

OCAK 2013

T.C. Lefkoşa Büyükelçiliği
Yardım Heyeti Başkanlığı



Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
Başbakanlık



Doğu Akdeniz Üniversitesi



Lefke Avrupa Üniversitesi



**Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ile
Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Arasındaki
Ticaret Kaymasının Analizi ve Kuzey için Politika Önerileri**

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ile Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Arasındaki Ticaret Kaymasının Analizi ve Kuzey için Politika Önerileri

Editör

Prof. Dr. Şinasi Aksoy

Yayına Hazırlayanlar

Prof. Dr. Halil Nadiri

Prof. Dr. Cem Tanova

Doç. Dr. Salih Katircioğlu

Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı

Doç. Dr. Mustafa Tümer

Yrd. Doç. Dr. Fehiman Eminer

Yrd. Doç. Dr. Mehmet İslamoğlu

Dr. Mustafa Ertanın

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ile Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Arasındaki Ticaret Kaymasının Analizi ve Kuzey için Politika Önerileri

Bu kitapta yer alan görüşler proje tarafları olan Türkiye Cumhuriyeti, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Üniversitelerin görüşlerini birebir yansıtmayabilir. Kaynak göstermek suretiyle kısmen veya tamamen alıntı yapılabilir.

LAÜ-DAÜ

Ocak 2013

Lefke Avrupa Üniversitesi (LAÜ)

Gemikonağı - Lefke , Mersin 10, TÜRKİYE, Kuzey Kıbrıs

Tel : +90 392 660 2000

Fax : +90 392 727 75 28

www.eul.edu.tr

webmaster@eul.edu.tr

Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ)

Mağusa, Kuzey Kıbrıs

Mersin 10, Turkey

Tel: +90 392 630 11 11

www.emu.edu.tr

info@emu.edu.tr

Baskı:

Okman Printing Ltd.

Şht. Ahmet M.Ruso Cad.

K.Kaymaklı /Lefkoşa

Telefon: 2254247

Kapak Tasarım: *Özgü Tan*

TEŞEKKÜR

Bu kitabın konusunu teşkil eden projenin gerçekleşmesini sağlayan katkılarından dolayı Türkiye Cumhuriyeti Büyükelçiliği ile Yardım Heyeti Başkanlığına şükranlarımızı sunuyoruz.

Ayrıca, başta Yönlendirme Kurulu Üyeleri olmak üzere çalışmanın her aşamasında değerli görüş ve önerileri ile destek veren, Sanayi ve Ticaret Odalarımıza, Esnaf ve Zanaatkarlar Odasına, Sendikalara, Siyasi Partilere ve diğer tüm paydaşlarımıza teşekkür ederiz.

ÖNSÖZ

Doğu Akdeniz Üniversitesi ile Lefke Avrupa Üniversitesi arasında ortak proje olarak yürütülen “Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ile Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Arasındaki Ticaret Kaymasının Analizi ve Kuzey için Politika Önerileri” başlıklı çalışma üç aşamada oluşturulmuştur.

Çalışmanın 1. aşaması olan “Başlangıç Raporu”, çalışmanın üzerine inşa edildiği kurumsal ve kavramsal çerçeveyi çizmekte, çalışma öncesinde eldeki verileri bir araya toplayarak hipotezlerin geliştirilmesine ve tartışılmasına kaynak teşkil etmektedir.

2. aşama “İlerleme Raporu” olarak adlandırılmış olup, bu bölümde ağırlıklı olarak Kuzey ve Güneyde yapılan anketler yolu ile bilgi birikimi sağlanmakta, bu çerçevede sivil toplum örgütleri ve meslek kuruluşları da odak gruplar olarak değerlendirmeye alınmakta, konuya ilişkin değerlendirmeleri ve önerileri çalışmaya eklemlenmektedir. Böylece ticaret hayatına yönelik verilerin kaynak olarak zenginleştirilmesi gerçekleştirilmiş olmaktadır.

“Nihai Rapor”da 3. aşama olarak malların ve hizmetlerin karşılaştırılmalı mali analizleri, SWOT analizleri ve verilerin değerlendirilmesi gerçekleştirilmekte, önceki aşamalarda elde edilen bilgi ve birikime de dayanarak politika önerileri geliştirilmekte, bu politikaların uygulanmasına yönelik bir öneri eylem planı da çalışmada yer almaktadır.

Bir başka deyişle, bu çalışma önceki raporları da kapsayan bir bütünsellik içinde konuyu tartışarak önerileri somutlaştırmakta ve bu önerileri eylem planı içinde uygulamaya aktarmak üzere bir perspektif geliştirmeye çalışmaktadır.

Çalışma metni boyunca irdelenen konunun özelliğine göre, Kuzey Kıbrıs veya sadece Kuzey KKTC için; Güney Kıbrıs veya sadece Güney de GKRY yerine kullanılmaktadır.

İÇİNDEKİLER

Önsöz.....	3
İçindekiler.....	4
Tablolar Listesi.....	5
Şekiller Listesi.....	5
GİRİŞ.....	6
YÖNETİCİ ÖZETİ.....	8
1. TEMEL ARAŞTIRMA BULGULARI.....	13
1.1. Kuzey Kıbrıs Tüketici Eğilimleri.....	13
1.2. Güney Kıbrıs Tüketici Eğilimleri.....	21
2. ODAK GRUP ÇALIŞMALARI.....	24
3. MALİYET ANALİZİ.....	28
4. SWOT ANALİZİ.....	43
5. STRATEJİK VİZYON VE HEDEFLER.....	48
6. EYLEM PLANI.....	53
7. SONUÇ.....	62
Kaynaklar.....	65
Ek-1: Odak Grup Çalışmaları Katılım Listesi.....	67
Ek-2:Odak Grup Raporları.....	70
Ek-3: Güney ve Kuzey Kıbrıs Fiyat Karşılaştırması Tablosu.....	99
Ek-4: Yeni Zelanda Newmarket Semti AVS Projesi.....	102
Ek- 5: Birmingham AVS Projesi.....	103
Ek-6: Güney ve Kuzey Kıbrıs’da Mukayeseli ÖTV=FİF Yapısı.....	104

Tablolar Listesi

Tablo 1: Kuzey Kıbrıs Seçmeni ve Araştırma Örneğinin İlçelere Göre Dağılımı.....	14
Tablo 2: Gelir Seviyesine Göre Güneyde Alış Veriş Yapma Nedenleri.....	19
Tablo 3: İşyerine Göre Güneyde Harcama Miktarı.....	20
Tablo 4: Güneyin Avantajlı Olduğu Ürünlerin Kuzey’de Temel İthal Girdileri (2012 Ağustos).....	31
Tablo 5a: Güneyin Avantajlı Olduğu İthal Ürünlerde Karşılaştırmalı Gider Analizi.....	32
Tablo 5b: Alkollü İçeceklerde Kuzey Kıbrıs’ın İthal Girdi Maliyetleri.....	33
Tablo 6: Bazı Ürün ve Ürün Grupları için Kuzey ve Güney Kıbrıs’ta KDV Oranları.....	34
Tablo 7: Kuzey ve Güney Kıbrıs İthalatında Navlun Giderleri.....	34
Tablo 8: Kuzey ve Güney Kıbrıs İşletmelerinin İthalattan Bağımsız Maliyet ve Kârlılığını Etkileyen Etmenler.....	35
Tablo 9: Kuzey Sınır Ötesi Ticaret Sektörü SWOT Analizi.....	43

Şekiller Listesi

Şekil 1: Kuzey’de Alışveriş Yapılan Marketlerin Oransal Dağılımı (%).....	13
Şekil 2: Güneyde Alışveriş Yapılan AVM’lerin Oransal Dağılımı (%).....	13
Şekil 3: Ankete Katılanların En Çok Kullandıkları Sınır Kapılarının Oransal Dağılımı (%).....	14
Şekil 4: Güneyde Yapılan Harcamaların Ödeme Şekli (%).....	16
Şekil 5: Güney Kıbrıs’ın Avantajlı Olduğu Ürünler.....	16
Şekil 6: Güneye Kayan Ticarete Öne Çıkan Faktörler.....	18
Şekil 7: Kuzeyin Avantajlı Olduğu Ürünler (%).....	21
Şekil 8: Kuzeyden Alışveriş Yapmada Öne Çıkan Faktörler (%).....	22
Şekil 9: Kuzeyden Alınan Ürünlerin Oransal Dağılımı (%).....	22
Şekil 10: Kuzeyden Alışveriş Yapılmamasında Önemli Olan Düşünceler.....	23
Şekil 11: Kuzey ve Güney Kıbrıs’taki Temel Tüketim Ürünleri (Markalar) Fiyat Karşılaştırması (%).....	37
Şekil 12: Kuzey ve Güney Kıbrıs’taki Süt ve Süt Ürünleri Fiyat Karşılaştırması (%).....	37
Şekil 13: Kuzey ve Güney Kıbrıs’taki Sebze-Meyve Fiyat Karşılaştırması (%).....	38
Şekil 14: Kuzey ve Güney Kıbrıs’taki Diğer Gıda Ürünleri Fiyat Karşılaştırması (%).....	39
Şekil 15: Kuzey ve Güney Kıbrıs’taki Alkollü İçecekler Fiyat Karşılaştırması (%).....	40
Şekil 16: Kuzey ve Güney Kıbrıs’taki Akaryakıt Fiyat Karşılaştırması (%).....	40
Şekil 17: Kuzey ve Güney Kıbrıs’taki Elektronik Eşya Karşılaştırması (%)	41

GİRİŞ

Bu rapor, “Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ile Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Arasındaki Ticaret Kaymasının Analizi ve Kuzey için Politika Önerileri” başlığı altında üç aşamada yürütülen projenin son aşamasıdır. Nihai rapor şeklinde adlandırılan bu aşamanın temel hedefi kişisel mal ve hizmet ticaretini Kuzey Kıbrıs lehine çevirmek için politika önerilerinde bulunmaktır. Nihai rapor aşamasına ilk iki raporda gerçekleştirilen sistematik çalışmalar sonucunda gelinmiştir. İlk aşama olan “Başlangıç Raporu”na göre Sınır Ötesi Ticaret teorisi, Kuzey ve Güney Kıbrıs ticaretine ilişkin istatistiki ve ekonomik olgular ve paydaşlarla gerçekleştirilen odak grup toplantıları sonucunda Kuzey ve Güney Kıbrıs tüketici eğilimlerine ilişkin araştırma tasarlanmıştır. İkinci aşama olan “İlerleme Raporu”nda tüketici eğilimlerine ilişkin araştırma sonuçları ortaya konmuştur. Çalışmanın son aşaması olan “Nihai Rapor”da ise “İlerleme Raporu”nda yer alan araştırma sonuçları esas alınarak gerçekleştirilen “Maliyet Analizi”, “SWOT Analizi” ve “Odak Grup Toplantı”larından yararlanarak kişisel mal ve hizmet ticaretini Kuzey Kıbrıs lehine çevirmek için politika önerilerinde bulunulmuş ve ilgili hedeflere varmak için “Eylem Planı” oluşturulmuştur. Çalışma kapsamında yürütülen faaliyetler aşağıdaki unsurları içermektedir:

- Anket sonuçlarının ticarete konu olan mal ve hizmetleri sunan Kuzey Kıbrıs’ta faaliyette bulunan işadamları ile yüz yüze görüşme yöntemi ile paylaşılarak fiyat, sunum, kalite, servis, kârlılık gibi konular ekseninde tartışılması,
- Ticaretin Kuzey lehine gelişmesinin sağlanması için neler yapılabileceğinin paydaşlarla tartışılacağı odak grup çalışması,
- Kuzey Kıbrıs tüketici eğilimleri araştırma sonuçlarına göre Güney Kıbrıs’ın avantajlı olduğu ifade edilen mal ve hizmetlere ilişkin maliyet analizinin mukayeseli olarak hazırlanması,
- Elde edilen bilgiler ışığında Kuzey Kıbrıs perakende ticaretinin SWOT değerlendirmesinin yapılması,
- Elde edilen bulgular ışığında grup elemanlarının bir araya gelerek politika önerileri ve stratejiler geliştirmesi,
- Yukarıdaki faaliyetler ışığında Kuzey Kıbrıs mal ve hizmet ticaretine ilişkin “Vizyon” ve “Hedeflerin” belirlenmesi

- Hedeflerin başarılmasına yönelik politika önerilerini uygulamayı esas alan “Eylem Planı”nın belirlenmesi
- Dönem raporunun hazırlanması,
- Tüm dönem raporlarından yararlanılarak proje raporunun hazırlanması,
- Proje raporunun sunulması

YÖNETİCİ ÖZETİ

Doğu Akdeniz Üniversitesi ile Lefke Avrupa Üniversitesi'nin birlikte ortak proje olarak yürüttükleri “Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) ile Güney Kıbrıs Rum Yönetimi (GKRY) Arasındaki Ticaret Kaymasının Analizi ve Kuzey için Politika Önerileri” konulu çalışma üç aşamada gerçekleştirilmiştir.

Birinci aşamada , “Sınır Ötesi Ticaret Teorisi” üzerine inşa edilmiş olan çalışmanın temel kuramsal ve kavramsal çerçevesi oluşturulmuş, çalışma öncesinde Güney-Kuzey ticaret ilişkisini konu alan eldeki mevcut veriler bir araya toplanmış, hipotezlerin geliştirilmesi ve tartışılması gerçekleştirilmiştir.

Eldeki veriler Kuzey-Güney ticaret ilişkilerinin zaman içinde Güney lehine geliştiğini ortaya koymuştur.

İkinci aşamada ağırlıklı olarak anket uygulamaları yoluyla bu kaymanın nedenleri, boyutları ve hangi ürünlerde ortaya çıktığı hususları tespit edilmeye çalışılmış, bu çerçevede karşılaştırmalı fiyat-mali analizler ve SWOT çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Anket çalışması Kuzey ve Güney’de uygun denek grupları üzerinde uygulanmış, sivil toplum örgütlerinin ve meslek kuruluşlarının da odak gruplar olarak görüşlerine ve değerlendirmelerine başvurulmuş, böylece çeşitli kaynaklardan gelen verilerle çalışmanın tabanı yaygınlaştırılarak zenginleştirilmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede aşağıda belirtilen soruların cevaplandırılmasına çalışılmış ve bu cevapların toplanan verilerle desteklenmiş olmasına özel özen gösterilmiştir;

- Ticaret kaymasının tahmini büyüklüğü,
- Güney’in Kuzey’e göre avantajlı olduğu ürünlerin tespiti,
- Güney’e kayan ticaretin temel nedenlerinin ortaya konulması,
- Güney’den Kuzey’e ticaretin sınırlılıklarının nedenleri,
- Durum değerlendirmesi, alınabilecek tedbirler ve geliştirilebilecek politika seçeneklerinin belirlenmesi.

Bu soru başlıkları ana hatlarıyla ele alındığında elde edilen bulgular özetle şöyle belirlenebilmektedir:

Tahmini Büyüklük ;

Kişisel ticaretin tahmini büyüklüğü yapılan anket çalışmalarından elde edilen veriler ışığında hesaplanmıştır.

Kuzey'den Güney'e geçenlerin kişi başına harcamaları 51-100 EURO dilimi içinde yeralmaktadır. Ortalama harcama ise 89 Euro olarak hesaplanmıştır. Tespit edilen geçiş sayısı 675.000 kişi olduğuna göre toplam harcama 60.305.455 Euro olarak gerçekleşmiştir (2012 Ocak-Haziran). Güney'den Kuzey'e geçişlerde Kuzey'de yapılan ortalama kişisel harcama 36 Euro olarak belirlenmiştir. Güney'den Kuzey'e geçen sayısı 2012 Ocak-Haziran dönemi için 317.768 olmuştur. Bu durumda $317.768 \times 36 = 11.439.648$ Euro'luk bir harcamanın Kuzey'de gerçekleştirildiği görülmektedir.

Güney'in Ajantajlı Olduğu Ürünler; Güney'in Kuzey'e göre avantajlı olduğu ürünler önem sırasına göre aşağıdaki gibidir;

Giyim Eşyası

Kuzey'de olmayan marka ürünler

Elektrikli eşyalar

Yedek parça,

Et ürünleri,

Gıda ürünleri

Araç servisi

Süt ürünleri ,

Kuzey’in Güney’e göre avantajlı olduğu tespit edilen ürünleri ise :

Taklit ürünler,

Doğal güzellikler ve tarihi yerler,

Kasino,

Tekstil ürünleri, özellikle (perde, yün gibi),

Otel ve restoranlar’ dır.

Güney’in Kuzey’den Alış-veriş Yapmama Nedenleri;

Alışveriş merkezlerinin uzaklığı,

Güney’deki esnafın korunması gerektiği anlayışı,

Kuzey’den alışverişin toplum tarafından onaylanmayacağı görüş ve inancı,

Kuzeydeki esnafa gelir aktarımının yapılmaması yönündeki hassasiyet.

Güneye kayan ticarete öne çıkan faktörler özetle şunlardır;

Çok amaçlı alışveriş merkezlerinin varlığı,

Güneyin daha ucuz olması,

Ürün çeşitliliği,

Hizmet sektörünün daha gelişmiş olması,

Satılan ürünlerin daha kaliteli olduğu değerlendirilmesi,

Bu çerçevede Kuzey-Güney fiyat karşılaştırmasında da aşağıdaki ürünler açısından şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır;

Fiyat avantajlı olan taraf

Temel Tüketim Ürünleri	Kuzey
Süt ve Süt Ürünleri	Kuzey
Sebze ve Meyve	Kuzey
Diğer Gıda Ürünleri	Kuzey
Alkollü İçecekler	Güney
Akaryakıt	Kuzey
Elektronik-Elektrikli Eşyalar	Güney

Başka bir deyişle bazı mamullerde Güney, bazılarında ise Kuzey daha avantajlı bir fiyat sunmaktadır. Ancak Kuzey ve Güneyde yaşayanların diğer bölgelere ve ürünlere yönelik bazı önyargılarının bulunduğu görülmektedir.

