

01.06.2017

Sayı 6/12

Liderlikle ilgili:

- Liderin kalitesi kendisi için belirlediği standartlardan yansır. Ray Kroc.
- Patronla lider arasındaki farkı hatırlayın; patron "Git!" der, lider ise " Hadi gidelim!" der. E. M. Kelly.
- İletişim sanatı liderliğin dilidir. James Humes.
- Liderler takipçi yaratmaz, daha fazla lider yaratırlar. Tom Peters.
- Başarı mı hiçbir zaman hayal etmedim onun için çalıştım. Estee Lauder.

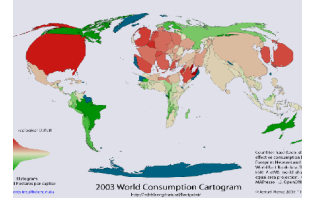
Bu sayıda:

- | | |
|-------------------------------------|-----|
| Büyüme yeni karlılık mı? | 1 |
| Aracı Kurumlarda Zama-naşımı Sorunu | 2-3 |
| Çünkü "Google her şeyi bilir". | 4 |

Büyüme Yeni Karlılık mı?

İç piyasada yoğun rekabet dediğimizde firmaların körü körüne rekabetinden de bahsetmekteyiz. Bu rekabet her ne kadar belirli şekillerde sabitlenmiş olsa da uzun vadede firmaların agresif pazar hareketleri nedeni ile kısa vadeli davranışlara satış gücünü ve üst yönetimi zorlamakta. Firmalar için gerçek anlamda sorun olarak görülmesi gereken bu tutum özellikle ülkemiz gibi gelişmekte olan ekonomiler için yerel piyasada sorunlar oluşturmaktadır. Yenilik üzerinden rekabet eden küresel piyasalarda 2012 yılında yenilikçi patent tasarım ve yazılım konusunda yenilikçi firma listesine girebilen ülkemiz maalesef 2014 (en son) yılında ilk 10'da bile değil. Türkiye 1965 yılından 2015 yılına 55 bin patentten 5 milyon 352 bin patente ulaştı. Bu durum Türkiye'yi orta kapasite ile yaratım yapan ülkelerin alt sıralarına atmış durumda. Sanayi-üniversite işbirlikleri her ne kadar bu sayıyı kamu desteği ile artırmış olarak görünse de maalesef

mevcut durum biraz farklı. Bizler küresel piyasalarda yerel koşullardan çok da farklı şekilde rekabet etmekteyiz. İnşaat endüstrisi 2000'li yılların ortasından itibaren Türk teslim ve vade yöntemi ile büyük başarıya ulaşmıştır ancak teknolojik ürün, imalat ve tüketici ürünleri sektörlerinde halen yeni rekabet modellerinde halen firma karlılığını göz önünde bulundurmaktayız. Dünya üretim ve hizmet devleri artık hizmet modellerini bu yapıdan çıkarmış görünüyor artık büyüme hacmine dayalı ve küresel piyasa erişiminden faydalanan iş modelleri daha esnek ve getirili görünmektedir. Çeşitli elektronik, telekomünikasyon, otomotiv, tekstil devleri ürün başı karlılık ve hisse değeri modelinden çıkmış durumdadır. Geneli itibariyle firmaların göstergelerinde yeni piyasa açılımları, toplam satılan ürün ve hükmedilen



Dünya Tüketim Haritası

pazaryeri sayıları daha önemli görünmekte. Sanki butik ürün üretimi yerini tasarımı ile genel ihtiyaçlara yaygın hizmet eden toplam hacimden ve büyüme trendinden elde edilen verimliliğe odaklanmış olarak görünüyor.

Bu modelin en büyük delili firmaların karlılık beyanı öncesi veya sonrasında yoğun şekilde ar-ge ve yenilik çalışmalarına odaklanmasında. Devamı yoğun bir büyüme ama ürün üzeri karlılıkta düşüş, üretim hacminde büyüme ve buna bağlı firma gelirinde artış olarak görünmektedir.

Sinan Fikret Erk

Sermaye Piyasası Araçlarının Alım Satımına İlişkin Aracılık Sözleşmesinde Zamanaşımı Sorunu

Teşkilatlanmış piyasaların bir türü olan menkul kıymet borsalarında, yatırımcıların borsada doğrudan alım satım işlemi yapmasına izin verilmemekte, borsa işlemlerinin borsa üye-

işlemler aracı kuruluşların yürüttüğü aracılık faaliyeti çerçevesinde gerçekleşmektedir (Dr. Nusret Çetin; Menkul Kıymetler Borsalarında Alım Satım Aracılık Faaliyeti Kapsamında Aracı Kurumlarla Yatırımcılar Arasındaki İlişkinin Hukuki Niteliği, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi).

de baskın bir görüş bulunmaktadır.

