

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR ANABİLİM DALI

**BARTER (TAKAS) SİSTEMİ ve SPORDA KULLANILABİLİRLİĞİ:
SPOR KULÜP YÖNETİCİLERİNİN GÖRÜŞLERİ**

DOKTORA TEZİ

BURHANETTİN HACİCAFEROĞLU

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Zafer ÇİMEN

ANKARA
MART 2010

**T.C
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı Doktora Programı
Çerçevesinde yürütülmüş olan bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından
Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.**

Tez Savunma Tarihi 22/03/2010

**Gazi Üniversitesi
Jüri Başkanı**

Gazi Üniversitesi
Üye

Gazi Üniversitesi
Üye

Gazi Üniversitesi
Üye

Ankara Üniversitesi
Üye

İÇİNDEKİLER

Kabul ve Onay.....	II
İçindekiler.....	III
Şekiller.....	VI
Tablolar.....	VII
Kısaltmalar.....	VIII
1. GİRİŞ VE AMAÇ	1
2. GENEL BİLGİLER	4
2.1. Barter Sistemi Kavramı	4
2.1.1. Barter Sisteminin Tanımı.....	4
2.1.2. Barter Sistemi ile İlgili Terimler.....	6
2.1.2.1. Barter Havuzu.....	6
2.1.2.2. Barter İşlemleri.....	7
2.1.2.3. Barter İşlem Komisyonu.....	7
2.1.2.4. Üyelik Aidatı.....	7
2.1.2.5. İşlem Yapma Yetkisi.....	8
2.1.2.6. Müşteri Temsilcisi (Broker).....	8
2.1.2.7. Satın Alma Limiti.....	9
2.1.2.8. Garanti Fonu.....	9
2.1.2.9. Sat Emri.....	9
2.1.2.10. Satış Provizasyon Kodu.....	10
2.1.2.11. Kalite ve Fiyat Kontrolörlüğü.....	10
2.1.3. Barter Sisteminin Belgeleri.....	10
2.1.3.1. Arz Formu.....	10
2.1.3.2. Talep Formu.....	11
2.1.3.3. Barter Çeki.....	11
2.1.3.3. Hesap Özeti.....	12
2.1.4. Barter Sisteminin Tarihsel Gelişimi.....	12
2.1.4.1. Dünyadaki Barter Uygulamaları.....	14
2.1.4.2. Uluslararası Barter.....	18
2.1.4.3. Türkiye'deki Barter Uygulamaları.....	19
2.1.5. Dünya Barter Birliği.....	21
2.2. Barter Sisteminin Yapısı	22
2.2.1. Barter sisteminin Tarafları.....	23
2.2.1.1. Barter İşletmesi.....	23
2.2.1.2. Üye İşletme.....	25
2.2.2. Barter sisteminin Türleri.....	26
2.2.2.1. Perakende Barter.....	26
2.2.2.2. Toptan Barter.....	27
2.2.2.3. Uluslararası Barter.....	27
2.2.3. Barter sisteminin Fonksiyonları.....	27
2.2.3.1. Barter sisteminin Finansman Fonksiyonu.....	28
2.2.3.2. Barter Sisteminin Ticaret Fonksiyonu.....	29
2.2.3.3. Barter Sisteminin Pazarlama Fonksiyonu.....	31

2.2.3.4. Barter Sistemine Üye Olunması.....	31
2.2.3.5. Üye Firmadan Teminat Alınması.....	32
2.2.3.6. Arz ve Taleplerin Sisteme Bildirilmesi.....	32
2.2.3.7. Üye Cari Hesabı Açılması.....	33
2.2.3.8. Barter Çeki Düzenlenmesi.....	33
2.2.3.9. Sistemde İşlem Yapılması.....	33
2.2.4. Barter Sisteminin Hukuki Düzenlemesi.....	39
2.2.4.1. Özel Hukuk Açısından Barter İşlemleri.....	40
2.2.4.2. Kamu Hukuku Açısından Barter İşlemleri.....	41
2.2.4.3. Vergi Mevzuatı Açısından Barter İşlemleri.....	42
2.2.5. Barter Sisteminin İşleyişi.....	44
2.2.6. Barter Sisteminin Avantajları ve Dezavantajları.....	48
2.2.6.1. Barter Sisteminin Avantajları.....	48
2.2.6.1.1. Likidite Artışı.....	49
2.2.6.1.2. Düşük Maliyet ile Finansman.....	49
2.2.6.1.3. Uzun Vadeli Kredi.....	49
2.2.6.1.4. Satış ve Satın Alma Giderlerinden Tasarruf.....	49
2.2.6.1.5. Rekabet Üstünlüğü.....	50
2.2.6.1.6. İthalat ve İhracat Kolaylığı.....	50
2.2.6.1.7. Satış Artışı.....	51
2.2.6.1.8. Kar Artışı.....	51
2.2.6.1.9. Stok ve Atıl Kapasitenin Değerlendirilmesi.....	52
2.2.6.1.10. Alacak Değerinin Korunması.....	52
2.2.6.2. Barter Sisteminin Dezavantajları.....	53
2.2.6.2.1. Üyenin Satışa Karşılık Alım Yapamaması.....	53
2.2.6.2.2. Fiyat ve Kalite Değerlendirilmesi Yapılamaması.....	53
2.2.6.2.3. Üyenin Alıma Karşılık Satış Yapamaması.....	53
2.2.6.2.4. Ürün Bedelinin Üyeden Tahsil Edilememesi.....	54
2.2.6.2.5. Arz ve Talep Dengesini Bozabilir.....	55
2.2.6.2.6. Atıl Fon Yaratma Olasılığı.....	55
2.2.6.2.7. Nakit Akışında Dengeyi Bozabilir.....	55
2.2.6.2.8. Güçlü Teminat Verme Zorunluluğu.....	55
2.2.6.2.9. İşletmelerin Birbirlerine Bağlılığını Arttırabilir.....	56
2.2.6.2.10. Yasal Boşluklardan Kaynaklanan Sorunlar.....	56
2.3. Türkiye' de Barter Sisteminin Uygulandığı Sektörler.....	57
2.3.1. İnşaat Sektöründe Barter.....	59
2.3.2. Gıda Sektöründe Barter.....	60
2.3.3. Tekstil Sektöründe Barter.....	61
2.3.4. Hizmet Sektöründe Barter.....	62
2.3.5. Turizm Sektöründe Barter.....	62
2.3.6. Medya Sektöründe Barter.....	64
2.4. Sporda Barter Sistemi.....	64
2.4.1. Spor Kulüplerinin Barter Sistemine Üyelikleri.....	65
2.4.2. Türk Barter'in Spor Kulüpleri İçin Yaptığı Barter Projesi.....	66
2.4.3. Dünya ve Türk Sporida Barter Uygulamaları.....	67
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	70
3.1. Araştırmanın Modeli.....	70
3.2. Evren ve Örneklem.....	70
3.3. Veri Toplama Aracı.....	70

3.4. Verilerin Çözümlemesi	71
4. BULGULAR	72
5. TARTIŞMA VE SONUÇ	91
6. ÖZET	98
7. SUMMARY	100
8. KAYNAKLAR	102
9. EKLER	110
10. ÖZGEÇMİŞ	124

ŞEKİLLER LİSTESİ

2.1. Barter İşletmesinin Organizasyon Yapısı	24
2.2. Barter sisteminin Çalışması Örneği	38

TABLolar LİSTESİ

Tablo 4.1. Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımları	72
Tablo 4.2. Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Dağılımları	73
Tablo 4.3. Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımları	73
Tablo 4.4. Katılımcıların Yöneticilik Yaptıkları Spor Kulüplerinde Faaliyet Gösterdikleri Branş Dağılımları.....	74
Tablo 4.5. Katılımcıların Spor Kulüplerindeki Görevlerine Göre Dağılımları	75
Tablo 4.6. Katılımcıların Barter Sistemi Hakkındaki Bilgi Düzeylerine İlişkin Dağılımları	76
Tablo 4.7. Katılımcıların Barter Sistemini Kaç Yıldır Bildikleri	77
Tablo 4.8. Katılımcıların Barter Sistemini Bilgi Kaynakları	78
Tablo 4.9. Katılımcıların Barter Sistemini Kullanıp Kullanmadıkları	79
Tablo 4.10. Barter Sisteminin Kulübe Sağladığı Avantajların Değerlendirilmesi	80
Tablo 4.11. Katılımcıların Barter Sisteminden Memnun Olmadıkları Yönleri.....	81
Tablo 4.12. Barter Sisteminin Getirdiği Değişim ve Avantajlardan Memnun Olup Olmama Durumları	82
Tablo 4.13. Katılımcıların Barter Sistemini Kullanmaya Devam Etme Durumlarına Göre Dağılımları	82
Tablo 4.14. Barter sistemini Kullanırken Hangi Sektördeki Firmalarla Mamul Ürünü Alımı Alışverişleriniz Daha Yoğun Gerçekleşmektedir Sorusuna Verilen Cevapların Sonuçları ...	83
Tablo 4.15. Katılımcıların Barter Sistemiyle Hangi Sektördeki Firmalarla Hizmet Alışverişi Gerçekleştirdiklerine İlişkin Dağılımları	84
Tablo 4.16. Katılımcıların Barter Sistemini Kullandıkları Takdirde Sisteme Arz Edebilecekleri Mamul Türüne İlişkin Dağılımları .	85
Tablo 4.17. Katılımcıların Barter Sistemini Kullandıkları Takdirde Sisteme Arz Edebilecekleri Hizmet Türüne İlişkin Dağılımları .	85
Tablo 4.18. Katılımcıların Barter Sisteminden Talep Edebilecekleri Mamüllere İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları	86
Tablo 4.19. Katılımcıların Barter Sisteminden Talep Edebilecekleri Mamüllere İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları	87
Tablo 4.20. Katılımcıların Barter Sisteminden Bilgileri Olsaydı, Alternatif Bir Finansman Ve Pazarlama Aracı Olarak Kullanma İsteklerine İlişkin Görüşlerinin Dağılımı	88
Tablo 4.21. Katılımcıların Barter Sistemi İçinde Yer Alan Firmalarla Çalışma İsteklerine İlişkin Görüşlerinin Dağılımı	89
Tablo 4.22. Katılımcıların Kulüplerinde Hangi Konularda Eksik Ya Da Yetersiz Olduklarına İlişkin Görüşlerinin Dağılımları	90

KISALTMALAR

- ABD: Amerika Birleşik Devletleri
BCI: Barter Clearing&Information
BDT: Bağımsız Devletler Topluluğu
DVK: Damga Vergisi Kanunu
EBB: Avrupa Barter Business
GVK: Gelir Vergisi Kanunu
IRTA: Dünya Barter Birliği
IRTA EUROPA: Avrupa Barter Birliği
İSO: International Organization for Standardization
KVK: Kurumlar Vergisi Kanunu
KDVK: Katma Değer Vergisi Kanunu
OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development
UTTB: Uluslararası Takas Ticaret Birliği

1. GİRİŞ VE AMAÇ

Günümüz dünyasında hızla gelişen teknoloji, işletmeleri farklı pazarlara ulaşmak, güçlü ortaklıklarla büyümek ve karlılıklarını artırmak amacıyla küreselleşme eğilimlerini, ivme kazandırarak sürdürmelerine neden olmakta, beraberinde getirdiği uluslararası nitelik kazanma çabalarındaki artış, hiç şüphesiz yoğun rekabeti ve dış piyasalara olan bağımlılığı da artırmaktadır. Geline bu noktada, ulusal ve uluslararası ticaret hacminde meydana gelen genişlemeyi mevcut finansman ve pazarlama teknikleriyle takip etme çabası ise çoğu zaman yetersiz kalmaktadır³².

İşletmelerin gerek ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet şanslarını artırmak gerekse kriz dönemlerinde baş gösteren nakit sıkıntılarını kolaylıkla aşmak amacıyla başvurdukları yöntemlerden birisi de paranın icadıyla birlikte uygulamadan kalkan ve 1930 ekonomik krizi ile ekonomi sahnesine geri dönen barter sistemidir. İlgili organizasyonlar tarafından işletmelerin sorunlarına çözüm getirebilecek yeni bir uygulama şekli olarak ticari yaşama sunulan sistem bu tarihten itibaren hızlı bir gelişme kaydederek ekonomik hayatın en önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir⁵⁶.

Para vermeden alış veriş imkanı sağlayan barter sisteminin, özellikle finansman sıkıntısı içindeki ülkemiz spor kulüpleri için de uygun bir finansman modeli olabileceği söylenebilir. Çünkü barter sistemi spor kulüplerinin finansman yükünün hafifletilmesinin yanında ürettikleri mamül ve hizmetlerin, girdi maliyetlerini azaltması anlamına gelmektedir. Bu manada barter finansman modeli diğer finansman tekniklerinden farklı olarak girdi maliyetlerini en aza indiren bir teknik olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun temel sebebi, barter sisteminin finansman şekli olarak mamül ve hizmet alımında ödemelerinin para veya paranın yükü olan

faizle değil, mamül ya da hizmete karşılık yine üretilen mamül ya da hizmet ile yapılmasını gerektirmesidir⁹⁹. Dolayısı ile, spor kulüpleri barter sistemini kullanarak nakit tasarrufuna gidebilir ve gelir artışı sağlayabilirler. Spor kulüpleri barter ortak pazarı içinde karlı alış veriş imkanı bulduklarında alım yaparak, sisteme sporcu bonservis bedeli ve sporcuya yapılacak ödeme karşılığı transfer arzını gerçekleştirme gibi olanaklar elde ederek yapabilirler. Böylece, birebir takas usulü ile geniş bir yelpazeden faydalanılabilecek pazar içinde, spor kulüplerinin transfer işlemleri daha kolay hale gelebilir. Bunun yanında, bir havuz mantığı ile işleyen barter ortak pazarı içinde birebir takasla birlikte çoklu takas sistemini de kullanarak atıl kapasitelerini değerlendirme ve satış gelirlerini artırma imkanına da kavuşabilirler¹⁰⁰.

Günümüzde, amatör spor kulüplerinin dahi finansal zorlukları aşmak için iktisadi işletme açtığı düşünüldüğünde, spor kulüplerinin ticari bir kuruluş mantığı içerisinde genel ve özel taleplerini barter sistemi ile en hızlı ve risksiz olarak satın alabilecekleri söylenebilir. Spor kulüplerinin barter sisteminden talep edebilecekleri öncelikli sektörler, sporcu transferi, inşaat, gayrimenkul, turizm-otelcilik, nakliye, tekstil, elektronik cihazlar, spor malzemeleri, sağlık hizmetleri, kırtasiye malzemeleri gibi sektörler ilk bakışta kullanılabilecekler arasında sayılabilir. Kulüplerin sisteme arzları ise sporcu bonservisleri, maç biletleri, forma reklamı, naklen yayın gelirleri, lisanslı ürünler, saha içi ve dışı reklamlar, tesis kullanımı vb. olabilir⁶⁹.

Türkiye’de 20 yılı aşkın süredir uygulanmakta olan barter sistemi Türk spor kulüplerinde yaşanan pek çok soruna da çözüm getirebilecek bir sistem olarak görülebilir. Özellikle profesyonel liglerde faaliyet gösteren spor kulüplerinin yaşadıkları ekonomik sıkıntılardan kurtulmada önemli bir alternatif finans modeli olarak düşünülebilir.

Yüksek bütçeli spor kulüpleri sisteme arz edecekleri gelirleri ile sistemden büyük oranda nakit sıkıntısı yaşamadan faydalanma imkanı bulabileceklerdir. Sistemin en az finans fonksiyonu kadar önemli olan pazarlama fonksiyonun da bilinirliğini sağlayarak, hizmet sektörüne yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi ile sistemin uygulama alanının genişleyeceği ve paralelinde daha fazla spor kulübü tarafından kullanılacağı düşünülebilir⁶⁹.

Bu noktadan hareketle, araştırmada temel amaç spor kulüplerinde kullanılacak finansman modellerine karar veren merci olan kulüp yöneticileri aracılığı ile spor kulüplerinin barter sisteminden haberdar olma ve faydalanma düzeylerini belirlemektir. Bu temel amaç doğrultusunda spor kulüpleri ve barter sistemi ile ilgili olarak aşağıdaki alt amaçlara ulaşılmaya çalışılacaktır;

- Spor kulüplerinin barter sisteminden haberdar olma düzeyleri,
- Spor kulüpleri barter sistemini yeterince tanıyorlar mı,
- Barter sisteminin spor kulüplerine getireceği fayda ve sorunlar,
- Barter sistemini tanıdıktan sonra sistemden faydalanma isteğinde yaşanan değişiklikler,
- Barter sistemine spor kulüpleri tarafından sunulabilecek mamül veya hizmetler,
- Barter sisteminden alınabilecek mamül ve hizmetler,

2. GENEL BİLGİLER

Temeli insanlık tarihinin bilinen en eski ticaret yöntemi olan “takas” yöntemine dayanan ve aynı temel üzerinde gelişerek, bugün yüzlerce sektöre hizmet verebilen bir sistem halini alan barter sisteminin tanımı, işleyişi ve tarihsel gelişimi, aşağıda alt başlıklar altında ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.1. Barter Sistemi Kavramı

Bu bölümde, barter sisteminin tanımı, ilgili terimleri, sistemin belgeleri, tarihsel gelişimi ile Dünya Barter Birliği hakkında bilgiler sunulacaktır.

2.1.1. Barter Sisteminin Tanımı

İngilizce kökenli bir kelime olan barter, öncelikle iki taraf arasında düzenlenen ve para kullanmaksızın bir mamülün diğer bir mamülle değiştirilmesini öngören anlaşmayı ifade eder. Mamül ve hizmetin takası (trampa edilmesi) anlamına gelen barter, taş devrinden beri uygulanarak günümüze kadar gelen tek ticaret ve finansman metodu olarak bilinir³⁷ ve en basit haliyle takas ya da değiş-tokuş olarak tanımlanmaktadır⁸⁰. Başka bir ifade ile bir firmanın satın aldığı mamül veya hizmetin bedelini, kendi ürettiği mamül veya hizmetle ödemesi olarak tanımlanabilir³².

“Barter karşılıklı ticaret yöntemlerinin en eskisi ve basiti olan takastan esinlenerek geliştirilmiş bir alış-veriş biçimidir” şeklinde yapılan tanım, bir sistem olarak barter ile ilgili yapılan en genel tanımdır⁴⁸.

Başka bir tanımda Barter, para kullanılmayan ve sosyal, kültürel, politik ve kişisel işlem maliyetlerini mümkün olan en yüksek derecede azaltan, bir kişiden diğerine olan mamül değişimi olarak

tanımlanmaktadır⁶².

Sisteme temel teşkil eden takas yönteminin geçmişi, insanlık tarihi kadar eski olsa da sistemin bugün uygulanan biçimi ile ortaya çıkışı, 1930 yılında yaşanan dünya ekonomik krizine dayanır. Özellikle kriz dönemlerinde mamül ve hizmet alım-satımında güçlükler yaşayan işletmeler için, oldukça avantajlı bir sistem olarak kabul edilen barter sistemine ait farklı tanımlar yapılırsa da barter hakkında yapılan tanımların içeriği genellikle aynı kalmıştır⁶¹.

Dalton'un yapmış olduğu bir araştırmaya göre barter, iki farklı anlam taşımaktadır. Birincisi parasız pazar değiş tokuşu (her tür pazar değişimi), ikincisi; parasız herhangi iki şeyin değiş tokuşu (hediye verme, törensel değiş tokuşlar) dur. Bu iki anlam farklılığını önlemek için barter'i "parasız pazar değiş tokuşu" olarak tanımlamak gerekir. Bu bağlamda işten işe barter, iş dünyasında "parasız pazar değiş tokuşu" olarak tanımlanmaktadır³⁷.

Webster sözlüğünde; Kavram olarak barteri, "değiş tokuş ya da takas yoluyla ticaret yapmak" olarak tanımlanmaktadır¹⁰⁸. Türkçe'de ise, barter kelimesinin tam karşılığı yoktur ancak; "takas" ve "trampa" kelimeleri sıklıkla kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde takasın tanımı iki şekilde yer almaktadır. Bunlardan ilki; "Mamül alıp karşılığında mamül vererek ödeme, trampa" dır. İkincisi ise; "ticaret, iki ülke arasında yapılan alışverişin karşılıklı olarak mamülle ödenmesidir"⁵.

Başka bir tanımda ise barter; "Bir işletmenin satın aldığı mamül veya hizmetin bedelini kendi ürettiği mamül veya hizmetle ödemesini sağlayabilen bir ticari organizasyon veya bir işletmenin ihtiyaçlarını faizsiz döviz kredisi kullanarak karşılayabileceği bir finansman

tekniki ve finansal takas” olarak da yapılmıştır⁴¹.

Barter sistemini, taraflar açısından ele alınan bir tanımda ise; “Alıcı ve satıcının mevcut ekonomik şartlarda en iyi koşullarda pazar bulup, alışverişlerini bu pazarda yapmalarını sağlayan, belli niteliklere sahip kişi ya da kurumların üye olabildiği ya da sistemden yararlanabildiği bir alış-veriş kulübü” şeklinde tanımlanmıştır⁴.

İnsanlar veya kurumlar, genel bir paylaşım ortamı vasıtasıyla doğrudan veya birebir değişimle, bilgisayara karşılık otomobil gibi, doğrudan Barter yapabilirler³¹. Barter, ayrıca “bütün sanayi işletmelerinin bir bakıma dengede olmasının talep edildiği, parasız takasın bir şekli” diye de tanımlanabilir. Barter’la ilgili çelişen iki görüş vardır: Birincisi, barter ilkel ve parasız ekonominin bir özelliğidir. İkincisi ise, Barter sadece tarihi kurum veya ilkel ekonomilere mahsus olmamakla birlikte aynı zamanda hem büyük hem de küçük boyutta ticari işlemleri kapsayan ve birçok farklı toplum içinde ve arasında oluşan modern bir olgudur⁷⁰.

2.1.2. Barter Sistemi İle İlgili Terimler

İş hayatında pek çok sektörün faaliyetleri sırasında kullandıkları, kendilerine özgü ortak terimler vardır. Bu açıdan konu ele alındığında, barter sistemi için kullanılan kabul görmüş başlıca terimler aşağıdaki biçimde açıklanmıştır¹¹¹:

2.1.2.1. Barter Havuzu

Barter havuzu, bir Barter işletmesinin üyelerince sisteme sunulan mamül veya hizmet arz ve taleplerinin, sistem için çalışan brokerların (müşteri temsilcisi) kontrollerinden geçtikten sonra, uygunluğu onaylananların bilgisayar ortamına aktarılması ile oluşan bilgi

bankasıdır³³.

2.1.2.2. Barter İşlemleri

Barter sistemine kayıtlı üye işletmeler arasındaki alım-satım sırasında gerçekleşen ve barter sisteminde çalışan müşteri temsilcileri tarafından üye işletmelerin barter hesaplarına kayıt edilen tüm ticari işlemler, barter işlemleri olarak adlandırılır⁶³.

2.1.2.3. Barter İşlem Komisyonu

Barter işlem komisyonu; barter sisteminden yararlanmak amacıyla, sisteme üye olan işletmelerden barter aracılığı ile gerçekleştirdikleri her alım-satım için %1 ile %5 arasında değişen oranlarda barter şirketince alınan hizmet bedelidir¹⁰⁰.

Yapılan işlerden alınan komisyon; her mamül ve hizmet gurubuna, ticaretin büyüklüğüne, ülke şartlarına ve firmalara göre büyük farklılıklar taşıdığından kontrol edilmesi çok güç olmakta ve işlem maliyetini artırmaktadır. Bu nedenle barter işletmelerinden bazıları üyelerinden sadece üyelik aidatı almakta ve işlemler için ayrıca bir komisyon talep etmemektedir. Örneğin; Türkiye’de faaliyet gösteren barter işletmelerinden “EG-Barter Ring” işletmesi, komisyonsuz olarak çalıştığından maliyeti en düşük finansman sistemlerinden birisini kullanmaktadır⁸⁵.

2.1.2.4. Üyelik Aidatı

Rakamsal olarak farklılıklar gösterebilmesine karşın, bütün barter işletmelerince üye işletmelere sunulan barter hizmetinin karşılığı olarak talep edilen bedeldir¹⁰⁰.

Üyelik aidat bedelleri barter işletmeleri arasında farklılık gösterebildiği gibi, sisteme üye olmak isteyen işletmelerin belirleyeceği

üyelik süresine göre de farklılıklar gösterebilir. Barter sistemine; bir işlem için üyelik, aylık üyelik ve yıllık üyelik olmak üzere üç farklı biçimde üye olunabilir. Ancak, uygulamada işletmelerin en çok tercih ettiği üyelik çeşidi genellikle yıllık üyeliktir⁵¹.

2.1.2.5. İşlem Yapma Yetkisi

Sisteme üye olmak isteyen işletmelerden üyelik müracaatlarına ilişkin hukuki belgelerin tamamlanmasından sonra gerçekleştirilen kontrol neticesinde, barter işletmesinin başvuruda bulunan işletmeyi, üyeliğe kabul ettiğini gösteren belgedir⁵¹.

2.1.2.6. Müşteri Temsilcisi (Broker)

Müşteri temsilcileri; sistemin pazarlanması ve daha çok üye katılımının sağlanabilmesi için barter işletmeleri ile yapılan franchising anlaşmaları kapsamında bağımsız olarak kendi başına çalışan sistemin pazarlanması ve üyelerin yönlendirilmesi konusunda profesyonelleşmiş komisyoncu kişilerdir. Merkezden bağımsız olarak çalışan brokara müşteri temsilcisi denebildiği gibi, barter şirketinin kendi bünyesinde aynı hizmeti sağlamak üzere istihdam edilen kişilere de müşteri temsilcileri denilmektedir⁵¹.

Sistemdeki her firmaya, yeni ürünlerden ve hizmetlerden firmayı bilgilendiren ve istek üzerine yenilerini arayan bir müşteri temsilcisi tayin edilir⁵³. Barter konusunda çalışacak firmalarda ve şahıslarda ticaret ve piyasa hakkında belli bir bilgi birikimine sahip olmaları şartı aranmaktadır. Herhangi bir barter işletmesinden müşteri temsilcisi alacak olan firmalar, kişilerden tercihen pazarlama, yayıncılık, reklam, sigorta, turizm, muhasebe gibi konularda deneyimli olmaları tercih edilmektedir. Bu sektörlerde çalışmaya devam eden işletmelerinin olması avantaj olarak kabul edilmekte ve franchise olabilmek için de bürolarının olması

ya da bu yatırımı yapabilmeleri ve giriş ücretini barter işletmesi hesabına yatırmaları istenmektedir. Bağımsız müşteri temsilcisi olan kişi bir iş yeri açmak zorunda değildir. İşini evinden idare edebildiği gibi, barter işletmelerinin genel merkezlerini veya franchise olan bölgelerdeki ofisleri de kullanabilirler⁸⁸.

2.1.2.7. Satın Alma Limiti

Satın alma limiti; sisteme üye olan işletmenin, mamül veya hizmet talebinde bulunmadan, sistemden mamül ya da hizmet satın almak istemesi durumunda, barter şirketi tarafından kendisine sağlanan mamül ve hizmet kredi miktarını gösterir. Bu limit işletmenin faaliyet durumuna, büyüklüğüne, piyasa değerine ve güvenilirliğine göre değişebilmektedir⁶⁰.

2.1.2.8. Garanti Fonu

İşletmelerin sisteme sundukları mamül veya hizmete karşın, sistemden karşılayamadıkları taleplerin gerekli görüldüğünde nakit olarak karşılanmasında kullanılan tasarrufun adıdır. Garanti fonu, sisteme üye olan tüm işletmelerin ortak hesabı gibi kullanılabilir¹¹¹.

Genellikle bu fonun kullanılması çok arzu edilen bir durum değildir. Sisteme üye olan işletmenin üyelik süresi bitimine kadar karşılanamayan talep neticesinde arz ettiği ürünün değeri, zarar etmeyen; Dolar, Euro, Altın v.b cinsinden kendisine ödenir. Bu sayede üyeler dönem içinde gerçekleşen enflasyondan ve alacağın tahsili riskinden korunmuş olur⁷¹.