Durum değerlendirmesi ve alınacak tedbirler ve olası politika seçenekleri ;

Yukarıda özet olarak anabашlıkları itibariyle sunulmuş olan veriler dikkate alınarak çalışma grubunun geliştirdiği gerçekleştirilmesi gereken amaçlar ve ilişkin politika önerileri aşağıda gösterilmiştir; (Ayrıntılı analizler için bkz. proje raporu: 48-52)

1. Mağaza hizmet kalitesinin artırılması,
2. Kuzey'in ucuzlaştırılması için tedbirlerin alınması ve somut düzenlemelerin yapılması gereği,
- 3.Tüketici güveninin artırılmasına yönelik adımların atılması,
- 4.Doğal ve tarihi güzelliklerin sunumunun etkinleştirilmesi tedbirlerinin alınması,
- 5.İki toplum arasında güven artırıcı ve ticareti teşvik edici politikaların geliştirilmesi, toplumsal önyargıların aşılması için gerekli adımların atılması, girişimlerin yapılması,
- 6.Gümrük denetimlerinin artırılması,
- 7.Kurumsallaşma gereği.

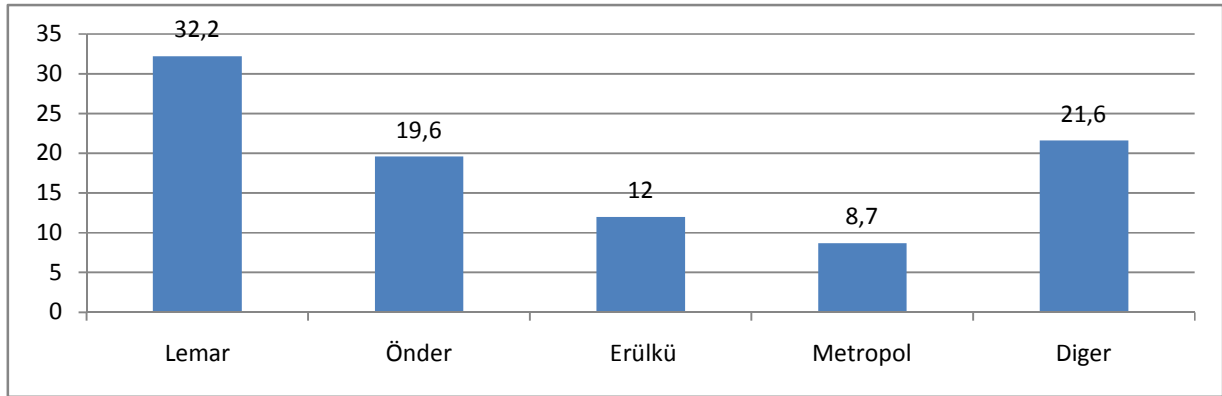
Bu amaçların gerçekleştirilmesine yönelik olarak çalışmada bir dizi eylem planı önerileri de geliştirilmiş bulunmaktadır (Ayrıntılı sunum için bknz: 53-61). 38 başlıkta toplanan eylem planları ayrıntılı bir biçimde ve yerine getirmekte öncelikli sorumluluk alması gereken kurum ve kuruluşlar da dikkate alınarak tespit edilmiş ve bu eylem planlarının gerçekleştirilmesinin öngörülen vade dilimi içinde gerçekleştirilmesinin sonuç alma ve Ticaret Kaymasının geri çevrilebilmesi açısından önemli olduğu vurgusu yapılmıştır.

1. TEMEL ARAŞTIRMA BULGULARI

Nihai raporun esas amacı olan politika önerilerini geliştirmede temel dayanak noktası ilerleme raporunda detaylandırılan Kuzey ve Güney Kıbrıs tüketici eğilimleri ile ilgili araştırma sonuçları olacaktır. Dolayısıyla, ilgili araştırma temel bulgularının özet olarak bu bölümde de aşağıdaki gibi açıklanması gerekli görülmüştür.

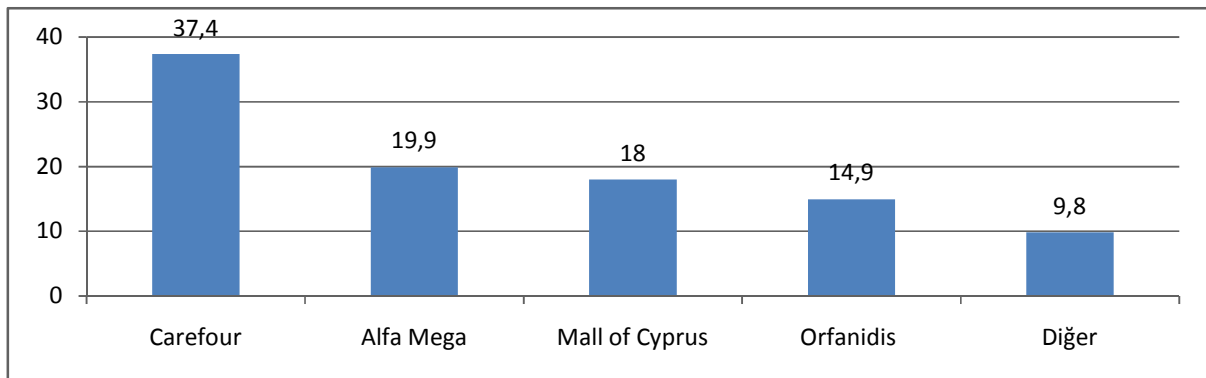
1.1. Kuzey Kıbrıs Tüketici Eğilimleri

Ankete katılan kişiler, en çok %32.2 oranla Lemar, %19.6 oran ile de Önder ve % 12’lik oran ile Erülkü marketlerinden alışveriş yaptıklarını belirtmişlerdir (Şekil 1).



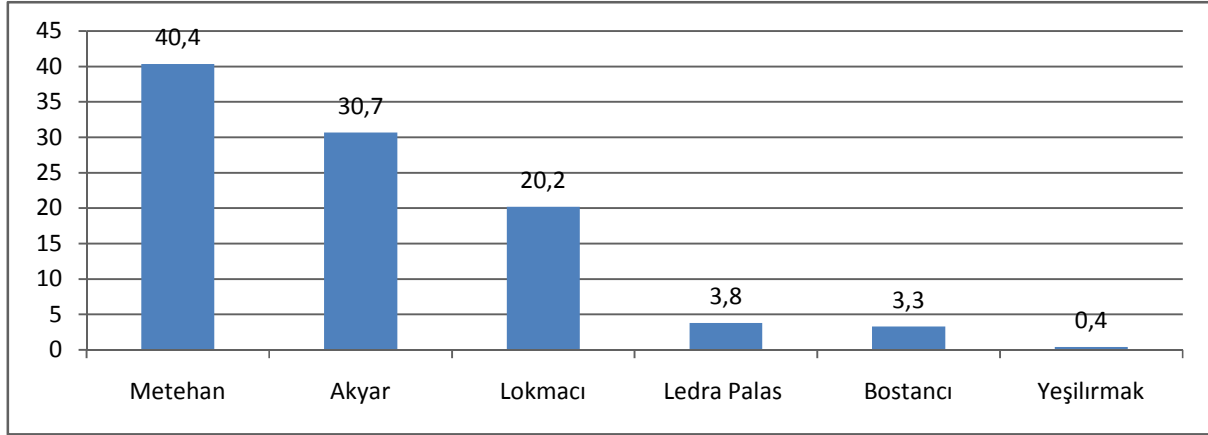
Şekil 1: Kuzey’de Alışveriş Yapılan Marketlerin Oransal Dağılımı (%)

Kuzey Kıbrıs vatandaşlarının Güneyde alışveriş yaptıkları AVM’ler sırasıyla Carefour, Alfa Mega, Mall of Cyprus ve Orfanidis olarak ifade edilmektedir (Şekil 2).



Şekil 2: Güneyde Alışveriş Yapılan AVM’lerin Oransal Dağılımı (%)

En çok kullanılan sınır kapıları incelendiğinde bu oranların ilçelerde yapılan anket oranları ile paralel olduğu görülmektedir. Ankete katılanların %40.4'ü Metehan sınır kapısını, %30.7'si ise Akyar – Gazimağusa sınır kapısını kullandıklarını belirtmişlerdir (Şekil 3).



Şekil 3: Ankete Katılanların En Çok Kullandıkları Sınır Kapılarının Oransal Dağılımı (%)

Sınır kapılardan geçiş oranları Tablo 1'den net olarak görülebileceği gibi; Kuzey Kıbrıs seçmeninin ve buna göre belirlenmiş araştırma örneğinin ilçelere göre dağılımı ile büyük ölçüde örtüşmektedir. Başka bir ifade ile, Kuzey Kıbrıs tüketicileri genelde ikamet ettikleri bölgeye en yakın sınır kapılarını kullanmaktadırlar. Ancak, Lefkoşa Metehan kapısındaki oranının yüksekliği Güneye geçiş için araç seyrüseferlerin sadece buradan çıkarılması ve Güney Lefkoşa'nın diğer bölgelere kıyasla daha fazla ziyareti ve alışverişi gerektirecek merkez olmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 1: Kuzey Kıbrıs Seçmeni ve Araştırma Örneğinin İlçelere Göre Dağılımı

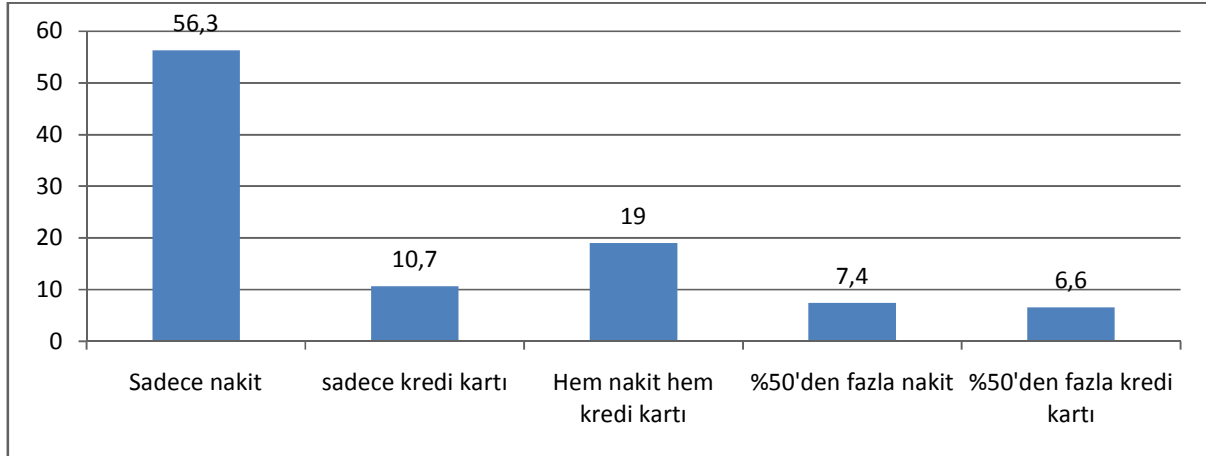
BÖLGE	KUZEY KIBRIS SEÇMENİ		ÖRNEKLEM	
	Seçmen Sayısı	Oran %	Kişi Sayısı	Oran %
Lefkoşa	43833	31.10	82	34.9
Gazimağusa	37131	26.35	673	27.3
Girne	25983	18.44	353	14.3
Güzelyurt	1421	13.78	333	13.5
İskele	14554	10.33	246	10.0
Genel TOPLAM	140922	100	2,467	100.0

Güneydeki AVM'lerin Güney Kıbrıs'taki alışverişin gerçekleşmesinde ne ölçüde etkin olduğu sorgulanmıştır. Kuzey Kıbrıs'da AVM'lerin açılması ile Güney Kıbrıs'tan yapılan alışverişin azalıp azalmayacağı sorgulanmış ve geçerli yanıtların %58.2'si azalacağı yönünde fikir beyan etmiştir. %33.6'sı ise azalmayacağını belirtmişlerdir.

Kuzey-Güney sınır kapı sayısının yeterliliği hususunda denekler % 76.7 gibi yüksek oranda yeterli olduğunu ifade etmişlerdir.

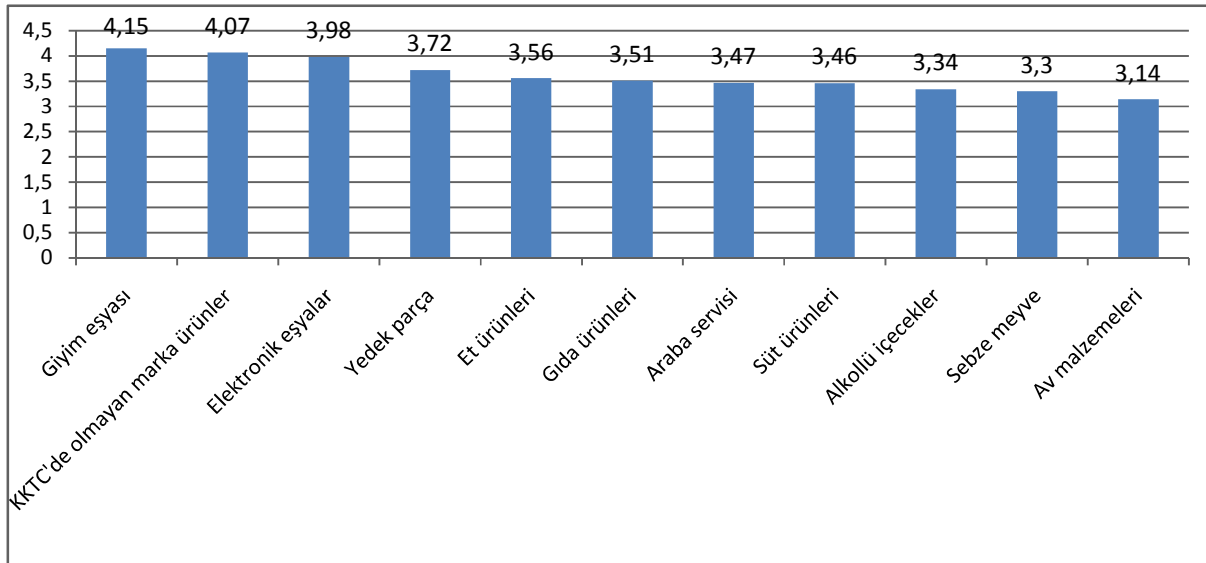
Araştırma sonuçlarına göre Güney Kıbrıs'a her geçişte yapılan kişi başına ortalama harcama hesaplanmıştır. Ankete katılanların toplam harcaması **€216,650** olarak tesbit edilmiştir. Kişi Başı Ortalama harcama ise $\text{€216,650} / 2,427 = \text{€89.27}$ olarak hesaplanmıştır (Toplam harcama/ankete katılan sayısı). 2011 yılında Güneye geçen Kuzeylilerin **1,443,522** olduğu geçiş kapıları verilerinden elde edilmiştir. Buna göre kişi başı ortalama harcama ile bu sayı çarpıldığında 2011 yılında Güneyde yapılan toplam kişisel harcama miktarı elde edilmektedir. Ancak anketin 2012 yılı Nisan ayında uygulanmış olmasından dolayı bu hesaplamanın gerçekçiliği açısından dönem olarak Nisan 2012'nin esas alınması gerekmektedir. Buna göre, **2011** yılı için Güneyde yapılan toplam kişisel harcama $1,443,522 \times 89,27 = 128,863,209$ **Euro** olarak tahmin edilebilir. Araştırmanın yapıldığı dönem olan 2012 Nisan ayında Güneye geçen Kuzeyli sayısı dikkate alındığında: $105,616 \times 89,27 = 9,428,340$ **Euro Nisan 2012** Güneyde yapılan kişisel harcama miktarı olarak hesaplanabilir. 2012 yılının ilk yarısı olan Ocak-Haziran döneminde Güney-Kuzey sınır kapılarından geçiş yapan ve Kuzeye giren Kuzey Kıbrıs vatandaşlarının istatistiki bilgilere göre 675,540 kişi olduğu tespitinden hareketle; $675,540 \times 89,27 = 60,305,455$ **Euro 2012 ilk yarısında** Güneyde yapılan kişisel harcama miktarını ortaya koymaktadır.

Anket verilerine göre Güney Kıbrıs'tan alışveriş yapanların %56.3'ü sadece nakit, %19.0 nakit ve kredi kartı birlikte kullanmaktadır (Şekil 4).



Şekil 4: Güneyde Yapılan Harcamaların Ödeme Şekli (%)

Şekil 5 Güneyin avantajlı olduğu düşünülen ürünleri sıralamaktadır. Kuzey Kıbrıslılar belirtilen tüm ürün gruplarında Güneyin avantajlı olduğunu belirtse de özellikle giyim eşyası ve Kuzey Kıbrısta olmayan marka ürünler ile elektronik ürünler öne çıkmaktadır. Yedek parça, et ürünleri ve gıda ürünleri diğer öne çıkan ürünlerdir.