Prof. Dr. Oğuz Kürşat ÜNAL; ilgili sözleşmeyi: “Aracı kurumların, sermaye piyasası araçlarını ihraççılardan veya ikincil piyasadan kendi



İSTANBUL
MENKUL KIYMETLER
BORSASI

Yatırımcıların alım satım işlemlerine zorunlu olarak aracı kuruluşlara ihtiyaç duyulmakta

lik belgesine sahip ve borsada alım satım işlemi yapılmasına izin verilmiş yetkili kurumlar tarafından yapılabileceği kabul edilmektedir. Bu tür piyasalarda, yatırımcıların alım satım işlemlerine zorunlu olarak aracı kuruluşların da taraf olması sağlanmakta ve

Tam bu noktada aracı kuruluşlarla yatırımcılar arasında gerçekleşen hukuki ilişkiye “Sermaye Piyasası Araçlarının Alım Satımına İlişkin Aracılık Sözleşmesi” adı verilmektedir. Bu sözleşmenin stabil olarak bir kanunda açıkça düzenlenmemiş olması sözleşmenin niteliğinde kuşkulara yol açmakta ve bir takım hukukçular tarafından işin mahiyeti öne sürülerek “VEKÂLET SÖZLEŞMESİ” olarak kabul edilmektedir. Bu kabulün en belirgin sonucu zamanaşımı konusunda kendisini göstermektedir. Zira vekalet sözleşmelerinde zamanaşımı 5 yıl ile sınırlıdır.

Hâlbuki ilgili sözleşmenin hukuki tanımı konusunda doktrinde birçok tartışma söz konusu olup farklı yön-



TCMB ilk hisselerine bir örnek

nam ve hesaplarına satın almaları ve müşterilerine kendi nam ve hesaplarına satmaları halinde, aracı kurum bir komisyondan ziyade alım satım arasındaki fiyat farkından yararlanmakta olduğundan, bu faaliyete menkul mal satışına ilişkin hükümlerin uygulanması gerektiği” şeklinde savunmaktadır.

Bu durumda zamanaşımı süresinin 10 yıl olacağı tartışma konusu dışındadır.

Sermaye Piyasası Araçlarının Alım Satımına İlişkin Aracılık Sözleşmesinde Zamanaşımı Sorunu Devamı...

Prof. Dr. Hamdi YASAMAN, Prof. Dr. Ayşe Nur BERZEK, Dr. Çağlar MANAVGAT ise; söz konusu sözleşmeyi dış ilişkiyi dolaylı temsil iç ilişkiyi ise komisyon sözleşmesi olarak tanımlamaktadırlar. Bu durumda uygulanması gereken kanun hükmünün, vekâlet sözleşmesi olmadığı açıktır!

Prof. Dr. Hamdi YASAMAN, Prof. Dr. Ayşe Nur BERZEK aracılık işlemlerinde TELLALLIĞA ilişkin hükümlerin de uygulanmasının mümkün olabileceğini yazmışlardır ve yine vekâlet sözleşmesinden ayrı tutmuşlardır.

“Bir başka görüş ise, alım satıma aracılık faaliyetinin ve sözleşmesinin hukuki niteliğini tespit ederken, çerçeve sözleşme ve buna dayanılarak yapılan bireysel sözleşmelerin hukuki niteliklerinin ayrı ayrı tespit edilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Buna göre, çerçeve sözleşme bağımsız bir sözleşme

tipini ifade etmemekte, karma bir sözleşme veya sui generis sözleşme niteliğinde olmaktadır (Çetin).” Hal böyle olunca tipik bir sözleşme olmadığından yine BK m 125 genel hükmü uygulanacak ve zamanaşımı 10 yıl olacaktır. Nitekim bahse konu sözleşme bir atipik sözleşmedir.

Tüm bunlarla birlikte; Kanun Koyucu da dolaylı olarak aracılık faaliyetlerinde aracı kurumun sorumluluğunun 10 yıl olduğunu dile getirmiştir: Şöyle ki; 7/9/2000 tarihli ve 24163 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Aracılık Faaliyetleri Ve Aracı Kuruluşlara İlişkin Esaslar Hakkında Tebliğ” aynen şu hükmü barındırmaktadır:

“Müşteri hesap numarası - Madde 13/A – (Ek: Seri: V, No: 62 sayılı Tebliğ ile) Alım satıma aracılık çerçeve sözleşmesi yapılan her müşteriye ayrı bir hesap numarası verilir. Bir müşteriye verilmiş



Kanun Koyucu da dolaylı olarak aracılık faaliyetlerinde aracı kurumun sorumluluğunun 10 yıl olduğunu dile getirmiştir

olan hesap numarası, alım satıma aracılık çerçeve sözleşmesinin sona erme tarihi üzerinden 10 (on) yıl geçmedikçe bir başka müşteriye verilemez.”