2.1.2.9. “Sat” Emri

Barter sistemine mamül veya hizmet talep ederek, talebi uygun bulunan işletmenin satış işlemini gerçekleştirmeden önce satışı

gerçekleştireceği işletmenin kredi limitinin uygunluğunun kontrol edilmesinin ardından verilen satış yetkisidir⁷¹.

2.1.2.10. Satış Provizasyon Kodu

Sistemde satın alma işlemini gerçekleştirecek işletme adına, barter işletmesi tarafından mamül ya da hizmeti satan işletmeye verilen ve alıcı firmanın ürünü alabileceğine dair yetkiyi şifreleyen koddur²².

2.1.2.11. Kalite ve Fiyat Kontrolörlüğü

Barter işletmesince, üye işletmelerin sisteme talep edecekleri mamül ve hizmetlerin kalite ve fiyat açısından değerlendirilerek, sisteme uygunluğunun tespit edilmesidir. Barter işletmeleri, bu işlemler için ayrıca görevli bir kişi bulundurmamak yerine, objektifliğin sağlanarak tüm işletmelerin menfaatine olacak kararların verilmesi amacı ile kendi içlerinde bir komisyon oluşturarak kontrolleri gerçekleştirmesidir⁶⁰.

2.1.3. Barter sisteminin Belgeleri

Barter sisteminin işleyişini sağlamak ve kolaylaştırmak amacıyla bir takım belgeler kullanılmaktadır. Sisteme özgü olan bu belgeler sırasıyla;

2.1.3.1. Arz Formu

Barter sistemi, üyelerin neleri sattığı ve nelere ihtiyaç duyduğunu üyelere gelen arz ve talep formlarına göre tasnif eden bir bilgi bankası hüviyetindedir. Firmaların üyeliğe kabulünün ardından kendilerinden; ürettiği veya sattığı mamül ve hizmetler ile bunlara ait bilgileri içeren arz formlarını doldurarak sistem organizatörüne göndermeleri istenir. Bunun yanında belirli dönemlerde bu talep listesini yenilemeleri de istenebilir⁶⁰.

Arz formu, sistem üyesi firmaların ürettiği mamüller veya hizmetler ile ilgili bilgilerin sistem bilgi bankasına girilmesi için kullandığı matbu formun adıdır (EK-1). Barter sistemine üye olan firma, barter endüstrisinde hangi mamül veya hizmetinin satılacağını tespit eder. Ürettiği ürünlerin hepsini veya bir kısmını üye sisteme arz etmekte serbesttir. Ancak, arz ettiği ürünü ve miktarı, talep geldiğinde satmak zorundadır. Üye firma, arz formunda barter şirketini bilgilendirmek suretiyle değişiklikler yapabilir¹⁰¹.

2.1.3.2. Talep Formu

Talep formu, herhangi bir ihtiyaç için barter sisteminden mamül ve hizmet talebinde bulunan üyenin, talebi ile ilgili ayrıntılı bilgileri vermek için kullandığı matbu formdur (EK-2). Üye firma, barter sistemi ile satın almak istediği, ancak bilgi iletişim sisteminde göremediği ürünler için talep formunu kullanmaktadır. İhtiyacı olan mamülün veya hizmetin adını, kalitesini, miktarını, niteliklerini ve talebinin karşılanması için istediği süreyi söz konusu formla bildirmektedir. Formdaki bilgilere uygun mamül ve hizmet üreten firmalar, barter şirketi tarafından tespit edilmekte, söz konusu firmalar barter sistemi ile çalışmaya ikna edilerek, sistemin büyümesi sağlanmaktadır¹⁰¹.

2.1.3.3. Barter Çeki

İki üye firma arasında gerçekleşen alım satım işlemlerinde bir ödeme ve tahsilât aracı olarak kullanılan, üzerinde yapılan işlemin sistemde kullanılan döviz cinsinden tutarının yazılı olduğu, mamül veya hizmeti alan firma tarafından imzalanıp kaşelenen, barter sisteminin kıymetli bir evrakıdır (EK-3)¹⁰⁷. Barter çekleri sistemde iki amaç için kullanılır;

1. Gerçekleşen işlem bilgilerinin alıcı, satıcı ve barter şirketi için saklama ve gerektiğinde ispat etme fonksiyonu için kullanılır.
2. Barter sisteminin kıymetli bir evrakı olarak kullanılır.

Barter çeki, alacağa karşılık olarak üye firmaya ciro edilir. Üye, barter çeklerini üye firmaların ürünlerini satın almak için kullanır. Bu amaçla kullanılan çekler üçüncü şahıslara ciro edilebilir veya üzerinde belirtilen ürün ve firma için kullanımı istenebilir. Nasıl kullanılacağını barter şirketi tespit eder⁴.

2.1.3.3. Hesap Özeti

Hesap özeti, üyelerin cari hesap durumlarını gösteren belgedir. Barter sistemi işleticisi tarafından üyelere her ay itibariyle gönderilen borç veya alacak hareketlerini gösteren cetveldir⁴.

Üye firmalara her ay yaptıkları her işlemde sonra hesap durumlarını gösteren bir hesap özeti gönderilir. Üye bu hesap özeti kendi kayıtlarıyla karşılaştırır ve herhangi bir farklılık olması durumunda organizatör firmaya başvurur. Bu başvuru süresi genelde bir hafta ile bir ay arasında değişebilir. Üye, bu süre içerisinde itiraz etmemiş ise hesapların doğruluğunu kabul etmiş sayılır⁶⁰.

2.1.4. Barter Sisteminin Tarihsel Gelişimi

Sahip olmadığı şeyleri savaşıarak kazanan insanoğlu, zaman içinde avcılık ve devşiricilikten tarım üretimine, dolayısı ile yerleşik hayata geçer. Yerleşik hayata geçmesiyle birlikte takas yöntemini keşfeder. Bu keşif M.Ö. 700'lü yıllara kadar sürer. Bu tarihte Lidyalıların parayı bulmasıyla takas ekonomisi yavaş yavaş yerini para ekonomisine bırakır¹⁰⁵. İnsanlık tarihinin en eski ticaret şekli olan bu takas işleminde

mamül ve hizmetler para veya benzeri bir değişim aracı olmadan el değiştirirken, paranın icadı ile birlikte bu değişim işlemleri, bilateral (iki istasyonlu) mamül takası şeklinde, multiteral (çok istasyonlu) dolaylı mamül takası haline dönüşmüştür⁵⁸.

1930'lu yıllara gelene kadar barter sistemi dolaylı mamül takası şeklinde uygulanmıştır⁴⁰. 1930'lu yıllarda tüm dünyayı etkileyen büyük kriz dönemindeki bunalımın finansal açıdan dünyaya getirdikleri; 50 milyon insanın işsiz kalması, toplam üretimin %42 oranında ve uluslararası ticaretin %65 oranında azalması olmuştur. Ayrıca, bu dönemde yaşanan likidite sıkıntısı neticesinde, işletmeler altın, para ve benzeri değişim araçlarının işletmelerin ihtiyaçlarını karşılayan birer mamül ve/veya hizmet değil sadece mübadele aracı olduğunu yeniden hatırlamışlardır. Böylece, önceleri Latin Amerika ülkeleri olmak üzere yeniden gündeme gelen barter sistemi öncelikli bir finans enstrümanı haline gelmiştir². Bu dönemde, özellikle Batı Avrupa ülkeleri kendi aralarında ve Latin Amerika ülkeleriyle barter anlaşmaları yaparak bazı gıda ürünlerinin ve hammaddelerin karşılıklı olarak değişimini gerçekleştirmişlerdir⁴¹.

Zaman içerisinde bir ortak pazar içinde mamul ve hizmetlerin değişimi şekline gelen barter sisteminin bilinen en eski işletmesi WIR-Genossenschaft'tır. 1950'lerde üye sayısını hızla arttıran ve sadece iç pazara hizmet vermeyi planlayan organizasyon bilgi depolama olanaklarının, yani bilgisayar teknolojisinin gelişmesi sayesinde giderek büyümüş ve bugün 65.000'i aşan üye sayısına ulaşmıştır¹⁰⁴.

Diğer Avrupa ülkelerinde ise barter organizasyonlarının kurumsallaşması ancak 1980 – 1990 yılları arasında mümkün olmuştur. Nitekim, Avrupa'da, İsviçre dışında ilk barter işletmesi 1983 yılında Almanya'nın Hamburg şehrinde kurulmuştur. Bu işletmenin ardından

1984 yılında Avusturya'da EBC (European Builders Confederation) işletmesi kurulmuş ve daha çok doğu Avrupa ülkelerinde faaliyet göstermiştir. 1986 yılında Viyana'da kurulan BCI (Barter Clearing&Information) bayilik sistemi ile stratejik alanlara dağılmış, başta Almanya olmak üzere, Slovenya ve Slovakya'ya da bayilikler vererek günümüzde 6.000 üyeli bir organizasyon haline gelmiştir³. Bu ülkelerdeki barter cirosu, şirketlerin kuruluşlarını takip eden üç yıl içinde 10 kat artış göstermiştir. 1990'lı yılların ilk yarısında ise dünya ticaretinin %40 oranındaki kısmı barter sistemi aracılığı ile yapılabile hale gelmiştir².

Bugün barter, büyük şirketlerden küçük şirketlere kadar düzenli olarak kullanılmaktadır. Uluslararası Takas Ticaret Birliği (UTTB)'ne göre barter şirketleri aracılığıyla barter ticaretinin toplam gerçek hacmi 1974 ile 1994 yılları arasında yaklaşık 1.993,32 milyon dolardan 6.050,70 milyon dolara kadar yaklaşık üç kat artmıştır. Küçük barter şirketlerinin toplam ticaret hacmine katkısı önemli miktarlara ulaşmamasına karşın 1974'ten bu yana barter şirketlerinin müşteri sayısındaki artışın 17.000'den 300.000'e kadar yükseldiği görülmüştür⁵³.

2000 yılı itibariyle dünyadaki barter şirketleri arasındaki ticaret hacmi önemli ölçüde artarken, barter şirketlerinin sayısı 1596'ya kadar ulaşmıştır²¹. Öngörüler, barter sisteminin gelecek yıllarda hızla büyümeye devam edeceği ve tüm Dünya ticaretinin %50'lik kısmının barter sistemiyle gerçekleştirileceği yönündedir¹⁰³.

2.1.4.1. Dünyadaki Barter Uygulamaları

1930'lu yıllardan itibaren ABD'de uygulanmaya başlayan, daha sonra Avrupa ve Avustralya'da hızla gelişen barter işlemleri, ulusal ve uluslararası ticarete sermayenin maliyetini minimuma indiremeye

hedefleyen alternatif finansman araçlarından olan sistemin⁵⁵ ilk dönemlerdeki amaçlarından biride büyük holdinglere karşı KOBİ'leri korumak ve onlar arasında iletişimi arttırmaktır⁴⁵.

Artık dünya'da önemli bir sektör haline gelen barterin uygulamada en başarılı örneklerin ABD'de olduğu düşünülmektedir⁸⁷. Avrupa'da ve Japonya'da da gelişmeler olduğu ve gittikçe artan sayıda firmanın barter sistemi ile çalıştığı bilinmektedir. Dünya Barter Birliği'nin verilerine göre dünyada her yıl binlerce firma barter sistemine katılmaktadır¹¹.

ABD'de yaklaşık 500 barter organizasyonu bulunmakta ve tahminen 500.000'den fazla firma bu sistemi kullanmaktadır⁶⁰. ABD'de üye firmaların büyük çoğunluğu, 100 kişiden daha az çalışana ve yıllık 10 milyon ABD dolarından daha az ciroya sahiptirler¹⁸.

Barter, kurumsal anlamda dünyada özellikle ABD'de yaklaşık 76 yıldan beri uygulanmaktadır. Bugün çeşitli ülkelerde 700.000'den fazla firma barter ticareti yapmaktadır⁵⁵. Ciddi bir endüstri halini alan barter sistemi, sektörel anlamda yapılanmasını tamamlamış turizm, medya, emlak ve sanayi mamulleri gibi birçok konuda hizmet veren barter kurumları olduğu gibi toptan ve perakende olarak da ayrı ayrı hizmetler veren barter kurumları da vardır. Dünya barter ticareti, merkezi Amerika'da bulunan ve kısa adı "IRTA" olan Dünya Barter Birliği tarafından örgütlenmektedir. Türk Barter Birliği, Dünya Barter Birliği'nin bir üyesidir²⁴.

1960'lı yıllarda da eski sosyalist ülkelerin aralarındaki ticari ilişkilerde barter sistemini seçtikleri görülmektedir. Özellikle Çin Halk Cumhuriyeti ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği, barter sistemini,

blok içi ve blok dışı ülkelerle ticari ilişkileri geliŐtirme aracı olarak kullanmıŐlardır¹⁹.

Japonya'daki Barter Şirketlerinin, diŐer gelişmiş ülkelere oranla, barter sistemini daha farklı kullandıkları görülmektedir. Japon barter Şirketlerinin sayısı az olmasına karşın, güçlü finanssal kaynaklara ve büyük organizasyonlara sahiptirler. Bu Şirketler, firmalara çok zengin hizmet portföyü sunmaktadırlar. Japon barter Şirketleri yelerinin hem satın alma hem de satış bölümleri gibi çalıŐabilmekte ve kendi fonları ile finansmanlarını da saŐlayabilmektedirler. Bunların dışında, teknoloji, pazarlama, üretim, yönetim gibi konularda da profesyonel uzman kadroları ile firmaların taleplerini karŐılamaktadırlar⁶⁸.

Barter, hem Amerika ve Avrupa'nın gelişmiş ekonomilerinde, hem de insanların günlük yaŐayıŐlarında iŐlemektedir⁷⁰. Barter, ilk zamanlarda tek bilinen alışveriş sistemi iken zamanla bu sistemin alıŐveriŐlerde yetersiz kalması üzerine para, altın, ek, senet gibi finanssal araçlar geliŐtirilmiŐtir. Ancak buna raŐmen insanlar barter yapmaya devam etmişlerdir. İçinde bulunan yüzyılda uygulanan barter sistemi, orijinal barter işlemlerinin modernize edilmiş ve daha etkinleŐtirilmiŐ bir Şeklidir.

Bugünün barter sistemi, mamül ve hizmet deŐerlerinin barter doları ile ölçüldüğü elektronik bir sistemdir. İçinde bulunduğumuz bilgi ağı bu yeni barter sistemi ile oldukça uyumludur. Öyle ki bugün dolar bazında olan bütün barter işlemleri, üyelerin elektronik bazda borçlandırılması, alacaklı duruma getirilmesi veya barter çeki kullanılmasıyla yapılmaktadır. Barter, insanoğunun tarihi kadar eski ve süper biliŐim yolu kadar yenidir. Barter 21. yy için bir iş stratejisi olarak kabul görmektedir. Geçtiğimiz 10 yıla baktığımızda barter sektörünün geliŐiminin çok hızlı olduğu grlmektedir⁷⁶.

ABD Tarım Bakanlığı yardım amaçlı operasyonlarında tamamen barter sistemini uygulamaktadır. ABD Tarım Bakanlığı tarafından, üreticinin elindeki mamül fazlası alınarak, bu mamüle ihtiyaç duyan ülkelere göndermekte ve bunun karşılığında ABD'ye hammadde girişi sağlanmaktadır⁷¹.

Kıtasal olarak barter hacmi 2004 yılı rakamlarına göre aşağıdaki gibidir⁷⁴:

1. Kuzey Amerika ve Latin Amerika ülkelerindeki 500 Barter şirketinin toptan ve perakende olarak 4,4 milyar dolar cirosu vardır.
2. Avrupa'da ise 100 Barter şirketi, buna karşılık, bu şirketlerin 1,8 milyar EURO cirosu vardır.
3. Avustralya ve Asya ülkelerinin 100 Barter şirketi buna karşılık 1.85 milyar AUD (Avustralya Doları) cirosu vardır.

Endonezya Asya ülkelerinde en önemli barter uygulayıcısıdır. Endonezya daha çok az gelişmiş ülkeler ile eski sosyalist ülkeler arasında barter ticareti yapmaktadır. Endonezya barter sistemi ile bir taraftan kendi ürünlerini çeşitlendirmek ve yeni pazarlara girmek amacı güderken diğer taraftan da komşusu olan Malezya, Filipinler, Tayland ve Singapur gibi ülkelerinde ithalatın olumsuz yönde etkilenmemesi için barter sistemine yönelmiştir. Çin ile Güneydoğu Asya ülkeleri ekonomik mübadeleye başladıkları zaman sınırda barter ticareti yapılması en yaygın dış ticaret yöntemi olmuştur ve halen barter ticaretine devam edilmektedir⁴¹.

Dünyada 2004 yılında barter şirketleri arasında yaklaşık 10 milyar dolarlık ticaret hacmi gerçekleşmiştir. IRTA verilerine göre ABD'de tüm genel iş harcamalarının %4'ünün barter ile karşılandığı görülmektedir.

Uluslararası barter Organizasyonları Birliği IRTA'nın iş harcamalarında barter ile yapılan iş hacmi 128 milyar dolara ulaşmıştır. Barter sistemini tüm dünyada 700.000'in üzerinde Şirket kullanmaktadır¹⁰⁹.

2.1.4.2. Uluslararası Barter

Uluslararası Barter'da ise lkelerarası yapılan karşılıklı ticaret (countertrade) işlemleri yer almaktadır. OECD tarafından 1981 yılında yapılan tanıma göre karşılıklı ticaret; Satıcının verdiklerine karşılık alıcı ülkenin ürünlerini kısmen veya tamamen kabul etmesini gerektiren uluslararası bir ticaret iřlemidir⁵⁷. Dünya toplam ticaretinin en az %10 ile %20'si arasındaki kısmı karşılıklı ticaret olarak nitelendirile bilinir ve bu oran sürekli olarak artmaktadır²⁰.

Birçok ticaret uygulamasını içeren karşılıklı ticaret terimi iki ana başlık altında sınıflandırılabilir¹⁷;

1) Barter ve Barter benzeri Şekiller (rneğin; Swicth ve Elearing düzenlemeleri gibi): Tek sözleşmeli, paranın kullanılmadığı ve bir veya birkaç ürüne karşılık benzer değerdeki diğer mamüllerin değerimini içeren uzun dönemli uygulanan ticaret Şekilleri.

2) Para ve kredinin kullanıldığı diğer karşılıklı ticaret Őekilleridir.

Bunlar;

- Karşılıklı Alım (Couterpurchase): İhracatçı ilgili ülke veya firmadan gelen mamül ve hizmetleri satın almayı taahhüt eder. Genelde iki ayrı sözleşme tipi vardır; birincisinde ödeme nakit veya kredili olurken ikincisinde mamllerle olur.

- Dengeleme(Compensation): Uzun vadeli ve para karşılığı mamül almayı içeren ticari antlaşmalardır.

- Geri Alım (Buy-Back): İhracatçının teknoloji transfer edip karşılığında da fabrikanın üretimini anlaşılan bir süre boyunca satın almayı üstlendiği Őekildir.

- Ofset: Satıcının ikinci bir sözleşme ile yerel üreticilerin ithalatlarını arttırmak veya onlara teknoloji transfer etmek gibi sorumluluklar aldığı ticari şeklidir.

2.1.4.3. Türkiye'deki Barter Uygulamaları

1990'lı yılların ortalarında gelişen küresel kriz, Türk ekonomisinin tamamını, özellikle de finans kesimini etkilemiştir. 90'lı yılların sonunda bankacılık kesiminin kullandığı toplam ticari kredi tutarının %2'lik kısmını takipteki krediler oluşturmuştur. Dolayısıyla, geri ödenmeyen krediler açısından dikkat çekici sonuçlar yaşanmıştır. Kredilerin geri ödenmesinde yaşanan sorunlar ile nakit sıkışıklığı bir araya gelince, bankalar da kredileri erken tahsile yönelmiştir. Diğer yandan faizlerin büyük sıçramalar göstererek artması, şirketlere yeni kredilerin verilmesini zorlaştırmıştır. Tüm bu şartlar, ticari kredileri tamamen donma noktasına getirmiştir⁹⁴.

Krizin etkisiyle uluslararası finansörlerin, Türkiye'nin de içinde yer aldığı gelişmekte olan ülkelere yatırımlarını kesmeleri ve kurumsal yatırımcıların da, yatırımlarını nakit paraya çevirerek geri çekmeleri Türkiye'de yaşanan finanssal krizin boyutlarını genişletmiştir. Bunların sonucu olarak da nakit para son derece değerli hale gelmiştir. Yaşanan tüm bu olumsuzlukların, nakit sıkışıklığı yaşayan işletmeleri alternatif finans ve pazarlama araçlarına yöneltmesi de barter sisteminin Türkiye'nin gündemine girmesini sağlamıştır³⁴.

Dünya'da özellikle gelişmiş ülkelerde, çeşitli şekillerde 76 yılı aşkın süredir kullanılan barter sistemi, ülkemizde fiili olarak 1992 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Türkiye'de ilk barter işletmesi; 1992 yılında 12 ülkede temsilciliği bulunan uluslararası barter işletmesi olan "Europa Barter Business"nin (EBB) "Arma Danışmanlık" tarafından temsilciliğinin alınması yolu ile kurulmuştur⁵⁶.

Türkiye’de faaliyet gösteren en büyük ve bağımsız barter işletmesi ise; Türk Barter International’dır. 21. Yüzyılın alternatif finans ve pazarlama modeli barterin, en güçlü kuruluşu olan Türk Barter’a, 1500’e yakın işletme üye olmuştur. Türk Barter kurulduğu günden 7 ay sonra İSO 9001 kalite belgesini sıfır hata ile almaya hak kazanmış ve bu sayede barter sektöründe kalite belgesini alan ilk barter işletmesi unvanına sahip olmuştur. Türk Barter’i bu konuda World Trade Center, Ankara Barter ve Avrasya Barter takip etmişlerdir⁵⁶.

Türk Barter, Avrupa Barter Birliği (IRTA EUROPA)’nin kurucu üyesi ve yönetim kurulu üyesidir. Ayrıca, barter ticaretinin yaygınlaştırılmasına yönelik, özellikle Orta Asya’yı hedef alan Dünya Barter Vakfı’nın başkanlığını da yürütmektedir⁶⁷. Türkiye’de barter işini ciddi, kurumsal ve ISO kalite belgesi olarak Türk Barter A.Ş., World Barter A.Ş., Aktif Barter A.Ş. ve Avrasya Barter A.Ş. yapmaktadır²⁹.

Barter sisteminde sektörel bir kısıtlama diğer ülkelerde olmadığı gibi ülkemizde de söz konusu değildir. Her türlü sektörden mamül ve hizmet alım-satımına konu olabilmektedir. Bu çeşitliliğin sağlanabilmesi daha çok sistemdeki üyelerin faaliyetleri ve alanlarındaki çeşitlilik ile ilgilidir⁶⁷.

Türkiye’ye girişinin diğer finansman kurumlarına göre göreceli olarak yeni olması, gelişim sürecini krizlerle iç içe yaşaması barter sistemini sancılı bir platforma çekmiştir⁹². Ayrıca barter sisteminin gelişim için reklama ihtiyaç duymasına karşın medya araçlarında gereken sıklıkta yer almaması, sektör ile ilgili özel mevzuatımızın bulunmayışı, Kobilere sağladığı katkıların yabancı sermaye ve yabancı ortaklı firmalar açısından rekabet koşullarını zorlaştırması nedeniyle sistem ülkemizde

pek sık gündeme getirilememiştir⁵⁶.

Barter'in KOBİ'lere olan faydalarına baktığımızda⁷;

- Mamül ve hizmet kredi desteği,
- Nakit tasarruf desteği,
- Stokları eritme desteği,
- Kullanım kapasitesini artırma desteği,
- Satışları artırma desteği,
- Reklam ve tanıtım desteği,
- Eğitim desteği,
- e – ticaret desteği,
- Proje hazırlama desteği,
- İletişim desteği sağlamak şeklinde sıralanabilir.

Sisteme üye olan firmaların, barter çeki dağıtarak, çalışanlarına faizsiz kredi ile alışveriş yapma imkanı sağlamasıyla özel şahısların da kullanabildiği barter sistemi, maaş ödemelerinden kesilen barter miktarının söz konusu firmalara nakit tasarrufu sağlaması ve nakit paraların da yeni iş imkânları yaratması nedeniyle son dönemde Türkiye'de pek çok işletme tarafından tercih edilmektedir. Genel anlamda Türkiye ekonomisine önemli ölçüde katkı sağlayabilecek olan barter sistemi, Dünya'daki farklı politik ve finansal sistemlere rağmen, aynı yolu izleyerek özellikle turizm, inşaat ve bilgisayar sektörleriyle her türlü hizmet sektöründe hızlı büyümeler yaşanmasına yol açmıştır³⁹.

2.1.5. Dünya Barter Birliği

Dünya'daki kurumsal barter faaliyetlerini yönlendirmek ve geliştirmek amacı ile kurulan Dünya Barter Birliği (IRTA)'nın aralarında;

Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, İngiltere, Avustralya, Malezya, Çin, Singapur, Belçika, Hollanda, Almanya ve İskoçya gibi otuza yakın üyesi bulunmaktadır. IRTA Dünya genelinde çalışmalarını 26 yıldır ve tüm barter şirketlerinin üst kurulu olarak sürdürmektedir. Barter şirketleri arasında koordinasyonu sağlamakta olan IRTA, barter sistemini, bütün ülkelerde tüm ürün ve hizmetler için geçerli kılmakta, uygulamaların analiz ve kontrolünü sağlamaktadır⁶.

IRTA'nın amaçlarına baktığımızda⁴³;

- Barter sektörünü tek bir çatı altında toplamak,
- Barter'i toplum, medya ve devletler düzeyinde geliştirmek,
- Ülkelerde barter'le ilgili kararlar almak ve kanunlarda yardımcı olmak,
- Endüstri üyeleriyle büyümeyi ve karlılığı sağlamak için yeni uygulamaları, fırsatları paylaşmak,
- Kazanılan profesyonel bilgi, tecrübe ve başarılar baz alınarak eğitim ve öğretim ile profesyonel standartları yükseltmek,
- Değişikliklere gidilerek ve yeni bilgi ve sistemlerini üyelere bildirerek barter endüstrisinde liderlik yapmak,
- Dünyada barter'in yaygınlaşmasını teşvik etmek ve milletler arasında bilgi alışverişinde bulunmaktır.

IRTA sürekli olarak kalite ve yönetim standartlarını temel alarak üyelik şartlarını düzenlemek, toplum ile gereksinim duyulan, sorumlu ve birleşmiş parasız ticaret dünyasını eğitmek için çalışmaktadır⁷⁸.

2.2. Barter Sisteminin Yapısı

Barter sistemi; yapısı, sistemin tarafları, türleri, hukuki düzenlemesi, fonksiyonları, işleyişi ve son olarak da avantajları ve dezavantajları açısından, aşağıdaki alt başlıklar altında ele alınarak,

açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.1. Barter sisteminin Tarafları

Sisteme üye olan işletmeler sistem içinde eş zamanlı olarak hem alıcı hem de satıcı pozisyonunda bulunabilirler. Bu sebeple barter sisteminin tarafları “Barter İşletmesi ve Üye” olmak üzere iki taraf olarak ele alınır.

2.2.1.1. Barter İşletmesi

Barter işletmesi; barter sistemi üyelerinin arz ve talep bilgilerinin kaydedildiği bilgi bankasını yöneten, arz ve taleplerin buluşmasını ve işletmeler arasında bilgi alışverişinin yapılmasını sağlayacak iletişim sistemini kuran, üyelerinin cari hesaplarını tutan, alım yapan, üyelerin borçlarını ödemesini ve satım yapan üyelerin de alacaklarını temin etmelerini garanti eden, tüm sistemin çalışmasını organize eden çok fonksiyonlu pazarlama ve yönetim organizasyonudur⁶⁹.