Şekil 5: Güney Kıbrıs'ın Avantajlı Olduğu Ürünler

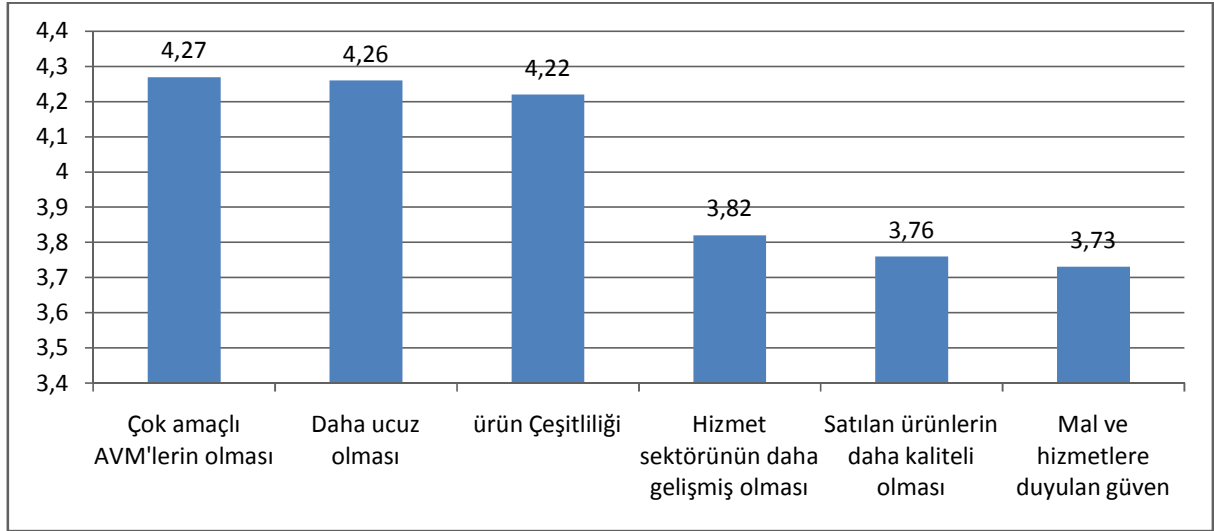
Pazarlama ve satış politikaları açısından önem taşıyan bir unsur avantajlı ürün saptamasının cinsiyete göre farklılaşmasıdır. Erkekler et ürünleri, araba servisi ve yedek parçayı kadınlara göre daha avantajlı görürken, kadınların daha avantajlı olduğu ürünler Kuzey Kıbrıs'da olmayan marka ürünler, gıda ürünleri, sebze-meyve ve giyim eşyası olarak ifade edilmiştir.

Kuzey Kıbrıs vatandaşlarının Güney’de yaptıkları alışverişin yüksek gelir esnekliği olduğu anlaşılmaktadır. Aile gelir gruplarına göre 11 ürün çeşidi içerisinde farklılık gösteren “Elektronik ürünler”, “Kuzey Kıbrıs’da olmayan marka ürünler”, “Sebze meyve” ve “araba servisi” incelendiğinde ailenin gelir seviyesi düştükçe alım gücünün de azalması nedeni ile Güney’in bu ürün türündeki avantajlı olduğu yönündeki yargı azalmakta ve kararsız seviyede yoğunlaştığı gözlemlenmektedir.

Güneyin avantajlı olduğu ürünlerin rekabet avantajını etkileyen ikame edilebilirliklerinin Kuzey’de oldukça yüksek olduğu araştırma sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Ankete katılan kişilere Güney Kıbrıs’tan en fazla satın aldıkları ürün/hizmet’lerin Kuzey Kıbrıs’da olup olmadığı konusunda soru sorulmuş ve **%61.9’u (%44.6+%17.3)** bu ürün/hizmet’lerin Kuzey Kıbrıs’da olmadığını söyleyemediklerini belirtmişlerdir. %12.4’lük bir kısım ise fikrinin olmadığını belirtmiştir.

Güney’de alışveriş yapılan ürünlerin yüksek fiyat esnekliğine sahip olması fiyat politikası açısından oldukça dikkat çekicidir. Avro para biriminin Türk Lirası karşısında değer kazanmasının Güney’de alışveriş yapma isteğini azaltıyor mu sorusuna ankete katılanlar **%61** çoğunlukla evet demiştir. Şöyle ki, Güney’de **%5 - %20** arası fiyat artışı algılaması ile kişilerin **%54.7’si** Güney Kıbrıs’ta alışveriş yapmaktan vazgeçebileceklerini belirtmişlerdir.

Ticaretin Güneye kaymasında öne çıkan faktörler Şekil 6’da gösterildiği gibi sırasıyla “Çok Amaçlı AVM’lerin olması”, “Daha ucuz olması”, “Ürün çeşitliliği”, “Hizmet Sektörünün daha gelişmiş olması”, “Satılan ürünlerin daha kaliteli olması” ve “Mal ve hizmetlere duyulan güven”dir. Ayrıca, “Kuzeyde alışveriş yapın” şeklindeki siyasi söylemlerin ticaret kaymasında hiç bir etkisi olmadığı denekler tarafından ifade edilen sonuçlar arasındadır.



Şekil 6: Güneye Kayan Ticarete Öne Çıkan Faktörler

Güneyden alışveriş yapılmamasında öne çıkan nedenler sırasıyla “Kuzey Kıbrıs’taki esnafı korumak” ve “Kuzey Kıbrıs’ta kredi kartlarına taksit imkanının olması” olarak ifade edilmiştir. Bu iki olgu ticaretin Kuzey Kıbrıs’a yönlendirilmesinde geliştirilecek politika unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Münferiden Kuzey ve Güney Kıbrıs perakende mağazalarının hizmet kalitesi ölçüldüğünde Kuzey Kıbrıs’da *ürün fiyatlarının genelde uygun olmadığı ve mağazaların kendi özel kartı bulunmadığı* Kuzey Kıbrıs vatandaşları tarafından ifade edilmektedir. Buna karşılık, Güney Kıbrıs perakende mağaza hizmet kalitesi her açıdan olumlu bulunmuştur. Her iki ülkenin hizmet kalite algılamaları mukayese edildiğinde Kuzey Kıbrıs’ın 24 yargıdan sadece biri olan **“Mağazaların çeşitli kredi kartlarını kabul etmesi”** açısından Güney Kıbrıs’tan üstünlüğü sözkonusu olmuştur. Öte yandan, Güneydeki hizmet kalitesi birçok açıdan Kuzeyden daha iyi olarak değerlendirilmektedir. Güneyin, özellikle **park yeri, temizlik, modern görüntü, kalite, fiyat, mağazaların düzeni, fiziksel çekicilik ve müşteriye davranış** açısından çok daha iyi olduğu düşünülmektedir.

Faktör analizine göre Kuzey ve Güneyde hizmet kalitesini ölçen faktörler sıralama açısından önemli derecede olmasa dahi farklılaşmaktadır. Kuzey Kıbrıs’da hizmet kalitesini açıklayan faktörler önem sırasına göre **1.Güvenilirlik (% 38.35) , 2. Kişisel Etkileşim (% 8.38), 3.**

Politika (% 6.5), 4. Fiziksel Özellikler (% 4.78) ve 5. Sorun çözme (% 4.195) olarak rapor edilmektedir. Güney Kıbrıs'ta hizmet kalitesini açıklayan faktörler ise önem sırasına göre **1.Güvenilirlik (% 38.37), 2. Politika (% 8.72), 3.Fiziksel Özellikler (% 5.21), 4. Kişisel Etkileşim (%4.34) ve 5. Sorun çözme (3.97)**olarak tespit edilmiştir. Her iki ülke açısından ortak sonuç olarak ortaya çıkan “Perakende mağazanın vaatlerini tutması ve yükümlülüklerini doğru olarak yerine getirmesi” şeklinde tanımlanan “**Güvenilirlik**” faktörünün hizmet kalitesini açıklayan temel unsur olmasıdır. Şöyle ki, her iki ülkede de Güvenilirlik faktörünün geriye kalan 4 faktörün toplamından daha fazla hizmet kalitesini açıklama etkisi bulunmaktadır.

Farklı gelir seviyelerine göre Güneyde alış veriş yapma nedenlerinde farklılık olup olmadığı %5 anlamlılık düzeyinde Tek Yönlü Varyans analizi ile test edilmiştir. Bu test sonucuna göre aşağıdaki tablo elde edilmiş ve koyu olarak işaretlenmiş sorulara gelir seviyelerine göre farklı cevaplar verildiği tesbit edilmiştir (Tablo 2). Tabloda belirtildiği gibi gelir seviyelerine göre algılamada farklılık gösteren sorular “Güney Kıbrıs’ın daha ucuz olma algısı”, “Güney Kıbrıs’ta Ürün çeşitinin daha fazla olma algısı”, “Güney’e geçmenin bir değişiklik duygusu uyandırması”, “Satılan ürünlerin daha sağlıklı olduğu algısı” ve “Hizmet sektörünün daha gelişmiş olması”dır.

Tablo 2: Gelir Seviyesine Göre Güneyde Alış Veriş Yapma Nedenleri

	F	Sig.	1,300 TL ve altı	1,301TL - 2,500 TL	2,501 TL – 4,000 TL	4,001 TL - 5,500 TL	5,501 TL ve üzeri	Total
J1 Daha ucuz olması	3,025	,017	4.11	4.28	4.25	4.35	4.17	4.26
J2 Çok amaçlı alış veriş merkezlerinin olması	1,763	,133	4.00	4.24	4.29	4.30	4.26	4.27
J3 Mal ve hizmetlere duyulan güven	2,135	,074	3.34	3.71	3.73	3.77	3.72	3.72
J4 ürün çeşitliliği	3,006	,017	4.01	4.34	4.17	4.22	4.23	4.22
J5 Satılan ürünlerin daha kaliteli olması	1,784	,129	3.52	3.79	3.80	3.79	3.68	3.76
J6 Promosyon imkanlarının sıkça önerilmesi	2,069	,082	3.46	3.44	3.38	3.44	3.25	3.38
J7 Güneye geçmenin bir değişiklik duygusu uyandırması	3,18	,013	3.17	3.42	3.49	3.63	3.53	3.51
J8 Ürünlere sağlanan garanti sistemi	1,631	,164	3.11	3.42	3.38	3.46	3.35	3.39
J9 Kuzey 'deki iş sahiplerinin haksız kazançları	1,108	,351	3.13	2.92	2.84	2.93	2.93	2.9
J10 Daha modern ve Avrupalı ortama özlemi	1,506	,10	3.20	3.50	3.53	3.58	3.54	3.53
J11 Siyasilerin Kuzey’de alış veriş yapın telkinine duyulan tepki	1,373	,241	2.72	2.85	2.70	2.6	2.7	2.73
J12 Hizmet sektörünün daha gelişmiş olması	2,587	,035	3.58	3.90	3.75	3.86	3.82	3.81
J13 Satılan ürünlerin daha sağlıklı olması	3,893	,004	3.24	3.60	3.65	3.77	3.73	3.68

Gelir seviyesine göre Güneyde alış veriş yapma nedenlerindeki farklılık aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Daha ucuz olması konusunda 1,300TL ve altı gelir düzeyindeki grupta ortalama algı düzeyi 5 üzerinden 4.11 olurken bu rakam 4,100 ve 5,500 TL gelir düzeyindeki grupta ortalama algı düzeyi 4.35 olarak ortaya çıkmıştır. Bu da alt düzey gelir grubundakilerin üst düzey gelir grubuna göre Güneyin ucuz olduğuna daha az inandığını ortaya çıkarmaktadır.
- Güneye geçmenin bir değışiklik olduğu algısı en fazla 4,100 ve 5,500 TL gelir grubunu etkilerken (3.63) bu algı 1,300 TL ve altı grubunda daha düşüktür (3.17).
- Hizmet sektörünün güneyde gelişmiş olduğu düşüncesi 1,300 TL ve altı gelir düzeyindeki grupta 1,300 ve 2,500 grubuna göre daha düşük olarak ortaya çıkmıştır. Bu da daha üst gelir gruplarında hizmet algısı bakımından beklentilerin yüksekliğine işaret etmektedir.
- Satılan ürünlerin daha sağlıklı olduğu algısı da önceki maddelerde olduğu gibi 1,300 ve altı gelir grubunda 3.24 olarak ortaya çıkarken 4,000 - 5,500 TL gelir düzeyindeki grupta 3.77 olarak daha yüksek görülmektedir. Üst düzey gelir grubunun alış verişlerde sağlık algısının daha etkili olduğunu göstermektedir.

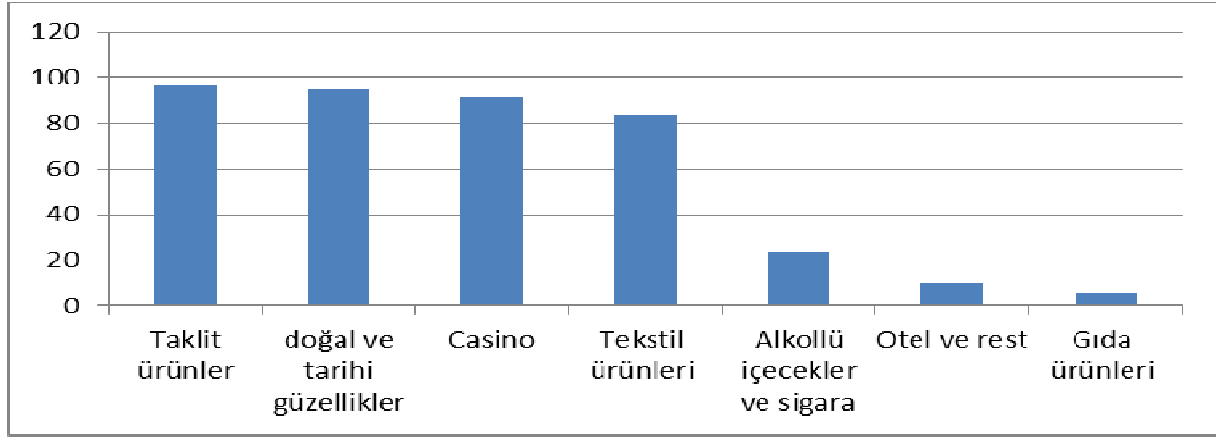
Kamu çalışanları, özel sektör çalışanları, kendi işyerinde çalışanlar arasında güneyde harcama bakımından bir fark bulunmamıştır. Tablo 3’de gösterildiğı gibi dikkati çeken tek farklılık, harcama oranlarına bakıldığında kendi işinde çalışanlar arasında 200 Euro üzeri harcama yapanların oranı %10 olarak çıkarken diğ er gruplarda %6 civarındadır.

Tablo 3: İşyerine Göre Güneyde Harcama Miktarı

Güney’e her gecişte ne kadar harcarsınız?					
	50 euro’dan az (%)	51 – 100 Euro (%)	101 – 150 Euro (%)	151 – 200 Euro (%)	201 Euro’dan fazla (%)
1. Kamu	27.9	37.8	19.1	9.1	6.1
2. Özel	30.3	37.8	18.0	7.7	6.2
3. Kendi işim	25.3	41.3	13.9	9.3	10.2
4. Güneyde çalışırım	34.6	34.6	19.2	3.8	7.7

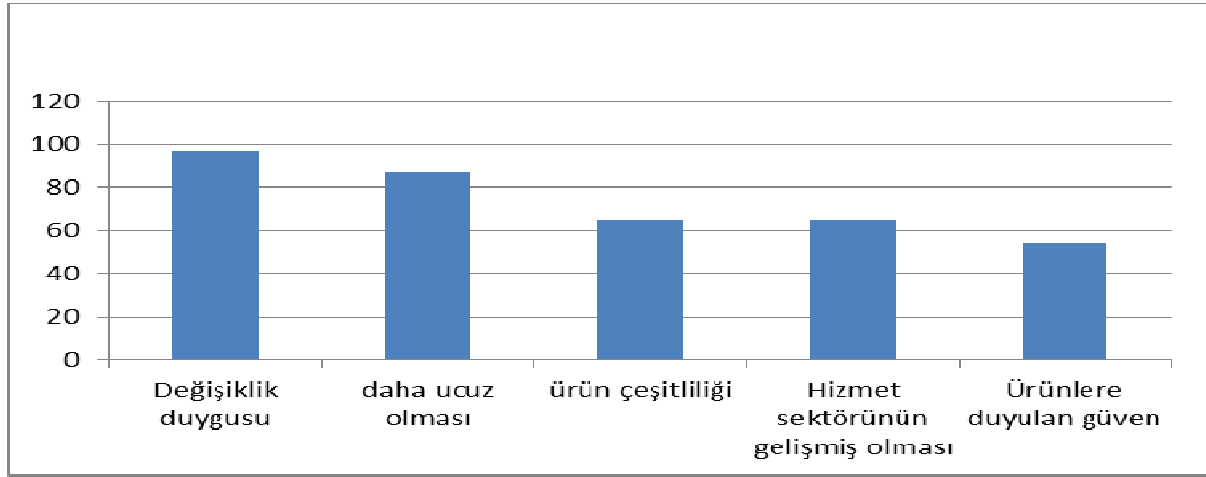
1.2. Güney Kıbrıs Tüketici Eğilimleri

Güney Kıbrıs Tüketici eğilimlerine göre Kuzey Kıbrıs'ın avantajlı olduğu belirtilen ürünler sırasıyla “Taklit ürünler”, “Doğal ve tarihi güzellikler”, “Casino”, “Tekstil ürünleri”, “Alkollü içecek ve sigara”dır (Şekil 7).



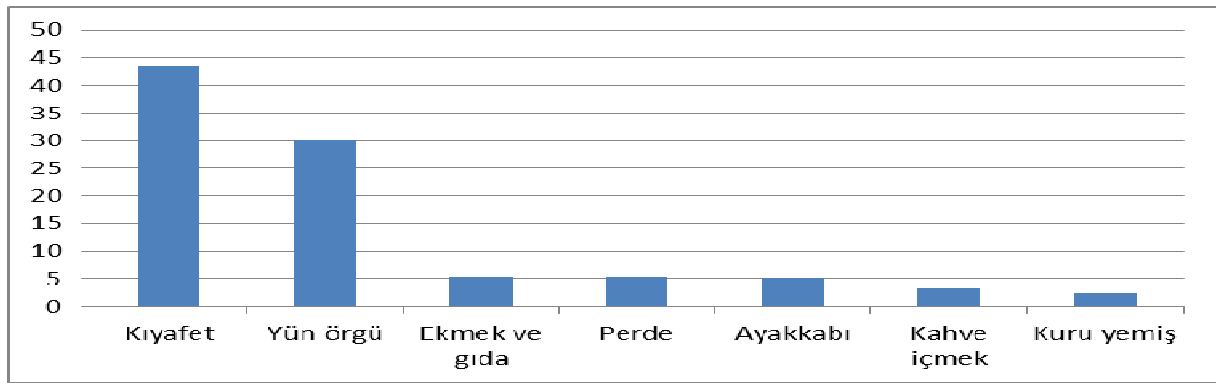
Şekil 7: Kuzeyin Avantajlı Olduğu Ürünler (%)

Şekil 8’de Güney Kıbrıs tüketicilerine göre Kuzeyden alışveriş yapmada öne çıkan faktörler görülmektedir. Örneklemin neredeyse tamamı “Kuzeye geçmenin bir değişiklik duygusu yaratması” seçeneğini önemli bir neden olarak görmektedirler. “Kuzeyin daha ucuz olması” da oldukça önemli bir neden olarak ortaya çıkmaktadır. “Ürün çeşitliliği, hizmet sektörünün gelişmiş olması ve ürünlere duyulan güven” de yine örneklemin yarıdan fazlası tarafından önemli nedenler olarak ifade edilmiştir. “Satılan ürünlere verilen garanti ile ürünlerin sağlıklı” olması oldukça az sayıda katılımcı tarafından önemli bulunduğundan şekilde yer almamıştır.