Son olarak Yargıtay İçtihadı Birleştirme Genel Kurulu’nun 18.01.1939 T, 1938/14 E ve 1939/27 K sy ilamı ile konuya son noktayı koymuştur: **“Borçlar Kanunu’nun 100. maddesi veçhile on senelik müruruzaman tatbiki lazım geldiğine 18.01.1939 tarihinde ittifakla karar verildi.”**

Av. Selahattin YAKIN

Liderlik-Ekonomi
& Gelişim

“Bir başka görüş ise,
alım satıma aracılık
faaliyetinin ve
sözleşmesinin hukuki
niteliğini tespit ederken,
çerçeve sözleşme ve
buna dayanılarak
yapılan bireysel
sözleşmelerin hukuki
niteliklerinin ayrı ayrı
tespit edilmesi
gerektiğini ifade
etmektedir..



Çünkü “Google her şeyi bilir”.

Sosyal medya kanallarının hızlıca hayatımıza girmesiyle birlikte çoğu alışkanlığımız değişti ya da hiç sahip olmadığımız birçok yeni alışkanlık kazandık. Çoğumuz güne facebook-twitter-instagram-linkedin ile başlıyor, çalışacağı firmayı, alacağı evi-arabayı, çocuğunu hangi okula yazdıracağını kısacası her adımını internetten araştırıp seçiyor. Artık her şeyi internette arıyor hale geldik. Çoğu sorunun cevabı küçük bir telefonda, tablette ya da bilgisayarda...

Soruyoruz çünkü; Google her şeyi bilir!

Peki Google'a yazacakları siz belirleseniz nasıl olurdu?

Oyunun kuralları değişiyor. Marka itibarınızı belirlemek artık sizin elinizde!

Marka İtibarı üçüncü şahısların bir şirkette verdiği güvenle alakalıdır. Günümüz koşullarında İnternette edindiğiniz şöhret oldukça önemli. Anemon ajans olarak bizler; hedef kitleye yaratmak istediğiniz algıyı, kurumunuzun ya da markanızın değerlerine uygun olarak dijital dünyaya sunuyoruz. Yani: sizin söylediklerinizi söyleyelim Google yapsın...

Yeni nesil alışveriş alışkanlıkları, marka tecrübesinde yaşanan duygulara göre belirlenmekte. Müşteri kitlenizin yaşadığı duyguları internete yansıtma hızı ise muazzam. Kısacası; müşterilerinize iyi hissettirmek oldukça önemli. Anemon ajans olarak bizler; web tasarım, sosyal medya, dijital pr ve grafik tasarım ekiplerimizle birlikte markanızın dijital dünya ile iletişim kurması adına gerekli tüm alt yapıyı oluşturuyoruz. Böylelikle; müşterilerinizle çift taraflı iletişim sağlayıp dijital dünyanın hızına siz de erişeceksiniz.

Dijital Kurumsallaşma Anketi

Dijitalleşmeyi bütünüyle kullanabilen firmalar rakiplerine oranla çok daha başarılı bir performans sergiliyorlar. Yeni nesil ile birlikte dijitalleşmeyi yakalayamayan firmalar ise sürekliliğini yitirerek yok olmaya başlıyorlar. Sizin firmanız dijitalde kurumsallaşabiliyor mu?

Sizi tanımlayan web siteniz var mı?

Evet Hayır

Web siteniz SEO (Arama Motory Optimizasyonu) uyumlu mu?

Evet Hayır

Verdiğiniz hizmetlere uygun olarak sosyal medya araçlarından yararlanıyor musunuz?

Evet Hayır

Sosyal medya içerikleri verdiğiniz hizmetlere ve sektöre uygun mu sizi yansıtıyor mu?

Evet Hayır

Firmanızın gerçekleştirdiği etkinlikleri, başarıları ya da bilgi birikimlerinizi hedef kitlenize yeni nesil iletişim araçlarıyla aktarabiliyor musunuz?

Evet Hayır

“Yeni nesil alışveriş alışkanlıkları, marka tecrübesinde yaşanan duygulara göre belirlenmekte. Müşteri kitlenizin yaşadığı duyguları internete yansıtma hızı ise muazzam. Kısacası; müşterilerinize iyi hissettirmek oldukça önemli.”