Barter işletmeleri gelirlerini, genellikle yapılan işlemlerin döviz cinsinden hesaplanan toplam tutarı üzerinden belirli yüzdelerde aldıkları komisyonlardan ve üyelerinden talep ettikleri giriş aidatı ve aylık aidat gibi ödemelerden sağlarlar. Barter firmaları değişik örgütlenme modellerinde kurulmuş olabilirler¹⁴.

Barter işletmelerinin organizasyon yapısına bir örnek olarak aşağıdaki şekil gösterilmiştir²⁶.

GENEL MÜDÜR				
Genel Müdür Yardımcısı	Genel Müdür Yardımcısı		Genel Müdür Yardımcısı	
Strateji	Satış ve Pazarlama		Organizasyon	
Kalite				
Basın				
Halkla İlişkiler				
Araştırma Birimi	Cari işlemler Birimi	Pazarlama Birimi	Muhasebe	Personel
	Risk-Kontrol Birimi	Müşteri Temsilcisi	Barter Şirketi	Eğitim
	Arz Talep Birimi	Bağımsız Müşteri Temsilcisi		Proje Yönetimi
Bilgi İşlem	Emlak Birimi	Şubeler	Üye Firma	İdari Personel
Halkla İlişkiler			Muhasebe İşleri	

Şekil 2.1. Barter İşletmesinin Organizasyon Yapısı

Şekilde görüldüğü gibi barter işletmelerinin içinde çok kapsamlı ve profesyonel bir organizasyon yapısı oluşturulmuştur. Bu organizasyon yapısı; işletmenin faaliyet gösterdiği ülkeye, üye sayısına ve çeşitliliğine, sermaye yapısına ve yönetim politikası gibi çeşitli unsurlara göre değişiklik gösterebilmekle birlikte, barter işletmelerinde ideal yapının bu şekilde olması arzu edilmektedir⁵⁶.

Barter işletmesiyle yapılan sözleşmelerin mahiyeti ile faaliyet gösterilen ülkenin kanunlarına göre; üyelerin ve barter işletmesinin taahhütlerini yerine getirmemesinden ötürü doğacak sorumluluklar beraberinde sözleşmede çeşitli değişiklikler gösterilebilecektir. Bir barter işletmesinin, üyelerine en iyi şekilde hizmet verebilmesi için işletmenin taşıması gereken temel özellikler vardır, bu özellikler sırasıyla²²;

- Yüksek sermaye ve teknoloji,
- Verileri en iyi şekilde analiz edecek bilgi işleme imkânları,
- Gelişmiş bir iletişim ağı,
- Görev tanımlarının açık biçimde yapıldığı iyi örgütlenmiş bir organizasyon yapısı,
- Sistemin işleyişine hakim, ekonomik gelişmeleri yakından takip eden etkili bir yönetim anlayışı,
- Değişik sektörleri barındıran, geniş ürün yelpazesi sunan verimli bir ticaret ağı, şeklinde sıralanabilir.

Ülkemizde barter işletmelerinin kurulması ve faaliyet göstermesi ile ilgili henüz yasal bir mevzuat bulunmamaktadır. Bu yasal boşluktan dolayı barter işletmelerinin faaliyet esasları yürürlükte olan “Türk Ticaret Kanunu” ve “Borçlar Kanunu” hükümlerine göre belirlenmektedir. Adi şirket statüsünde kurulan barter işletmeleri, esas sözleşmesinde yazılı olan ticari işlemleri yaparlar⁹¹.

2.2.1.2. Üye İşletme

Barter sistemine dahil olmayı kabul eden ve bu kabul beyanını yazılı olarak barter firmasına sözleşme ile bildiren ve bu sözleşme uyarınca sistemin getirdiği kurallara uyacağına taahhüt eden ve sisteme dahil olmak için barter işletmesinin belirlediği giriş ücretini, aidatlarını belirlenen zamanlar içinde ödeyen işletmelerdir⁴.

Sisteme ilişkin ilk tanımlar yapıldığında da değinildiği üzere, işletmeler sisteme bazen bir ay veya bir yıl gibi belirli süreler için dahil olabilirken, bazen de sadece bir işlem için üye olabilmektedir. Uygulamada sıklıkla karşılaşılan ve arzu edilen üyelik şekli ise genellikle bir yıllık üyeliktir¹.

Bir işlem için üyeliği seçen işletme, işlemin gerçekleştirilmesi esnasında, aylık ya da yıllık üyeliğe sahip işletme ile eşit konumdadır. İşletme hem satışını yapmakta hem de alacağını bedelini mamül veya hizmet olarak tahsil etmektedir. Bu iki üyelik biçimindeki tek fark ise, bir işlem için üye olan işletmenin yaptığı satış bedelinden daha fazla değerde alım yapamamasıdır. Bir işlem için üye olan işletme alacağını tahsil ettikten sonra, cari hesabı kapatılarak üyeliği sonlandırılır. Barter şirketine bir yıllığına üye olan işletme ise bu süre zarfında istediği miktarlarda mamül ve hizmet alım satımı yapabilmektedir. Çoğunlukla üye olunan yılın sonunda üyelik sözleşmesi yenilenmektedir. Aksi halde hem barter şirketinin hem de üye firmanın üyelik sözleşmesini yenilememe hakkı vardır⁵⁰.

2.2.2. Barter Sisteminin Türleri

Barter uygulamasında en çok kullanılan üç yöntem vardır.¹⁶ Bu yöntemler; 1. Perakende barter, 2. Toptan barter ve 3. Uluslararası barter olmak üzere aşağıda ayrıntılı biçimde açıklanmaya çalışılacaktır.

2.2.2.1. Perakende Barter

Burada bir işletme ağına, bir müşteri temsilcisi tarafından verilen aracılık hizmetiyle üyelerin kendi aralarında mamül veya hizmet değişimi yapması söz konusu olmaktadır. Bu uygulama literatürde “Barter Exchange” olarak da adlandırılmaktadır. Büyük ölçekli üreticiler, hizmet işletmeleri, perakende satış yapanlar, bankalar, hatta serbest meslek grupları bile bu sisteme dahil olabilmektedirler. Uygulamada en çok karşılaşılan ve çalışmalarda temeli teşkil eden barter sistem uygulaması da budur⁵⁰.

2.2.2.2. Toptan Barter

Üretici, ana dağıtım firması ve toptancı firma gibi konumlarda olan işletmelerin, kendi mamül ve hizmetlerini ticari ilişkide buldukları işletmelerle takas etmeleri Toptan barter grubuna girmektedir. Bu grubun bilinen en karakteristik örneği, basın yayın kuruluşlarının reklamını aldıkları firmaların ürünleriyle, sundukları reklam hizmetlerini takas etmeleridir⁵⁶.

2.2.2.3. Uluslararası Barter

Uluslararası barter uygulaması; karşılıklı iki ülkenin mamül takasıdır. Bunlar uluslararası ticaret anlaşmalarıdır ve daha çok barter anlaşmaları türündedir. 1970'li yılların başlarından beri nakit sıkıntısı çeken ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasında yapılmakta ve mamül ile hizmet değişimlerini mümkün hale getirmektedirler. Bu barter anlaşmaları genellikle maden, tarım ürünleri ile bazı sanayi maddelerini kapsamaktadır²³.

Bahsi geçen anlaşmaların dünya ticaret hacmi içindeki yerinin yaklaşık olarak %10 oranında olduğu ve 500 milyar ABD dolarından fazla değerde olduğu tahmin edilmektedir. Halen 100 den fazla ülkenin bu anlaşmalara taraf olduğu bilinmektedir³⁰.

2.2.3. Barter Sisteminin Fonksiyonları

Piyasa şartlarına göre değişebilen esnek bir yapıya sahip olan barter işletmeleri üç temel fonksiyonu bir arada yürüten aracı kurumlardır. Bu temel fonksiyonlar; Pazarlama, Ticaret ve Finansmandır. Genel olarak tüm Barter uygulamaları bu üç konuda üyelerine destek verir. Ayrıca barter kanalıyla faaliyette bulunabilmek için bir takım aşamalardan geçmek gerekir. Bu aşamalar; barter sistemine üye olunması, üye firmadan teminat alınması, arz ve taleplerin sisteme bildirilmesi, üye cari

hesabı açılması, barter çeki düzenlenmesi ve sistemde işlem yapılmasıdır⁵⁰. Bu noktadan hareketle, barter sisteminin sahip olduğu fonksiyonlar aşağıdaki alt başlıklarda ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.2.3.1. Barter Sisteminin Finansman Fonksiyonu

İşletmelerde finansman yükünün hafifletilmesi, işletmenin sattığı mamül ya da hizmetin girdi maliyetinin düşürülmesi anlamına gelmektedir. Bu açıdan barter sistemi girdi maliyetini en aza indiren bir finansman tekniğidir denilebilir. Bunun nedeni; sistemde mamül ve hizmet alımının, para ve para yükü olan faizle değil, mamül ya da hizmete karşılık mamül ya da hizmetle yapılmasıdır. Bu da işletmeler için sıfır faiz ile finansman sağlama imkânı demektir⁸².

Özellikle kriz ekonomilerinde faizlerin ve paranın maliyetinin artması sonucunda nakit para ile yapılacak ticarete, işletmeler faiz ile gelen yüksek ek maliyete katlanmak zorunda kalırlar. Bu durumun aksine barter sistemi işletmelere çok daha ucuz finansman imkânı sağlar. Barter sistemine üye olan işletme, satın aldığı ürünün bedeli kadar barter sistemine dolar ya da Euro cinsinden borçlanır. Sistem, alıcı firmaya, borcunu kendi ürünü ile ödeyebilmesi için 12 ay vade tanır. 12 aylık sürede borçlu firmaya ürettiği mamül ve hizmete olan talepleri iletir, satış gerçekleşirse firma borcunu ürünü ile ödemiş olur. Borçlu firma 12 aylık sürede hiçbir şekilde ürün ile ödeme yapamaz ise, borcunu 12 ayın sonunda nakit olarak öder. Böylelikle 12 ay için sıfır faizli döviz kredisi kullanmış olur⁴⁹.

Barter sistemi aracılığı ile yapılan ticari faaliyetlerin doğrudan sağladığı finansal fayda yanında, sistem içinde de çeşitli finansal işlemleri gerçekleştirmek için bazı enstrümanlardan yararlanılır⁹⁶.

Bu enstrümanlardan ilki, “Barter Leasing Kurumu”dur. Sistemden alacaklı olan, ancak alacağını dönem içinde tahsil edememiş olan üye firmalara yönelik olarak uygulanmaktadır²⁷.

“Barter Factoring Kurumu” üye firmanın sistem dışında olan ve tahsilat riski yüksek alacaklarında kullanılmaktadır.

“Sistem Garanti Fonu” sistemden alacaklı firmaların, alacaklarını tahsil ederken barter şirketinin kar etmesine yönelik ticari uygulamadır.

“Risk Sermayesi Yatırım Fonu” barter işletmesinin elindeki imkânlarla ve elde ettiği gelire yeni yatırım alanlarına gerekenden düşük düzeyde ve hiç nakit sermaye kullanmadan yatırım yapmasına olanak veren bir uygulamadır.

“Barter Kredi Kartı Sistemi” sistem içindeki imkânlardan, üye firmalar kadar gerçek kişilerin de faydalanabilmesini sağlayarak gerek üye firmalara gerek barter şirketine ekonomik avantajlar sunan bir uygulamadır⁴².

Bu tekniklerin birkaçı ya da karması uygulanabilmektedir. Ancak tümü birden uygulanamamaktadır. Çünkü risk sermayesi, sistem garanti fonunun kredi kartı sistemi, leasing kurumunun da sistem garanti fonu, barter factoring kurumunun ikamesidir⁵⁰.

2.2.3.2. Barter Sisteminin Ticaret Fonksiyonu

Ticaret, ihtiyaçların pazarlanması ve temin edilmesi temeline dayanır. Bu açıdan barter sistemi de bir ticaret sistemidir.

Barter şirketleri, üyelerinin taleplerini dikkate aldığından herhangi bir kısıtlama koymadan her konuda faaliyete karşılık verebilmektedir⁵⁰. Ancak sistemin ticaret fonksiyonunu incelemeyen önce. Barter sistemi ile sıklıkla karıştırılan ve farklı iki ticaret biçimi olan “Karşılıklı ticaret” ve “Takas”ı incelemek yerinde olacaktır.

Takas işlemi, “iki kişi arasında yapılan ve aynı değerdeki mamüllerin değiş tokuş edilmesi” olarak tanımlanabilir. Takas işleminin gerçekleşmesi için, her iki tarafın bu ürünlere ihtiyaç duyması ve mamül ve hizmetlerin bir birine eş değerde olması yeterlidir³⁰.

Klasik ve dar anlamdaki takas boyutundan daha geniş bir içeriği olan barter sistemi, şirketlerin ihtiyaçları olan mamüllerin ve hizmetleri, bu konuda bir sınırlama olmaksızın para ödemedi ve hiçbir şekilde nakit akışını bozmadan alabilmelerine, bunun karşılığında da atıl kapasitesinde duran mamül ve hizmetleri yine para almadan satarak ihtiyaçlarını temin etmelerine olanak sağlamaktadır. Şirketlerin toplu iğneden, bilgisayara, tatil ihtiyacından, tebrik kartlarına kadar bütün ihtiyaçları barter sisteminin konusuna girebilmektedir³⁰.

Karşılıklı ticaret ise; mamül ve/veya hizmet satışı karşılığında ödemenin nakit esasından başka şekillerde yapıldığı ticaret usullerine genel olarak verilen addır. Karşılıklı ticaretin yerine geçen başlıca ödeme şekilleri mamül, hizmet, teknoloji transferi ve alacakların devri şeklinde olmaktadır. Karşılıklı ticaret, özellikle 1945’lerden sonra dünya ticaretinde önemli bir yere sahip olmaya başarmış bir ticaret sistemidir. Eski Doğu bloğu ülkelerinin önderliğinde gelişme göstermiş ve zamanla tercih edilen bir finansman tekniği olmuştur⁵⁰.

Barter, karşılıklı ticaretin beş değişik türünden en yalın olanıdır. Barter dışında, karşılıklı ticaretin diğer türleri ise aşağıdaki gibidir⁴:

- Geri Alım (Buyback)
- Dengeleme (Compensation)
- Karşı Alım (Counterpurchase)
- Üçlü Ticaret (Switch)

Barter işletmelerinin en önemli fonksiyonu, sistemde “Arabuluculuk” yapmak ya da diğer bir deyişle arz ile talebi birleştirmektir. Barter sisteminin kalitesi üye firmaların çokluğu ile doğru orantılı olmaktadır. Çünkü üye firma sayısı arttıkça pazara sunulan mamül ya da hizmet yelpazesi genişlemektedir. Geniş ve yaygın bir organizasyon yapısına sahip barter işletmelerinde ticaret uluslararası düzeyde de yapılabilmektedir. Örneğin; sisteme üye bir işletme, ihtiyaç duyduğu bir cihazın örneğin Meksika’daki bir üye tarafından arz edildiğini çok rahatlıkla öğrenebilmekte ve temin edebilmektedir⁴⁹.

2.2.3.3. Barter Sisteminin Pazarlama Fonksiyonu

Barter sistemi, sadece üyelerinin birbirleri arasında alım-satım yapabilecekleri ve sistemin sunduğu tüm avantajlardan yararlanabileceği özel bir kulüp mantığında işlemektedir. Alış-veriş ancak sistem üyeleri arasında gerçekleşmektedir. Barter üyeleri hiç tanımadıkları ve normal şartlarda satış yapma imkanına sahip olmadıkları müşterilerle tanışarak alışveriş yapabilmektedirler⁴⁷.

2.2.3.4. Barter sistemine Üye Olunması

Barter sistemi ile çalışmak için barter şirketine başvuran kişilerin durumu, bu kişinin kredibilitesi ile sistemin arz ve talep dengeleri

yönünden incelenir²⁵. İnceleme üç şekilde sonuçlanabilir; firmanın üyeliği ya kabul edilir veya ileriki bir tarihe ertelenir, ya da firmanın üyelik başvurusu kabul edilmeyebilir. Barter organizatörü tarafından incelenmiş olan firmanın üyeliği kabul edilirse, yıllık üyelik bedeli aracı kurumların belirleyeceği türden (nakit veya vadeli olarak) ödenerek üyelik sözleşmesi düzenlenir. Sözleşmeye ek olarak; vergi levhası fotokopisi, imza sirküleri, şirket ticaret sicil gazetesi, ticaret odası faaliyet belgesi, onaylı bilanço ve gelir tablosu, şirket faaliyetini anlatan tanıtım broşürü, kira kontratı veya tapu fotokopisi, arz ve talep bildirim formu da eklenmektedir. Pazar ve sektör kısıtlaması olmaksızın her ticari işletmenin sisteme üye olma hakkı bulunmaktadır⁸.

2.2.3.5. Üye Firmadan Teminat Alınması

Barter organizatörleri, sistem aracılığıyla mamül ve hizmet satın alan firmaların bu mamül ve hizmetlerin alınışından vazgeçmeleri veya yükümlülüklerini yerine getirmemeleri riskine karşılık üyelerden para, teminat mektubu, hazine bonosu, devlet tahvili ve gayrimenkuller gibi varlıkları teminat olarak almaktadırlar⁵⁹. Teminat vermeyen firmalar sistem içerisinde alış ve satışta bulunamazlar.

2.2.3.6. Arz ve Taleplerin Sisteme Bildirilmesi

Barter sistemine üye olan firmalar, almak veya satmak istedikleri mamül veya hizmetleri barter sistemine bildirirler. Bu bildirimler talep ve arz formlarıyla gerçekleşmektedir. Talep formu, üye firmanın sistemden almak istediği mamül veya hizmetlerin listesini, arz formu ise; üye firmanın sisteme satmak istediği mamül veya hizmetlerin listesini göstermektedir. Bu listelerde mamül veya hizmetlerin, barter sisteminde kullanılan yabancı para cinsinden birim fiyatları, miktarları, teknik özellikleri gibi bilgiler yer alır⁸⁹.

2.2.3.7. Üye Cari Hesabı Açılması

Barter sisteminde faaliyette bulunma yetkisi verilen üyeye bir cari hesap açılır. Bu hesap barter şirketi tarafından açılır. Bu cari hesap aracılığıyla barter şirketi, üye firmanın sistemde gerçekleştirdiği alım satım işlemlerinin tutarlarını, TL, USD veya EURO cinsinden cari hesapta kayıt altına alır. Hesap ekstreleri her ayın sonunda üye firmalara gönderilir. Üye firma gerekli kontrolleri yapar. Aksaklık var ise itiraz edilerek düzeltme işlemi gerçekleştirilir⁶¹.

2.2.3.8. Barter Çeki Düzenlenmesi

Barter sistemine üye olan firmaların alım yapabilmeleri için barter şirketleri tarafından çek verilir. Bu çek, mamül veya hizmet satın alan üye firma tarafından düzenlenir. Çekin düzenlenmesindeki amaç, alıcı ve satıcı arasındaki alışverişi belgelemektir. Bu çekler üzerinde alıcı ve borçlu firmaların bilgileri, işlem miktarı bulunur. Bu çeklerin arkası cirolanamaz. Dolayısıyla kıymetli evrak değildir⁶¹.

Üç nüsha olarak düzenlenir. Bir nüshası alıcıda, bir nüshası satıcıda kalır, bir nüshası da barter şirketine gönderilir. Şirket tarafından borç ve alacaklar cari hesaplara işlenir⁸⁹.

2.2.3.9. Sistemde İşlem Yapılması

Barter sistemine üye olan firma, ihtiyaç duyduğu mamül veya hizmeti satın almak istediğinde sisteme mamül veya hizmet satan bir üyeye görüşür. Alacağı mamül miktarı, kalitesi, teslim şekli ve diğer hususları konusunda anlaşma yapar. Satıcı firma barter şirketini arayarak, alıcının kredisi olup olmadığını öğrenir ve kredisi varsa satış yapacağını beyan eder. Barter şirketi satıcı firmaya hangi limitler dâhilinde mamül satabileceğini bildirir ve bir satış yetki kodu verir. Bu kod alıcı firma tarafından düzenlenen barter çekine yazılır. Satıcı firma almış olduğu iki

nüsha barter çekinin birinci nüshasını barter şirketine gönderir. Bir nüshasını da kendisinde saklar. Barter şirketi, almış olduğu çeki alıcı ve satıcının hesaplarına kaydeder. Böylece alıcı ve satıcı arasındaki mamül alış ve satışı gerçekleşir. Satıcı firma, faturayı alıcı firmaya keser ve mamül tesliminden sonra aralarında herhangi borç alacak ilişkisi kalmaz. Bundan sonraki borç alacak ilişkisi Barter şirketiyle alıcı ve satıcı arasındadır. Barter şirketi ise bu alış ve satış işlemi için hem alıcıdan hem de satıcıdan komisyon alır. Komisyon oranı Barter şirketleri arasında değişmekte olup, genellikle satış bedelinin %1'i ile %5'i arasındadır. Örneğin, Barter aracı kurumlarında en fazla üyeye sahip olan Türk barter şirketinde uygulanan komisyon oranı alış ve satış işlemlerinde %5'tir¹³.

Mamül alan firma, belli bir sürenin sonuna kadar borcunu sisteme mamül satarak ödemek durumundadır. Bu süre barter firmaları arasında farklılaşabilmekte olup, genellikle 270 gün ile 360 gün arasında değişmektedir. Sürenin sonuna kadar sisteme mamül veya hizmet satamayan üye, almış olduğu mamül veya hizmetin bedelini cari kur üzerinden nakit olarak öder. Satıcı firma ise alacağını, sistemden mamül veya hizmet olarak tahsil etmek zorundadır. Sistemde bulunmayan bir mamül söz konusu olursa, sistem dışından temin edilebilmektedir⁵⁶.

Sistemin Çalışması

Sistemin çalışması zincirleme gerçekleşen çeşitli işlemlerden faydalanarak oluşturulan uygulamalı örneklerle daha kolay anlatılabilir⁸⁹. Sistem içinde her sektörden ve farklı büyüklüklerden 500 üye firma olduğu düşünülmüştür. Sistemin çalışması örnek olarak aşağıda gösterilmiştir⁶⁴;

- “A” fuar şirketi, düzenleyeceği fuar için, barter ile “B” matbaa şirketinden katalog, kartvizit, broşür,
- “C” mobilya firmasından fuar stant düzenleri,

- “D” güvenlik şirketinden güvenlik ve hostes, toplantı organizasyonları hizmeti,
- “E” basın yayın ajansı - kuruluşundan gazete veya TV reklamları,
- “F” elektronik sistemler şirketinden ışık aydınlatma ve ses düzenleri ürünlerini satın almıştır.

Yapacağı alımlar için daha önceden bir satışı olmadığından, bir banka tarafından ekspertizi yapılmış bir gayrimenkulünü teminat olarak vermiştir⁶⁴.

“A” fuar şirketi sisteme borçlanmıştır. Diğer firmalarla aralarında Barter çeki ile mahsuplaşmış ve faturalarını almıştır. Diğer firmalar ise sistemden alacaklıdırlar. Fuar şirketi borcunu sisteme 9 ay içinde düzenlediği ve düzenleyeceği fuarlardan barter üyelerine m² olarak yer satarak borcunu ödeyecektir.

“B” matbaa şirketi, vermiş olduğu hizmet için (Kağıt parası işlem dışı olarak anlaşmışlardır) barter sisteminden alacaklıdır. Alacağı barter şirketi kayıtları cari hesabında değeri az değişen ya da değişmeyen bir para birimine bağlı (Dolar veya Euro cinsinden bir para) olarak işlenmiştir. Matbaa bu alacağını, hesabının alacaklı olduğu tarihten itibaren, istediği anda kullanabilmektedir. Matbaa bu alacağı ile plastik ve kauçuk tekerlek sanayi şirketinden matbaa merdanesi, “H” firmasından ikinci el matbaa makinesi ve “I” sigorta şirketinden iş yeri sigortasını almıştır.

“C” mobilya firması; “K” hırdavatçısından civata, somun, vernik, “L” bilgisayar internet şirketinden Web sayfası, “E” basın yayın

ajansından gazete reklamı almıştır. “D” güvenlik şirketi, “M” inşaat firmasından yeni merkezinin inşaatı için müteahhitlik hizmeti almıştır. Kalan borcunu, diğer üyelere iş elbisesi, toplantı organizasyonu ve güvenlik hizmeti vererek ödeyecektir.

“E” reklam ajansı; alacağına karşılık olarak “N” rant a car şirketinden araç kiralaması, “L” bilgisayar bakım onarım şirketinden yıllık bakım, bürosunun temizliği için temizlik şirketinden 6 aylık temizlik hizmeti almıştır. Kalan alacağı ile bürosuna klima, büro tipi buzdolabı ve yeni bir scanner istemektedir.

Sistemde bulunmayan bu ürünler için barter şirketinin elemanı olan sistem danışmanları (brokarlar) piyasada bu ürünleri satan veya satabilecek firmalarla görüşmektedirler.

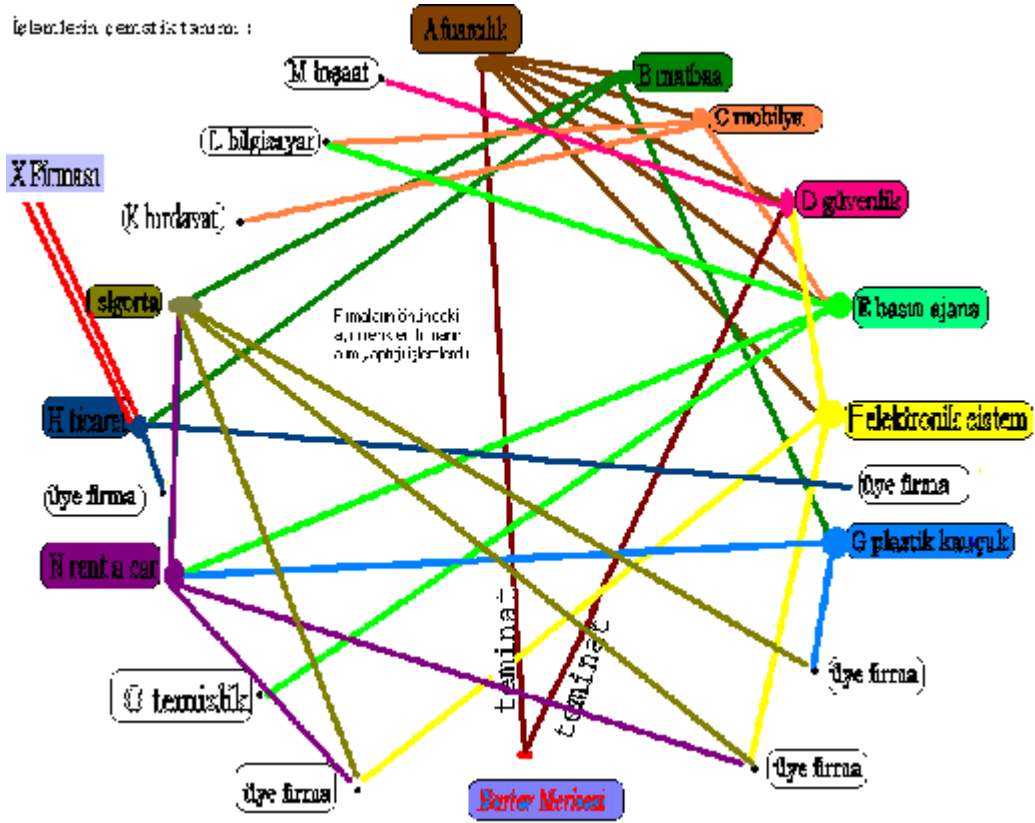
“F” elektronik sistemler şirketi, alacağına karşılık “D” güvenlik şirketiyle 1 yıllık işbirliği anlaşması imzalamıştır. Normal piyasadaki almış olduğu işlerde ya da fiyat tekliflerinde güvenlik, temizlik, catering ve toplantı organizasyonu hizmetlerini devredilmektedir. Ancak alacağının bir kısmı ile bakır kablo, led lamba, spot, alüminyum doğrama, boya aldığı için alacağını geçen kısımlarda barter sistemine kriterlerine uygun olarak borçlanacaktır.