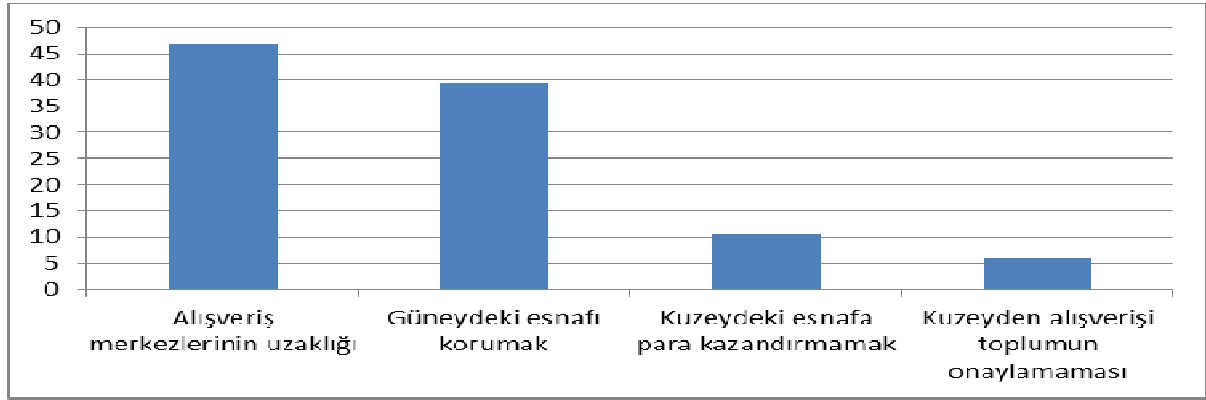
Şekil 8: Kuzeyden Alışveriş Yapmada Öne Çıkan Faktörler (%)

Kıyafet ve yün örgü Güneyden Kuzeye geçenlerin genellikle satın aldığı ürünler olarak ortaya çıkmaktadır (Şekil 9).



Şekil 9: Kuzeyden Alınan Ürünlerin Oransal Dağılımı (%)

Kuzeyden alışveriş yapılmamasında etkili temel faktörler sırasıyla “Alışveriş merkezlerinin uzaklığı”, “Güneydeki esnafı korumak”, “Kuzeydeki esnafa para kazandırmamak” ve “Kuzeyden alışveriş topluluğun onaylamaması” şeklinde ifade edilmiştir (Şekil 10).



Şekil 10: Kuzeyden Alışveriş Yapılmamasında Önemli Olan Düşünceler

Her geçişte Kuzeyde yapılan ortalama harcama miktarı sadece alışveriş yapan örneklem üzerinden yapıldığında **43 €**, Tüm örneklemin dahil edilmesi ile yapıldığında ise **36 €** olarak hesaplanmıştır. 2011 yılında Kuzeye geçen toplam Güneyli sayısı **716,458** olarak kaydedilmiştir. Buna göre; $716,458 \times 36 = 25,792,488$ **Euro** 2011 yılında Güneylilerin kuzeyde yapmış olduğu toplam kişisel harcama olarak hesaplanmaktadır. Aynı şekilde Kuzeye geçip Güneye geri dönen Güneylilerin sayısı 2012'nin ilk yarısında 317,768 kişi olarak gümrük kapılarında tespit edilmiştir. Buna göre, **2012 Ocak-Haziran döneminde** Güneylilerin Kuzeyde yaptığı kişisel harcama $317,768 \times 36 = 11,439,648$ **Euro** olarak hesaplanmıştır.

Bu durumda Ocak-Haziran 2012 döneminde Güneylilerin Kuzeyde yaptığı kişisel harcama Kuzeylilerin Güneyde yaptığı kişisel harcamanın **sadece %19'u** olarak hesaplanmaktadır. Buna göre Kuzeyden Güneye önemli ölçüde kişisel ticaret kayması olduğu söylenebilir.

2. ODAK GRUP ÇALIŞMALARI

EK-1’de ayrıntılı bir şekilde verildiği gibi; araştırma sonuçları ekonomik ve ticari paydaşlarla olduğu gibi Cumhuriyet Meclisi’nde grubu olan siyasi partiler, sendikalar, uzmanlar ve hukukçularla odak grup toplantıları şeklinde paylaşılmıştır. EK-2’deki toplantı tutanaklarından anlaşılacağı gibi, odak grup toplantılarına katılan taraflar araştırma sonuçlarına genelde katılmakla beraber ilgili kurum/kuruluşun misyonu gereği ileri sürülen nedenler ve yöntemlerde doğal olarak farklılaşma ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede, paydaşlara iletilen araştırma sonuçlarının ön kabulünden hareketle odak grup raporlarından elde edilen çıkarımlar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- **Çok Amaçlı AVM’lerin Kurulması**

Ticaretin Güneye kaymasında en önemli neden olarak ortaya çıkan “Çok Amaçlı AVM’ler”in Kuzey Kıbrıs’da kurulması” gereğine genelde tüm taraflar olumlu görüş belirtmektedir. Ancak, AVM’lerin fiziki bina olarak Güneyle rekabet edebilecek ölçüde hizmet kalitesi yaratabilmesi halinde başarılı olabileceği vurgusu yapılmıştır. AVM’lere olan ilgi ekonomik (ucuzluk), psikolojik (seçim özgürlüğü, çeşitlilik, ünlü markalar, güvenli alışveriş, çekici ortam..), sosyal (eğlence, gıda, yabancılarla iletişim) ve konfor (oto-park, iklim kontrollü ortam, kaliteli hizmet, bir noktadan alışveriş kolaylığı, uygun ulaşım yolları) gibi etkenlerle ilişkilendirilebilir. Bu özellikleri sunamayan Kuzey Kıbrıs alışveriş merkezlerini çekici yapabilmek için fiziki yapı olarak AVM’lere yönelmek yeterli olmayacaktır. Bunun yanında, AVM’lerin kurulması düşüncesiyle küçük esnafın korunması gündeme getirilmekte ve AVM’lerin şehir merkezlerinin uzağında park yeri gibi altyapı ve işlevsel olarak kuralların belirleneceği mevzuatın oluşturulması gerekliliğine işaret edilmektedir. Ayrıca, AVM’lere alternatif olarak esnafı da korumayı ve geliştirmeyi hedefleyen Kuzey Kıbrıs’daki şehirlere uyumlu ve entegre **ALIŞ VERİŞ SEMTLERİ (AVS)** gündeme getirilmiştir. AVS’lere uygun ulaşım, yeterli park yerleri, güvenli yaya alışveriş alanları, alışveriş, hizmet, eğlence dengeleri planlı şehircilik tedbirleri ile sağlanabilir. Fiziki altyapı ve iklim kontrolü (kanopiler, yelken tenteler, ağaçlar) caddelere, sokaklara meydanlara uygulanarak alışverişlerde çekicilik ve konfor sağlanabileceği ve halen sürdürülen ve planlanan şehir merkezleri geliştirme projeleri, tarihi bina ve alanları koruma ve yeniden inşa projelerine uyumlu AVS’lerin kazan-kazan etkisi yaratarak şehirlere hem tarihi ve

doğal zenginliklerini kazandıracağı öngörülmektedir.

- **Kuzey Kıbrıs'ın Ucuzlatılması**

Ticaretin Güneye kaymasında ikinci sebebin “ucuzluk” olarak ortaya çıkması karşısında Güneydeki ucuzluğun yerli mallardan değil ithal mallardan kaynaklandığı görüşü hakim olmuştur. Bu tespit, Güneyin avantajlı oldukları ürünlerin belirtildiği araştırma bulgularıyla da teyit edilmektedir. Şöyle ki, Kuzey Kıbrıs’da olmayan marka ürünler, elektronik eşyalar, yedek parça, araba servisi, ithal et gibi ürünlerinin hepsi Güneyde büyük ölçüde gümrüksüz ithal edilmektedir. Kuzey Kıbrıs’da ise bu ürünlerin maliyeti Gümrük vergisi, navlun, peşin ödenen stopaj, fon ve ölçek dolayısıyla maliyeti daha yüksek olmakta ve/veya daha yüksek kâr marjı talep edilmektedir. Bu maliyet unsurlarının indirilmesine yönelik maliyet analizinin sonuçlarına göre önlem alınması fikri ön plana çıkmaktadır.

Kuzey Kıbrıs’ın pahalı olmasına neden olan unsurlardan biri de tekelleşme olarak belirtilmiştir. Distribütörlerin tekel durumunda olması ithal ürün fiyatlarının yüksek olmasının önemli bir nedeni olarak ifade edilirken özellikle yedek parçada Kuzey’de olan tekelleşme Güneyin avantajlı olmasına neden olmaktadır.

- **Fiyat Dışı Faktörlerin Önemi**

Araştırma sonuçlarının da ortaya koyduğu gibi; fiyat dışındaki neredeyse tüm unsurlarda Güneyin avantajlı olması ticaretin Güneye kaymasına zemin hazırlamaktadır. Kuzeyde olmayan bazı marka ürünlerin Güneyde olması, Kuzeyde olmayan birçok ürün çeşidi, tüm mağazaların park yerine sahip olması, temizlik, modern görüntü, mağazaların düzeni, fiziksel çekicilik ve müşteriye davranış gibi hizmet kalitesini yansıtan unsurlar Güney Kıbrıs’ın avantajlı olmasına neden olmaktadır. Güneydeki genel fiziki altyapı, ışıklandırma, Avrupa ülkesi olması, daha düzgün devlet yapısı, orada alış veriş yapana farklı statü kazandırma duygusu ticaretin Güneye kaymasına neden olan fiyat dışı faktörler olarak dillendirilmektedir.

Standartların olması ve güven de fiyattan bağımsız olarak Güneyden alışverişe neden olmaktadır. Yine bazı gruplar tarafından ifade edilen her geçişin fiyattan bağımsız olarak alışverişe

dönüşmesi de ticaret kaymasının nedeni olarak görülebilir. Bu nedenle de Güneye geçiş sayısının artması kaçınılmaz olarak alışverişi de artıracaktır. Diğer taraftan Güneyden Kuzeye geçiş sayısını artırmak da ticaretin Kuzeye kaymasına neden olabilecektir. Bunun için de Kuzeyin avantajlı olduğu doğal ve tarihi güzellikler ön plana çıkarılabilir. Ayrıca, diğer avantajların da Kuzeye geçenlere daha iyi bir şekilde duyurulması sağlanabilir.

- **Düşük Kalite ve Güven Algılaması**

Kuzey Kıbrıs’da üretilen sanayi ve tarım ürünleri yanında ithal edilen ticari ürünler konusunda tüketicilerin kalite ve güven konusundaki kaygılarına odak grup katılımcıları da genelde katılmaktadır. Şöyle ki, ülkede üretilen ürünlerin standartlarını oluşturacak idari ve kurumsal yapı olmadığı gibi gerek ithal edilen gerekse üretilen tarım ürünlerine ilişkin insan sağlığı konusunda kaygılar haklı bulunmaktadır. Tarım ürünleri için gerekli tahlil ve denetimlerin olmadığı, sanayi ve tarım ürünlerinde CE, ISO ve HACCP gibi belgelerin olmaması, sertifikasyon ve markalaşma sürecinin başlamaması, Gıda güvenliği ve Hal yasası gibi mevzuatların oluşmaması düşük kalite ve güven algılamasına neden olmaktadır. Bunun yanında, tüketici haklarının korunması bağlamında satış sonrası hizmetler ve garanti sisteminin etkin işlemediği yönünde de kanaat oluşmuştur.

Yetkililerle yapılan görüşmelerde ise gıda güvenliği konusunda birtakım sorunlar olmakla beraber özellikle tarım ürünlerinde (ithal ve yerli üretim) denetimlerin yapıldığı ve en az Güney Kıbrıs kadar güvenli olduğu belirtilmektedir. Yetki karmaşasının çözülmesi halinde ve vatandaşla gerekli bilgiler paylaşıldığı takdirde güven sorununun çözüleceğine inanılmaktadır. Bu konudaki çalışmalar devam etmektedir ve AB standartları uygulanmaktadır.

- **Kuzey Kıbrıs’ın Avantajlı Olduğu Ürünlerin Sürdürülebilirliği**

Güney Kıbrıs tüketicileri tarafından Kuzey Kıbrıs’ın avantajlı bulunduğu taklit ürünlerin palyatif bir avantaj olduğu uluslararası ölçekte sürdürülebilir olmadığı ve ülke imajını olumsuz etkilediği yönünde odak grup görüşleri ortaya konmuştur. Sürdürülebilir yapı arzeden “ Doğal ve tarihi güzellikler” avantajını da optimal düzeyde kullanamadığımız vurgusu yapılmaktadır. Şöyle ki, tanıtım ve pazarlamanın profesyonelce yapılmadığı ve ülke imajına dayanmadığı, markalaşma ve

özel ilgi turizminin ön plana çıkarılmadığı, politikalarda istikrar sağlayacak kurumsal yapı kurulamadığı ifade edilmektedir. Buna ek olarak, Güney Kıbrıs tüketicilerine özgü tanıtım ve pazarlama, rehberlik ve acentelik hizmetlerinin etkin olarak yürütülmediği yanında özellikle inanç ve tarihi değerler açısından Güney Kıbrıs tüketicilerinin duyarlı oldukları alanların ön plana çıkarılması ve ona göre turistik faaliyetlerin geliştirilmesi yönünde bir bilincin olmadığı iddiası yapılmaktadır.Özellikle Güneyde pahalı olan perde ve yün örgü konuları için arasta bölgesi için avantaj olmaya devam edecektir. Bunu artırmaya yönelik çalışmalar yapılabilir.

- **Güney Kıbrıs Tüketicilerinin Psikolojik Yapısı**

Güney Kıbrıs'ın Avrupanın en yoğun "milliyetçi" ülkeleri arasında olduğu ve bunun tüketici kararlarını etkileyebilecek boyutlarda olabileceği araştırma sonuçları yanında odak grupların geneli tarafından ifade edilmiştir.Bu olguya, bazı meslek grupları tarafından da bire bir tanık olduğu ifade edilmiştir. Bir toplumun diğerini ötekileştirme anlamına gelen Güneydeki esnafı korumak, kuzeydeki esnafa para kazandırmamak ve Kuzeyden alışverişi toplumun onaylamaması gibi yaklaşımlar Kıbrıs sorununun çözümünü de zorlaştırdığı saptaması yapılmıştır. Bu açıdan iki toplumun ortak paydalarda buluşturulması gereği ifade edilmiştir.

3. MALİYET ANALİZİ

Ticaret kaymasına neden olan faktörler içerisinde maliyet/fiyat unsurunun önemini vurgulamadan önce “Başlangıç Raporu”nda açıklanan bir araştırmaya tekrar atıf yapmak yararlı olacaktır. 2003 yılının Ekim-Kasım döneminde Avrupa’nın 28 ülkesinde “Sınır Ötesi Alışverişi” inceleyen araştırmaya göre; sınır ötesi alışverişi cazip kılan etkenler arasında sınır ötesindeki düşük fiyatlar, sınır ötesindeki alışveriş merkezlerinin daha yakın olması, sınır ötesinde seçeneklerin daha fazla olması, tüketicinin kendi ülkesinde bulamadığı bir mal veya hizmete ulaşabilmesi, tüketicinin kendi ülkesinde bulunana kıyasla daha yüksek kalitedeki bir mal veya hizmete ulaşabilmesi ve turistik geziler sırasında yapılan tatmin amaçlı alışverişler sayılmaktadır. Sınır ötesi alışverişlerin gerçekleşmesini engelleyen etkenler ise satın alınan malı taşımanın zor olması, beklenen kalitenin düşük olması, standartlara uymaması, fiyatın yüksek olması, başka ülkelerdeki üretici veya esnafa kazanç sağlamak istememek veya kendi üretici veya esnafını tercih etmek gibi ideolojik etkenler, dil problemleri, bilinmeyen markalara veya satıcılara duyulan güvensizlik ve ürün garantisi ve satış sonrası servisle ilgili belirsizlikler olarak sıralanmaktadır (EuropeanCommission, 2004).

Kuzey Kıbrıs tüketici eğilimlerini Güneyde ticareti cazip kılan en önemli faktörler ise “İlerleme Raporuna” göre, Ticaretin Güneye kaymasında öne çıkan faktörler sırasıyla “Çok Amaçlı AVM’lerin olması”, “Daha ucuz olması”, “Ürün çeşitliliği”, “Hizmet Sektörünün daha gelişmiş olması”, “Satılan ürünlerin daha kaliteli olması” ve “Mal ve hizmetlere duyulan güven”dir (Bkz. Şekil 6). Daha net bir ifade ile, ticaretin Güneye kaymasında mal ve hizmetlerin **“Daha ucuz olması”** en önemli ikinci sebep olarak ifade edilmektedir. Ancak, bu yapı Güneyde yapılan her mal ve hizmet alımının Kuzey Kıbrıs’a göre daha ucuz olduğu anlamına gelmeyip hizmet çeşitliliği, güven, kalite, güvenilirlik gibi unsurların daha fazla öne çıkabileceğini göstermektedir.

