olarak

“Enflasyondan Sonra” dizisini dokuz haftadır sürdürüyoruz. Başka yazacak şeyler olsa da popüler bir ekonomi dergisinde daha derine girmeye gerek yok. Amacımız enflasyon kalıcı olarak düştüğünde buna hazırlıklı olmamız gerektiği konusunda bir kıvılcım çakmak. Umarız ki kamu görevlileri, şirketlerimizin yöneticileri konularında daha detaylı hazırlıklarda bulunur, akademisyenlerimiz bilimsel çalışmalar yaparlar.

Dizinin bu son haftasında, yıllık enflasyon tek haneli rakamlara indiğinde hangi sektörlerin daha hızlı büyüyeceğini özetlemeye çalışacağız. Öncelikle şu tespiti yapmak lazım. Türkiye doksanlarda kaybettiklerinin acısını çıkarmak için önümüzdeki on yılda sıkı bir büyüme dönemi yaşayacak. Buna mecburuz, başka seçenek göremiyorum. On iki yıllık süreçte özel tüketimin 125 milyar dolardan 250 milyar dolara çıkacağını tahmin ediyoruz. Gayri safi yurt içi hasıla daha hızlı artacak, aradaki fark da tasarrufa akacak. Bu anlamda bireysel emeklilik en önemli fırsat alanlarından biri gibi görünüyor. Ne kadar büyüyeceğini ise zaman gösterecek.



Bildiğimiz tüketim ürünleri pazarlarının 2015 yılına kadar en az iki katına çıkacağı gerçekçi bir tahmin. Bir başka gerçek de Türkiye'nin bu kadar kayıt dışılığa daha fazla tahammül edemeyeceği. İnsafsız vergi oranları rasyonel ve yasal çalışan küçük-orta boy firmaların gelişimini, yabancıların yatırımlarını engelliyor, hükümetle reel sektör arasında bitmez-tükenmez bir tansiyon yaratıyor. Bunun böyle gitmeyeceğini, orta vadede verginin tabana daha fazla yayılıp oranların düşeceğini beklemek de yanlış olmaz. Dolayısıyla düzgün çalışan bildik markaların faaliyet gösterdiği “kayıt içi” pazarlar aynı dönemde iki katından da fazla büyüyecektir.

Tabii ki bazı sektörler ortalamanın altında, bazıları üstünde büyüyecek. Örneğin gıda, giyim gibi klasik pazarlar ortalamanın biraz altında büyürken, sağlık, eğitim ve eğlence alanlarında, özellikle ikinci beş yılda ciddi artış bekleniyor. Açıklaması kolay ve anlaşılabilir. Mobil iletişim zaten iyi bir yerde, patlama olmaz ama hızlı büyüme sürer. Deregülasyon sonrası evlere yönelik ses ve görüntü iletimi pazarında ise önemli değişimler olması kaçınılmaz.

Yukarıdakilerin çoğunun enflasyonun düşmesiyle direkt ilgisi yok, daha çok gelirle bağlantılı. Enflasyonun düşmesinin özellikle büyüteceği sektörlerin başında konut ve buna bağlı alanlarla otomotiv geliyor. Türkiye taşımacılıkta kendini karayoluna bağlamış bir ülke. Siz istediğiniz kadar demir ve hava yolunu destekleyin, oluşmuş

altyapı nedeniyle gelir ve uzun vadeli kredilendirme imkanları arttığında ilk olarak otomobil talebi patlayacaktır. Ayrıca oto alımdaki ve yakıttaki yüksek vergiler de işlerin normalleştiği bir dönemde düşmek zorunda. Otomobil elde var bir.

Esas büyüme ise inşaat ve bağlı alanlarda. Her ne kadar 2003 yılında ekonomimizin tek daralan sektörü olsa da bu tablo değişecek elbet. (Bu yılki daralamanın nedeni kamu ihaleleri.) Bir ev sahibi olmak insanımız için çok önemli. O yüzden halen konut sahipliği oranında dünya ikincisiyiz.



Enflasyon düşüp de on-onbeş yıllık kredilerle konut sahibi olmanın önü açıldığında burada ciddi bir talep oluşacak. Üstelik bu talep bitmiş konuta yöneleceğinden pazardaki dinamikler alt üst olacak. Klasik yapsatçı müteahhitlerin yerini kurumsal konut üreticileri alacak. Ayrıca insanlar eskisi gibi bütçelerini çok zorlamadan ev sahibi olacağından mobilya, ev tekstili gibi yan pazarlar da gelişecek. Hem bu nedenle, hem de yenileme pazarının artmasıyla yapı marketlerin alışveriş alışkanlıklarımızda daha önemli bir yer tutacağını tahmin ediyorum.

Buna bağlı olarak seramik, banyo ve diğer ev aksesuarları pazarı büyüyecek. Ayrıca dış cephe ısı yalıtımı gibi yeni pazarlar açılacak. Beyaz eşyayı da iyi yıllar bekliyor. Son olarak, kredi imkanlarının artmasıyla yurt içi ve dışı turizm harcamalarının da artması beklenebilir...

Bu arada biz diziye başladık başlayalı enflasyon oranlarında tarihi rekorlar kırılıyor. Liradan altı sıfır atma planları tartışılıyor. Hadi bakalım.

#### Ek:

Dizi sürerken ve sonrasında enflasyon tarihi rekorlar kırarak düşmeye devam etti. Ancak bunlar medyada yeterince yer almadı, almıyor. Enflasyondaki kalıcı düşüşün ülke için ne kadar önemli bir aşama olduğu işlenmiyor. Bu konuda iş dünyasının, kanaat önderlerinin, vatandaşların neler yapabileceklerinden kimse bahsetmiyor. Yani enflasyonla mücadele bir avuç bürokratin kişisel mücadelesi şeklinde sadece "teknik" alanda sürüyor. İşin iletişim tarafı, psikolojik mücadele tamamen es geçiliyor. Kanımca Merkez Bankası önderliğinde bir konferans, sempozyom, şenlik... (adını siz koyun) düzenlenerek psikolojik mücadele başlatılmalı, bunu halka yönelik iletişim çalışmaları takip etmeli.  
Güven Borça Ekim 2003