“G” plastik kauçuk sanayi şirketi alacağına karşılık, “N” rant a car şirketinden ikinci el bir araba satın almıştır. Pazarlama elemanları da komşu illere ve İstanbul’a gittikleri zaman barter sistemine üye otellerde konaklamaktadırlar.

“H” firması serbest ticaret yapan bir şirkettir. Çeşitli yerlerden almış olduğu ürünleri, başka yerlerde satmaktadır. “B” matbaa firmasına sattığı ikinci el matbaa makinesi için, sistemdeki tekstil firmalarından ihraç fazlası ürünleri satın almıştır. Bu ürünleri Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkelere ihraç etmektedir. Buradan da ülkeye kereste, rulman, tezgahlar için elmas, kömür ve hurda demir-alüminyum getirmektedir.

“I” sigorta şirketi vermiş olduğu sigorta hizmetine karşılık sistemden çeşitli kırtasiye sarf malzemelerini, personeli için aylık düzenli yemek yiyebilecekleri bir lokanta - catering hizmeti, bilgisayar programı bakım onarımı hizmeti almıştır. Şehir merkezinde kiralık bir büro istemiştir. Barter brokerları bu büro özelliklerine dair bilgileri, üye talepleri listesine yerleştirmiş ve görüşmelere başlamışlardır. Ancak büro talebi hemen karşılanamayacağı için, sigorta şirketine nakit tasarrufuna yönelik projeler ve ürünler de önermektedirler. Büro talebi karşılandıktan sonra, “N” rent a car şirketinin tüm araçlarının kaskosu barter ile yapılacaktır. Bu arada iki araç bakım onarım işletmesiyle, sigorta şirketinin göndereceği hasarlı araçlara barter ile hizmet verilmesi için anlaşma da imzalanmıştır.

Bu çalışma sistemi şekil 2.2’de örnek olarak bir şema halinde gösterilmiştir⁸⁹.



Şekil 2.2. Barter sisteminin Çalışması Örneği

Bu işlemler zinciri bu şekilde devam etmektedir. Olmayan ürünlerin arzı ya da talebi için barter brokerları piyasada firmalarla devamlı görüşmekte ve üye olsun olmasın firmaların verilerini oluşturulmaktadır.

Ancak barter sistemlerinde en çok karşılaşılan sorunlardan biri, firmaların sistemden ilk önce genellikle yurt dışından sağladıkları hammaddeleri talep etmeleridir. Bu sistemi anlamayan ve kullanamayan firmaların çoğu, hammadde ihtiyaçlarını yurtdışından nakit para karşılığında getirmektedirler. Oysa barter sistemi nakit para gerektirmez. Bunun iki sebebi vardır; İlki barter sistemi firmalara ekstra bir para (nakit kredi) sağlamaz. Firmaya daha çok üretme ve üretim ile ihtiyaçlarını sağlama yolu açar. Firmaların pek çok ihtiyacı ise diğer yerli firmaların ürünleridir⁵⁰.

Bu nedenle firmaya nakit tasarrufu sağlayarak destek olur. Firmanın elindeki satışların artması sonucu değil, daha çok tasarruf sağlamasından dolayıdır. İkinci olarak Türk Kambiyo Mevzuatı bu tür elektronik alışları ve satışları henüz, yasal mevzuata oturtmamıştır. Yani yurtdışı ile barter sistemleri üzerinden alım satım yapmak mevzuatta tanımlanmamıştır. Ancak firmalara barter şirketi ve brokerları bu konuda danışmanlık hizmeti vererek bazı taleplerini sağlamaları için dolaylı yöntemleri sunmaktadırlar. Sisteme ürün satan firma, barter merkezini arar ve sisteme borçlanacak firmanın kredi durumu hakkında bilgi alır. Eğer kredi durumu uygun ise, barter sistemi kuralları çerçevesinde o firmanın alım yapması için yetki kodu - provizyon verilir. Barter şirketi bu ticari işlem sırasında, tüm pazarlık aşamalarını ve ürün kararlarını alıcı ve satıcı firmaların tercihlerine bırakır. Herhangi bir şekilde firmalara etki etmez. Ayrıca gelecek bir tarihte olası herhangi bir ticari uyuşmazlık durumu için gerekli tüm ticari sözleşmeleri imzalamakta veya sözlü anlaşmalarda da firmaları serbest bırakmaktadır. Üye firma beğenmediği bir ürünü almak zorunda olmadığı gibi, satıcı firma da borçlu olsa dahi satmaya zorlanamaz. Satış yapmayan borçlu firmalara başka alıcılar yönlendirilir. Belirtilen vadesi sonunda ise nakit olarak borcunu ödemesi istenir⁶⁴.

2.2.4. Barter Sisteminin Hukuki Düzenlemesi

Barter sistemi ülkemiz hukuk sisteminde özel bir statüye oturtulmamıştır. Barter sistemindeki işlemler, Türk Ticaret Kanunu ve Borçlar Kanunu başta olmak üzere İhracat Mevzuatı, İthalat Mevzuatı ile Kambiyo Mevzuat ve hükümlerde “takas ve komisyon hizmeti” olarak düzenlenmiş olan kanunlar, tüzükler, yönetmelikler, tebliğler ve genelgelerde yer alan tanımlar ışığında yerine getirilmektedir⁵².

Barter; “Şartname”, “Umumi Şartlar”, “Mukavele Şartları”, “Gelen Kayıtlar”, “Katılma” ya da “Genel İşlem Şartları” olarak adlandırılmakta ve aslında hukuki içeriği itibari ile de Özel Hukukun Borçlar Hukuku bölümünde yer almaktadır. Genel işlem şartları, müteşebbisin ileride kurmayı düşündüğü ve işletmesinin uğraşı alanına giren sözleşmelerin içeriklerinin, önceden ve tek taraflı olarak tayinini ifade eder⁴.

Barter İşlemleri hukuki açıdan “Yurt içi Barter işlemleri” ve “Yurt dışı Barter işlemleri” olmak üzere iki farklı şekilde ele alınmaktadır. Türkiye’de “Yurt içi Barter işlemleri” özel hukuk kapsamında, “Yurt dışı Barter işlemleri” ise kamu hukuku kapsamında yer almaktadır. Bu bağlamda Barter işlemlerini hukuki açıdan iki alt başlık altında ele alarak incelemek mümkündür⁴.

2.2.4.1. Özel Hukuk Açısından Barter İşlemleri

Barter işletmeleri, yaptıkları işlemlerin hukuki açıdan yasallaşmasını Türk Ticaret Kanunu ve Borçlar Kanununda yer alan, konu ile ilgili hükümlerin karma sözleşmede kullanılması ile gerçekleştirirler. Gerek Türk Ticaret Kanunu’nda gerekse Borçlar Kanunu’nda, Barter işletmesinin çalışma esaslarını belirleyen başlıca hükümler şunlardır⁴;

- Sözleşme

Barter sözleşmeleri; muhteviyatı Barter işletmesi tarafından önceden ve tek taraflı olarak tayin edilmiş, temeli Borçlar Kanunu’na dayanan sözleşmelerdir (EK-4).

- Cari Hesap

Cari Hesap; iş ve hizmet ilişkisinden kaynaklanan borç ve

alacak bakiyesi para hareketlerinin izlendiği özgün bir hesap türüdür. Barter işletmeleri de üyelerine ait alacak ve borç tutarlarını cari hesap sözleşmesine göre tutmakla mükelleftirler⁴.

- Alacağın Temliki

“Borçlar Kanunu’nun 162. Maddesinde “Alacağın Temliki” şu şekilde tanımlanmaktadır”. Kanun veya akit ile veya işin mahiyeti icabı olarak men edilmiş olmadıkça borçlunun rızasını aramaksızın alacaklı, alacağın üçüncü bir şahsa temlik edebilir. Borçlu, alacağın temlik edilmemesi şart edilmiş olduğunu bu şartı ihtiva etmeyen bir ikrarı bir kitabeye istinat ile alacağını temellük eden üçüncü bir şahsa karşı iade edemez¹⁵.

Barter işletmesinin üyeleri arasında gerçekleşen mamül ve hizmet değişimine imkân sağlayan yetki, hukuki açıdan “Alacağın Temliki” hükmü içinde değerlendirilir. Yine aynı hüküm uyarınca, temlikin geçerli olabilmesi Barter sözleşmelerinin yazılı olmasına bağlıdır. Yazılı şekle ihtiyaç duyulduğu için Barter sözleşmeleri yazılı olarak düzenlenir¹⁹.

- Ticaret İşleri Tellallığı

Ticaret işleri tellalı taraflardan hiçbirine ticari mümessil, ticari vekil, satış memuru veya müstahdem yahut acente gibi bir sıfatla daimi bir surette bağlı olmaksızın, ücret karşılığında, ticari işlere müteallik akdi hususunda taraflar arasında yapmayı meslek edinen kişidir⁷³.

Barter İşletmelerinin hukuki açıdan birer “Ticaret Tellalı” olarak kabul edilmesinin nedeni, sisteme mamül ve hizmet arz ve talebinde bulunan işletmelerin karşı karşıya getirilmesinde üstlendiği

aracılık rolü ve aracılık işi için üyelerden aldığı komisyonlardan elde ettiği ticari kazançtır¹⁵.

2.2.4.2. Kamu Hukuku Açısından Barter İşlemleri

Mamül veya hizmet ithalat ve ihracatında Barter sisteminden yararlanılması halinde bu işlemler; ithalat-ihracat işlemlerinde takas uygulamasında tabii olunan yasal düzenlemeye göre mevzuat kapsamında;

- Türk Parası Kıymetini Koruma Kanunu,
- Gümrük Kanunu,
- İthalat Rejim Kararları,
- İhracatın Düzenlenmesi ve Desteklenmesine ilişkin karar ve bunlara bağlı olarak çıkartılan tüzük, yönetmelik, tebliğ ve genelgelere göre değerlendirilmektedir⁷².

Gerek barter işletmelerini gerekse sisteme üye olan işletmeleri bağlayıcı özelliği olan bu tüzük, yönetmelik, tebliğ ve genelgelerin yanı sıra, sistem içinde yapılan yurt dışı işlemlerde temel alınan mevzuat ise; Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığınca 06.06.2006 ve 26190 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan “Takas veya bağlı muamele yoluyla yapılacak ihracata ilişkin tebliğ” dir⁹³.

2.2.4.3. Vergi Mevzuatı Açısından Barter İşlemleri

Vergi Mevzuatı açısından Barter sistemi; Kurumlar Vergisi Kanunu (KVK), Gelir Vergisi Kanunu (GVK), Katma Değer Vergisi Kanunu (KDVK) ve Damga Vergisi Kanunu (DVK) açısından ayrı ayrı incelenebilir. “Kurumlar Vergisi Kanunu” açısından barter işlemleri incelendiğinde; sermaye şirketi statüsünde kurulabilen barter işletmeleri, kurumlar vergisi mükellefi olduklarından ve barter sistemi içerisinde gerçekleştirilen işlemler için herhangi bir istisna söz konusu

olmadığından, elde ettikleri kazanç ticari kazanç olarak vergi kapsamına girmekte ve kurum kazancı olarak vergilendirilmektedir⁴¹. KDVK'nun 13. maddesi gereğince, kurum kazancının tespitinde GVK'nun ticari kazanç hakkındaki hükümlerinin uygulandığı görülmektedir⁴.

Barter işlemleri GVK açısından incelendiğinde; Barter işletmesinin elde ettiği aidat, komisyon vb. hizmetlerin karşılığı GVK'nun 37. ve devamı maddeleri hükmünce ticari kazançtır. Üyeler tarafından ödenen barter komisyon ve aidatların ise ödeyiciler açısından GVK'nun 40. maddesi hükmüne göre, ticari kazancın tespitinde ise gider olarak dikkate alınacağı şeklinde ele alındığı görülmektedir⁴.

Diğer bir vergi türü olan “Katma Değer Vergisi” ve bu vergiye ilişkin “Katma Değer Vergisi Kanunu” açısından Barter işlemleri incelendiğinde; KDVK'nun 1. maddesinde “Türkiye’de yapılan ticari, sanayi, zirai faaliyeti çerçevesinde yapılan teslim ve hizmetler Katma Değer Vergisi ne tabiidir” denilmektedir. Aynı kanunun 2. maddesinde ise “teslim, bir mamül üzerinde tasarruf hakkının malik veya onun adına hareket edenlerce, alıcıya veya adına hareket edenlere devredilmesi” olarak tanımlanmaktadır. Yine aynı maddenin 10. bendinde ise “trampa iki ayrı teslim hükmündedir” denilmesi suretiyle barter işlemlerinde de her iki tarafın, alıcı ve satıcının, yaptıkları işlemlerin KDV’sine konu olduğu belirtilmiştir. Buna bağlı olarak Barter işletmesinin aldığı komisyon da KDV’ne tabi olmaktadır. Yine KDVK'nun 26. maddesinde “bedelin döviz ile hesaplanması halinde döviz vergiyi doğuran olayın meydana geldiği andaki cari kur üzerinden Türk Lirasına çevrilir” denilmektedir. Bu sebeple, “Türkiye’deki barter işletmelerinin, barter işlemlerinde kullanılan dolar veya diğer paraların T.C. Merkez Bankası tarafından belirlenen ve Resmi Gazete’de günlük olarak yayınlanan kurlar üzerinden kayıtlara intikal ettirmesi gerekmektedir”⁴¹ şeklinde

açıklandığı görülmektedir.

Barter sözleşmeleri ise; “Birbirine bağlı bir asıldan doğma birden fazla akdin aynı kağıtta toplandığı sözleşmeler Damga Vergisi Kanunu’nun 612. madde hükmü uyarınca en yüksek vergi alınmasını gerektiren akit ya da işlem üzerinden Damga Vergisine tabi tutulacaktır”⁴. Biçiminde açıklanan DVK’na tabidirler.

2.2.5. Barter sisteminin İşleyişi

İşletmelerin barter sisteminden mamül ve hizmet alım-satım yapabilmelerinin ön koşulu hiç şüphesiz sisteme üye olmalarıdır(EK-5). Pazar ve sektör sınırlaması olmaksızın her türlü ticari işletmenin sisteme üye olma hakkı vardır. Barter işletmesi, öncelikle sistemdeki talepleri dikkate almak koşulu ile sisteme üye olmak isteyen işletmenin teknik ve mali açılarından değerlendirmesini yapar²².

Her yeni üye sisteme yeni bir arz ve yeni birçok talep getirecektir. İstatistik olarak barter sisteminde her bir arza karşılık sekiz talep bulunmaktadır. İşletmelerin kuruluş ve gelişme safhalarında ise, doğal olarak taleplerin arzlara oranı 1/8’den çok daha büyük olmaktadır⁸¹. Barter işletmeleri çoğunlukla üye kaydı sırasında aldıkları aidatlardan kazançlarını sağlarlar. İstenen aidatlar barter işletmelerine göre 500 ile 3000 Dolar arasında değişebilmektedir. Ayrıca her işlem başına alıcı ve satıcıdan %1 ile %5 arasında değişen oranlarda komisyon almaktadırlar. Orta Amerika’da bazı barter işletmeleri belli sektörlerde uzmanlaşarak çalışmakta üyelik aidatı almayarak sadece yapılan her işlemde komisyon almaktadırlar³⁸.

Barter sisteminin işleyişi pratikte belirli bir sırayı takip eder⁴. Barter sistemine dahil olmak isteyen işletme, yıllık üyelik bedelini

nakit olarak ödeyerek, kendisinden istenen belge ve evrakları sistem danışmanına ya da barter işletmesinin genel merkezine teslim eder. Güçlü ve ürünü sistemde sıkça talep edilen işletmeden bu aidat; nakit para yerine ürün olarak da alınabilir. Bu karar barter işletmesinin ve yetkilisinin inisiyatifindedir⁹⁰.

İstenecek belge ve evraklar tamamlandıktan sonra sözleşme imzalandıktan sonra barter işletmesi, başvuran işletmeye kendi belirlediği süre içinde işlem yapma yetkisi verir. Sadece sözleşme imzalamış olmak, barter sisteminde işlem yapmak için yeterli olmamaktadır. İşlem yapma yetkisi alan üyeye barter işletmesi bir cari hesap açar. Bu cari hesap yoluyla üyenin barter sisteminde gerçekleştirdiği alım ve satım işlemleri lira, dolar ya da Euro cinsinden cari hesaba muhasebeleştirilir. Barter işletmesi üyelerine, sisteme ait barter çeki, arz ve talep bildirim formlarından oluşan faaliyetlerde kullanılacak belgeleri teslim eder ve kendisine barter işleminde yardımcı olması için bir müşteri temsilcisi tahsil eder⁵⁶.

Üyeler tarafından arz ve talep formlarına doldurulan mamül ve hizmetlerin, tüm üyeler tarafından görülmesi sağlanır. Bütün üyelerin, İnternet üzerinden yapılacak bu bildirimini görebilmeleri için İnternet bağlantılı bir bilgisayara sahip olmaları yeterlidir. Barter sisteminde üyeler bilgisayar ağıyla birbirlerine, merkeze ve merkezdeki bilgi bankasına bağlıdır. Mamül veya hizmete ilişkin arz ve taleplerini sisteme bildirirler. Barter sisteminde çoklu takas söz konusu olduğu için bir üye başka bir üyeye mamül ya da hizmet arz ederken üçüncü bir üyeden de mamül ya da hizmet talep edebilir⁴¹.

Üye satışa ilişkin bildirdiği mamül ya da hizmetini, istediği zaman artırma, azaltma ya da değiştirme hakkına sahiptir. Ancak, barter

işletmesi ile imzalamış olduğu sözleşme hükümleri bu hak için çeşitli sınırlamalar getirebilir. Barter işletmesi bu değişiklik talebini onayladıktan sonra, söz konusu değişiklik yeni haliyle işlerlik kazanır. Bazı sözleşme şartları uyarınca; değişikliği barter işletmesine bildirmeyenlerin üyeliği feshedilmektedir. Üye, mamül ya da hizmetine ilişkin barter sisteminden talep geldiği zaman, alıcı firma ile birebir görüşerek fiyat, kalite, miktar ve teslimat şartlarında anlaşır. Sattığı mamül ya da hizmet karşılığında barter çekini kabul ederek mamülün TL bedeline denk düşen yabancı para karşılığı kadar barter sisteminden alacaklı olur. Barter sistemine mamül ya da hizmet arz eden üyenin, alacağını barter pazarında yer alan mamül ya da hizmetlerden tahsil etmesinde barter işletmesi garantör olarak rol oynar. Ancak, üyenin bu garantörlükte satış yapması, yaptığı her satışta barter işletmesinin genel merkezinden satış kodu alması şartına bağlıdır. Satış kodu almaksızın üyenin yapmış olduğu satışta barter işletmesi garantörlük yapmamaktadır³⁵.

Barter işletmesi, üyesine mamül ya da hizmet satın alması için bir kredi açar. Üyenin barter sisteminde yaptığı satıştan doğan alacağı; satın alma kredi limiti anlamındadır. Üye, alacak miktarı kadar barter pazarından mamül ya da hizmet satın alabilir. Barter işletmesi üyeye, barter sisteminden satın aldığı ve karşılığında borçlandığı her mamül ya da hizmetin bedelini, satın aldığı tarihten itibaren barter sistemi ile ödemesi için sözleşmede hükme bağlanan süre kadar vade tanır. Bu vade genellikle 9 ile 12 aydır³⁵.

Üye satın aldığı mamül ya da hizmet bedelini 9 ya da 12 aylık vadede barter sistemine satış yaparak ödeyemezse; borcunu, bu ayların sonunda bir seferde nakit olarak ve belirlenen yabancı para cinsinden öder. Üye işletmeler barter sisteminde yaptıkları alım ve satım

işlemlerinde mamül ya da hizmetlerin fiyatının makul olup olmadığını, mamul kalitesini, teslimat süresini, mamule ilişkin miktar bilgilerinin uygunluğunu kendi serbest iradeleri ile değerlendirerek karar verirler. Barter işletmesinin tahsis ettiği müşteri temsilcisi, bu belirlemelere etki yapmaz ve kendi belirlediği şartlara uymaya üyeleri zorlayamaz⁶¹.

Üye firmalar, mamül ya da hizmetin fiyatına, kalitesine ve diğer özelliklerine ilişkin kontrollerden ve verilecek son karardan tamamen kendileri sorumludur. Bunlardan doğan sorumluluk barter işletmesini bağlamamaktadır. Ayrıca; alıcı ve satıcı arasında ortaya çıkabilecek herhangi bir sorunda barter işletmesi ne alıcı ne de satıcı aleyhine ya da lehine taraf olmamaktadır. Barter sisteminde gerçekleşen alım ve satım işlemleri için barter işletmesinin düzenlediği barter çekleri kullanılmaktadır. Alım-satım işlemlerinde alıcı, satıcı üyeye barter çekini düzenleyerek verir. Bu çek üzerinde; döviz cinsinden bedeli, satış tarihi, satış yetki kodu, alıcı ve satıcı firmaların cari hesap kodları ile imza ve kaşeleri yer alır. Satıcı üye ise bu barter çekini, sözleşmede belirlenen süre içinde barter işletmesine ulaştırır. Barter sisteminde gerçekleştirilen alım ya da satım işlemlerinin "TL" değeri sistemde hangi yabancı para kullanılıyorsa onun Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası efektif satış kuru karşılığı ile belirlenir⁶¹.

Barter işletmesi, bu alım ve satımları cari hesaplara, sistem için belirlenmiş yabancı para cinsinden işler ve cari hesabı hareket gören üyesine belirli aralıklarla hesap özeti gönderir. Hesap özeti alan üye eğer bu hesap hareketine itirazı varsa, sözleşmede belirlenmiş süre içinde barter işletmesine yazılı olarak başvurmak sureti ile itiraz edebilir⁶¹.

Üye, bünyesine kattığı yeni ortakları, üçüncü kişiler tarafından kendisine açılan dava ve takip vb. hukuki durumlar ile yönetimi etkileyebilecek her türlü gelişmeleri Barter işletmesine bildirir. Ayrıca, uluslararası barter örgütü IRTA'nın belirlemiş olduğu ahlak kurallarına da sisteme üye olduğu süre boyunca uymakla mükelleftir. Barter işletmesi ile yapılan sözleşmenin sonlandırılarak üyeliğin noktalanması üyenin kendi seçimidir⁶¹.

Barter işletmeleri ile üyelik sözleşmeleri genelde bir yıl için yapılmaktadır ve sözleşmenin yapıldığı yıl sonunda, üye ile barter işletmesinin karşılıklı talepleri durumunda sözleşme yenilenebilmektedir. Ancak üye işletme, “bir işlem için üyelik” ya da “aylık üyelik” seçeneklerini tercih etti ise, ay sonunda veya gerçekleştirilen işlem sonrası cari hesabı kapatılarak üyeliği sonlandırılmaktadır⁵⁶.

2.2.6. Barter Sisteminin Avantajları ve Dezavantajları

2.2.6.1. Barter sisteminin Avantajları

Dünyanın çeşitli ülkelerinde farklı uygulamaları ile karşılaşılan barter sistemi, hemen hemen her koşulda sistem uygulayıcılarına benzer avantajlar sunmaktadır. İşletmelerin finansman ve pazarlama sıkıntıları açısından alternatif ticaret yöntemi olarak önerilen çok taraflı takas işlemi olan barter, Türkiye'nin borçlarına da çözüm olarak gösterilmektedir. Özellikle uluslararası barter uygulamalarının borçların ödenmesini kolaylaştıracağına aynı zamanda sistemin kayıt dışı ekonominin de önüne geçeceğine inanılmaktadır⁸⁴.

Yukarıda kısaca değinilen bu genel avantajdan hareketle, sistemin sahip olduğu tüm avantajları aşağıdaki başlıklar altında ayrıntılı biçimde incelemek mümkündür.

2.2.6.1.1. Likidite Artışı

Barter sisteminden mamül veya hizmet satın alan üye, bu alımlarda nakit ödeme yapmamakta, dolayısı ile ihtiyaçlar karşılanırken, bu durumdan nakit akım dengesi etkilenmemektedir. Özellikle finansman imkanlarının daraldığı ve maliyetlerinin yükseldiği dönemlerde sistem daha çok tercih edilmektedir¹.

2.2.6.1.2. Düşük Maliyet ile Finansman

Barter kredileri, daha önce nakit olarak yapılan harcamalarla ilgili maliyet kalemlerinde kullanılabilen ve sağlanan nakit avantajı firmanın cari harcamalarında kullanılarak finansman maliyetleri düşürülebilmektedir. Böylelikle barter sistemine üye işletmeler, 12 aya kadar %0 faizle, dolar ya da Euro cinsinden kredi kullanmış olurlar. Bu açıdan barter'in alternatifsiz bir finansman modeli olduğu söylenebilir⁵⁶.

2.2.6.1.3. Uzun Vadeli Kredi

Barter işletmeleri, üyelerine bir çeşit uzun vadeli kredi kullandırmış olmaktadır. Bu vade yurt dışı uygulamada 12 ay olup, Türkiye uygulamasında genellikle 9 aylık bir süredir. Barter üyeleri, satın aldıkları mamül ve hizmetlerin bedelini 9 aylık bir süre içinde kendi ürettikleri mamül ve hizmetle ödemektedirler. Bu süre içinde mamül ve hizmet satışı yoluyla ödeme yapılmazsa sürenin sonunda borç nakit olarak kapatılmaktadır⁵⁶.

2.2.6.1.4. Satış ve Satın Alma Giderlerinden Tasarruf

Barter sistemi, üyelerinin satın alma taleplerini kategorize etmekte, müşteri temsilciler tüm tedarik işlerinde üyelere aracılık etmekte, talebe ilişkin pazar analizlerini yapmakta, sistem içinden alternatif öneriler sunmakta böylece üye firmalar satın almak istedikleri

mamül veya hizmeti aramaksızın bulabilmektedirler⁶¹.

Barter sistemine üye olan işletmenin, gerçekleştirdiği her alım karşılığında bir satış yapmasını gerektirmektedir. Sisteme arz edilen tüm ürünler, üyelere bildirilmekte ve en etkili biçimde tanıtımı yapılmaya çalışılmaktadır. Sistem içinde benzer ürünleri sunan üye sayısının sınırlandırılmış olması da satışın gerçekleşmesini kolaylaştırmaktadır. Böylece üye işletmeler çok daha az pazarlama çabası sarf ederek düşük maliyetlere satış işlemini gerçekleştirebilirler⁶¹.

2.2.6.1.5. Rekabet Üstünlüğü

Barter sistemi, üyelerini rekabetin zararlı etkilerinden koruyan bir sistemdir. Barter sisteminde arz-talep dengesi gözetildiğinden aynı ürünü üreten fazla sayıda işletme sistemde yer alamaz. Yani, barter sistemine üye olan bir işletme, kendi sektöründe faaliyet gösteren çok fazla rakiple karşılaşmaz⁷⁵.

İhtiyaçların nakit kullanmadan karşılanması sonucunda işletmelerin nakit yapısını korur. Korunan bu nakit, yeni ürünlerin geliştirilmesine ve yeni yatırımlar yapılmasına imkân verecek, böylece işletmenin rekabet gücü de artacaktır⁷⁹.

2.2.6.1.6. İthalat ve İhracat Kolaylığı

Barter işletmeleri, uluslararası pazarlarda da faaliyet göstermekte, böylece sisteme üye olan şirketler dış ticaret işlemlerinde de ilave imkânlar elde edebilmektedir. Barter işletmelerinin teknoloji yardımıyla hızlı bilgi üretmesi ve bunları hızlı bir şekilde iletebiliyor olması, özellikle yurt dışında ilişkileri olan veya olmasını hedefleyen işletmeler için çok önem taşımaktadır²². Özellikle büyük ölçekli işletmeler bu bilgilerin önemini kavramış ve bu alana yatırım

yapmışlardır. Ancak, küçük ve orta ölçekli işletmelerin buna yatırım yapabilecek güçleri bulunmamaktadır. Bu yapıdaki işletmeler söz konusu zorlukları aşmak amacıyla barter organizasyonlarına dâhil olmaktadır²³.