Fiyat unsurunun ticaret kayması veya tüketici talebi üzerindeki etkisini tesbitin en önemli göstergesi fiyat esnekliğidir. Kuzey Kıbrıs tüketicisinin Güneydeki mal ve hizmetlere karşı esnek bir talebe sahip olduğu hem “Başlangıç Raporu”ndaki ampirik çalışmadan hem de “İlerleme Raporu”ndaki araştırma sonuçlarından ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki, ekonometrik

analize göre mukayeseli fiyatlardaki **1%'lik bir artış** (Güney Kıbrıs Genel Fiyat Seviyesi lehine), Kıbrıslı Türklerin kredi kartı harcamalarında **2.321%'lik bir azalışa** sebep olmaktadır. Anket sonuçlarına göre ise Güney'de **%5 - %20 arası fiyat artışı** algılaması ile kişilerin **%54.7'sinin** Güney Kıbrıs'tan alışverişlerden vazgeçebileceğini belirtmişlerdir. Güneydeki mal ve hizmetlere ilişkin fiyat esnekliğini gösteren bu olgu, Kuzey Kıbrıs'daki İşletme ve devlet yetkililerine fiyat politikası açısından rehber olmalıdır.

İlerleme Raporunda ortaya çıkan araştırma sonuçlarına göre Güneyin avantajlı olduğu ürünlerin fiyat/maliyet açısından analiz edilecektir. Kuzey Kıbrıs tüketicileri tarafından Güneyin avantajlı olduğu beyan edilmeyen ürünler için Maliyet Analizi yapmanın ekonomik dayanağı bulunmamaktadır.

Kuzey Kıbrıs tüketicileri tüm ürün gruplarında Güneyin avantajlı olduğunu belirtse de özellikle giyim eşyası ve Kuzey Kıbrıs'da olmayan marka ürünler ile elektronik ürünler öne çıkmaktadır. Bunları ise yedek parça, gıda ürünleri ve et ürünleri izlemektedir (Bkz. Şekil 5). Buradan da anlaşılabacağı gibi; Güneyin avantajlı olduğu ürünler genelde **ithal** ürünlerden oluşmaktadır.

İtht edilgen özdeş (identical) ürünlere ilişkin fiyatların farklılaşması satınalma gücü paritesinden sapmalar olarak açıklanır. Tek fiyat kanuna dayanan satınalma gücü paritesi (SGP-purchasingpowerparity), döviz kurlarına dönüştürülmüş fiyat düzeylerinin ülkeler arasında aynı olmasını gerektirir (Özer, 1992, s.33; Doğanlar ve Özmen, 2000, s.112). Başka bir ifade ile bu yasa, dış ticarete konu olan malların, taşıma giderleri ve dış ticaret kısıtlamaları olmaması durumunda bütün dünyada fiyatının aynı olacağını ifade etmektedir (Claassen, 1998, s.30). Satınalma gücü paritesi teorisinde, ticarete konu olmayan mal ve hizmetlerin varlığı (NonTradables), ticaret kısıtları, yapısal değişimler, tam olmayan rekabet, ölçme hataları, zevk ve tercihler, beklentiler, verimlilik farkları, spekülasyonlar ve teknolojik değişimler nedeniyle sapmalar meydana gelebilmektedir (Çağlayan ve Şak, 2009; Pilbeam, 2006, s.140). İki ülkenin fiyat seviyesini etkileyen taşıma giderleri, gümrük vergileri, kotalar, idari düzenlemeler, teknik ve idari standartlar ve tarifeler de satınalma gücü paritesini etkileyen diğer faktörler olarak sayılabilir(Seyidoğlu, 2007, ss. 421-22; Edwards, 1987, s.5,8). Biri AB üyesi diğeri tanınmamış ülke olarak Kuzey ve Güney Kıbrıs'ta başta gümrük vergisi ve navlun olmak üzere ithal

maliyetleri doğal olarak farklılaşmakta ve tek fiyat kanununa dayanan satınalma gücü paritesinde sapmalar ortaya çıkmaktadır.

Ada ülkeleri birçok ihtiyaçları için dışa bağımlıdırlar. Üretim araçları, üretim hammaddeleri, ürünler ve hatta hizmet talepleri ithalatlarla karşılanabilir. İthal edilen tüketime veya kullanıma hazır ihtiyaçlara ek olarak yerli üretimlerin de pazara sürülebilecek şekle gelebilmesi için dış kaynaklı hammaddeler, aksesuarlar, paketleme malzemeleri gereklidir. Üretim araçları, makineler, yedek parçaları ve bakımları da ithalatlar ile sürdürülür. Bu olgu Kuzey Kıbrıs'daki maliyet ve fiyatı belirleyen faktörlerde ithalat giderlerini sorgulamayı önemli kılar.

Gümrük vergisi ve fonlara ek olarak, gümrüklemede peşin ödenen stopaj vergisi (önceden ödenen gelir vergisi) ve KDV, Kuzey Kıbrıs'daki ithalat girdi maliyetlerini yükseltmektedir. Güney Kıbrıs'da geçici vergi adı altında gelir vergisi alınmakla beraber Kuzey Kıbrıs'da gümrük aşamasında peşin vergi alınması iki ülke arasında Kuzey Kıbrıs aleyhine eşitsizlik oluşturmaktadır. Yine, Güney Kıbrıs gümrüklerinde AB ülkelerinden gelen mallara ithalat aşamasında gümrük, fon ve KDV uygulanmazken AB dışı ülkelere yapılan ithalatlarda muhtelif gümrük vergi oranları ve genelde %18'e varan KDV uygulanmaktadır. Kuzy ve Güney'de ÖTV'ye (FİF'e) tabi mallarda antrepo rejimi uygulandığından her iki ülkede de KDV ve ÖTV, bu malların antrepodan çekilişi esnasında alınmaktadır. Ek-6'da da açıkça görülebileceği gibi, bu Raporun tamamlanma aşamasında alınan Güney Kıbrıs'daki son kemer sıkma önlemlerinin de etkisiyle bir çok mal için Kuzey'de uygulanan FİF, Güney'de uygulanan ÖTV'den daha düşük düzeyde gerçekleşmektedir. Bunun yanında Güney'de uygulanmakta olan AB vergi güvenlik sistemleri olan VIES (VAT Information Exchange System) ve EMCS (Excise Movement and Control System) temelde vergi matrahından kaynaklanan kayıpları azaltmayı amaçlamaktadır. İthal edilen malların vergi yükü, maliyetleri etkilediğinden bu etkinin büyüklüğü konusunda Kuzey'de ve Güney'de ithal mallar için yapılan toplam harcamaların ekonomideki yeri ve Güney'in AB ülkelerinden yaptığı ithalat miktarı/tutarı gibi unsurlar da dikkate alınarak konuyla ilgili ayrı ve ayrıntılı bir çalışma yapılmasının doğru olacağı

düşünülmektedir. Ancak, Güney’in toplam ithalatının önemli bir bölümünün* AB’den yapılıyor olması -gümrükte vergi ödenmemesi nedeniyle- Güney’e bir avantaj sağlamaktadır.

Hava ve deniz ulaşımında doğrudan seferlerin olmayışı yüklerin, Mersin aktarmalı olarak Kuzey Kıbrıs limanlarına taşınmasını getirmekte ve aktarmanın yarattığı ilave yükleme-boşaltma maliyetleri de navlun maliyetlerini artırmaktadır. Ayrıca Kuzey Kıbrıs’ın uluslararası taşımacılık ağlarına bağlı olmayışı sonucu ülkeye gelen konteynerlerin boş olarak geri iadesinin maliyeti de ilave olarak ücretlere yansımaktadır (KTTO, 2012). Rekabette dezavantaj yaratan diğer bir unsur ise gümrük ve liman hizmetlerini veren birimlerin çalışma saatlerinin uyumsuzluk göstermesi ve dolayısı ile ödenen fazla mesai ücretleridir. Güney Kıbrıs’ta ise liman hizmeti vardiya usulü ile verilmektedir (KTTO, 2011).

Tablo 4’de Güney Kıbrıs’ın genelde avantajlı olduğu ürünlerin Kuzey Kıbrıs’daki temel ithal girdileri bulunmaktadır.

Tablo 4: Güneyin Avantajlı Olduğu Ürünlerin Kuzey’de Temel İthal Girdileri (Kasım 2012)

		GÜMRÜK VERGİSİ		STOPAJ	GENEL TARIM SİGORTASI	F.I.F.		BANDROL
		KDV	TC-AB			TC-AB	GENEL	
BİLGİSAYAR VE AKSAMLARI	16	0	0	4	0	0	0	0
OYUNCAK	16	0	0	4	0	0	0	0
KEDİ-KÖPEK MAMASI	16	7	14	4	2	0	0	0
MOBİLYA	10	0	0	4	0	16	26	0
ARABA-YEDEK PARÇASI	16	0	4,5	4	0	0	0	0
DETERJAN	16	0	4	4	0	11	16	0
TELEVİZYON	16	0	0	0	0	0	0	74 TL
ELEKTRİK MALZEMESİ	16	0	2,7	0	0	0	0	0
JENERATÖR	16	0	2,7	0	0	0	0	0
VİSKİ (ALKOLLÜ)	20	0	0,2€/ %V ol/hl+1,5 €/hl	4	0	5TL /LT	5TL/LT	0

Kaynak: Kuzey Kıbrıs Gümrük ve Rüsumat Dairesi, Kasım 2012

* 2011 yılı itibarıyla Güney Kıbrıs’ın toplam 6.310,6 milyon Euroluk ithalatının yaklaşık % 68’i AB’den yapılmıştır (Republic of Cyprus, Statistical Service, 2012).

Tablo 5a’da belirtildiği gibi gümrük vergisi, navlun, KDV, stopaj ve fon gibi unsurlardan dolayı ithalat girdilerigeneralde Kuzey Kıbrıs aleyhine farklılaştığı için Kuzey ve Güney Kıbrıs arasında tek fiyat kanunu doğal olarak gerçekleşmemekte ve Kuzey’deki fiyatların daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Alkollü içeceklerin ithalatı sırasında oluşan maliyet unsurları farklı alkollü ürünlerde farklılaştığı için tek bir kalemden karşılaştırmak mümkün olmayacaktır. Bu nedenle Tablo 5b ayrıntılı olarak alkollü içeceklerin ithal girdi maliyetlerini içermektedir.

Tablo 5a: Güneyin Avantajlı Olduğu İthal Ürünlerde Karşılaştırmalı Gider Analizi (Kasım 2012)

			GÜMRÜK VERGİSİ	STOPAJ %	KDV %	FON %	NAVLUN %
GİYİM EŞYASI	KKTC	TC-AB	Muaf	4	10	0	14
		Diğer	12	4	10	0	21
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	17	0	5
		Diğer	12	0	17	0	12.7
ELEKTRİKLİ EV/EL ALETLERİ	KKTC	TC-AB	Muaf	0	16	0	14
		Diğer	2.7	0	16	0	28
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	17	0	5
		Diğer	2.20-14	0	17	-	12.7
YEDEK PARÇA	KKTC	TC-AB	Muaf	4	16	0	14
		Diğer	20	4	16	0	21
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	17	0	5
		Diğer	2-12	0	17	0	12.7
ET (KEMİKLİ)	KKTC	TC-AB	5	1	0	0	11.7
		Diğer	5	1	0	0	2
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	8	0	5
		Diğer	12.80	0	8	171.3euro/100kg	12.7
PEYNİR	KKTC	TC-AB	Muaf	1	5	1,00 TL/kg	14
		Diğer	Muaf	1	5	2,00 TL/kg	21
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	5	0	5
		Diğer	8	0	5	1.38euro/kg	12.7
SÜT	KKTC	TC-AB	Muaf	1	0	10	14
		Diğer	4	1	0	30	21
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	5	0	5
		Diğer	8	0	5	1.38euro/kg	12.7
SEBZE-MEYVE	KKTC	TC-AB	Muaf	1	5	0	14
		Diğer	Muaf	1	5	0	21
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	5	0	5
		Diğer	2-16	0	5	-	12.7

AV TÜFEKLERİ	KKTC	TC-AB	Muaf	4	20	36	14
		Diğer	3.2	4	20	46	21
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	17	0	5
		Diğer	3.7	0	17	-	12.7
FİŞEKLER	KKTC	TC-AB	Muaf	4	20	14	14
		Diğer	2.7	4	20	24	21
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	17	0	5
		Diğer	2.7	0	17	-	12.7
KURU BAKLAGİL	KKTC	TC-AB	Muaf	1	0	0	14
		Diğer	Muaf	1	0	0	21
	Güney Kıbrıs	AB	0	0	5	0	-
		Diğer	0	0	5	-	-

Kaynak: <http://www.mof.gov.cy/mof/customs/customs.nsf/All/29630D0944C3C0D6C2257354002714B2?OpenDocument> Erişim 19 Mayıs 2012; http://www.ibls.com/internet_law_news_portal_view.aspx?s=sa&id=1287 Erişim 22 Mayıs 2012; http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en&Taric=2200000000&Expand=true&Area=RU&SimDate=20120726&GoodsText=&OrderNum=&StartPub=&EndPub=&Regulation= Erişim 25 Haziran 2012; http://www.dutycalculator.com/help_center/Import-duty-taxes-when-importing-into-Cyprus/ Erişim 25 Haziran 2012; http://www.worldwide-tax.com/cyprus/cyp_other.asp Erişim 19 TEMMUZ 2012; KKTC Gümrük ve Rüsumat Dairesi, Kasım 2012.

Tablo 5b: Alkollü İçeceklerde Kuzey Kıbrıs'ın İthal Girdi Maliyetleri (Kasım 2012)

BİRA	AB-EFTA-TC	GENEL
Gümrük Vergisi	Muaf	21%
F.İ.F	0,83 TL/LT*	0,83TL/LT
Stopaj	4%	4%
KDV	20%	20%
ALKOLLÜ İÇKİ (Burban)	AB-EFTA-TC	GENEL
Gümrük Vergisi	Muaf	0,2 Euro/%Vol/hl+1,5Euro/hl
F.İ.F	5 TL/LT	5 TL/LT
Stopaj	4%	4%
KDV	20%	20%
ALKOLLÜ İÇKİ (Malt)	AB-EFTA-TC	GENEL
Gümrük Vergisi	Muaf	0,36 Euro/%Vol/hl+2,7Euro/hl
F.İ.F	5 TL/LT	5 TL/LT
Stopaj	4%	4%
KDV	20%	20%
ALKOLLÜ İÇKİ (Konyak)	AB-EFTA-TC	GENEL
Gümrük Vergisi	Muaf	1,44 Euro/%Vol/hl+9Euro/hl
F.İ.F	5 TL/LT	5 TL/LT
Stopaj	4%	4%
KDV	20%	20%
ŞARAP	AB-EFTA-TC	GENEL
Gümrük Vergisi	Muaf	0,02 TL/hl
F.İ.F	Muaf	Muaf
Stopaj	4%	4%
KDV	20%	20%

Kaynak: Kuzey Kıbrıs Gümrük Dairesi Rüsumat Dairesi, Kasım 2012.

Bazı Ürün ve Ürün Grupları esas alındığında Tablo 6’da belirtildiği gibi konfeksiyon ürünleri haricinde Kuzey Kıbrıs’da KDV oranları Güney Kıbrıs’a göre daha yüksektir.

Tablo 6: Bazı Ürün ve Ürün Grupları için Kuzey ve Güney Kıbrıs’ta KDV Oranları (Kasım 2012)

ÜRÜN	KDV ORANLARI (%)			KUZEY	GÜNEY KIBRIS
	TC	KUZEY	GÜNEY KIBRIS	FON	ÖTV
Konfeksiyon Ürünleri	8	10	17	0	0
Kozmetik Ürünleri	18	20	17	0	0
Alkollü içkiler	18	20	17	0,30 TL/Lt	0-45€*
Tütün Ürünleri	18	20	17	150,00 TL/1000 Adet + PSF X 0.21***	%59,1** 40€/1000 adet PSF X 0.4
Meşrubat ve Meyve Suyu	8	10	5	0	0
Çikolata ve Patates Çipsi	8	10	5	0	0

Kaynak: Kıbrıs Türk Ticaret Odası, Eylül 2012; CyprusMinistry of Finance (2012), ExciseDuties in theRepublic of Cyprus, <http://www.mof.gov.cy/mof/customs/customs.nsf/All/718B03EADCAACC237C22572A6003C7E48?OpenDocument>, 15.11.2012.

*Alkollü içeceklerde şarap, köpüklü şarap ve fermente ürünlerde sıfır ÖTV uygulanırken, birada hl/al için 4,78€ ve yarı mamül ürünlerde 45€ hl.

**Tütün ürünlerinde toplamda %59,1 olan ÖTV şu şekilde uygulanmaktadır; 1) her bir paket (20 sigara) için 0.49€ 2) Toplam satış fiyatı üzerinden %44,5 ÖTV alınmaktadır.

*** Tütün ürünleri içerisinde sadece sigaradan fon tahsil edilmektedir. Güven sigarası adı altında üretilen sigaradan fon tahsil edilmez. PSF (Perakente Satış Fiyatı)

Kuzey Kıbrıs’da yukarıda bahsedilen ürün grupları içerisinde sadece alkollü içkiler ve tütün ürünlerine fon uygulanmaktadır. Güneyde ise Kuzeyde uygulanmayan ÖTV belli ürünlere uygulanmaktadır. Ek-6’da Güneyde uygulanan ÖTV ve Kuzeyde uygulanan FİF karşılaştırılmaktadır.