Çağrı Özlü

Anemon Ajans

Ajans Başkanı

Sorumlu

Hasan Ongun

hasanong@gmail.com

Direktör

Sinan Fikret Erk

sinanfikreterk@yahoo.com

Her hakkı saklıdır. Liderlik ve Gelişim Bülteni'nde yer alan yazı, makalelerin elektrik elektronik ortamlar dahil olmak üzere çoğaltılma hakları Adana Genç Liderler ve Girişimciler Derneği JCI Adana Şubesine aittir. Yazılı izin olmaksızın hangi dilde ve hangi ortamda olursa olsun materyalin tamamının ya da bir bölümünün çoğaltılması yasaktır. Bu yayın basın meslek ilkelelerine uymaya söz vermiştir.

Haziran Ayı Küresel Önemli Piyasa Olayları

JCI Türkiye ilk kez 1987'de İstanbul'da Genç Müteşebbisler Derneği adı altında kuruluş faaliyetlerine başlanılan Genç Liderler ve Girişimciler (JCI) Derneği, resmi yapılanmasını 1989 tarihinde tamamlayarak Türkiye'de aktif hale gelmiştir. 1996 yılında kurulan Genç Liderler ve Girişimciler Derneği Adana Şubesi yaptığı çalışmalarla Adanalı gençlerin Liderlik ve Girişimcilik becerilerini geliştirmeyi hedeflemektedir. Saygı, Enerji ve Heyecanın yarattığı sinerji ile Adana'mız ve ulusumuza liderlik ve girişimcilik alanlarında hizmet vermeye çalışmaktadır.



Haziran Ayı Yazarları



Sinan Fikret Erk
sinanfikreterk@yahoo.com



Av. Selahattin Yakın
sy@yakın.av.tr



Çağrı Özlü
cagri@anemonajans.com.tr

1 Haziran 2017, Perşembe						
10:55	EUR	Almanya İmalat Satın Alma Müdürleri Endeksi (PMI) (May)	59,5	59,4	59,4	
11:30	GBP	İmalat Satın Alma Müdürleri Endeksi (PMI) (May)	56,7	56,5	57,3	
15:15	USD	ADP Tarım Dışı İstihdam Değişikliği (May)	253K	185K	174K	
17:00	USD	ISM İmalat Satın Alma Müdürleri Endeksi (PMI) (May)	54,9	54,5	54,8	
18:00	USD	Ham Petrol Stokları	-6,428M	-2,517M	-4,432M	
2 Haziran 2017, Cuma						
11:30	GBP	İnşaat Satın Alma Müdürleri Endeksi (PMI) (May)	56,0	52,7	53,1	
15:30	USD	Tarım Dışı İstihdam (May)		185K	211K	
15:30	USD	İşsizlik Oranı (May)		4,4%	4,4%	
4 Haziran 2017, Pazar						
Tüm Gün	Tatil	Ukrayna - Baba Oğul ve Kutsal Ruh				
5 Haziran 2017, Pazartesi						
Tüm Gün	Tatil	Almanya - Milli Pazaritesi				
Tüm Gün	Tatil	Ukrayna - Baba Oğul ve Kutsal Ruh				
11:30	GBP	Hizmet Satın Alma Müdürleri Endeksi (PMI) (May)		54,5	55,8	
17:00	USD	ISM İmalat Dışı Satın Alma Müdürleri Endeksi (PMI) (May)		57,1	57,5	
6 Haziran 2017, Salı						
17:00	USD	İş İmkanları ve Personel Değişim Oranı (JOLTS) (Nis)			5,743M	
8 Haziran 2017, Perşembe						
14:45	EUR	Faiz Oranı Kararı (Haz)				
9 Haziran 2017, Cuma						
11:30	GBP	İmalat Üretimi (Aylık) (Nis)		0,8%	-0,6%	
12 Haziran 2017, Pazartesi						
Tüm Gün	Tatil	Rusya - Rusya Günü				
13 Haziran 2017, Salı						
11:30	GBP	Üretici Fiyat Endeksi (ÜFE) (Yıllık) (May)			2,7%	
12:00	EUR	Almanya ZEW Ekonomik Hissiyatı (Haz)			20,6	
15:30	USD	Üretici Fiyat Endeksi (ÜFE) (Aylık) (May)			0,5%	
14 Haziran 2017, Çarşamba						
11:30	GBP	Ortalama Gelir Endeksi + İkramiye (Nis)			2,4%	
11:30	GBP	İşsizlik Hak Başvurusu Sayısındaki Değişim (May)			19,4K	
15:30	USD	Çekirdek Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) (Aylık) (May)			0,1%	
15:30	USD	Çekirdek Perakende Satışlar (Aylık) (May)			0,3%	
15:30	USD	Perakende Satışlar (Aylık) (May)			0,4%	
21:00	USD	Federal Fon Hedef Oranı				
15 Haziran 2017, Perşembe						
Tüm Gün	Tatil	Brezilya - Corpus Christi Günü				