Barter işletmelerinin uluslar arası pazarlarda barter sistemini birlikte uygulamak için anlaşma imzaladığı diğer barter işletmeleri, dünyanın her yerinde barter ticareti yapan binlerce üyenin arz ve taleplerini sunmaktadır. Barter üyeleri sistem aracılığı ile diğer ülkelerdeki barter sistemi üyelerini tanıma ve dış ticaret riskleriyle karşılaşmadan ihracat ve ithalat yapma imkânına sahip olurlar²².

2.2.6.1.7. Satış Artışı

Sistemin işleyişi gereği sistemden mamül ve hizmet alındığında, buna karşılık gösterilen mamül ve hizmetlerin barter sisteminde satılması kolaylaşmaktadır. Sistemin üye sayısı artırdıkça bu imkân da artacaktır⁷⁹.

2.2.6.1.8. Kar Artışı

Uygulamada belli bir satın alma limiti kullanan üyeler, nakit para kullanmadıklarından faizsiz ticaret yapmaktadırlar. Nakit para kullanılmaması nedeniyle faiz yükünün ortadan kalkması kar oranlarını artırmaktadır. Özellikle doyum noktasında olan sektörlerde daha fazla mamül ya da hizmet üretilip satılması güç olduğundan işletmeler karlılıklarını maliyetlerini düşürmek suretiyle artırma yoluna gitmektedirler. Ancak, satın alımlarda ucuz ürün ve işçiliğin kaliteyi düşürebileceği endişesiyle işletmeler genellikle para ile oynanabilecek yöntemleri tercih etmektedirler. Leasing, Factoring gibi finansman teknikleri bu zorlamanın sonucunda uzun süredir kullanılmaktadır. Barter sistemi para kullanılmaksızın işlediğinden işletmelere

kullandıkları faiz kadar bir maliyet düşüşü temin edebilmektedir⁸⁶.

2.2.6.1.9. Stok ve Atıl Kapasitenin Değerlendirilmesi

Barter sisteminde üye işletme, hangi ürünlerini hangi miktarda sisteme sunacağına kendi karar vermekte, istediğinde arz yapısını değiştirebilmektedir. Bu nedenle, sisteme öncelikle stoklar ve atıl kapasite arz edilebilmektedir. Dolayısı ile, barter etkili stok satış yöntemidir; Barter sistemi, özellikle stoklarla başı dertte olan işletmeleri rahatlatır, stok maliyetlerinden kurtarır. İşletme, bu stokları satması karşılığında nakit ödeyerek aldığı ürün ve hizmetleri barter pazarından para ödemeksizin satın alabilir⁸⁶.

2.2.6.1.10. Alacak Değerinin Korunması

Barter sisteminde yapılan satışlarda, mamül ve hizmet bedeli, birim para (Dolar ya da Euro) üzerinden hesaplara borç ve alacak olarak geçirildiğinden, değer kaybı ortaya çıkmamaktadır⁸⁷.

Barter uygulamasında mamül ve hizmet arz eden işletme, satış anlaşması yapılmasından önce alıcı üyenin barter hesabını fatura bedeli kadar bloke ettirebilmekte ve ödemeyi riskten arındırabilmektedir. Genel uygulama uyarınca her işlem öncesi bir satış izni alınması söz konusu olmakta, sistem daha önce de belirtildiği gibi bir havuz mantığıyla çalıştırılarak alacaklı korunmaktadır. Sistemin tercih edilmesinin bir başka nedeni ise tahsil süresinin kısalmasıdır. Zira satış yapan işletme, alacağının tahsili için satış yaptığı üyenin sisteme satış yapmasını beklememekte, sisteme arz edilmiş bulunan diğer mamül ve hizmetlerden alarak alacağını tahsil edebilmektedir. Barter, tahsilat riski sıfır olan bir sistemdir, yani üyelerin alacak ve borçları barter şirketinin güvencesindedir. Satış yaptıkları üye iflas dahi etse, alacaklarını sistemin diğer üyelerinin ürünlerinden satın alarak tahsil etmektedirler⁵⁶.

2.2.6.2. Barter Sisteminin Dezavantajları

Barter istemi ile ilgili bilgi içeren kaynakların hemen hepsinde, sistemin avantajlarından bahsedilmekte, buna karşın, sistemin kusursuz olmadığı ve kullanıcılarına kimi zaman çeşitli güçlükler yaşatabileceği çoğu zaman göz ardı edilmektedir. Bu bağlamda sistem ile ilgili yaşanabilecek sorunları aşağıdaki biçimde sıralamak mümkündür;

2.2.6.2.1. Üyenin Satışa Karşılık Alım Yapamaması

Barter sisteminde sık rastlanan bir durum olmamasına karşın zaman zaman yaşanabilmektedir. Sistemdeki üyelerden herhangi birinden talep edilen mamül ya da hizmet bulunmazsa, söz konusu talep, barter işletmesi tarafından sistem dışından da temin edilebilmektedir. Ancak, buna rağmen satıcı, barter sisteminin belirlediği vadelerde (9 veya 12 ay) talebini sistemden temin edemezse, ürün bedelini, o günkü cari kur üzerinden, barter işletmesinden tahsil etmektedir. Tahsilat riski olmamasına karşın, bu durum sistemin temel mantığına ters ve işleyişinde aksaklık doğuran bir dezavantajdır⁸⁶.

2.2.6.2.2. Fiyat ve Kalite Değerlendirilmesi Yapılamaması

Sisteme arz edilen mamül veya hizmete karşılık talep edilen mamül veya hizmet sistemde yoksa sistem dışından barter organizatörü vasıtasıyla sağlanması durumunda fiyat ve kalite yönünden sağlıklı değerlendirme yapılabilmesi mümkün olmayabilmektedir. Diğer taraftan spekülasyon fiyatlarının ortaya çıktığı dönem ve sektörlerde, mamül teminindeki gecikme nedeniyle alış fiyatlarında meydana gelen artışlar, işletmeyi zarara uğratabilmektedir⁶⁷.

2.2.6.2.3. Üyenin Alıma Karşılık Satış Yapamaması

İstisnai olarak yaşanması gereken bir durumdur. Çünkü bu

tür olaylar bir Barter işletmesinin işlemlerinde sık yaşıyorsa, söz konusu işletmenin işleyişinde büyük aksamalar vardır ve sistemin kontrol edilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde, böyle bir barter işletmesinin devamlılık arz etmeyeceği açıktır. Alıcı üye, istisnai olarak 9 veya 12 aylık sürede ürününü satamazsa, mamül bedelini o günkü kur üzerinden nakit olarak sisteme ödemek zorundadır²⁵.

2.2.6.2.4. Ürün Bedelinin Üyeden Tahsil Edilememesi

Barter işletmeleri bazı durumlarda, 9 veya 12 aylık üyelik süresi sonunda ürününü satamayan üyeden, ürün karşılığını nakit olarak da alamayabilmektedir. Böyle bir durumda barter işletmesi söz konusu borcu üyelik sözleşmesine dayanarak tahsil etmeye çalışır⁴⁰.

Barter sisteminde alacaklar, sistemin tüm üyelerine aittir. Dolayısıyla barter işletmesi, alacakların tahsilini sistemdeki üyeler adına yapmaktadır. Barter işletmesi öncelikle söz konusu alacağı, borçlu üyenin sisteme üye olmak için vermiş olduğu teminatı paraya çevirerek tahsil etmeye çalışmaktadır. Buna rağmen borcun kısmen veya tamamen tahsil edilememesi halinde, sisteme borçlu olan üye hakkında gerekli takip, dava ve icra yoluna gidilmektedir. Bunların sonucunda da borç tahsil edilemezse, Barter işletmesi söz konusu alacağı, Gelir Vergisi Kanunu'nun 40/3 maddesi gereğince gider olarak göstermektedir²⁵.

Bir diğer alternatif ise; barter işletmesinin "Berter Leasing" hizmeti var ise 12 ay olan vade 48 aya kadar belirli bir faiz oranı getirilerek bir ödeme planı ile uzatılabilmektedir. Bu yeni 48 aylık ödeme süreci içerisinde üye işletme yine sisteme olan borcunu kendi mamül ve hizmetleri ile ödeme imkânına sahip olacaktır²⁵.

2.2.6.2.5. Arz ve Talep Dengesini Bozabilir

Sistemden yapılan mamül ve hizmet talebi, sisteme arz edilen mamül ve hizmetlere göre daha fazla olmaktadır. Bu husus sistemdeki arz ve talep dengesini bozabilmektedir. Nitekim yapılan bir çalışmada barter şirketlerindeki talebin, arzdan sekiz kat daha fazla olduğu görülmüştür⁴⁰.

2.2.6.2.6. Atıl Fon Yaratma Olasılığı

Barter sistemine mamül ve hizmet arz eden işletme, barter sisteminden talep ettiği mamül ve hizmetleri bulamadığı zaman, alacağı barter sisteminde atıl bir fon olarak durmaktadır. Ayrıca alacağına karşın sistemden nakit para alamaması işletmenin likiditesini olumsuz yönde etkileyebilir ve barter sisteminin en önemli avantajlarından biri olan likidite artışı bu sefer ters yönlü işleyerek bir likidite sıkıntısına yol açabilir⁴⁰.

2.2.6.2.7. Nakit Akışında Dengeyi Bozabilir

Barter sistemine mamül satan üye, alacağını ihtiyaç duyduğu mamül ve hizmetleri satın alarak tahsil edemez ise, nakit akışında dengeyi bozabilmektedir. Böylelikle paniğe kapılıp ve ihtiyaç duymadığı halde sistemdeki diğer mamülleri alma arayışına girebilmekte, böylece sisteme olan güveni kaybolabilmektedir²⁵.

2.2.6.2.8. Güçlü Teminat Verme Zorunluluğu

Barter işletmesi, sistemdeki tüm mamül ve hizmetlerin değişimi sonucunda ortaya çıkacak alacaklar için üyelerine %100 ödeme garantisi vermektedir. Bu nedenle barter işletmeleri, sisteme girişte güçlü teminat verebilen üyelerine kredi açarak sistemden mamül ve hizmet almalarına izin vermektedir. Ayrıca sistemin ödeme dengelerinin risksiz çalışmasını isteyen barter işletmesi, güçlü teminat

veremeyen işletmelerden, önce satış yapmalarını istemektedir. Üye işletmeler ise özellikle kriz dönemlerinde önce alım yapmak istemektedirler. Ancak güçlü teminat veremedikleri sürece bu alımları gerçekleştirememektedirler⁴⁰.

2.2.6.2.9. İşletmelerin Birbirlerine Bağlılığını Arttırabilir

Barter sistemi zamanla işletmelerin birbirlerine bağlılığını arttırabilir. Dolayısıyla işletmeler normal koşullarda sadece sistemdeki üyelerle alış–veriş yapmak zorunda kalabilirler⁶⁶

2.2.6.2.10. Yasal Boşluklardan Kaynaklanan Sorunlar

Türkiye’de barter sistemi ile ilgili olarak ayrı bir mevzuat henüz bulunmamaktadır. Ancak sistemin içerdiği unsurlar ayrı ayrı ticaret kanunlarında tanımlandığı için barter sistemi işleyebilmektedir. Yurt içi işlemlerde barter sistemi ile ilgili bir mevzuatın olmaması fazla sorun yaratmamasına karşın, özellikle yurtdışı işlemlerde ilgili mevzuatın yetersiz olması sistemi olumsuz yönde etkilemektedir⁵⁶.

Tüm bu açıklamalar ışığında barter sisteminin ülkemizde uygulanmasını sınırlayan başlıca unsurları aşağıdaki biçimde özetlemek mümkündür³⁰;

- Alıcı talebinin, kaliteli ve ucuz mamülü serbestçe seçmeye yönelememesi, daha önemlisi sunulan mamüllerin stokta kalan düşük kaliteli mamül olması ihtimali,
- Barter sistem işleticisine hem alımda hem de satımda komisyon ödenmesi nedeniyle sisteme mesafeli yaklaşılması,
- Barter işletmelerinin sistemin yürütülmesinde sorumluluğunun fazla olması sebebiyle iyi niyetli olmayan bir barter işletmesi tarafından yürütülen sistemin, üyelere maddi ve manevi açıdan zarar verme ihtimalinin olması,

- Arza karşılık olarak teklif edilen ürüne gerçekte ihtiyaç duyulmaması,
- Yapılan işlem ve olayların organize bir piyasada olmaması,
- Sözleşme süresinde fiyatları sabit tutulan mamüllerin dalgalanmalardan dolayı oluşan fiyat hareketlerinden etkilenmesi,
- Mamül veya hizmet portföyünün sınırlı olması,
- Ülkeler arasında ithalat ve ihracat durumlarının eşitlenememesinden doğan sakıncalar vardır.

Kayseri’de yapılmış olan bir anket sonucuna göre, barter kullanmayan KOBİ’ler, barter’den yararlanmama nedenlerini önem sırasına göre şu şekilde belirtmişlerdir⁷⁷:

- İhtiyaç duyulmaması,
- Yeterince bilgi sahibi olunmaması,
- Piyasada pazar bulan (kolay alınıp satılan) mamüllerin barter sektöründe bulunmaması,
- Türkiye için uygulamasının zor görülmesi (uygulayıcı şirketleri yeterli bulmama),
- Barter kuruluşları ile yeterli diyalogun bulunmaması,
- İş hacimlerinin barter işlemlerine uygun olmamasıdır.

Yukarıda ele alınan tüm dezavantajlar ve olumsuzluklar, özellikle Türkiye şartları düşünüldüğünde, zaman içinde sistemin daha iyi anlaşılabilir hale gelmesi ile aşılabilecek sorunlar olduğu söylenebilir.

2.3. Türkiye' de Barter Sisteminin Uygulandığı Sektörler

Barter sistemi yaklaşık olarak ticari hayattaki tüm mamül ve hizmet alım satım işlemlerine uygulanmaktadır. Türkiye'deki barter uygulamalarına bakıldığında, barter işlemlerine konu olan mamüller, genellikle tarım, gıda, tekstil, inşaat, turizm ve medya sektörlerinde bulunmaktadır²⁹.

Bunun yanında barter organizasyonunda her türlü hizmet ticareti de gerçekleştirilmektedir. Muhasebe hizmetleri, sektörel hizmetler, mimarlık, dış bakımı, sigortacılık gibi pek çok hizmet de el değiştirebilmektedir³⁶.

Barter ticaretine daha uygun sektörler atıl kapasiteye veya stok bulundurmaya elverişli olan sektörlerdir. Ancak bundan, diğer sektörlerin barter ticaretine uygun olmadıkları sonucu çıkarılmamalıdır²⁸.

Barter sistemine konu olan mamüllerin ve hizmetlerin bazıları aşağıda yer almaktadır⁴⁶:

- İnşaat,
- Büro mobilyası,
- Boya ve kimya ürünleri,
- Mimari projelendirme ve iç dekorasyon hizmetleri,
- Uluslararası transport hizmetleri,
- Tekstil, hazır giyim,
- Zeytinyağı, ayçiçeği yağı,
- Ekmek imalatı ve toptan satışı,
- Reklam ve tanıtım hizmetleri,
- Otelcilik, restaurant, bar,
- Radyo, televizyon, dergi ve gazete reklamları,

- Bilgisayar ve yan ürünleri,
- Elektrik malzemeleri,
- Matbaa ürün ve hizmetleri,
- Gıda endüstrisi,
- Halı, mücevherat, deri ürünleri, züccaciye,
- Sigorta hizmetleri,
- Telekomünikasyon ekipmanları,
- Tarım ve hayvancılık ürünleri,
- Taşımacılık ve ulaşım hizmetleri,
- Mutfak eşyaları,
- Otomotiv yan sanayi ürünleri,
- Parfümeri, kozmetik ürünleri,
- Sağlık araç – gereçleri,
- Dayanıklı tüketim mamülleri,
- Eğitim hizmetleri,
- Temizlik malzemeleri,
- Isıtma ve soğutma sistemleri.

Aşağıda barter sisteminin Türkiye'deki inşaat, gıda, tekstil ve hizmet sektörleri ile özellikle turizm ve medya sektörlerindeki kullanımı açıklanmıştır.

2.3.1. İnşaat Sektöründe Barter

Türkiye'de inşaat sektörünün çok ileri düzeyde olması ve Türkiye'nin, uluslararası tecrübeye sahip inşaat firmalarına sahip olmasına rağmen, bazı inşaat malzemelerinin batılı firmalara göre daha pahalı olması, maliyetlerin doğru hesaplanamamasından kaynaklanmaktadır. Bu noktada barter sistemi, hem bilgi desteği hem de maliyet hesapları konusunda firmalara yardımcı olmaktadır⁶⁷. Dünya'da 700 binden fazla şirket tarafından kullanılan barter sisteminin Türkiye'deki temsilcisi Türk

Barter International, “Barter İnşaat” ile barter ortak pazarında bulunan her türlü inşaat alanı, malzemesi arz ve talebini karşılamaya yönelik bir platform oluşturmaktadır. İnşaat sektörü için risksiz bir model sunan “Barter inşaat” sayesinde firmalar, nakit sıkışıklığı nedeniyle aksayan inşaatlarını Barter sisteminden elde ettikleri kredilerle tamamlamaktadırlar. Yarım kalan inşaatlarını tamamlamak için gereken malzemeyi barter sisteminden temin edebilen firmalar, alımları karşılığında doğan borçlarını ürettikleri mamülleri sisteme satarak ödemektedir. Örneğin yarım kalan inşaatını tamamlamak üzere sistemden yapı malzemesi alan Ekşioğlu, Doğa İnşaat, Kalekim ve Dizayn Teknik gibi firmalar borçlarını sisteme yapmış oldukları dairelerden satarak ödemektedirler⁴⁴.

2.3.2. Gıda Sektöründe Barter

Türkiye’de gıda sektörü henüz barter sistemini yeteri kadar kullanmamakta ve yabancı ülkelerden gelen talepler yeterli karşılığı bulamamaktadır. Oysa gıda sektöründe barter sisteminin yaygınlaşmasıyla, sektördeki iletişim eksikliği giderilebilecektir. Çünkü iletişim eksikliği nedeniyle uğranılan zaman kaybı gıdanın bozulmasından dolayı değerini hızla düşürmektedir. Ürünün kalitesi düşmeden fiyatının düşmesi ise ancak paranın maliyetinin düşmesiyle mümkün olmaktadır. Paranın maliyetini düşüren en önemli sistem barter olduğundan, gıda sektöründe barter sisteminin yaygın olarak kullanımının sağlanması gerekmektedir³⁹.

Barter sisteminin gıda sektörüne sağladığı en önemli hizmet, bilgi akışı sağlamak, böylece de doğru zamanda doğru ürünün arz edilmesiyle satışları arttırmaktır. Çünkü üretici, ürününe nereden ihtiyaç duyulduğunu yeterli hızla bulamadığından, söz konusu ürün elinde kalmaktadır. Üretici, barter sistemiyle ürünlerini etkin şekilde pazarlarken, sistemden traktör, nakliye, enerji ve gübre gibi pek çok ihtiyacını da

sağlayabilme imkânına kavuşmaktadır. Barter sistemiyle yaptığı alımlar kadar da, yeni müşterilere ürünlerini satma şansı elde etmektedir⁷¹.

İstanbul'da faaliyet gösteren Morçöl Gıda A.Ş.'nin, Özbekistan'da faaliyet gösteren Medeniyet Firması'na barter yoluyla bakliyat ürünleri satması yurtdışı barter işlemlerine örnek teşkil etmektedir. Medeniyet Firması bu alımın karşılığında sisteme petrokimya ürünleri (polikarbon, poliprolen) satmış, Morçöl firması ise dış ticaret gereği sistemden, promosyon malzemeleri, matbaa, çay poşetleme ve mali müşavirlik hizmeti satın almıştır³⁹.

2.3.3. Tekstil Sektöründe Barter

Türkiye'de tekstil sektöründe barter sistemi, henüz yaygın olarak kullanılmamaktadır. Oysa Avrupa ve Amerika'da, dünya çapındaki birçok tekstil markası kendi isimleriyle barter şirketi kurmuşlardır. Söz konusu tekstil şirketlerinin barter organizasyonları kurmalarının amacı, yeni müşterilere ulaşmaktan çok, ihtiyaç duydukları mamül veya hizmet satın alımlarını barter'la yaparak paranın maliyetinden kurtulmaktır. Türkiye'de pek çok tekstil firmasının kendi markalarını üretmektense, yabancı firmaların üreticisi olma yoluna gitmeleri, sektörde yurt içi pazara yönelik üretim yapan üreticilerin krizlerden olumsuz yönde etkilenmesine ve tahsilâtların gecikmesiyle de zora düşmelerine neden olmaktadır⁶⁴.

Tekstil sektörü, modadaki hızlı değişimler dolayısıyla üretimin yılda dört kez planlanmasını gerektirmektedir. Tekstil firmalarının, değişen trendi yakından takip ederek, iç ve dış piyasada rekabet edebilme ihtimallerinin olması, ayakta kalabilmeleri için bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu nedenle Türkiye'de ağırlığını KOBİ'lerin taşıdığı tekstil sektörü mutlaka kaliteye önem vererek kendi markalarını yaratmak ve sektörle ilgili dünyadaki gelişmeleri yakından izlemek durumundadır⁶⁴.

2.3.4. Hizmet Sektöründe Barter

Hizmet sektörü, bünyesindeki çeşitlilik nedeniyle barter sistemini yaygın olarak kullanmaktadır. Çünkü kullanılan hizmet kapasitesi barter sistemiyle değerlendirilme sansına sahip olmaktadır. Örneğin, bir restoranın, günü boş masalarla kapatması işletme adına zarar olmakta ve o gün için de kayıp anlamına gelmekte, bunun giderilmesi mümkün olmamaktadır. Diğer gün satılan hizmet sadece o güne hitap ettiğinden, bir gün önce kaybedilen hizmeti telafi etmemektedir⁷².

Hizmet sektörünün kolay bozulabilirlik özelliği nedeniyle ortaya çıkan bu kayıp, barter sistemiyle giderilebilmektedir. Sisteme üye olan restoran, diğer üye işletmelerden mamül veya hizmet satın alması durumunda ihtiyaçlarını para ödemeksizin sağlayacağından, kaybını önlemiş olmaktadır. Böylece hem nakit olarak bir gün içerisinde kazanamadığı parayı mamül veya hizmet satın alarak barter sisteminden elde etmiş hem de o günü değerlendirmiş olmaktadır⁷¹.

Sabah Gazetesi'nin 2001 yılında 1,5 milyon dolarlık reklam hizmetini barter yoluyla satması, Fenerbahçe Spor Kulübü'nün, sisteme reklam satarak karşılığında kulüp tesislerinin tadilat işlemleri için gerekli mamül ve hizmeti barter yoluyla sağlaması ayrıca iki ünlü futbolcunun transferinde, transfer ücretinin bir kısmını barter yoluyla ödemesi Türkiye'de hizmet sektöründe barter sisteminin, verilen örnekler doğrultusunda kullanılmaya başlandığını göstermektedir⁸⁴.

2.3.5. Turizm Sektöründe Barter

Turizm sektöründe, barter sisteminin sağlamış olduğu faydalar sıkça gündeme gelmekte ve özellikle son dönemlerde yaşanan ekonomik durgunluk nedeniyle barter sistemine ilgi artmaktadır. Yurt içinde

ve yurt dışında çalışan pek çok firma, Türkiye'deki turizm işletmeleriyle barter sistemi içerisinde çalışmaktadır³⁹.

Turizm sektörü maliyet unsurunun oldukça önemli olması ve sektörün diğer sektörlerle de iç içe bulunması nedeniyle en kolay barter uygulanan sektörlerden biri olarak sayılabilir. Çünkü barter uygulaması, apart otellerden devre tatil yatırımlarına, yat ve tekne üretiminden seyahat acentelerine, yiyecek ve içecek işletmelerinden, uçak ve otomobil kiralama şirketlerine kadar uzanan geniş bir yelpazeye hitap etmektedir. Diğer yandan turizm işletmelerinin mobilya, dekorasyon hizmetleri, havalandırma ve ısıtma teçhizatları, temizlik, onarım gibi pek çok hizmete ihtiyaç duyması nedeniyle söz konusu ürünlerle ilgili üyelere de sistemde satış olanağı sağlanmakta ve mamül veya hizmet akımı artmaktadır³⁶.

Türk turizm sektörünün yaşadığı sıkıntılar uzun zamandan beri süre gelmektedir. Zaman zaman ortaya atılan kısa vadeli çözüm önerilerine rağmen, kontrol edilemeyen çeşitli faktörler neticesinde sektör sürekli olarak sancı çekmeğe başlamıştır. Barter, bütün bu karamsar tabloların içinde turizme yeni bir soluk getirmektedir. Tüm işletmelere sunduğu en büyük avantajı, nakit para kullanmadan ticaret yapabilme fırsatı olmakla beraber, aynı zamanda, satışları artırarak yeni pazarlar ve müşteriler bulması, atıl kapasiteyi değerlendirmesi, ücretsiz kolay reklam sağlayarak ve hepsinin ötesinde tahsilat riski olmayan, en güvenilir satış sistemi olmasıdır. Örneğin bir otel, düşük sezonlarda satamadığı otel odalarını veya toplantı salonlarını barter ortak havuzuna satarak, tadilat ihtiyacından reklamına, personel taşımacılığında yemeğine, sigortasından mefruşatına kadar birçok giderini havuzdan elde ederek nakit tasarrufu sağlayabilmektedir⁶².

2.3.6. Medya Sektöründe Barter

Takas uygulamasının en çok görüldüğü sektörlerden bir tanesi medya sektörüdür. Medya kuruluşları reklam saniyesi, santim, sütun, billboard vb. yeni müşterilere ulaşmak için barter sistemini kullanarak, büro makineleri, personel giderleri, promosyon vb. giderlerini barter ile karşılayabilmektedir. Buna göre, 2002 yılında 12 milyon dolar, 2003 yılında 10 milyon dolar barter geliri sağlayan TRT 2004 yılında 8 aylık dönemde barter uygulamasından yaklaşık 38 milyon dolar kazançlı çıkmıştır. Stüdyo inşaatı yapımı, binaların doğalgaza dönüşümü, vericilerin bakım ve tadilatı, her türlü yolcu ve kargo taşımacılığı gibi yüksek maliyetli birçok hizmeti barter karşılığı ile sağlarken reklam süresi doluluk oranı ve sponsorluk gelirlerinde de artış sağlamıştır⁷⁵.

2.4. Sporda Barter Sistemi

Spor kulüpleri gerek Dünya'da gerekse Türkiye'de son yıllarda finansal açıdan yaşadıkları ekonomik krizden kurtulmak amacıyla, farklı çıkış yolları aramaktadırlar. Lisanslı ürün satışları, bilet gelirleri, naklen yayın gelirleri ve reklam gelirleri bu finansal kaynaklardan ilk akla gelenleridir. Bu kaynaklara alternatif bir finans modeli olan barter sistemini de ekleyebiliriz.

Ülkemiz de barter alanında faaliyet gösteren Türk Barter International şirketi, bünyesinde kurulan barter spor yapılanmasıyla, özellikle spor kulüplerine yönelik barter çözümleri geliştirmiştir. Türk barter tarafından geliştirilen ve Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş ve Ankaragücü'nün aralarında bulunduğu spor kulüplerine yönelik barter projesi spor camiasına risksiz finansman modeli sunmaktadır. Proje de kulüplerin futbolculara olan borçlarının tümünün barter havuzundan ödenebilmesini, kulüp arayan futbolcuların barter karşılığı istediği takıma gitmelerini ve takımların kamp, konaklama, yemek ve büro malzemeleri

gibi her türlü ihtiyaçlarını barter sistemiyle karşılamalarına imkan sağlamaktadır⁵⁰.

Türk barter tarafından hazırlanan bu projede sisteme üye olan spor kulüpleri, sistemi bir finansman modeli olarak kullanarak sistemin sağladığı oranda nakit tasarrufu gerçekleştirebilmektedir. Spor kulüpleri ihtiyaçlarının genel giderlerini oluşturan kalemlerini, barter havuzundan karşılayabilmektedirler⁶⁹.