Tablo 5’de yüzde olarak verilen navlun giderleri rakamsal olarak Tablo 7’de verilmekte ve Kuzey Kıbrıs’ın önemli ölçüde dezavantajlı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 7: KKTC ve Güney Kıbrıs İthalatında Navlun Giderleri

40’ CTNR	ROTTERDAM NAVLUN	JAPONYA, KUZEY AMERİKA NAVLUN	BOŞALTMA GİDERLERİ	EK MESAİLER VD.
----------	------------------	-------------------------------	--------------------	-----------------

KUZEY KIBRIS, MAĞUSA	2245 USD	2750 USD	62 USD VİNÇ 62 USD İŞÇİLİK	ÇOK SIKÇA ÖDENİR
GÜNEY KIBRIS, LİMASOL	1140 USD	1600 USD	0	ENDER ÖDENİR

Kaynak:M.Sezinler Muhasebe Murakabe ve Danışmanlık Bürosu;CargolineLogistics-U.A.D. Court, 3rd floor, 135 OmoniasAvenue, 3045 Limassol – Cyprus, <http://www.cargolinelogistics.com>; Solomonides Shipping Ltd,<http://www.solomonides.eu/>

İthal girdileri yanında, tek fiyat kanunundan sapmalara neden olan diğer bir husus işletmenin üretim ve diğer girdilerini farklılaştıran ve dolayısıyla kârlılık ve fiyatlandırmayı etkileyen ithalattan bağımsız maliyetlerdir. Bu maliyetler, iki ülke için mukayeseli bir şekilde Tablo 8’de gösterilmektedir. Tablodan da görüldüğü gibi Kuzey Kıbrıs’daki işletmeler nerdeyse tüm unsurlar açısından dezavantajlı durumdadır.

Tablo 8: Kuzey ve Güney Kıbrıs İşletmelerinin İthalattan Bağımsız Maliyet ve Kârlılığını Etkileyen Etmenler

	KUZEY KIBRIS	GÜNEY KIBRIS
Kişisel Gelir Vergisi (%)	10-37	20-35
Kurumlar Vergisi	10	10
Kurumlar Vergisi Hesaplaması (Şirket Net Kârı -Kurumlar Vergisi –Gelir Vergisi/ Şirket Net Kârı)	23,5	28 + (350€ sabit vergi + savunma katkı payı alınmaktadır)
Finansman Gideri (%)	13	7.5
Genel İşçilik Gideri (TL)	1500	1800
Asgari Ücret Üzerindeki Yükler (%)	28 (İhtiyat Sandığı %8, Sosyal Sigorta %20)	16.3 (Sosyal Sigorta %12,6, Sosyal Uyum Fonu %2, İşten Çıkarma Fonu %1.2, Sanayi Eğitimi Fonu %0,5)
İletişim Gideri (Cep telefonu dakika ücreti)	0.52 TL	0.11 TL
Elektrik ve Akaryakıt Gideri (Her KWS için)	3.02TL	2.99TL
Genel Kira Gideri (Satış mağazası aylık kira bedeli TL)	2800-4200	3300-4000

Kaynak:M.Sezinler Muhasebe Murakabe ve Danışmanlık Bürosu; www.bankofcyprus.com.cy/en-GB/Housing_loans/for-a-plot-of-land/interest-rate-and-charges/ P.O. PremierShipping Ltd.,CustomerQuotation sq005951, 02.08.2012; IRD, CyprusRepublic, www.mof.gov.cy/ird/ird.nsf/All/; Kıbrıs Türk Ticaret Odası; KKTC Maliye Bakanlığı; KKTC Ekonomi Bakanlığı

Kuzey-Güney Fiyat Karşılaştırması

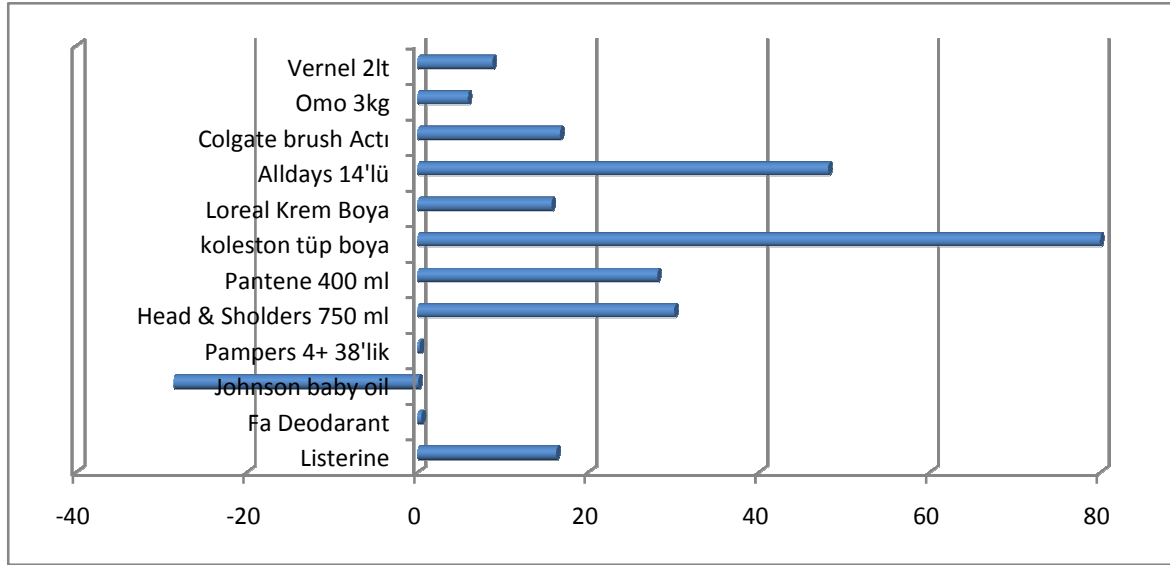
Araştırma bulgularından hareketle farklı ürün gruplarını kapsayan toplam 60 ürünün Güney ve Kuzeydeki fiyatları karşılaştırılmıştır. 27 Eylül 2012 tarihinde araştırma bulgularında Güneyde ve Kuzeyde en çok alışveriş yapılan mağazalar olarak belirtilen Güneyde Carrefour ve Kuzeyde Lemar marketlerinin fiyatları karşılaştırılmıştır. 60 ürün üzerinde gerçekleştirilen araştırmada Güneyde tüm ürün fiyatları Carrefour'dan alınırken Kuzeyde elektronik dışındaki tüm ürünler Lemar'dan alınmıştır. Lemarda bulunmayan elektronik ürünler Kuzeyde ilgili mağazalardan alınmıştır. Tefal, Philips ve MorphyRichards yetkili bayiler yanında elektrikli saç düzleştiricilerin fiyatı Önder Alışveriş Merkezinden alınmıştır. Tüm ürün fiyatları Güneyde ve Kuzeyde 21 Eylül 2012 tarihinde alınmıştır. Bu nedenle de Güneyden Avro olarak alınan ürün fiyatları o günün Kuzey Kıbrıs Merkez Bankası kuru olan 1€ = 2,31TL olarak kabul edilmiş ve Güneydeki fiyatlar Türk Lirasına çevrilerek karşılaştırma yapılmıştır.

Araştırmaya, Güney ve Kuzeyde bulunabilecek aynı markalar dahil edilmiş, bunun yanında süt, hellim ve tavuk gibi ürünlerde yerli ürünlerin fiyatları esas alınmıştır. Farklı yerli ürün markaları arasında Güneyde ve Kuzeyde en ucuz olan ürün seçilmiştir. Örneğin Güneyde farklı yerli süt ve tavuk markaları mevcut olduğundan en ucuzu seçilmiş ancak Lemar sadece kendi üretimi olan Mera Süt ve Taşkent Tavuk ürünlerini bulundurduğundan seçme şansı olmamıştır. Ancak su, hellim gibi ürünlerde her iki markette de en ucuz olan ürün seçilmiştir. Birçok ürünün ölçü biriminde fark olması nedeni ile araştırma sınırlı sayıda ürün üzerinde yapılmıştır.

Ek-3'de yeralan Tablo, 60 ürün için, Kuzey ve Güney Kıbrıs'taki fiyatları karşılaştırmalı olarak vermektedir. İlk bakışta gözlemlenen tablo verilerinin işbu proje kapsamında ortaya konan verilerle büyük ölçüde örtüştüğüdür. Tablodan da görüleceği gibi, gelinen durumda, 60 ürün içerisinde, 36 ürün Kuzey Kıbrıs'da daha ucuz, 24 ürün ise Güney Kıbrıs'ta daha ucuzdur. Ürün bazında incelendiğinde fiyat farklılıklarının kaynağı daha iyi anlaşılmaktadır. Şöyle ki; **1) Temel Tüketim Ürünleri (Marka), 2)Süt ve Süt Ürünleri, 3)Sebze-Meyve, 4)Diğer Gıda Ürünleri, 5) Alkollü İçecekler, 6) Akaryakıt, ve 7) Elektronik Eşyalar** olmak üzere araştırmanın sonuçları ürün bazında aşağıdaki gibi özetlenebilir:

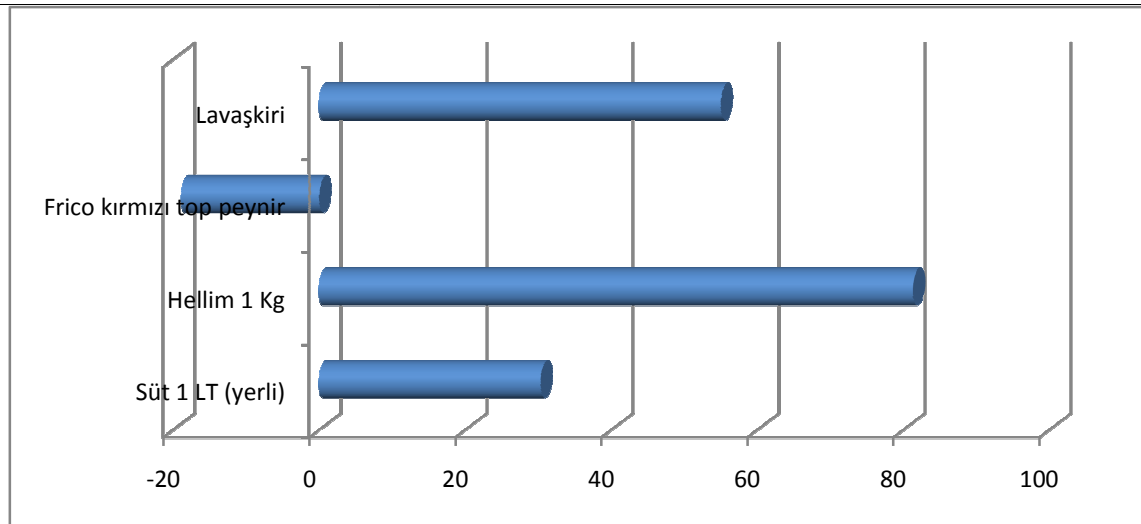
Her iki tarafta bulunabilecek marka temel tüketim maddeleri karşılaştırıldığında örneklem içerisinde Güney Kıbrıs'ın sadece bir üründe (Johnson Baby Oil) ucuz olduğu ortaya

çıkılmaktadır. Diğer ürünlerde Kuzeyin ucuzluğu net olarak görülmektedir (Şekil 11).



Şekil 11: Kuzey ve Güney Kıbrıs'taki Temel Tüketim Ürünleri (Markalar) Fiyat Karşılaştırması (%)

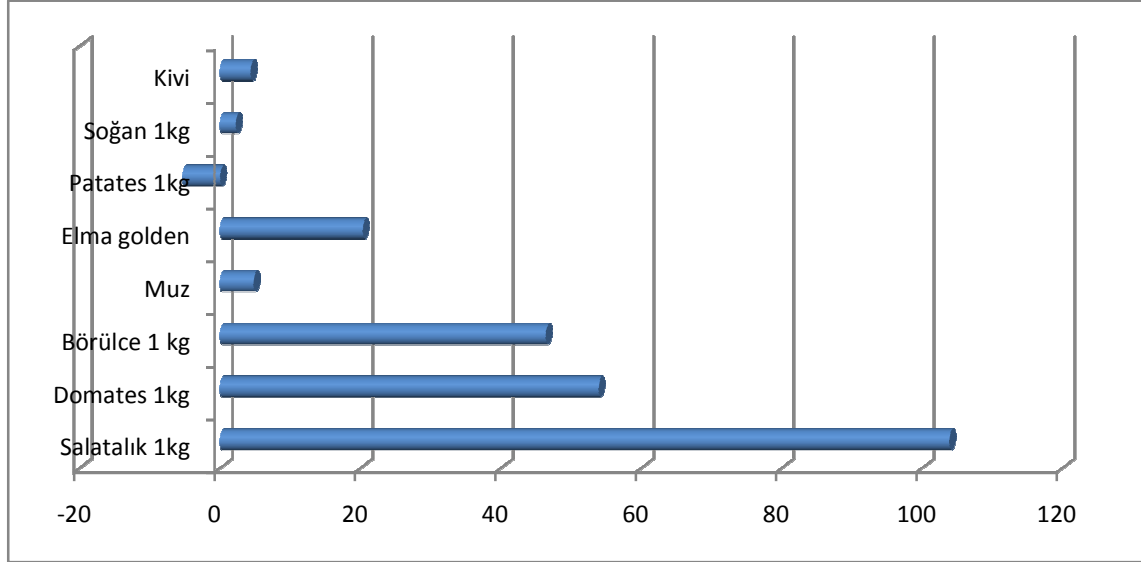
Süt ve süt ürünleri açısından incelendiğinde 4 ürünlük örneklem içerisinde Güneyin ucuz olduğu tek ürünün ithal peynir olduğu anlaşılmaktadır. Diğer ürünlerde Kuzey daha ucuz bulunmuştur (Şekil 12).



Şekil 12: Kuzey ve Güney Kıbrıs'taki Süt ve Süt Ürünleri Fiyat Karşılaştırması (%)

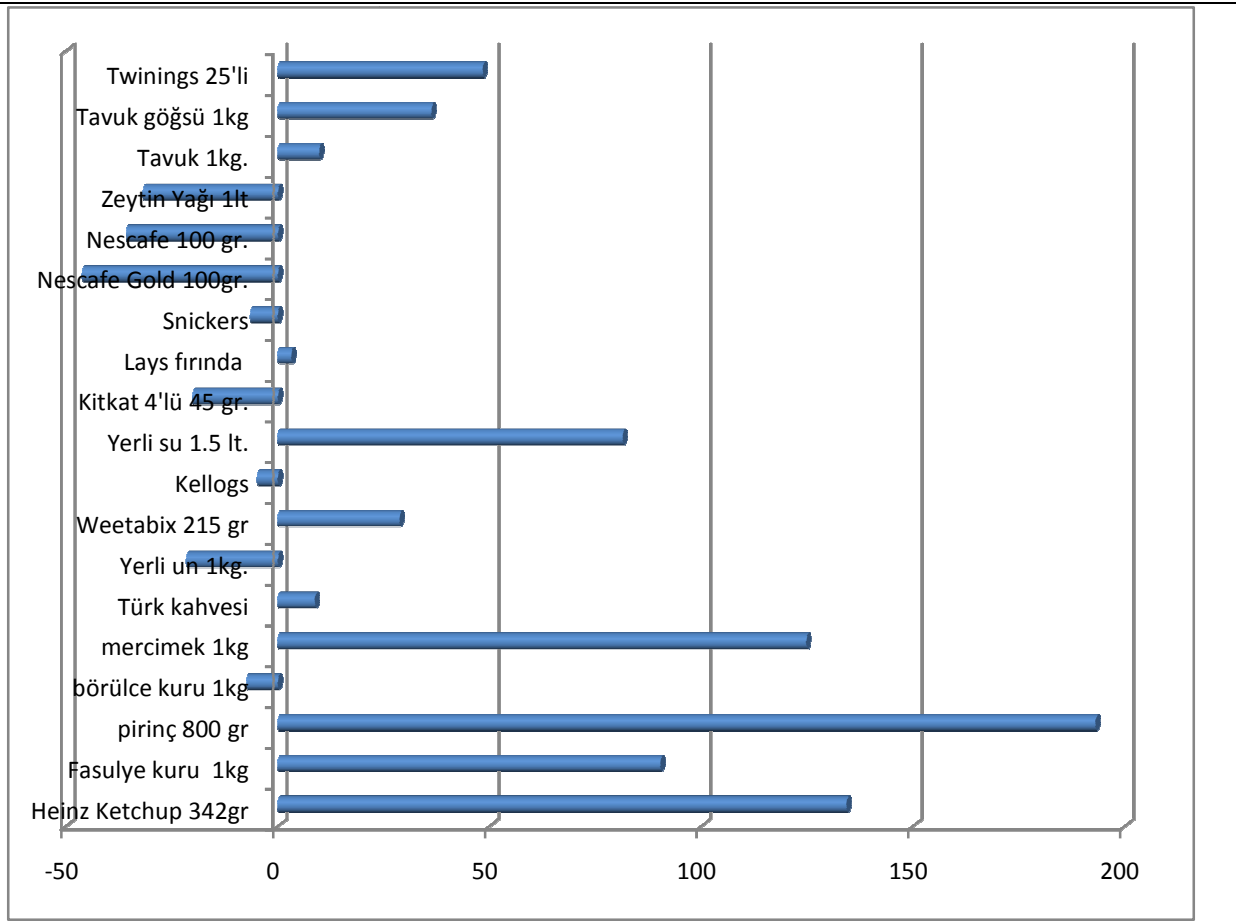
Sebze-Meyve ürün grubu dikkate alındığında önemli bir fark teşkil etmiyecek şekilde o gün

itibariyle sadece patates Güney’de ucuz olup, diğer ürünlerde Kuzeyin ucuzluğu tesbit edilmiştir (Şekil 13).



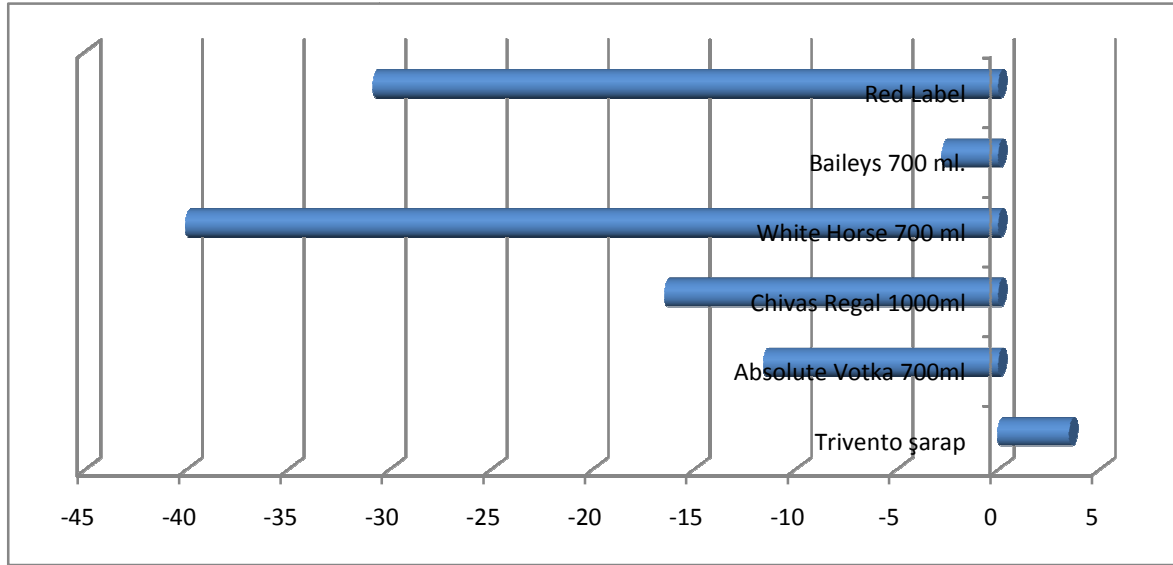
Şekil 13: Kuzey ve Güney Kıbrıs'taki Sebze-Meyve Fiyat Karşılaştırması (%)

Temel tüketim, süt ve süt ürünleri ile sebze-meyve dışında kalan diğer gıda ürünleri üzerinde değerlendirme yapıldığı zaman fiyat rekabeti açısından Kuzeyin yine bariz üstünlüğü söz konusudur. Şöyle ki, 19 üründen sadece 8'inde Güney ucuz iken ucuzluk oranı açısından Kuzeyin avantajı net olarak görülmektedir (Şekil 14).



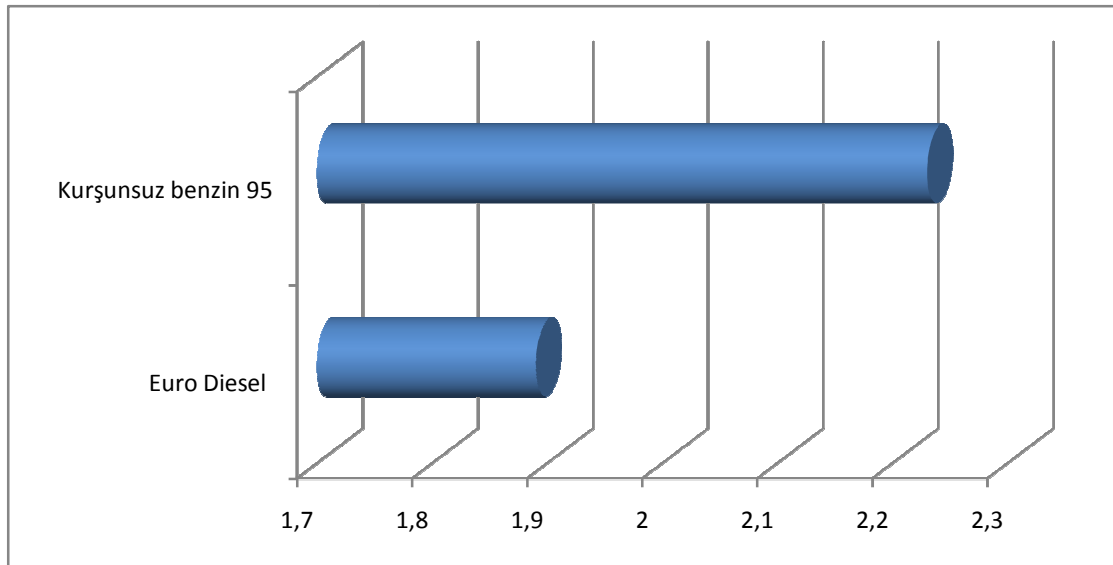
Şekil 14: Kuzey ve Güney Kıbrıs'taki Diğer Gıda Ürünleri Fiyat Karşılaştırması (%)

Alkollü içecekler dikkate alındığında Güney'in ucuzluğu oldukça dikkat çekicidir. 6 ürünlük örneklem içerisinde şarap haricinde diğer alkollü içeceklerde Güneyin ucuzluğu tüketici tercihini yönlendirecek derecededir (Şekil 15).



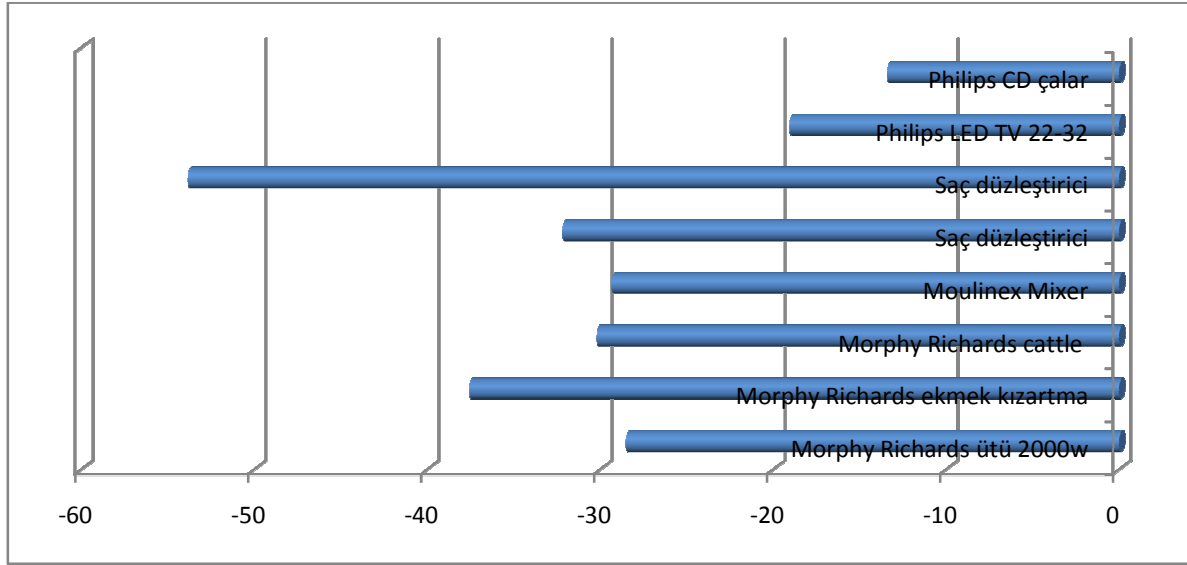
Şekil 15: Kuzey ve Güney Kıbrıs'taki Alkollü İçecekler Fiyat Karşılaştırması (%)

En fazla tüketimi olan kurşunsuz benzin 95 ve Euro-Diesel ürünlerinden ibaret olan akaryakıt fiyat karşılaştırmasında Kuzey önemli oranda olmasa da ucuz durumdadır (Şekil 16).



Şekil 16: Kuzey ve Güney Kıbrıs'taki Akaryakıt Fiyat Karşılaştırması (%)

Elektronik eşya açısından; projenin araştırma bulguları ile birebir örtüşme gözlemlenmektedir. Şöyle ki, tüm ürünlerde Güney Kuzeyden ucuz olup en düşük fiyat farkı % 10'dan fazladır. Bu olgu ise kaçakçılığa bir nevi zemin yaratmaktadır (Şekil 17).



Şekil 17: Kuzey ve Güney Kıbrıs'taki Elektronik Eşya Karşılaştırması (%)

Yukarıdaki şekillerden de görüleceği gibi, süpermarket raf ürünleri dikkate alındığında Kuzey Kıbrıs piyasasının Güney Kıbrıs'a göre genelde daha ucuz olduğu görülmektedir. Sadece belli ürünlerde Güneyin daha ucuz olduğu görülmektedir. Bunlar gıda ürünleri arasında özellikle belirli hazır kahve markaları, çikolata markalarıdır. Alkollü içeceklerde bir ürün hariç Güneyin üstün fiyat avantajı olduğu görülmektedir. Tavuketin, özellikle tavuk göğüs gibi ürünlerde Kuzeyin avantajlı olduğu görülmektedir. Elektronik ürünlerde ise Güneyin yine üstün fiyat avantajına sahip olduğu görülmekte ve araştırma bulguları da doğrulanmaktadır.

Kuzey-Güney fiyat karşılaştırmasında Kuzey'in birçok üründe ucuz olduğu ortaya çıkmış olsa da anket sonuçları Kuzey Kıbrıs tüketicilerinin güneyin daha ucuz olduğu algısının devam ettiğini göstermektedir. Bunun başlıca sebepleri: Güneydeki mağzaların yaptığı tanıtımın daha etkili olduğu; Kuzey tüketicisi tarafından elektronik eşya ve yedek parça gibi ithal belirli ürün gruplarındaki fiyat farkının dikkate alınarak genelleme yapılması; Güneyde fiyatlandırma politikalarının belirli dönemlerde belirli ürünlerde indirimler yapılması yolu ile genel bir ucuzluk algısı yaratıyor olması; ve tüketicinin alışveriş faaliyetini sadece ekonomik bir faaliyet olarak görmüyor oluşu ve güneydeki kuzeye göre daha pahalı ürünleri dikkate almayarak sadece ucuz olarak güneyde bulduğu ürünleri daha fazla hatırlaması olarak sıralanabilir.

Kuzey Kıbrıs'taki bazı ithal ürünlerin fiyatları, Güney Kıbrıs'taki aynı ürünlerden ortalama olarak daha yüksektir. Özellikle, yedek parça gibi ara mal ve ürünlerde belirgin bir fiyat farkı vardır. Bunun sebepleri başlıca, Kuzey Kıbrıs'ta: uygulanan fonlar; yüksek gümrük vergileri; yüksek taşıma maliyetleri; ve özellikle tekel piyasasının hüküm sürdüğü birtakım ürünlerde kâr marjlarının daha yüksek olması (yedek parça gibi). Örneğin Nescafe gibi ürünlerde fon uygulaması olmamasına rağmen, Kuzey Kıbrıs'ta fiyatların (çok az sayıda da olsa) biraz daha pahalı oldukları görülmektedir.

4. SWOT ANALİZİ

Stratejik Yönetim çalışmaları kapsamında en fazla kullanılan teknik olarak SWOT analizi, herhangi bir kuruluşun, örgütün, kamu kurumunun ya da özel sektör firmasının içsel durumunu ve onu çevreleyen dışsal faktörleri tahlil etmek için kullanılan yöntemlerden biridir (Öztemel, 2001; Dess vd., 2010, ss. 40-73). Bir anlamda, mevcut durumun, tüm yönleriyle, iç ve dış dinamiklerin de göz önünde bulundurulmasıyla, fotoğrafının çekilmesidir. SWOT analizi sayesinde, işbu proje özelinde Kuzey Kıbrıs ticaret sektörünün güçlü ve zayıf yönleri ile yüzyüze olduğu tehditler ve fırsatlar net olarak belirlenmiş olmaktadır. Böylece, sektörün güçlü yönleri üzerinde yoğunlaşır; zayıflıklarını azaltır; sektöre yönelik tehditleri bertaraf etmenin yollarını arar; ve fırsatlardan en büyük ölçüde yararlanmaya yoğunlaşmış olur. Temelde mevcut yapılara ait bu dört parametrenin irdelenerek analiz edilmesi ilkesine sahip olan bu yöntemle, hem niceliksel hem de niteliksel özelliklere ilişkin analizler yapılabilmekte ve yapılan analizler sonucunda oluşturulan SWOT (FÜTZ) matrisinin irdelenmesi ile de mevcut programa ilişkin stratejik bir görüş oluşturulabilmektedir (Uçar ve Doğru, 2005).

Kuzey Kıbrıs'ın Güney Kıbrıs ile olan ticaret kaymaları ekseninde yapılan SWOT (FÜTZ) analizi çok sayıda paydaşların örtüşen görüşlerini kuşbakışı gözleme olanağı tanırken aynı zamanda Kuzey Kıbrıs'a özgün değerlerin de indeksi özelliğini taşımaktadır. Ayrıca SWOT analizi süreci, görüşülen kamu kuruluşları, meslek kuruluşları, sivil toplum örgütleri, sendikalar ve diğer birliklerin özelde konu ile ilgili kapasiteleri ve genel de tespit ve politika üretimi kapasitelerini de tanıma olanağı sağlamıştır. Bu analiz ticaret kaymasının dengelenmesinde ve Kuzey Kıbrıs lehine yönlendirilmesinde kullanılacak stratejiler için de kaynak teşkil edecektir. Aşağıda Tablo 9'da sunulan SWOT Analizi tablosu Kuzey ve Güneyde yapılan tüketici eğilimlerine yönelik araştırmalar ve bu araştırma sonuçlarının paylaşıldığı odak grupları toplantılarındaki paydaş izlenimleri yanında bu alanda hazırlanmış ikincil verilere dayandırılarak hazırlanmıştır.

Tablo 9: Kuzey Kıbrıs Sınır Ötesi Ticaret Sektörü SWOT Analizi

FIRSATLAR	ÜSTÜNLÜKLER
- Güneye ulaşımın mevcudiyeti - Tüketim alışkanlıklarının benzerliği	- Doğa - Ülkenin Konumu

• TC'ye ve özellikle İstanbul'a daha kısa ve ucuza ulaşım • TC ürünlerinin yüksek rekabet gücü • El işleri üretiminin yaygınlığı • Gerek gelir seviyesi gerek nüfusu KKTC 'den 3-4 kat fazla potansiyel alışverişçiler (Vakkuri vd., 2010 s.16). • Güneydeki ekonomik kriz • Verimli ve değişik tarım olanakları (Rural Development SectorProgramme, 2010, s.77) • TC den gelecek su projesi	• Geleneksel şehir ve kırsal taşra yapısı • Eğitimi yüksek toplum • Ada genelindeki adi suç ortalamasının olumluluğu (UNODC ve HEUNI, 2010). • Yabancı dil kullanabilme yüksek oranı • Turistik ve tarihi destinasyonların yakın olması • Geleneksel yerel ürünler ve gıdalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, dernekler ve vakıfların varlığı (Rural Development SectorProgramme, 2010, s.83) • İnanç turizmi tesislerinin mevcutiyeti • Tarihi eser turizmi • Deniz kumsal turizmi • Diğer turizm çeşitlerine uygun altyapılar • Kumarhanelerin verdiği mutlak avantaj
TEHDİTLER	ZAYIFLIKLAR
• Tanınmamışlık • Kuzey Kıbrıs'daki iç siyasi sorunlar • Adaya doğrudan ulaşım yokluğu • Rum toplumunun Türk iş çevrelerine olumsuz yaklaşımı • Kıbrıs görüşmeleri ve ateşkes durumu • İki değişik ekonomi (GÜNEY KIBRIS +AB ve KUZEY KIBRIS-TC) ve para birimi • İki toplum arasındaki kırılgan ilişkiler • Güneydeki ekonomik istikrarsızlık	• AB sistemi ile uyum eksiklikleri • Standart dışılıklar ve önyargılar • Etkin rekabet sistemindeki eksiklikler • Kontrol mekanizması ve tüketiciyi koruyacak uygulamaların eksiklikleri • Yurtdışı ulaşım ve taşımacılık dezavantajları • Gümrükleme girdilerinin yüksekliği (maliyet analizi) • İş dünyasının güven tesis edememesi • Alışveriş bölgelerinde yıpranmış fiziki altyapı • Sınır geçişlerinde bürokratik ve fiziki engeller • Geçiş kapılarının azlığı • Ürünlerdeki ve hizmetlerdeki kalite ve güven eksikliği • İşletmelerdeki eksiklikler • Yönetim ve pazarlamanın gelişmemiş olması • Yabancı dil eksiklikleri • Küçük alışverişlerde nakit kullanma baskısı • Toplu taşımacılığın eksikliği • Ürün tanıtım ve sunumunun eksiklikleri • Markalaşamamış olmak • Orijinal marka ürünlerin yokluğu • Çok amaçlı AVM'lerin olmayışı • Araç trafiği ve otoparkların sıkıntıları • Yaya trafiğindeki tehditler

Bu analiz, Kuzey Kıbrıs'ın coğrafi konumunun bir **fırsatlar** yumağı oluşturduğunu

yansıtmaktadır. Güney Kıbrıs ile olan ulaşım, doğa ve tarihi zenginlikler, özgün ve verimli tarım ürünlerine uygunluğu ve geleneksel Akdeniz yaşam ve kültürü, bu yumağın nükleusu (çekirdeği) görünümündedir. Güney Kıbrıs'daki nüfus ve alım gücü yüksek potansiyel tüketiciler, yine Güney Kıbrıs'daki ekonomik kriz ve Kuzey Kıbrıs'ın yüksek rekabet gücü olan Türkiye sanayisinin ürünlerini sunabilmesi belirgin fırsatlardır. Ayrıca, Kuzey Kıbrıs'ın gelişimine katkı koyacak olan Türkiye'den su getirme projesi yeni ve artan fırsat olarak değerlendirilir.

Üstünlükler demetinde Kuzey Kıbrıs'ın zengin doğal, fiziki, tarihi eserler ve iklim yapısının yanısıra eğitilmiş insan yapısı ve yabancı dil becerileri temel taşlar olarak şekillenirken, örgütlenmiş toplum özellikleri, düşük genel suçlar ortalaması çekici sosyal üstünlükler olmaktadır. Değişik turizm çeşitlerine uygun altyapı, şehirlerin ve çekim merkezlerinin (turistik, tarihi, doğal vs.) kısa mesafeler içinde oluşu yanında Kuzey Kıbrıs'daki ucuz ürünlere talebi artıracak Güney Kıbrıs'taki ekonomik kriz SWOT Analizine yararlanabilecek üstünlükler olarak yansımaktadır. Güney Kıbrıs'da henüz olmayan casino sektörü de mutlak üstünlüktür.