Ayrıca barter pazarına üye olan futbol takımları sisteme futbolcu arzlarını da yapabilmektedirler. Böylece ortaya birebir takas usulüyle transfer edilebilen futbolcuların daha geniş bir yelpazeden yararlanabilecekleri bir pazar çıkmaktadır⁷⁹. Spor kulüpleri barter sisteminden öncelikli olarak futbolcu transferinde, inşaat (spor tesisi), daire, arsa gibi gayrimenkul ihtiyaçlarının karşılanmasında, Turizm otelcilik (konaklama), Nakliye (ulaşım, uçak bileti), Tekstil (eşofman, forma, ayakkabı v.b.) sektörlerine ilişkin taleplerini gerçekleştirmektedirler⁸². Böylelikle spor kulüpleri, barter sistemini kullanmalarından dolayı nakit tasarrufu sağlayarak gelirlerini arttırmış olacaklardır⁸³. Bir ticari kuruluş olarak sayılabilen spor kulüpleri genel ve özel taleplerini, barter sistemi ile en hızlı ve risksiz olarak satın alabilirler⁶⁹.

2.4.1. Spor Kulüplerinin Barter Sistemine Üyelikleri

Spor kulüplerinin sisteme üyeliği ile ticari faaliyet gösteren diğer şirketlerin üyeliği arasında bir fark yoktur⁸³. Örnek olarak sisteme üye olmak isteyen kulüp incelenerek, uygun bulunduğu takdirde yıllık 1.000 dolar, 500 doları nakit, kalan 500 doları ise barter şeklinde ya da aylık 90 dolar karşılığında üyelik gerçekleştirilmektedir. Üyelik aidatı bedeli barter şirketlerine göre farklılıklar göstermektedir. Üyelik sonucunda Türk barter, üye olan futbol kulübünü inceleyerek özel bir proje hazırlar ve üyenin

sistemden maksimum faydayı nasıl sağlayabileceğini spor kulübüne bildirir¹³.

Süper lig futbol kulüplerinin barter sözleşmesi ile şirkete müracaat etmeleri halinde diğer üye şirketler ile çalışmalarını engelleyen herhangi bir husus yoktur. Kulüpler, Futbol Federasyon'un yayımladığı "Profesyonel Futbol Talimatı" hükümlerine aynen uyma durumuna devam ederler. Barter üyesi olmaları kulüpleri talimat hükümlerinden muaf etmez⁶⁹. Türk Barter'a üye olan spor kulüpleri, sistemi bir finansman modeli olarak kullanıp sistemi kullandıkları oranda da nakit tasarrufu sağlayabilirler¹².

Üyeliğe müracaatı onaylanan futbol kulübünün transfer dönemlerindeki arz ve talepleri doğal olarak futbolcu yönünde olacaktır. Bu transferlerde kulüplerin ödemesi gereken iki ayrı ücret bulunmaktadır. Birincisi; futbolcunun bonservis bedelidir. İkincisi ise; sporcuya ödenen transfer bedelidir. Sadece kulüplerin üye olduğu durumda bonservis bedeli barter ile ödenebilir. Bunun karşılığında kulüp sistemden futbolcu alabildiği gibi diğer taleplerini de karşılayabilir. Sporcuya ödenen transfer ücretlerinin de barter ile yapılması, futbolcuların da barter ortak pazarı'na üye olmasıyla mümkün olabilecektir⁶⁹.

2.4.2. Türk Barter'in Spor Kulüpleri İçin Yaptığı Barter

Projesi

Türk Barter International bünyesinde bulunan barter spor yapısında geliştirmiş olduğu proje ile kulüplere alternatif bir finans modeli olarak barter sistemini sunmaktadır.

Türk Barter Yönetim Kurulu Başkanı Sırrı ŞİMŞEK yapmış olduğu proje tanıtımı sırasında, spor kulüplerinin borçlarını barter yolu ile

ödeyebileceğini belirterek sporcu transferlerinin de barter yoluyla gerçekleştirebileceğini dile getirmiştir. Haluk Ulusoy'un, Futbol Federasyonu başkanlığı yaptığı dönemde projenin birinci lig kulüplerine tanıtımı için son noktaya geldiklerini, Federasyon Başkanlığı seçimleri ardından yeni yönetimle masaya oturmaya hazırlandıklarını ve daha sonra projeyi futbol kulüplerine anlatacaklarına belirterek bu sisteme gerek kulüpler gerekse Futbol Federasyonun sıcak baktığını açıklamıştır. Gaziantep spor ve Gençlerbirliği kulüp yetkilileri konuyla ilgili yaptıkları açıklamalarda sistemi incelemeye aldıklarını belirterek, barter sisteminin özellikle kulüplere kaynak yaratması ve kulüplerin kasalarından para çıkmaması açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Türk Barter Yönetim Kurulu Başkanı Sırrı Şimşek de Barter sisteminin spor kulüpleri için önemli bir kaynak yaratacağı görüşündedir⁶⁵.

2.4.3. Türk Sporunda Barter Uygulamaları

Türkiye'deki spor kulüplerinin barter ile ilgili yapmış oldukları uygulamalara baktığımızda;

İTÜ Basketbol takımının forma sponsorluğunu üstlenen Aras kargo bu sponsorluk bedelini Türk barter çekleriyle ödediğini görmekteyiz. İTÜ ise, Harun Erdanay'ın transferini aldığı bu çeklerle gerçekleştirmiştir. Transfer karşılığında nakit para yerine barter çeki alan Harun Erdanay; emlaktan otomobile, perakende hizmetlerden mobilyaya kadar tüm ihtiyaçlarını barter çeki ile karşılamıştır. Ayrıca Galatasaray Basketbol takımına forma sponsor'u olan Türk barter şirketi sponsorluk bedelini barter çekiyle ödemiştir. Galatasaray Basketbol takımı da barter çeki ile barter ortak pazarından ihtiyacı olan mamül ve hizmetleri satın almıştır⁶⁵.

İTÜ Basketbol takımı Aras Kargo'dan almış olduğu barter çekleri ile, Yıldız Milli Takım Antrenörü Orhun Ene'nin transferini gerçekleştirmiştir¹⁰.

Spor kulüplerinin naklen yayın gelirleriyle ilgili Danıştay'da görülen bir davada; haber amaçlı görüntülerin paket halinde satılması durumunda, bazı yayın kuruluşlarının talep edilen fiyat nedeniyle söz konusu görüntüleri satın alamadıkları anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra, görüntüleri satın alan kuruluşların çoğunun da bu görüntüleri barter karşılığında temin ettikleri bilinmektedir. TFF 02.02.2001 tarih ve 01/69 sayılı yazısı ile mahkemeye bazı kulüplerin mağdur olmaması için paket halinde satışı tavsiye etmiştir¹⁰⁶. Bu olay spor kulüplerin yayın haklarının bir kısmını barter sistemiyle karşıladıklarını göstermektedir.

Dünyada 700.000'den fazla şirketin kullandığı barter sistemini ülkemizde de çeşitli barter şirketleri kullanmaktadır. Bunlardan biri olan Avrasya Barter A.Ş. yönetim kurulu başkanı Murat Doğanay'la, CNN Türk'te 05 Nisan 2006 tarihinde Deniz Bayramoğlu'nun hazırlayıp sunduğu piyasalar adlı programda yapılan söyleşide; işletmelerin barter'i bir "B" planı olarak her zaman kriz esnasında kullanabileceklerini ve bu sistem üzerinden iyi bir verim alabileceklerini söylemiş, barter sistemi içerisinde neler takas edile biliyor sorusuna ise, bazı futbolcuların bonservis bedellerini barter'la alıp sattıklarını, örnek olarak ta Oktay ve Alpay adlı profesyonel futbolcuların Siirt Jetpa spor kulübünden Fenerbahçe spor kulübüne transferlerinin barter sistemi içerisinde gerçekleştiğini söylemiştir⁹.

Fenerbahçe Spor Kulübü Şile deki bir araziyi sadece reklam satışı karşılığında alarak Türkiye'de barter uygulayan ilk kulüp olma özelliği kazanmıştır¹¹⁰. Beşiktaş spor kulübü 1995-1996 sezonunda, Lig

TV dışında kalan özel maçlarını barter havuzuna koyarak sistemden alacaklı hale gelmiştir⁵⁴.

Yüzüncü yılını kutlamakta olan Beşiktaş Spor Kulübü barter sistemine öncelikli olarak futbolcu, maç bileti, forma reklamı, kombine bilet, saha içi reklam gibi arzlar gerçekleştirmiştir. Bunun karşılığında ise projelendirilmiş genel ve özel taleplerini yine barter sistemiyle en hızlı ve risksiz olarak satın alabilmiştir. Barter ortak pazarı dahilinde Beşiktaş Spor Kulübünün hazırlık maçlarının televizyon yayın haklarını TGRT ye bu sistemle satması sporda barter sistemine örnek olarak gösterilmektedir⁹⁵.

Denizli spor kulübü, futbolcusu Mustafa Ceviz'i, klima karşılığı Manisa Vestel spor'a satmıştır. Kulüp yöneticileri klima karşılığındaki transferi gerçekleştirme sebeplerini ülkemizin içinde bulunduğu ağır ekonomik krize bağlamışlardır. Yaşanan ekonomik kriz yüzünden kulüplerin de çok zor durumda olduklarını belirtmişler ve bu durumun ister istemez böylesi takasları gerçekleştirmeye zorunlu bırakıldıklarını belirtmişlerdir. Denizli spor, futbolcu bonservisi karşılığı almış olduğu klimaları tesislerde ve lojmanlarda kullanmıştır⁸³.

Otomobil Sporları Federasyonu 2007 yılı faaliyet raporunda, resmi yayın organlarında (web sitesi ve çıkarılan dergiler) reklam faaliyetleri karşılığında Federasyonun gider kalemleri arasında yer alan hizmetler için barter sponsorlukları aldığını belirtmiştir⁹⁷.

Spor kulüplerinin yapmış oldukları bu uygulamalar bize, spor alanında da barter sisteminin uygulanabilirliğini göstermektedir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma tarama modelinde şekillendirilmiş, konuyla ilgili literatür bilgileri derlenerek sistematik bir şekilde verilmiş ve araştırmacı tarafından geliştirilen anket aracılığı ile bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırmada; cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, kulüpteki görevi, barter sistemiyle ilgili bilgiler, kulüplerin barter sistemine arz edebileceği mamül ve hizmetler ile kulüplerin barter sisteminden talep edebileceği mamül ve hizmetlerin tespiti incelenmiştir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni; Türkiye’de üst liglerde mücadele eden ve Türk sporuna; Futbol, Voleybol, Basketbol branşlarında hizmet eden spor kulübü yöneticilerinden oluşmaktadır.

Araştırmanın örnekleme ise; bu spor kulüplerinin başkanları, yönetim kurulu üyeleri, genel sekreterleri ile idari menajer olarak görev yapan ve tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen 179 yöneticiden oluşmaktadır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada, ilgili literatürden faydalanarak araştırmacı tarafından geliştirilen ve katılımcılara uygulanmadan önce, aralarında barter şirket yöneticilerinin de olduğu, spor yönetimi alanında uzman dört kişi tarafından da ayrı ayrı değerlendirilerek son şekli verilen anket (survey) yöntemi kullanılmıştır.

Anket iki bolümden oluşmuştur. Anketin birinci bölümünde, katılımcıların demografik özellikleri ile kulüplerin özelliklerini tanımlamaya yönelik sorular, ikinci bölümde ise, spor kulüp yöneticilerinin barter sistemi hakkındaki bilgi düzeylerini ölçecek ve spor kulüplerinde barter sisteminin kullanılabilirliğine ilişkin sorular yer almıştır.

3.4. Verilerin Çözümlemesi

Araştırmaya katılan spor kulübü yöneticilerinin, demografik bilgileri, barter sistemi hakkındaki bilgi düzeyleri ve spor kulüplerinde barter sisteminin kullanılabilirliği üzerine vermiş oldukları cevaplar, SPSS 15,0 paket programıyla çözümlenip, değerlendirilmek üzere kodlanarak, bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Veriler değerlendirilirken frekans (f) ve yüzde (%) değerleri kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölümde araştırmanın konusu, amacı ve yöntemi doğrultusunda elde edilen bulgular, tablolar halinde sunulmuştur.

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyet değişkenine göre dağılımları Tablo 4.1'de verilmiştir.

Tablo 4.1. Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımları

Cinsiyet	f	%
Kadın	25	14
Erkek	154	86
Toplam	179	100

Tablo 4.1'e bakıldığında, spor kulüp yöneticilerini ağırlıklı erkeklerden %86 (f=154) oranında oluştuğu ve spor kulüplerinin yönetim kadrolarında kadınların daha az yer aldıkları %14 (f=25) oranında görülmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların yaş değişkenine ait dağılımları Tablo 4.2'de verilmiştir.

Tablo 4.2. Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Dağılımları

Yaş	f	%
30 yaş ve altı	53	29,6
31-40 yaş	36	22,9
41-50 yaş	50	25,2
51 yaş ve üzeri	40	22,3
Toplam	179	100

Tablo değerlendirildiğinde, yöneticilerin %29,6'sının (f=53) 30 yaş ve altı grubu içerisinde olduğu, %22,9 'unun (f=36) 31–40 yaş arasında, %25,2 'inin (f=50) 41-50 yaş arasında, %22,3 'ünün ise (f=40) 51 yaş ve üzeri olduğu saptanmıştır.

Araştırmaya katılan katılımcıların eğitim düzeylerine göre dağılımları Tablo 4.3'de verilmiştir.

Tablo 4.3. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri Değişkenine Göre Dağılımları

Eğitim Durumları	f	%
İlköğretim	1	0,6
Lise	58	32,4
Lisans	98	54,7
Yüksek Lisans ve Doktora	22	12,3
Toplam	179	100

Tablo 4.3'e bakıldığında, spor kulüp yöneticilerinin %0,6'sının (f=1) ilköğretim, %32,4'ünün (f=58) lise, %54,7'sinin (f=98) lisans ve %12,3'ünün (f=22) yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitimi aldıklarını görülmektedir.

Katılımcıların spor kulüplerindeki görevlerine göre dağılımları Tablo 4.4'te verilmiştir.

Tablo 4.4. Katılımcıların Spor Kulüplerindeki Görevlerine Göre Dağılımları

Kulüpteki Görevleri	f	%
Başkan	27	15,1
Yönetim Kurulu Üyesi	114	63,7
Genel sekreter	26	14,5
Menajer	12	6,7
Toplam	179	100

Katılımcıların kulüpteki görev dağılımları incelendiğinde, çoğunluğun %63,7 (f=114) ile yönetim kurulu üyesi oldukları %15,1 (f=27) oranında kulüp başkanı oldukları, %14,5 (f=26) ile genel sekreter oldukları ve %6,7 (f=12) kişinin ise menajer oldukları gözlemlenmiştir.

Katılımcıların barter sistemi hakkındaki bilgi düzeylerine ilişkin dağılımları Tablo 4.5'da verilmiştir.

Tablo 4.5. Katılımcıların Barter Sistemi Hakkındaki Bilgi Düzeylerine İlişkin Dağılımları

Barter Sistemi Hakkındaki Bilgi Durumları	f	%
Bilgim var	54	30,2
Duydum	55	30,7
Bilgim yok	70	39.1
Toplam	179	100

Tablo 4.5 incelendiğinde katılımcıların %30,2'sinin (f=54) barter sistemi hakkında bilgisinin olduğu, %30,7'sinin (f=55) sadece duyduğu, %39.1'inin (f=70) bilgisi olmadığı anlaşılmaktadır.

Katılımcıların barter sistemini kaç yıldır bildiklerine ait dağılımlar Tablo 4. 6'de verilmiştir.

Tablo 4.6. Katılımcıların Barter Sisteminden Haberdar Olma Sürelerine İlişkin Dağılımları

Barter Sistemini Kaç Yıldır Biliyorsunuz	f	%
1 - 5 yıl	60	33,5
6 - 10 yıl	33	18,4
11 - 15 yıl	16	8,9
Bilgim yok	70	39,1
Toplam	179	100

Katılımcıların kaç yıldır barter sistemini bildikleri değerlendirildiğinde, araştırmaya katılan yöneticilerin %33,5'i (f=60) barter

sistemini; 1 ila 5 yıldır bildiklerini, bunu %18,4 (f=33) oranında 6-10 yıl, %8,9 (f=16) oranında ise 11-15 yıldır bildiklerini, buna karşın %39,1 (f=70) oranında oranında barter sistemi hakkında bilgilerinin olmadığını belirttikleri görülmüştür.

Katılımcıların barter sistemi hakkındaki bilgi kaynaklarına ilişkin dağılımlar Tablo 4.7'de verilmiştir.

Tablo 4.7. Katılımcıların Barter Sistemi Hakkındaki Bilgi Kaynaklarına İlişkin Dağılımları

Barter Sistemi Bilgi Kaynakları	f	%
Gazete ve TV Reklamları	30	16,8
Barter Müşteri temsilcisi (Broker)	28	15,6
Barter Üyesi vasıtası ile	26	14,5
Barter kulüp tanıtımı günleri	7	3,9
Web sayfasından	18	10,1
Bilgim yok	70	39,1
Toplam	179	100

Katılımcıların barter sisteminin bilgi kaynakları hakkındaki görüşleri incelendiğinde, büyük çoğunluğunun gazete ve tv. reklamlarından %16,8 (f=30) konuyu duyduklarını, bunu barter müşteri temsilcisinden %15,6 (f=28), kulüp üyelerinin vermiş oldukları bilgilerden %14,5 (f=26), barter şirketlerinin barter kulüp tanıtımı günlerinden %3,9 (f=7) ve internet aracılığıyla %10,1 (f=18) sistem hakkında bilgileri

olduğunu, buna karşın sistemden bilgim yok diyenlerin ise %39,1 (f=70) oranında olduğu araştırma sonucunda saptanmıştır.

Katılımcıların kulübün barter sistemini kullanıp kullanmadıklarına ilişkin dağılımlar Tablo 4.8’de verilmiştir.

Tablo 4.8. Katılımcıların Barter Sistemini Kullanma Sıklığına İlişkin Dağılımları

Barter Sistemini Kullanma Sıklığı	f	%
Devamlı	23	12,8
Bir kaç kez	26	14,5
Kullanılmadı	130	72,6
Toplam	179	100

Tablo 4.8’e göre kulüblerin barter sistemini kullanma sıklıklarına bakıldığında, %72,6 (f=130) oranında sistemi hiç kullanmadıklarını, %14,5 (f=26) oranında ise sistemin bir kaç kez kullanıldığını, %12,8 (f=23) oranında sistemi kulüplerinde kullandıkları anlaşılmaktadır.

Katılımcıların barter sisteminin kulübe sağladığı avantajlarla ilgili dağılımlar Tablo 4.9’da verilmiştir.

Tablo 4.9. Barter Sistemini Kullanan Yöneticilerin Kulübe Sağladığı Avantajların Değerlendirilmesine İlişkin Dağılımları

Barter Sisteminin Kulübe Sağladığı Avantajlar	f	%
Nakit sıkıntısını gidermek	16	32
Uzun vadeli faizsiz borçlanma olanağı	3	6
Ücretsiz ve etkin reklam olanağı	1	2
Yeni müşteri ve pazarlar bulma olanağı	5	10
Mamül ve hizmetlerin satışını kolaylaştırmak	8	16
Atıl kapasitesinin giderilmesi	10	20
Tahsilat garantisi	5	10
Mamül ve hizmetlerin bilinirliğini artırma	2	4
Toplam	50	100

Barter sistemini kullanan katılımcılarının sistemin kulübe sağladığı avantajlar hakkında, %32 (f=16) oranında yöneticinin sistemi kulübün içerisinde bulunduğu nakit sıkıntısını gidermek için kullandıklarını, %6 (f=3) ile uzun vadeli faizsiz borçlanma olanağı sağladığı, %2 (f=1) ücretsiz ve etkin reklam sunduğu, %10 (f=5) yeni müşteriler ve pazarlar bulma olanağı sağladığı, %16 (f=8) mamül ve hizmetlerin satışını kolaylaştırdığı için, %20 (f=10) atıl kapasitesinin giderilmesi olarak sağladığı, %10 (f=5) tahsilat garantisi sunduğu ve %4 (f=2) oranında mamül ve hizmetlerin bilinirliğini artırmak için bu sistemi kullandıklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların barter sisteminden memnun olunmayan yönlerle ilgili dağılımlar Tablo 4.10'da verilmiştir.

Tablo 4.10. Katılımcıların Barter Sisteminden Memnun Olmama Sebeplerine İlişkin Dağılımları

Barter Sisteminden Memnun Olunmayan Yönler	f	%
Sisteme karşı var olan güvensizlik	8	16
Zamanında mamül teslimi yapılmaması	7	14
Sistemden alınan ürünlerin normalinden pahalı olması	9	18
Sistemde bulunan mamül ile yetinme zorunda kalma	9	18
Kaliteli mamül temin edememek	4	8
Fiyatlandırmada problemlerin yaşanması	6	12
Sistemde istediğimiz ürünleri her an bulamama	7	14
Toplam	50	100

Barter sisteminden memnun olunmayan yönlere bakıldığında, yöneticilerin %16 (f=8) oranında sisteme güvensizlik duyduğunu, %14 (f=7) oranında zamanında mamül teslimi yapılmamasından, %18 (f=9) oranında ise sistemden alınan ürünlerin normalinden pahalı olmasından, %18 (f=9) oranında sistemde bulunan mamül ile yetinme zorunda kalmak zorunluluğunda kalmaktan, %8 (f=4) oranında kulübe kaliteli mamül temin edememekten, %12 (f=6) oranında fiyatlandırmada problemlerin yaşanması ve %14 (f=7) oranında ise sistemde istediği ürünleri her an bulamamaktan şikayet etmektedirler.

Katılımcıların barter sisteminin getirdiği değişim ve avantajlardan memnun olup olmama durumlarına ilişkin dağılımlar Tablo 4.11’de verilmiştir.

Tablo 4.11. Barter Sisteminin Getirdiği Değişim ve Avantajlardan Memnun Olmalarına ilişkin Dağılımları

Barter Sisteminden ve Getirdiği Avantajlardan Memnun Olup Olmama	f	%
Evet	25	50
Kısmen	25	50
Toplam	50	100

Tablo 4.11’e bakıldığında yöneticilerin barter sisteminden ve getirdiği değişim ve avantajlardan memnun olup olmama durumları değerlendirildiğinde, evet ve kısmen seçenekleriyle memnuniyetlik derecelerini %100 (f=50) oranında belirtmişlerdir.

Tablo 4.12’de katılımcıların barter sistemini kullanmaya devam etmeyi düşünüp düşünmediklerine ait dağılımlar verilmiştir.

Tablo 4.12. Katılımcıların Barter Sistemini Kullanmaya Devam Etme Durumlarına Göre Dağılımları

Sistemi Kullanmaya Devam Etmeyi Düşünme Durumu	f	%
Evet	32	64
Kısmen	17	34
Hayır	1	2
Toplam	50	100

Yöneticilerin sistemi kullanmaya devam etmeyi düşünüp düşünmemeye durumları incelendiğinde, yöneticiler düşüncelerinin evet seçeneğiyle %32 (f=64) oranında olduğunu, %34 (f=17) oranında ise kısmen düşündüklerini, buna karşın %2 (f=1) oranında da düşünmediklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların barter sistemini kullanırken hangi sektördeki firmalarla mamül alışverişi daha yoğun gerçekleştirdiklerine ilişkin dağılımlar Tablo 4.13’de verilmiştir.

Tablo 4.13. Katılımcıların Barter Sistemiyle Hangi Sektördeki Firmalarla Mamul Alışverişi Gerçekleştirdiklerine İlişkin Cevap Dağılımları

Hangi Sektördeki Firmalarla Mamul Alışverişi Yapma	f	%
Büro araçları	6	12
Elektronik	5	10
Spor malzemeleri	6	12
Temizlik ürünleri	22	44
Tekstil	6	12
Isıtma ve havalandırma	1	2
İnşaat malzemeleri	4	8
Toplam	50	100

Tablo 4.13’te yöneticilerin barter sistemini kullanırken hangi sektördeki firmalarla malzeme alımının yoğunluğu incelendiğinde, en fazla %44 (f=22) oranıyla temizlik ürünleri gelmektedir. Bunu sırasıyla %12 (f=6)

oranında büro araçları, %12 (f=6) oranıyla tekstil ve %12 (f=6) oranında spor malzemeleri , %10 (f=5) oranında Elektronik, %8 (f=4) oranında inşaat malzemeleri ile %2 (f=1) oranında ısıtma ve havalandırma sektörlerindeki firmalarla alışveriş yaptıklarını belirttikleri görülmüştür.

Katılımcıların barter sistemini kullanırken hangi sektördeki firmalarla daha yoğun hizmet alış veriş yaptıklarına ilişkin dağılımlar Tablo 4.14'te verilmiştir.

Tablo 4.14. Katılımcıların Barter Sistemiyle Hangi Sektördeki Firmalarla Hizmet Alışverişi Gerçekleştirdiklerine İlişkin Dağılımları

Hangi Sektördeki Firmalarla Hizmet Alışverişi Yapma	f	%
Sigortacılık	10	20
Ulaştırma	8	16
Konaklama	23	46
Sağlık	9	18
Toplam	50	100

Tablo 4.14'e göre, kulüplerin barter sistemini kullanırken hangi sektördeki firmalarla yaptıkları hizmet alımı değerlendirildiğinde kulüplerin sırasıyla, %46 (f=23) oranında konaklama, %20 (f=10) oranında sigortacılık, %18 (f=9) oranında sağlık, %16 (f=8) oranında ise ulaştırma sektörlerindeki firmalarla alışveriş yaptıkları belirlenmiştir.

Katılımcıların, kulüp olarak barter sistemini kullandıkları takdirde barter sisteminden arz edecekleri mamül ürünlerine ilişkin dağılımlar Tablo 4.15'de verilmiştir.

Tablo 4.15. Katılımcıların Barter Sistemini Kullandıkları Takdirde Sisteme Arz Edebilecekleri Mamul Türüne İlişkin Dağılımlar

Sisteme Arz Edebilecekleri Mamul Türü	f	%
Lisanslı ürünler	49	27,4
Tesis kullanımı	51	28,5
Tesis içi ve dışı reklam	45	25,1
Maç biletleri	34	19
Toplam	179	100

Tablo 4.15'e göre; kulüp olarak barter sistemi kullandığınız takdirde hangi ürünlerin sistemden talep edileceği değerlendirildiğinde, yöneticilerin en fazla %28,5 (f=51) oranında tesis kullanımı olduğu görülmüş, bunu sırasıyla %27,4 (f=49) oranıyla lisanslı ürünler, %25,1 (f=45) oranında tesis içi ve dışı reklamlar ve %19 (f=34) oranında maç biletleri izlemiştir.

Katılımcıların kulüp olarak barter sistemi kullandığınız takdirde arz edebileceğiniz hizmet ürünlerine ilişkin dağılımları Tablo 4.16'da verilmiştir.

Tablo 4.16. Katılımcıların Barter Sistemini Kullandıkları Takdirde Sisteme Arz Edebilecekleri Hizmet Türüne İlişkin Düşüncelerine Göre Dağılımları

Sisteme Arz Edebilecekleri Mamul Türü	f	%
Sporcu bonservisleri	93	52
Naklen yayın gelirleri	15	8,4
Organizasyonlar	71	39,7
Toplam	179	100

Tablo 4.16'da kulüp olarak barter sistemi kullanıldığında sistemden talep edilecek olan hizmet ürünleri değerlendirildiğinde; Katılımcıların çoğunluğunun %52 (f=93) oranında sporcu bonservisleri olduğunu görmekteyiz. Bunu sırasıyla %39,7 (f=71) oranında organizasyonlar yönünde olduğunu %8,4 (f=15) oranında ise naklen yayın gelirleri doğrultusunda hizmet ürünlerine ihtiyaçları olduğunu belirttikleri görülmektedir.

Katılımcıların, barter sisteminden talep edebilecekleri mamuller hakkında verilen dağılımlar Tablo 4.17'de gösterilmiştir.

Tablo 4.17. Katılımcıların Barter Sisteminden Talep Edebilecekleri Mamullere İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

Sistemden Talep Edilebilen Mamuller	f	%
Yiyecek-içecek ürünleri	40	22,3
Temizlik ürünleri	35	19,6
Kırtasiye	25	14
Elektronik	14	7,8
Otomotiv	13	7,3
Gayrimenkul	3	1,7
Tekstil	39	21,8
Matbaa hizmetleri	10	5,8
Toplam	179	100

Tablo 4.17'ye bakıldığında, yöneticilerin çoğunluğunun %22,3 (f=40) oranında yiyecek-içecek ürünlerini istedikleri görülmektedir. Buna karşın çoğunluğa yakın yöneticinin %21,8 (f=39) oranıyla tekstil ürünlerini de istedikleri görülmektedir. Bunu %19,6'sı (f=35) temizlik ürünleri, %14,0'ü (f=25) kırtasiye, %7,8'i (f=14) elektronik, %7,3'ü (f=13) otomotiv, %5,8'i (f=10) matbaa hizmetlerini, %1,7'si (f=3) ise gayrimenkul ürünlerini talep ettikleri görülmüştür.

Katılımcıların, barter sisteminden talep edebilecekleri hizmet alım ürünleri hakkındaki dağılımlar Tablo 4.18'de verilmiştir.

Tablo 4.18. Katılımcıların Barter Sisteminden Talep Edebilecekleri Hizmetlere İlişkin Görüşlerine Göre Dağılımları

Sistemden Talep Edilebilen Hizmetler	f	%
Ulaşım	55	30,7
Sağlık	35	19,6
Sigorta	20	11,2
Konaklama	44	24,6
Sporcu bonservisi	25	14
Toplam	179	100

Tablo 4.18'e bakıldığında, barter sisteminden talep edebileceğiniz hizmet alımı ürünleri neleri hakkında yöneticilerin genelindeki kanısı %30,7 (f=55) oranında ulaşım, %24,6 (f=44) oranında konaklama, %19,6 (f=35) oranında sağlık, %14 (f=25) oranında sporcu bonservisi, %11,2 (f=20) oranında ise sigorta hizmetlerini talep ettikleri görülmüştür.

Katılımcıların, barter sisteminden daha önce bilginiz olsaydı, alternatif bir finansman ve pazarlama aracı olarak kulüpte kullanılmasına ilişkin görüşlerin dağılımları Tablo 4.19'da verilmiştir.

Tablo 4.19. Katılımcıların Barter Sisteminden Bilgileri Olsaydı, Alternatif Bir Finansman ve Pazarlama Aracı Olarak Kullanma İsteklerine İlişkin Görüşlerinin Dağılımı

Alternatif Bir Finansman ve Pazarlama Aracı Olarak Kullanılması	f	%
Kullanılması uygun olur	115	64,2
Kararsızım	62	34,6
Kullanılması uygun olmaz	2	1,1
Toplam	179	100

Tablo 4.19'da katılımcıların barter sisteminin alternatif bir finansman ve pazarlama aracı olarak kulübünüzde kullanılması konusunda, çoğunluğunun %64,2 (f=115) kullanılması uygun olur cevabını vermiş olduğu görülmektedir. Katılımcılar %34,6 (f=62) oranında ise kararsızım ve %1,1 (f=2) oranında kullanılması uygun olmaz cevabını vermişlerdir.

Katılımcıların, barter sistemi içerisindeki alışverişin söz konusu olabileceği pek çok firma ile çalışmak istemeleri hakkındaki dağılımlar Tablo 4.20'de verilmiştir.

Tablo 4.20. Katılımcıların Barter Sistemi İçinde Yer Alan Firmalarla Çalışma İsteklerine İlişkin Görüşlerinin Dağılımı

Sistem İçindeki Firmalarla Çalışma Durumu	f	%
Evet	127	70,9
Hayır	4	2,2
Kararsız	48	26,9
Toplam	179	100

Tablo 4.20’de, katılımcıların sisteme kayıtlı bir firma ile çalışma istekliliklerine bakıldığında büyük bir çoğunluğun %70,9 (f=127) oranında evet dediklerini, bunu %26,9 (f=48) oranında kararsız dediklerini ve % 2,2 (f=4) oranında ise hayır dedikleri görülmektedir.

Katılımcıların, kulüp olarak hangi alanlarda eksiklik veya yetersizlik hissettiklerine ilişkin düşünceleri Tablo 4.21’de verilmiştir.

Tablo 4.21. Katılımcıların Kulüplerinde Hangi Konularda Eksik Ya Da Yetersiz Olduklarına İlişkin Görüşlerinin Dağılımları

Kulüp Olarak Hangi Alanlarda Eksiklik Ya Da Yetersizlik Durumu	f	%
Maddi kaynak yaratma	43	24
Bonservis bedeli ödeme	22	12,3
Lisanslı ürün satışı	12	6,7
Nakit para giriş	25	14
Sponsor bulma	30	16,8
Forma reklamı bulma	22	12,3
Tesis içi ve dışı reklam bulma	15	8,4
Bilet satışı	10	5,6
Toplam	179	100

Tablo 4.21'e bakıldığında, katılımcılarının en çok eksiklik hissettikleri konunun maddi kaynak yaratma konusunda %24 (f=43) olduğu, bunu bonservis bedeli ödeme %12,3 (f=22), lisanslı ürün satışı %6,7 (f=12), nakit para girişi %14 (f=25), sponsor bulma %16,8 (f=30), forma reklamı bulma %12,3 (f=22), tesis içi ve dışı reklam bulma %8,4 (f=15) ve bilet satışı %5,6 (f=10) oranla takip ettiği görülmektedir.

4.TARTIŞMA VE SONUÇ

Türkiye’de yeni sayılabilecek olan barter sistemi, ticaret alanındaki birçok sektörde faaliyet göstermektedir. Turizm, inşaat, medya, sağlık, reklam, konaklama, ulaşım gibi sektörlerde barter şirketlerine üye firma sayısı her geçen gün artmaktadır. Türkiye’deki spor kulüplerinde yeni yeni kullanılmaya başlanılan barter sisteminin tanıtılarak yaygınlaşması gerektiği düşüncesinden hareketle, bu çalışmada barter sisteminin Türkiye’deki spor kulüpleri açısından mevcut durumu ortaya konmaya çalışılmıştır.

Araştırmada spor kulüp yöneticilerinin barter sistemi hakkındaki görüşleri ile sistemi kulüplerinde kullandıkları takdirde, sisteme neler sunabilecekleri ve sistemden ne gibi faydalar elde edebileceklerine ilişkin görüşlerinden hareketle elde edilen bulgular değerlendirilerek, bazı önerilere yer verilmiştir.

Araştırmaya katılan kulüp yöneticilerinin demografik özelliklerine bakıldığında, cinsiyet değişkenine göre çoğunluğunun erkek yöneticilerinden oluştuğu, yaş değişkenine göre 45 ile 55 yaş arasında olduğu, eğitim düzeyleri değişkenine göre ise %69 oranla lisans ve lisansüstü düzeyde olduğu görülmüştür. Bu oranlar dikkate alındığında araştırmada eğitilmiş bir kitle ile çalışıldığı ve katılımcıların genellikle orta yaş grubunda oldukları söylenebilir.

Araştırma kapsamındaki spor kulüplerinin faal oldukları branşlara bakıldığında, ağırlıklı olarak futbol başta olmak üzere voleybol ve basketbol branşlarında faaliyet gösterdikleri ve katılımcıların çoğunlukla kulüplerin yönetim kurulu üyeleri oldukları görülmüştür. Katılımcıların çoğunluğunun yönetim kurulu üyelerinden oluşması göz önüne alındığında

katılımcılarının kulüplerindeki finansal sorunlara hakim olduklarını düşünülebilir.

Katılımcıların barter sistemi hakkında %60 oranında bilgi sahibi olduklarını ifade etmeleri, bu konuyla kısmen de olsa ilgilendiklerini göstermektedir. Buna karşın araştırmaya katılanların %40'ünün konuyla ilgili bilgisi olmaması, bilgi sahibi olanların ise; %30'unun bir ila beş yıllık bir süre içinde sistemle ilgili haberlerinin olduğunu belirtmişlerdir. Türkiye'de ilk Barter işletmesinin 1990 yılında kurulduğu⁶⁵ dikkate alındığında, spor kulüp yöneticilerinin sistemden uzun bir süre haberdar olmadığı söylenebilir.

Katılımcıların sistem hakkındaki bilgi kaynaklarının hemen hemen %15'lik dilimle eşit düzeylerde, gazete ve tv reklamları ile barter brokerlarından oluşması, katılımcıların sistem hakkında yüzeysel bilgi sahibi oldukları şeklinde yorumlanabilir. Bu durum barter müşteri temsilcileri ve barter sistemine üye firmalar birlikte değerlendirildiğinde; sistemin pazarlanması ve daha çok üye katılımının sağlanabilmesi için barter işletmeleri ile yapılan franchising anlaşmaları kapsamında bağımsız olarak kendi başına çalışan sistemin pazarlanması ve üyelerin yönlendirilmesi konusunda profesyonelleşmiş komisyoncu kişilerin⁵¹ spor kulüpleriyle interaktif bir tanıtıma geçemedikleri izlenimini vermektedir. Bir bakıma, barter kulüp tanıtımı günlerinden bilgi sahibi olanların oranını sadece yüzde 3,9'da kalması bu öngörüğü doğrulayıcı niteliktedir.

Aslında Barter sistemini kullanan spor kulübü yöneticilerinin sistemi daha çok kulüplerinde yaşamış oldukları nakit sıkıntılarını aşmak için kullandıkları araştırma bulgularından anlaşılmaktadır. Barter sistemini kulüplerinde hiç kullanmayan yöneticilerin oranının %72,6'yı bulması yanında, sistemi kullanan %28,4 orandaki yöneticilerin sistemden memnun

olmadıkları yönleri ile ilgili dağılımları ile birlikte değerlendirildiğinde, sisteme karşı var olan güvensizliği; zamanında mamül teslimi yapılmaması, sistemden alınan ürünlerin normalinden pahalı olması, sistemde bulunan mamül ile yetinme zorunda kalınması, kaliteli mamül temin edilememesi, fiyatlandırmada problemlerin yaşanması, sistemde istenilen ürünleri her an bulamama gibi gerekçelerle memnuniyetsizliklerini belirtmeleri dikkat çekmektedir. Bu oranlar bize spor kulübü yöneticilerinin çoğunluğunun sistemi tanımadıklarını, tanıyıp ta kullananların ise sistemden kaynaklanan olumsuzluklarla karşılaştıklarını göstermektedir.

Türkiye Futbol Federasyonu'na 2003 yılında Türk Barter A.Ş. tarafından sunulan barter spor projesinin ardından Gaziantep ve Gençlerbirliği spor kulüpleri bu sistemi incelemişlerdir. Ayrıca Galatasaray, Fenerbahçe, Ankaragücü ve Beşiktaş spor kulüplerinin de sisteme üye oldukları yapılan araştırmada görülmüştür^{110,54}. Kulüp yetkilileri yaptıkları incelemelerin ardından barter sisteminin kulüplere kaynak yaratması ve kulüplerin bütçelerini sarsmaması açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir⁶⁵.

Bütçelerini dengede tutmak ve bütçeden ödün vermemeye dikkat eden spor kulübü yöneticileri, barter sistemiyle barter ortak pazarından alınan ürünlerin piyasa şartlarından daha pahalı olması nedeniyle sisteme karşı memnuniyetsizliklerini belirtmişlerdir. Bu konuya örnek olarak 2007 yılının Ağustos ayında, yöneticilerin barter sistemiyle ilgili görüşlerini öğrenmek için kullanılan anketin Gençlerbirliği spor kulübü yöneticilerine yaptırılması için, Kulüp Genel Müdürü Zafer Önder İpek ile Gençlerbirliği tesisleri yapılan görüşmede, barter ortak pazarından reklam karşılığı deterjan satın aldıklarını ancak deterjan değerinin piyasa şartlarından daha pahalı olduğunu bu nedenle sistemin piyasa şartlarında

ürün pazarlamaları halinde daha çok alış veriş yapma imkanı bulabileceklerini belirtmiştir.

Barter sistemini kullanan kulüp yöneticilerinin, sistemden daha çok spor malzemeleri ve konaklama konusunda yoğun taleplerinin olduğu görülmüştür. Bu durum spor kulüplerinin nakit harcama kalemlerinin bu alanlarda yoğunlaştığını göstermektedir¹⁰². Konaklamayla ilgili barter sistemine örnek olarak Beşiktaş ve Galatasaray spor kulüplerinin devre arası hazırlık kampları için Antalya'da reklam karşılığında barter sistemi ile konaklama yapmalarını gösterebiliriz¹⁰³.

Yapılan araştırmada, kulüp yöneticilerinin barter sistemine üye olmaları durumunda, sisteme daha çok tesis içi ve tesis dışı reklamları, maç biletleri, organizasyonlar ve lisanslı ürünlerini arz edebileceklerini buna karşın sistemden temizlik ürünleri, tekstil, kırtasiye, ulaşım, konaklama gibi hizmetleri talep edebileceklerini belirttikleri görülmüştür.

Spor kulüpleri barter sisteminden öncelikli olarak futbolcu transferlerinde, inşaat sektöründe, daire, arsa gibi gayrimenkul ihtiyaçlarının karşılanmasında, turizm sektöründe; Otelcilik, nakliye, tekstil ve temizlik sektörlerine ilişkin taleplerinin olabileceğini söylemişlerdir⁸². Belirtilen alanlara yönelik sistemin kullanılmasının örneğini Fenerbahçe Spor Kulübü başkanı Aziz Yıldırımın transfer ettiği futbolculara para yerine barter yöntemiyle 22 villa satması¹⁰⁴ ve bir temizlik firmasından kombine maç biletleri karşılığı, bütün temizlik ürünlerini temin etmesi verilebilir, Bahsi geçen temizlik şirketi de aldığı biletleri personeline dağıtmıştır⁹⁸.

Barter sisteminden faydalanan kulüplerden Galatasaray Spor Kulübü, Florya'da yeni bir uygulama başlattığı yapılan araştırma sonucu görülmüştür. Sarı-Kırmızılı idareciler, Galatasaray'ı takip eden medya mensuplarına, *“Röportaj yapmak isteyen basın kuruluşlarından bizim de reklam talebimiz olacak. Röportaj karşılığında bize gazete ve televizyonlarında reklam olanağı sağlayacaklar”* diyerek yeni uygulama konusunda medya mensuplarına bilgi vermişlerdir. Bu sayede Galatasaray Spor Kulübü Barter sistemiyle, sponsoru olan firmalarının reklamlarını gazete ve televizyonlarda yayınlama amacı taşımıştır¹⁰⁵.

Elde edilen veriler ışığında barter sistemi birçok mamül ve hizmet için, nakit harcamadan kredi kullanılmasını ifade ettiğinden ve hizmet sektörünün talebi de gerekli mamül ve hizmetleri nakit harcamadan temin etmek olduğundan, spor hizmetleri sektörünün en küçük birimi olarak tarif edebileceğimiz spor kulüplerinin seyirci ve taraftar kitlesine hazırlayıp sunduğu soyut hizmetlerini somut varlıklara dönüştürme şansını barter sistemiyle elde edip, bu sistemi menfaatlerine kullanabilecekleri söylenebilir.

Çünkü Türkiye'de yaşanan ekonomik krizler spor kulüplerini de olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla zaten önemli bir borç yükü altında olan spor kulüpleri, kriz dönemi etkilerini azaltmak için başvurdukları banka kredileri ile borç faizi altında ekonomik olarak daha da kötü hale gelmektedirler. Bu olumsuz etkileri azaltmak için spor kulüpleri gelir arttırıcı farklı yöntemler aramaktadır. Araştırma bulgularında kulüplerin en önemli problemlerinin başında nakit sıkıntısı olduğu görülmüştür. Spor kulüplerine sıfır faizli kredi imkanı sağlayan barter sistemini kullanmaları bu sıkıntılarının giderilmesinde önemli bir araç olabileceği düşünülmektedir. Spor kulüpleri barter sistemini kullanmaları halinde içine düştükleri finansal sıkıntılardan kurtulmak üzere ek bir fona

gereksinim kalmadan,bütçesinden ayırdığı nakit parayı alt yapı yatırımları ve büyüme için kullanabilme imkanına kavuşabilirler. Bir spor kulübünün darboğaza girmesindeki en önemli etkenlerden biri, üretilen spor hizmetlerini etkin olarak pazarlayamamasıdır. Boş kalan tribünler, kullanılmayan spor tesislerindeki atıl kapasite ve likidite sıkıntısı gibi olumsuzluklar, pazarlama sorunu yaşayan kulüplerin, karşılaşıcağı önemli çıkmazlardandır. Barter sisteminin en önemli avantajlarından biri olan etkin pazarlama imkanı, spor kulüplerini yaşadıkları bu çıkmazlardan kurtarabilecek fırsatları da sunabilmektedir.

Türk Spor Kulüplerinde barter sisteminin yaygınlaşması için, sistemi profesyonel olarak uygulayan barter şirketlerinin yapmış oldukları organizasyonların tanıtımını yaparak, sistemin spor kulüplerine sunduğu avantajlar anlatılmalı, bu sayede pek çok spor kulübünün de sisteme korkmadan girebilmeleri sağlanmalıdır. Tanıtım yapıldığı ve uygulayan spor kulübü sayısı arttığı takdirde, sistemi kullanan kulüpler somut olarak kazançlarını sergilemeleri halinde, diğer kulüplerin de bu durum ilgisini çekecek ve barter sistemine üye olmaları sağlanacaktır. Böylece futbolcu transferleri başta olmak üzere kulüp içerisinde ki ekonomik sıkıntıların bir çoğu barter ortak pazarı sayesinde giderilebileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak; Türk sporunda üst liglerde mücadele eden spor kulübü yöneticilerinin çoğunlukla barter sistemden haberdar olmadıkları ve sistemi tanımadıkları ancak sistemi tanıdıktan sonra faydalanma ve sistem içerisindeki birçok firmadan mamül ve hizmet satın alma ve sisteme futbolcu bonservisinden seyirci biletlerine kadar çok sayıda ürünlerini arz edebileceklerini belirtmişlerdir.

Araştırma da elde edilen sonuçlara göre, uygulama ve araştırmaya yönelik öneriler şöyle sıralanabilir:

- Spor kulüpleri yaşadıkları nakit sıkıntısını aşmada alternatif bir finans modeli olarak barter sistemini kullanabilirler.
- Spor kulüpleri barter şirketlerine üye olmaları halinde sistem içerisinde var olan birçok firmadan çeşitli ihtiyaçlarını temin etme yoluna gidebilirler.
- Kulüpler, sistemin üyelerine sağladığı faizsiz kredi imkanlarını kullanarak sistemden bir yıl boyunca kredi miktarları kadar ihtiyaç duydukları ürünleri bu yolla temin edebilirler.
- Barter sistemi sayesinde nakit para akışı yerine mamül ve hizmet takası yaparak nakit sıkıntılarını aşma yoluna gidebilirler.
- Barter şirketleri, spor kulüplerine sistemin nasıl işlediğini anlatmalı üye sayısını ve sistemin spor kulüpleri arasında yaygınlaşmasını sağlamalıdır.
- Barter sistemi Türkiye’de düzenli olarak kullanılması için gerekli olan hukuki zemin hazırlanmalı, şirketler arasında doğabilecek ihtilafların giderilmesi sağlanmalıdır.

6. ÖZET

Bu araştırmada; spor kulübü yöneticilerinin, alternatif bir finansman modeli olan barter sisteminin bilinirliği ve kulüplerinde kullanıp kullanmadıkları ile barter sistemini kullanan spor kulüplerinin sistemi hangi oranda kullandıkları ve spor kulüplerinin sisteme arz edecekleri ürünler ile sistemden talep edecekleri ürünlerin neler olduğu incelenmiştir.

Araştırmanın evreni; üst liglerde mücadele eden ve Türk sporuna; Futbol, Voleybol, Basketbol branşlarında hizmet eden ve tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen spor kulüplerinin yöneticileri (179) oluşturmuştur.

Araştırmada veri toplama aracı olarak spor kulübü yöneticilerine, barter sisteminin kullanılabilirliği, sistemden ne beklendiği ile sistem hakkındaki bilgilerine yönelik görüşlerini ölçmek için araştırmacı tarafından geliştirilen ve katılımcılara uygulanmadan önce, aralarında barter şirket yöneticilerinin de olduğu, spor yönetimi alanında uzman dört kişi tarafından da ayrı ayrı değerlendirilerek son şekli verilen anket yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan spor kulübü yöneticilerinin, demografik bilgileri, barter sistemi hakkındaki bilgi düzeyleri ve spor kulüplerinde barter sisteminin kullanılabilirliği üzerine vermiş oldukları cevaplar, SPSS 15,0 paket istatistik programıyla çözümlenmiş, veriler değerlendirilirken frekans (f) ve yüzde (%) değerleri kullanılmıştır.

Araştırma sonunda; araştırmaya katılan spor kulübü yöneticileri, barter sisteminin alternatif bir finans modeli olarak spor kulüplerinde kullanılabileceğine, kulüplerin yaşamış olduğu ekonomik krizlerden, sistemde faaliyet gösteren birçok sektörden yapacakları mamül

ve hizmet takası ile çıkabilecekleri görüşlerini bildirmişlerdir. Yöneticiler tarafından, spor kulüplerinde barter sisteminin genellikle bilinmediği bu nedenle başta yöneticiler olmak üzere tüm kulüplerin bu sistemden haberdar olmaları gerektiği vurgulanmıştır.

Anahtar kelimeler: Barter Sistemi, Finans, Spor Kulübü, Kulüp Yöneticisi.

7. SUMMARY

In this research, sports club managers, an alternative funding model, which Barter system awareness and the club's and do not use the Barter system that uses sports club system, which at the rate they use and sports clubs to the system of supply will be with products from the system demand will be the product of what happens examined.

The Universe of the study, the Turkish sports leagues and various branches that serve the sports club managers, the sample, the top league in the fighting and the random sampling method selected by the sports club administrators (President and board member, general secretary and administrative manager) which comprise 179 executive.

Study sports club administrators, Barter system availability, system what is expected with the system about the information for their views to measure the researchers developed by and to the participants before the application, among Barter company managers in the sports management experts in the field to four people by the evaluated separately the final shape of the survey (survey) methods were used.

Research the participating sports club administrators, demographic information, Barter system information about the levels and sports clubs Barter system availability have been given on their responses, SPSS (Statistical Packet for Social Sciennes) 15.0 package program decoded, the data used to evaluate the frequency (f) and percentage (%) values were used.

Research at the end surveyed sports club administrators, Barter system, an alternative financial model as used in sports clubs may

be, of the clubs who have lived in the economic crisis, the system operating in many sectors will make the goods and service exchange can go with their observations were. By managers, sports clubs Barter system is generally unknown, so particular to managers of all clubs are aware of this system are highlighted as needed.

Key words: Barter System, Finance, Sports Club, Club Manager.

8. KAYNAKLAR

1. AdvantagesofBarter.(http://www.Welkomebusiness.com/articles_display.asp/article_ID/) E: 22.08.2006.
2. Arslan M C, Aykutlu F. Barter Uygulaması. Ankara: Türmob yayınları; 1999.
3. Arslan M C, Aykutlu F. Yeni Bir Finansman Aracı Barter. Ankara: Türmob Yayınları; 2001.
4. Arzova B. Barter İşlemleri-İşleyişi, Muhasebeleştirilmesi ve Hukuki Yönü. 1. Basım. İstanbul: Türkmen Kitapevi; 2000.
5. Akalın H Ş, Toparlı R, Dalgı Y, Çavuşoğlu B. Büyük Türkçe Sözlük. 26.08.2009. E: <http://www.tdkterim.gov.tr/bts/>
6. Appadurai A. Introduction, Commodities And The Politics Of Value. The Social Life Of Things: Commodities In Cultural Perspective, Cambridge: 1986; s.9
7. Avrasya Ekonomi Zirvesinde Türk Barter'dan İş Dünyasına Çağrı. Ekonomix Derg. 2005; Sayı: 91; s.17.
8. Barter sisteminin İşleyişi. Barter Ekonomi Derg. 1999; Sayı:17; s.33.
9. Barter sistemi CNN Türk'te Masaya Yatırıldı. Barter Finans Derg. 2006; Sayı:18; s.12.
10. Basketbol da Barter İle Transfer. E: (<http://www.btinsan.com/130/36.asp> Erişim Tarih: 22.11.2003.
11. Bektaş M. Dünya Barter'a Koşuyor. Barter Ekonomi Derg. 2000; Sayı: 33; s.20.
12. Beşiktaş Barter Ortak Pazarında. Bilgisayar Gazetesi 2003; Sayı:16; s.37.
13. Beşiktaş ve Fenerbahçe Barter'i Keşfetti. Ekonomix Derg. 2003; Sayı: 46; s.52.
14. Birch D, Liesch W P. Moneyless Busines Exchange: Practitioner'S Attitudes to Business-to Business Barter in Australia. Industrial Marketing Management 1998; Sayı:27;s.30.

15. Borçlar Kanunu (818 S.K.). Resmi Gazete. Sayı: 359; 29.4.1926. 28.08.2009. E. <http://www.hukuki.net/kanun/>
16. Bunnock G, Baxtter ER, Davis E. The Penguin Dictionary Of Economic. London: Penguin Boks;1998.
17. Camino D ve Cardone C. Countertrade and the Choice of Strategic Trading Form. Scandinavian Journal of Management 1999;Vol:14 s.103-104.
18. Clift V. Barter Gains Momentum In Service Economy. Marketing News 1995; Sayı: 2; s.8.
19. Coşkun A. Uluslar Arası Ticarete Bir Finansman Aracı Olarak Barter ve Türkiye Açısından Uygulama Olanakları. Yüksek Lisans. Ankara: Gazi Üniversitesi; 1994.
20. Czinkota M, Rivoli P, Ronkainen I. International Business. Newyork: The Dryden Pres; 1989.
21. Çakır İ. Turizm İşletmelerinde Barter sistemi. 2. Barter Ekonomi Derg. 2002; Sayı: 52; s.46.
22. Çakır İ. Türkiye'deki konaklama işletmelerinde Barter sistemine Analitik Yaklaşım. Yüksek Lisans. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi; 2001.
23. Çan A. Barter sistemi Nedir? Barter Ekonomi Derg. 2001: Sayı: 85; s.52.
24. Çımat A, Avcı M. Türkiye'de Barter sisteminin Hukuki Dayanağı ve Muhasebeleştirilmesi. Mali Çözüm Derg. 2002; Sayı: 60; s.158.
25. Demiral H. Barter Şirketlerinde Tahsil Edilemeyen Alacakların Gider Yazılması. Vergi Dairesi Derg. 2000; Sayı:18; s.26, 67.
26. Dhananaiyaperge K. Simulation of Trade in Barter Trade Exchanges. Asian Institute of Technology School of Advanced Technologies 2003; no:CS-03-23; s. 6.
27. Dinçkal F. Sikkenin Doğuşu. Anadolu Aydınlanma Vakfı yayınları 2005; Sayı:5; s.32.

- 28.Doğan K. Barter. 1. EBB Türkiye Yayınları Araştırma Dizisi. İstanbul: Nesil Matbaacılık; 1995.
- 29.Doğanay M. Sektörün Gelişmesi için Yasal Düzenleme Şart. Barter Finans Derg. 2005; Sayı:16; s.8.
- 30.Düzgün A. Barter sistemi ve Muhasebe Uygulamaları. Yüksek Lisans. Ankara: Gazi Üniversitesi; 2000.
- 31.Emigh J. Corporate Barter. Computerworld 1999; Sayı: 43; s.9.
- 32.Erkan M. Yeni Bir Finansman Aracı: Barter. Vergi Dünyası Derg. 2000; Sayı: 22; s.92.
- 33.Erkan M. Yeni Bir Finansman Aracı Olarak Barter'in Vergi Hukuku Karşısındaki Durumu. Vergi Dünyası Derg. 2000; Sayı: 225; s.93–94.
- 34.Gökmen S. Barter sistemi ve Türkiye uygulaması. Vergi Sorunları Derg. 2003; Sayı: 9. s.56.
- 35.Güler E. Barter İşlemleri ve Türkiye'de Uygulamaların Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans. Konya: Selçuk Üniversitesi; 2004.
- 36.Günlü E. Turizm Sektöründe Barter sisteminin Kullanımı. Dokuz Eylül Üniversitesi. S. B. E. Derg. 2000; Sayı: 2; s.3.
- 37.Gürsoy C. Barter El Kitabı. 1. Kitap. Dünyada ve Türkiye'de Barter (Takas) Ticareti. İstanbul: Bartering Takas A.Ő.; 1999.
- 38.Gürsoy C. Barter Organizasyonunun alışma Sistemi. 25.08.2008. E: <http://www.Bartering.com/>
- 39.Gürsoy C. Türkiye'de Barter Ticaretinin Kullanıldığı Sektörler. 2. Kitap. İstanbul: Bartering Takas A.Ő.; 2000.
- 40.Gürsoy C. Türkiye'de ve Dünyada Barter sisteminin alışması. İgeme Derg. 1999; Sayı: 9; s.17.
- 41.Hatunoğlu Z, Bilginer M. Vergi ve Muhasebe Uygulamaları Açısından Barter. Barter Ekonomi Derg. 2000; Sayı: 8; s.1.

42. Hennart J F, Anderson E. Countertrade and the Minimization of the Transaction Costs: An Empirical Examination. Journal of Law Economics and Organizations 1999, Vol: 2; s.6.
43. İrta İnternational. Ekonomix Derg. 2005; Sayı: 90; s.13.
44. İnşaat Sektörüne Yeni Soluk Barter. Ekonomix Derg. 2005; Sayı: 90; s.44–45.
45. İşeri M. Alternatif Bir Finansman Tekniği Barter Olabilir mi? Ekonomik Yorumlar Der. 2003; Sayı: 470; s.81.
46. Kaçar H, Makus B. Modern Takas Fırsatını Kaçırmanın. İntermedya Ekonomi Derg. 1997; Sayı:9; s.23.
47. Kaikati G J. The Reincarnation of Barter Trade as a Marketing Tool. Journal of Marketing 1996; Vol:40; s.17-21-24.
48. Karluk R. Uluslar Arası Ekonomi-Teori ve Politika. 7. Basım. İstanbul: Beta Yayınları; 2003.
49. Kurt M. Takasa Var mısın? Altso Dergisi 2005; Sayı: 40; s. 68
50. Küpçük A. Bir Finansman Aracı Olarak Barter sistemi ve Muhasebeleştirilmesi. Yüksek Lisans. İstanbul: Marmara Üniversitesi; 2003.
51. Lawrence B S. The Practive of Modern İnternal Auditing. 2. Basım. Baltimore: The İnstitute of İnternal; 2005.
52. Malitz P. The Business Of Barter: What An Accountant Should Know About It. Journal Of Accountancy 1998; Vol:185; s.149.
53. Marvasti A, Smyth D. Barter in the US Economy: A Macroeconomic Analysis. Applied Economics 1998; Vol:30; s.1078.
54. Makarna sat Futbolcu Al. Finansal Forum Derg.;2003; S:5; s.11.
55. Marketings'te Türk Barter Rüzgarı. Ekonomix Derg. 2005; Sayı: 95; s.41.
56. Oduncuoğlu F. Konaklama İşletmelerinde Barter sistemi Uygulamasının Pazarlama Fonksiyonuna Etkisinin Analizi. Yüksek Lisans. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi; 2007.

57. Organization for Economic Cooperation and Development; East - West Trade: Recent Developments in Countertrade. Paris: OECD; 1981.
58. Orhun O. Yeni Elektronik Ticaret Kanalları, İnternet ve Barter. Mükellefin Derg. 1996; Sayı:45; s.18.
59. Örtten R. Barter ve Muhasebe Uygulamaları. Ankara SMMMO Bülteni 1998; Sayı:1; s.90-91- 92.
60. Öz Y. Alternatif Bir Finansman Aracı Olarak Barter ve Barter'in Türkiye'deki İşletmelerde Finansman amaçlı kullanımı. Doktora. Erzurum: Atatürk Üniversitesi; 2005.
61. Özkan A. Barter İşlemleri ve Muhasebe Uygulamaları. Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F. Derg. 2002; Sayı:18; s.27-63-67-68.
62. Para Vermeden Tatil Yap. Ekonomix Derg. 2005; Sayı:91; s.48-49.
63. Penttila C. New Doors For New Business. Hotel&Motel Managment Journal 2006; Vol: 21; s. 27-29-32.
64. Polat D. Bir Finansman Tekniği Olarak Barter sistemi İsleyişi ve Türkiye'deki Barter Uygulamaları. Yüksek Lisans. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi; 2002.
65. Soysal C. Kulüplere Can Simidi Barter. Platin Derg. 2004; Sayı: 83; s.174-175.
66. Sürmen Y. Barter ve Muhasebe İşlemleri. Vergi Dünyası Derg. 2001; Sayı: 239; s.133
67. Sürmen Y, Kaya U. Barter ve Muhasebe İşlemleri. Vergi Dünyası Derg. 2001; Sayı:235 s.133.
68. Şimşek S M. Barter Şirketlerinin Çalışma Şartları. Barter Ekonomi Derg. 1999; Sayı: 20; s.40.
69. Şimşek S M. Parasız Ticaret Barter. 1. Basım. İstanbul. Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.; 2004.
70. Tadele F. Barter in Practice: A Case Study of Liwac Transaction in Adis Ababa. Development In practice, carfax Publishing 2000; Vol: 10; s.223.


71. Tekşen Ö. Barter İşlemlerinin Muhasebeleştirilmesi ve Vergilendirilmesinin Yeni Finansal Tekniklerle Karşılaştırılarak İncelenmesi: Bir araştırma. Yüksek Lisans. İsparta: Süleyman Demirel Üniversitesi; 2006.
72. Tenli H. Pazarlama ve Finansman Aracı Olarak Karşılıklı Ticaret Sistemi İçinde Barter ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. Yüksek Lisans. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi; 2002.
73. Türk Ticaret Kanunu (672 S.K.) 9.7.1956. Resmi Gazete. Sayı: 9353. 28.08.2009 E: www.hukuki.net/kanun/6762.13.text.asp
74. Uçtu M. Her Gün Gelişen Dünyada Barter En Uygun Ekonomik Sistem. Üsiad Vizyon Derg. 2005; Sayı:3; s.9.
75. Uyan Ö. Finansal Kaynak Arayışında Olan Şirketlerin İمدadına Barter Yetiştiriyor. Barter Finans Derg. 2005; Sayı:13; s.11.
76. Uyan Ö. Teknolojik ve Ekonomik Gelişmelerin Çocuğu: Modern Barter Endüstrisi. Barter Finans Derg. 2005; Sayı:16; s.27.
77. Uzay Ş, Küçük E. Leasing, Factoring ve Barter Finansman Tekniklerinden KOBİ’lerin Yararlanma Düzeylerinin Araştırılması: Kayseri Uygulaması. 1. Orta Anadolu Kongresi Kobiler’in Finansman ve Pazarlama Sorunları. Ankara 2001; s. 309
78. Vardabash K. More Feedback On Technologys Effect On Future Of Barter Industry Article. Ekonomix Derg. 2006; Sayı: 96; s.69.
79. What Are The Advantages Of Barter Trade. 19.10.2009. <http://www.Barterforcash.com/the-advantages-of-Barter-trade-exchange.html>
80. Yeşiloğlu T, Yiğit S. Barter ile Ticaret Çok Avantajlı Oldu. Ekonomist Derg. 1996; Sayı: 25; s.16.
81. Young E. Man Does Not Live Barter Alone. Company Business and Marketing Journal 2000; Vol:12; s. 52-55
82. <http://www.archive.ismmmo.org.tr/docs/malicozum.doc>
E: 24.04. 2008.
83. <http://www.arsiv.sabah.com.tr/2001/08/22/g12.html> E: 02.09.2008.

- 84.<http://www.aksam.com.tr//arsiv/aksam/2005/07/18/ekonomi/ekonomi3.html>. E: 28.08.2009
- 85.<http://www.anadolu.net/Bartering/barte03.htm>. E: 03.02.2007.
- 86.<http://www.Barterman.com/search/artice17812/Bartertrade/new.html> E: 08.12.2006.
- 87.<http://www.baskent.edu.tr/~gurayk/finpazcuma9.doc> E: 21.05.2007
- 88.[http://www.bayimolurmusun.com/detay_hizmetler_danislilik_fon Barter](http://www.bayimolurmusun.com/detay_hizmetler_danislilik_fon_Barter) E:02.06.2007.
- 89.<http://www.burtay.way.to> E: 21.11.2008.
- 90.http://www.danismend.com/konular/yeniekonomi/krizden_cikista_Barter E: 10.05.2007.
- 91.<http://www.danismend.com/konular/yeniekonomi/KRIZDEN%20CIKISTA%20BARTER-2.htm> E: 08.05.2008.
- 92.<http://www.danismend.com/konular/yeniekonomi/YENI%20EKO-BARTER.htm> E: 21.05.08.
- 93.<http://www.dtm.gov.tr/dtmeb/index.cfm?action=detay&yayinID=1562icerikID=168&dil=TR> E: 12.07.2007.
- 94.<http://www.dtm.gov.tr./Ekonomi/Trekon.htm> E: 21.09.2006.
- 95.<http://www.gencbesiktaslilar.blogspot.com/BARTERHVZ.htm> E:22. 05.2007
- 96.<http://www.geocities.com/burtaymutlu/Barter/giris.htm> E:24.04.08
- 97.http://gsgm.gov.tr/sayfalar/fed_uyuru/otomobil/oto2008/a/2007FaaliyetRaporu.pdf E: 02.09.2009
- 98.<http://www.haberpaylas.com/hurriyet/guncel/19-11-2006> E: 01.09.2009
- 99.<http://www.iibf.erciyes.edu.tr/akademik/aozkan/BARTER.pdf> E:09.12.2008.
- 100.<http://www.irta.com/aims/> E: 21.10.2006.
- 101.<http://www.irta.com/reciprocalTrave.aspx> E: 21.05.2007.
- 102.<http://www.keepoutside.blogcu.com/Spor/> E: 02.09.2009.

- 103.http://www.kobifinans.com.tr/bilgi_merkezi/021403/282
E: 15.09. 2008
- 104.http://www.kobifinans.com.tr/bilgi_merkezi/021406/282
E: 15.09.2008.
- 105.<http://www.optisyeninsesi.com/site1/paratukendi.ht> E: 02.09. 2009.
- 106.<http://www.rekabet.gov.tr/pdf/06-61-822-237.pdf> E: 02.09.2009
- 107.<http://www.sanalBarter.com/sozlesme.htm>. E: 30.05.2008
- 108.<http://www.scribd.com/doc/9714074/UDS-Sozluk> E: 28.08.2009.
- 109.<http://www.turkBarter.com/DunyaBarterBirligi.htm> E: 09.05.2007
- 110.<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2005/07/18/673913.asp>
E: 02.09. 2009
- 111.[http://www.ydBarter.com/Barter terimleri.asp](http://www.ydBarter.com/Barter_terimleri.asp). E: 11.06.2007.

9. EKLER

EK 1. Barter Arz Bildirim Formu


**AVRASYA
BARTER**

Atatürk Havalimanı Karşısı İstanbul Güneş Ticaret Merkezi / A-2 Blok Kat:3 No:160 Yeşilköy / İstanbul / Turkey
Tel: 0.212. 465 73 88 (pbx) Fax: 0.212. 465 73 99
www.avrasyabarter.com

Arz Bildirim Formu


Form Ad: _____ İmza: _____
İmza Yetkisi: _____

Açılıştaki arz bilgileri:
 E mal olarak yapılarak san. Hizmetler yapılarak san. Teknoloji için dış kaynaklıdır.

Arz bilgileri her ay güncellenmeyi taahhüt ediyorum. Yönetilme / Kupa

Sıra No	Arz Edilen Mal / Hizmet	Teknik Özellikler Açıklaması	Opsiyon Tarihi	Miktar	Birim	Birim Fiyatı (\$)	Kontrol Sorucusu
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							

EK 2. Talep Bildirim Formu Örneği


**AVRASYA
BARTER**

Atatürk Havaalanı Karşısı İstanbul Dünya Ticaret Merkezi A-2 Blok Kat:3 No:63 Yeşil köy İstanbul / Turkey
Tel: 0 212 465 73 68 (pbx) Fax: 0 212 465 73 99
www.avrasyabarter.com

Talep Bildirim Formu

Firma Adı: _____ Tarih: _____
Firma Yetkilisi: _____

Aşağıdaki talep bilgileri:
 E-mali olarak yayınlanmıştır. İnteraktif olarak yayınlanmıştır.

Talep bilgilerinin her ay güncelleştirilmesi zorunludur. Yetkilili İmza / Kaşe

Sıra No	Talep Edilen Mal / Hizmet	Teknik Özellikler / Açıklama	Miktar	Birim	Birim Fiyatı (₺)	Kontrol Sonucu
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						

EK 5. Örnek uygulama

EK 1. ÖRNEK UYGULAMA

Firma	Talep Türü	Talep Miktarı	Arz Türü	Arz Miktarı
A Firması (Otel)	Yabancı dil kursu ve Havlu	2000 USD (Kurs) 1000 USD (Havlu)	Konaklama	5000 USD
B Firması (Tekstil üreticisi)	Bilgisayar kursu	2000 USD	Havlu	2000 USD
C Firması (Bilgisayar satıcısı)	Otomobil	5000 USD	Bilgisayar	5000 USD
D Firması (Yabancı dil ve bilgisayar eğitimi)			Kurs	4000 USD
E Firması (Otomobil satıcısı)	Seyahat ve cep telefonu	2000 USD (Seyahat) 4000 USD (Cep telefonu)	Otomobil	
F Firması (Cep telefonu satıcısı)	Seyahat ve Bilgisayar	2000 USD (Seyahat) 2000 USD (Bilgisayar)	Cep telefonu	6000 USD
G Firması (Danışmanlık hizmeti)	Cep telefonu	500 USD	Danışmanlık hizmeti	1000 USD

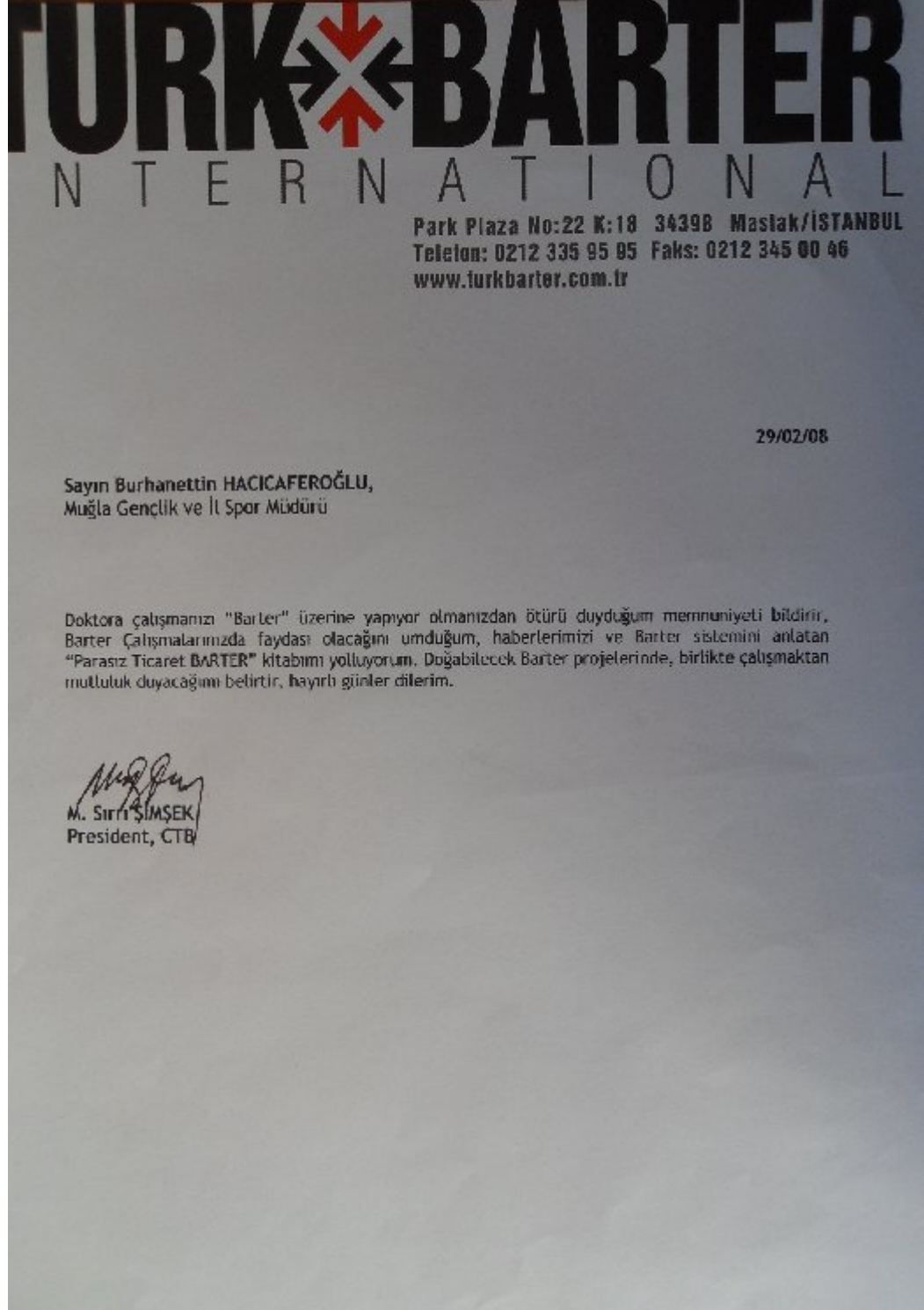
Bu durumdaki bir arz-talep havuzunda taleplerin karşılanması şu şekilde olacaktır:

Talep Türü	Talep Eden	Talebi Karşılaman
Yabancı dil kursu	A Firması	D Firması
Havlu	A Firması	B Firması
Otomobil	C Firması	E Firması
Seyahat	E ve F Firmaları	A Firması
Bilgisayar	F Firması	C Firması
Bilgisayar kursu	B Firması	D Firması
Cep telefonu	E ve G Firmaları	F Firması

EK 7. Tür Barter referans arzlari

EK TÜRK BARTER REFERANS ARZLARI				
OTELLER	RESTORANLAR	TV. KANALLARI	RADYO KANALLARI	GAZETE VE DERGİLER
▪ Tusan Otel	▪ Salon Talia	▪ Show Tv.	▪ Radyo 5	▪ Yeni Şafak
▪ Dedeman Otel	▪ Boğaziçi Paysage	▪ TGRT	▪ Radyo Viva	▪ Yeni Çağ
▪ Korumar Hotel	▪ Meyyali Restaurant	▪ Cine 5	▪ Radyo Nostalji	▪ Milli Gazete
▪ Pera Palas	▪ Bursa İskender Kebapçısı - Avcılar	▪ SKY Türk	▪ Radyo Hot	▪ Yeni Asya
▪ Otel Akita		▪ Movie Max	▪ Number 1 Fm	▪ Ortadoğu
▪ Royal Resort Hotel	▪ Bursa İskender Kebapçısı - Maslak	▪ Hall Mark	▪ Radyo Klas	▪ Haber Ekspres
▪ Peri Tower Hotel		▪ Haber Türk	▪ Alem Fm	▪ Tüketici
▪ Büyükhanlı Park Hotel		▪ Meltem Tv	▪ Tgrt Fm	▪ Beşiktaş
▪ Otel Imbat		▪ Mesaj Tv	▪ Radyo Şahin (Bravo)	▪ Alternatif Dekorasyon Dergisi
▪ Sürmeli Hotel		▪ Number One Tv.	▪ Radyo Barış	▪ Mutfak Banyo Dergisi
▪ Blue Sky		▪ Kanal A	▪ Marmara Fm	▪ Tesisat Dergisi
▪ Ilgaz Mountain Resort		▪ Expo Chanel	▪ Meltem Radyo	▪ Cogeneration Dergisi
▪ Taslik Hotel		▪ Beşiktaş Tv.	▪ Radyo Net	▪ Voyager Seyahat Dergisi
▪ Hotel Santa Sophia		▪ Fenerbahçe Tv.	▪ Radyo Mega	▪ Active Finans Dergisi
▪ Fatih Otel		▪ Dizi Max.	▪ Radyo 99	▪ Dijital Teknik Dergisi
		▪ Sinema Türk	▪ Radyo Ses	
		▪ Kanal Türk	▪ Bizim Radyo	

EK 8. Türk Barter Yönetim Kurulu Başkanının Teşekkür ve Başarı Yazısı



EK 9. Anket Formu

Değerli yönetici;

Bu araştırmanın amacı, alternatif bir finansman modeli olarak kabul edilen Barter sisteminin Türk sporuna yön veren Spor Kulüplerinde Barter sisteminin bilinirliğini ve uygulanabilirliğini tespit etmektir. Araştırma ölçeği iki bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölümünde kişisel bilgiler, ikinci bölümünde ise Barter sistemine yönelik sorular bulunmaktadır. Lütfen sizi uygun olan seçeneği, "X" işareti koyarak belirtiniz. Bu çalışma bilimsel amaçla kullanılacaktır. Bu sebeple adınızı belirtmeniz gerekmemektedir.

İlginizden dolayı teşekkür ederim.

Burhanettin HACICAFEROĞLU
Gazi Üniversitesi

Kişisel Bilgiler:

1. Cinsiyet: 1. () Kadın 2. () Erkek
2. Yaşımız:
 1. () 30 Yaş ve altı
 2. () 31- 35 Yaş
 3. () 36- 40 Yaş
 4. () 41- 45 Yaş
 5. () 46- 50 Yaş
 6. () 51- 55 Yaş
 7. () 55 Yaş ve üzeri.
3. Eğitim durumu:
 1. () İlköğretim
 2. () Ortaöğretim
 3. () Lisans
 4. () Yüksek Lisans
4. Kulübünüzün faal branşları
 1. () Futbol
 2. () Voleybol
 3. () Basketbol
 4. () Hentbol
 5. () Atletizm
 6. () Güreş
 7. () Jimnastik
 8. () Yüzme
 9. () Diğer :.....

5. Kulüpteki göreviniz

1. () Kulüp Başkanı 2. () Yönetim kurulu üyesi
3. () Genel sekreter 4. () İdari Menajer 5. () Diğer:.....

Barter Sistemine İlişkin Bilgiler

6. Barter sistemi hakkındaki bilgi düzeyiniz

1. () Bilgim var 2. () Duydum 3. () Bilgim yok
4. () Hiç Bilgim yok

7. Barter sistemini bilme süreniz

1. () 1-5 yıl 2. () 6-10 yıl 3. () 11-15 yıl
4. () Bilgim yok

8. Barter sistemi hakkındaki haber kaynaklarını

1. () Gazete ve tv reklamları 2. () Barter müşteri temsilcisi
3. () Üye vasıtası ile 4. () Barter kulüp tanıtım günleri
5. () Web sayfasından 6. () Bilgim yok

9. Kulübünüzde Barter sistemini kullanma durumunuz (Cevabınız hayır ise

16. soruya geçiniz)

1. () Devamlı 2. () Birkaç kez 3. () Hayır/kullanılmadı

10. Barter sisteminin kulübünüze sağladığı avantajlar

1. () Nakit sıkıntısını gidermek
2. () Uzun vadeli faizsiz borçlanma olanağı
3. () Ücretsiz ve etkin reklam olanağı
4. () Yeni müşteri ve pazarlar bulma
5. () Mamül ve hizmetlerin satışını kolaylaştırmak
6. () Tahsilat garantisi
7. () Atıl kapasitesinin giderilmesi
8. () Mamül ve hizmetlerin bilinirliğini artırma

11. Barter sisteminden memnuniyetsizlik sebepleriniz
1. () Sisteme karşı var olan güvensizlik
 2. () Zamanında mamül teslimi yapılmaması
 3. () Sistemden alınan ürünlerin normalinden pahalı olması
 4. () Sistemde bulunan mamül ile yetinme zorunda kalma
 5. () Kaliteli mamül temin edememek
 6. () Fiyatlandırmada problemlerin yaşanması
 7. () Sistemde istediğimiz ürünleri her an bulamama
12. Barter sisteminden ve getirdiği değişim ve avantajlardan memnuniyet
1. () Evet
 2. () Kısmen
 3. () Hayır
- 13 Barter sistemini kullanmaya devam etme düşünceniz
1. () Evet
 2. () Kısmen
 3. () Hayır
14. Barter sistemini kullanırken hangi sektördeki firmalarla mamul alımı daha yoğun gerçekleşmekte
1. () Büro araçları
 2. () Elektronik
 3. () Spor malzemeleri
 4. () Temizlik ürünleri
 5. () Tekstil
 6. () Isıtma ve havalandırma
 7. () İnşaat malzemeleri
 8. () Diğer:.....
15. Barter sistemini kullanırken hangi sektördeki firmalarla hizmet alımı daha yoğun gerçekleşmekte
1. () Sigortacılık
 2. () Ulaştırma
 3. () Konaklama
 4. () Sağlık
 5. () Diğer:.....
16. Kulüp olarak Barter sistemi kullandığınız takdirde sisteme arz edebileceğiniz mamüller
1. () Lisanslı ürünler
 2. () Tesis kullanımı
 3. () Maç biletleri
 4. () Tesis içi ve dışı reklam
 5. () Diğer:.....

17. Kulüp olarak Barter sistemi kullandığınız takdirde arz edebileceğiniz hizmet ürünleri

1. () Sporcu bonservisleri 2. () Naklen yayın gelirleri
3. () Organizasyonlar 4. () Diğer:.....

18. Barter sisteminden talep edebileceğiniz mamüller

1. () Yiyecek-içecek ürünleri
2. () Temizlik ürünleri
3. () Kırtasiye
4. () Elektronik
5. () Gayrimenkul
6. () Tekstil
7. () Matbaa hizmetleri
8. () Diğer:.....

19. Barter sisteminden talep edebileceğiniz hizmetler

1. () Ulaşım 2. () Sağlık 3. () Sigorta 4. () Konaklama
5. () Sporcu bonservisi 6. () Diğer:....

20. Barter sisteminden daha önce bilginiz olsaydı, alternatif bir finansman ve pazarlama aracı olarak kulübünüzde kullanılmasına ilişkin görüşünüz

1. () Kullanılması uygun olur 2. () Kararsızım
3. () Kullanılması uygun olmaz

21. Barter sistemi içinde alışveriş yapabileceğiniz firma sayısının çok olmasını istermisiniz

1. () Evet 2. () Hayır 3. () Kararsızım

22. Kulüp olarak hangi alanlarda eksiklik ya da yetersizlik hissediyorsunuz

1. () Maddi kaynak yaratma
2. () Bonservis bedeli ödeme
3. () Lisanslı ürün satışı
4. () Nakit para girişı
5. () Sponsor bulma
6. () Forma reklamı bulma
7. () Tesis içi ve dışı reklam bulma
8. () Bilet satışı
9. () Diğer:.....

10. ÖZGEÇMİŞ

Trabzon'un ilinin Sürmene ilçesinde 1968 yılında doğdu. İlkokul, ortaokul ve lise öğrenimini Sürmene'de tamamladıktan sonra, Gazi Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümünden 1991 yılında mezun oldu. Aynı yıl Malatya ilinin Akçadağ ilçesine Beden Eğitimi Öğretmeni olarak atandı.1994 yılında İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bölümünde Okutman olarak göreve başladı. 1996 yılında İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü'nde yüksek lisans öğrenimini tamamladıktan sonra, 2004 yılında Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü'nde Doktora öğrenimine başladı. 2006 yılında Muğla Gençlik ve Spor İl Müdürü olarak atandı. Evli ve iki çocukbabasıdır.