Tehditlerde ön sıraları Kuzey Kıbrıs'ın dünya nezdindeki tanınmamışlığı, neticelenemeyen Kıbrıs görüşmeleri ve Güney Kıbrıs ile olan kırılgan ilişkiler meşgul etmektedir. İç siyasetteki ve Kuzey Kıbrıs ekonomisindeki değişkenler ve Güney Kıbrıs'ın içinde olduğu ve Güneyde çalışan Kuzey Kıbrıs vatandaşlarının ve Güneydeki tüketicilerin alım gücünü azaltan ekonomik kriz tehditler olarak sıralanırken, Kuzey Kıbrıs'a doğrudan hava ve deniz ulaşımındaki sorunlar başlıca diğer tehditleri oluşturmaktadır. Kuzey Kıbrıs , Türk Lirası ve Türkiye ekonomisi ile entegre iken Güney Kıbrıs'ın Euro ve Avrupa Birliği (AB) entegrasyonu içinde oluşu, ayrıca Rum toplumunun Türk iş çevrelerine olan olumsuz yaklaşım ve algılamaları Güney Kıbrıs ile olan ticari ilişkilere tehdittir.

SWOT Analizi çalışmalarında **zayıflıklar** daha çeşitli ve farklı bir liste oluşturmuştur. SWOT Analizlerinin etkinliği zayıflıkları tespit edip giderilmelerini sağlayacak strateji ve politikaların üretilmesine koyacağı katkılar ile güçlenir. Kuzey Kıbrıs'ın AB sistemi ile olan uyum eksiklikleri, yurtdışı taşımacılık ve ulaşımındaki ek giderler, ürünlerde ve hizmetlerdeki standart dışı uygulamalar, gümrükleme girdilerinin yüksekliği üzerinde durulması gereken zayıflıklar olarak üst sıralara yükselmektedir. Buna ilaveten, alışveriş ve diğer çekim merkezlerindeki yıpranmış ve çağdaş hizmetlerden yoksun altyapı ve eksiklikler, düzensiz araç ve yaya trafiği ve

otopark sıkıntıları, çok amaçlı AVM lerin yokluğu, az sayıdaki ve dağınık Kuzey-Güney geçiş kontrol noktaları, toplu taşımacılığın gelişmemiş olması zayıf altyapının göstergeleridir. Ayrıca, ön sıralardaki zayıflıklar içinde Kuzeydeki ürünlere ve hizmetlere olan güven eksikliği, kalitenin ve markaların sorgulanması, küresel markaların ve çeşitlemenin olmayışı oldukça farkedilmektedir.

Geçiş kontrol noktalarındaki bürokratik ve fiziki engeller, tüketiciyi koruyan kurumların işlevsizliği, yaygın kontrol ve denetimin görünür olmayışı idari zayıflıklar olarak sıkıntılar yaratmaktadır.

Kuzey Kıbrıs'daki işletmelerin yapısal ve değişik zayıflıkları SWOT Analizine, iş dünyasının güven tesis edememesi , yönetim ve pazarlamanın yaygın şekilde gelişmiş olmaması, ürün tanıtım ve sunumunun cezbedici olmayışı, müşteri hizmetlerindeki personelin konu ile ilgili bilgi, eğitim ve yabancı dil kapasitelerinin yetersizliği olarak büyük harflerle yansımaktadır.

AB Kıbrıs Türklerine Destek Programının 2010 yılında yayımladığı 'Provisional Rural Developement Plan for the Northern part of Cyprus 2008-2011' çalışmasındaki SWOT Analiz Birinci Eksen de zayıflıklar arasında 1. sırada adanın dış ülkelerle ticaret yapmasındaki zorluklar ve gümrük engelleri ve bunlardan dolayı yükselen fiyatlar, 5. sırada Kıbrıs görüşmelerinin olumsuz etkileri, 12.sırada AB gıda güvenliği ve ilgili yasalara uyum eksikliği tekrarlanırken aynı SWOT Analizi, tehditlerde 5.sırada enerji, hammadde ve ek taşımacılığın doğurduğu pahalılığa dikkat çekmektedir. Aynı çalışmanın 3.eksen SWOT analizi zayıflıkları arasında 7. sırada turizm, elişleri ve niş ürünlerin pazar ekonomisine göre yönlendirilmediklerini, 9.sırada kalite standartlarının eksikliği belirtilirken, tehditlerden bir tanesi de 12. Sıradaki Kıbrıs sorunundaki gelişmelerin olumsuz etkileri yer almaktadır (Rural Development Sector Programme, 2010, ss.79-84).

SWOT Analizi sonuçlarına göre sektörde alınması gereken başlıca stratejik önlemler aşağıda özetlenmektedir:

- **Yasal Altyapı;** Rekabeti geliştiren,tüketiciyi koruyan, pazar ekonomisini yönlendiren ve denetleyen, çevreyi koruyan, üretimi ve hizmetleri denetleyen, AB mevzuatlarının yasallaştırılıp uygulanması. AB ve Gümrük Birliği Gümrük Tarifelerinin uygulanması, ürünlerin ve hizmetlerin sertifikalaştırılması.

- **Fiziki** ve **stratejik** planlamanın gerçekleştirilmesi, altyapı projeleri ile Alışveriş Semtleri (AVS)lerinuyumsallaştırılması, AVM'lere uygun bölgelerin belirlenmesi.
- Çoğunlukla KOBİ olan Kuzey Kıbrıs işletmelerinin maddi kaynaklara ulaşım maliyetleri bölge ülkeleri seviyelerine çekilirken idari ve örgüt yapılarının iyileştirilmesi ve **pazarlama kapasitelerinin** artırılması.
- TC, Güney Kıbrıs, AB ve komşu diğer ülkelerle istikrarlı ekonomi, sosyal ve siyasi politikalar sürdürerek Kuzey Kıbrıs'a olan **güvenin artırılması** ve Güney Kıbrıs'a yönelik ürün ve hizmet satışlarının önündeki psikolojik engellerin giderilmesi için plan ve strateji oluşturulması.

Yukardaki nlemler, Kuzey Kıbrıs'ın rekabet gücünü yükseltebilecek, çekim merkezlerine artı değer ekleyebilecek, iş çevrelerine, ürünlere ve hizmetlere olan güveni artıracak ve Kuzey Kıbrıs'tan Güney Kıbrıs'a kayabilen ticaret hacmini kontrol ederken Güney Kıbrıs'ta yaşayan bir milyona yakın tüketicisi nüfusu ve Güney Kıbrıs'ı ziyaret eden yıllık 3 milyon turisti Kuzeydeki pazarlara çekebilme hedefini taşımaktadır.

5. STRATEJİK VİZYON VE HEDEFLER

Kişisel mal ve hizmet alımında ticaretin Güneye kayması gerçeğinden hareketle Kuzey için belirlenen **Vizyon**, “Kuzey ve Güney Kıbrıs arası SÖT’i Kuzey’in lehine çevirmeye imkan verebilecek rekabet üstünlüğüne sahip olmak” şeklinde formüle edilebilir.

Amaç ve Hedefler

Araştırma bulguları, odak grup çalışmaları, Maliyet Analizi ve SWOT analizinden hareketle Kuzey Kıbrıs SÖT için yukarıdaki vizyona uygun olarak aşağıdaki amaçlar ve hedeflere göre eylem planı belirlenmiştir. Bu çerçevede, 7 ana başlık altında stratejik amaç ve bunlara bağlı olarak altbaşlık şeklinde hedefler aşağıda sıralanmaktadır.

- **Mağaza Hizmet Kalitesinin Artırılması**

- Park yeri sorunları giderilmelidir.
- Satış elemanları eğitilmelidir.
- Ticari ürünlerde mağazalarda ürün çeşitliliği sağlanmalıdır.
- Paketleme ve ambalajlamada AB standartlarına uyulmalıdır.
- Mağazalarda ışıklandırma ve raf düzenini daha ergonomik ve estetik olmalıdır.
- Mağazalarda müşteri ihtiyacı için hijyen tuvalet ve lavabo hizmeti verilmelidir.
- Mağazalardaki indirim günleri belli bir zamanda ve gerçek indirimleri yansıtacak şekilde düzenlenmelidir.
- Güneyin avantajlı olduğu ürünlere olan talebin cinsiyete göre farklılaşması pazarlama ve satış yöntemlerinde dikkate alınmalıdır.
- Kuzeyde engellilere yönelik alışverişe imkan verecek düzenlemeler/altyapı oluşturulmalıdır.
- Mağazalar ve ticari satışlarla eşzamanlı şehir planlaması ve imar planları dikkate alınmalıdır.
- Güneye göre avantajlı olduğumuz tekstil ürünleri ortak bir merkezde toplanmalıdır (Örnek olarak Arasta Bölgesinin perde ve yün örgü konusunda yoğunlaşması düşünülebilir).

- AVM’ler kurulurken küçük esnafın zarar görmemesi hedeflenirken yeni markaların sunulması ve aynı zamanda mevcut olan alışveriş bölgelerinin uzağına kurulmasına özen gösterilmelidir.
- AVM’ler kurulurken Güneyde olan markaların getirilmesi esas alınmalı, ürün çeşitliliğinin sağlanması, ticaret ve hizmet sektörü oranının belirlenmesi (AVM Tüzüğü gibi) gerekmektedir.
- Araştırmada ortaya çıkan ihtiyaçları karşılayacak anlamda bir AVM hedeflenmeli; konforlu, park yeri olan, engellilere uygun altyapı, zaman geçirecek restoran, cafe, sinema ve oyun alanlarını içermelidir.
- AVM’lere alternatif olarak “Oxford Street Londra” gibi toplu ticaret merkezleri veya AVS’lerin yaratılması öngörülmelidir (Örneğin Dereboyu, Arasta gibi....trafiğe kapatılarak açık cadde AVM’leri yaratılabilir).

• Kuzey Kıbrıs’ın Ucuzlatılması

- Marka ürünler, elektronik eşya ve yedek parça gibi ürünlerdeki fiyat farklarının asgariye indirilmesi gerekmektedir. Bu amaç için ise Maliyet Analizinde ortaya konan unsurlar (Stopaj, KDV, Navlun, Gümrük vergisi, Fon) dikkate alınarak bütçe imkanları çerçevesinde Kuzey Kıbrıs’a avantaj sağlanması hedeflenmelidir.
- Vergilendirmenin pahalılık yaratmayacak şekilde yeniden yapılandırılması gerekmektedir. Sınır komşuları vergilerini uyumlaştırmak durumundadırlar. Bu nedenle de Kuzeyin vergi yapısını Güneyle uyumlaştırması gerektirmektedir. Örneğin KDV’de oran sayısı azaltılabilir. Dolaysız vergilerin toplam vergi gelirleri içerisindeki payının vergilemenin adaletsiz olduğunu göstermektedir. Bunun yanında kayıtdışı ekonominin önemli boyutlarda olması da verginin adaletsiz dağılmasına neden olmaktadır.
- Yedek parça gibi tekelleşmenin hakim olduğu sektörlerde gerekli müdahale yapılmalıdır. Bunun için, Rekabet yasasının uygulanması ve toplumsal bilinci oluşturacak eğitimlerin gerçekleşmesi gerekmektedir.
- Et fiyatlarında Güneyle rekabet edebilecek politikalar geliştirilmelidir. Şöyle ki, Güneydeki ithal et fiyatları ucuz olduğundan et ithalatını serbest bırakmak ve/veya yerli üretimi artıracak teşvik politikalarını uygulamaya koymak alternatifleri düşünülmelidir.
- Doğal tekel durumunda olan dağıtıcı firmalara müdahale edilmelidir. Kısa ve orta

vadedeölçeği artırmak mümkün olmadığından rekabet yasasının uygulanması gerekmektedir.

- **Tüketici Güveninin Sağlanması**

- İthal ürünlerde ülkeye girişde gerekli tahlil ve denetimlerin yapılması ve bunların sonuçlarının vatandaşla paylaşılması gerekmektedir. Bununla birlikte uluslararası belgeler (HACCP, CE gibi...) sadece ihracat sırasında (örneğin Yeşil Hat Ticaretinde zorunlu olan CE belgesi) değil ihracat yapmayan firmalar ve ithal ürünler için de zorunlu kılınmalıdır.
- İlgili kuruluşlar tarafından verilecek eğitim programları ve basın yayın araçları ile tüketicilerin bilinçlendirilmesi gerekmektedir.
- Ticari ürünlere ilişkin standartların oluşturulması ve buna göre yasaların uygulanması ve denetimin sağlanması gerekmektedir.
- Tüketici haklarının korunması ve bilincin oluşturulması beraberinde garanti sisteminin etkin uygulanması gerekmektedir.
- Mevcut denetim ve denetim sonuçları toplumla paylaşılmalıdır.
- Ürünlerin menşei güven verecek şekilde denetlenmeli ve kamuya duyurulmalıdır.
- Üretime başlama gününden itibaren başlayan ve güven veren tahlil ve denetim mekanizmaları kurulmalıdır. Bu çerçevede, AB’de de uygulanan “**tarladan sofraya**” izleme sisteminin hayata geçirilmeli; Tarım Bakanlığı bünyesinde bu konuda sürdürülen çalışmalar topluma anlatılmalı; ve şimdilik sadece üretim aşamasında gerçekleşen izleme ve denetimin diğer aşamaları da kapsayacak şekilde iyileştirilmesi gerekmektedir.
- Tarımla ilgi her ürünün sertifikalandırılması ve markalaşma sürecine geçiş yapılmalıdır.
- Gıda ürünlerinin etiketlenmesi ve kaynağının belirtilmesi (meyve ve sebze gibi) gerekmektedir.
- Restoranlardaki Menü, fiyat ve hijyen konusunda denetimler etkinleştirilmeli ve uluslararası kalite belgeleri zorunlu hale getirilmelidir.

- **Doğal ve Tarihi Güzelliklerin Sunumunu Etkinleştirmek**

- Tanıtım broşürleri profesyonelce hazırlanmalı ve kapılarda dağıtılmalıdır. Bu tanıtım

broşürleri alışveriş ile ilgili de olabilir.

- Rehberlik müessesesinin kurumsallaşması ve müze ve ören yeri dahil tüm tarihi yerlerde Lisan problemi olmayan eğitimli rehberlerin bulunması gerekmektedir.
- Türiзм örgütünün kurulması gerekmektedir.
- Ülkesel Fiziki Plan hazırlanmalıdır.
- Turizm Master Planı yürürlüğe konmalıdır.
- Ülkedeki ulaşım ve dolaşım sorununa köklü çözüm getirilmelidir.
- Ülke imajı ve markalajması için profesyonel firmalardan yararlanılmalıdır.
- Kuzeye geçen Güney turist otobüslerine sessiz değil aktif Kuzeyli rehber uygulaması teşvik edilmeli ve şart koşulmalıdır.
- Apostolos Andreas Manastırı gibi tarihi ve inanç turizmi yerleri ivedilikle restore edilmeli ve bakımı sağlanmalıdır.
- Tarihi yerler öne çıkartılmalı ve Pazar günü de bu yerler açık bulundurulmalıdır.
- Tarihi yerlere ulaşım ve dolaşım hizmetleri sağlanmalıdır.
- Turistlere yönelik tarihi yerlerle ilgili sembolik ürünleri bulunduran satış yerleri yapılmalıdır.

- **İki Toplum Arasında Güven Artırıcı ve Ticareti Artırıcı Politikaların Geliştirilmesi**

- İki toplumlu ortak üretimlerin satışa sunulacağı festivaller düzenlenmelidir.
- İki toplumlu projelere pozitif ayrımcılık yapılmalıdır.
- Güneyden geçişleri kolaylaştırıcı tedbirler alınmalıdır (Bu maksat için sırasıyla; a) Kapılardaki geçişler kolaylaştırılmalıdır -Örneğin arabalı geçişlerde Türk geçiş noktalarında uygulanan arabadan inme zorunluluğunun kaldırılması-; b) Kuzeyde alınan trafik cezalarının kapılarda elektronik ödeme araçları ile ödenmesi sağlanmalıdır; ve c) Alışverişin en çok yapıldığı bölge olan Arasta bölgesine yakın olan Ledra Palace kapısından başlanarak diğer kapılar da arabalı geçişlere açılmalıdır).

- **Gümrük Denetimlerinde Etkinliğin Artırılması**

- Gümrük kapılarında kamera sistemine geçilmesi düşünülebilir.
- Güneyden gelen ürünlere gümrük uygulanması yasada mevcut olan gümrük oranları

ilgili ürünlere uygulanmalı ve eğer bu bir çözüm sağlamazsa yeni çözümler üretilmelidir. Örneğin AB üyesi olmaktan dolayı Birlik ülkelerinden aldığı ürünlerde Güney Kuzeye göre avantaj sağlamaktadır. Bu nedenle de bu ürünlerde alışveriş Güneye kaymaktadır. Bu ürünlerde fiyatı dengelemek ve haksız rekabeti engellemek amacı ile gümrükte bu ürünlere AB'nin aynı ürünlere 3. Dünya ülkelerinden ithalde uyguladığı gümrük vergi oranı uygulanabilir (Her üründe farklı vergi oranı).

- **Kurumsallaşma Gereği**

Kuzey açısından bir başka önemli husus da kamu/özel kurum ve kuruluşlar ile sivil toplum örgütleri ve meslek kuruluşlarının işleyişlerinde kurumsallaşmayı ön plana çıkaracak ve bu yaklaşımın güvence altında olduğunu gösterecek bir yaklaşımın izlenmesi gereğidir. Ticaret hayatı ve ilişkileri kurumsallaşmasını önemli ölçüde tamamlamış, yazılı metinleriyle uygulamaları birbirleriyle uyumlu objektif ve tutarlı bir sistem içinde verimli, etkin ve rasyonel çalışabilir.

Kurumsallık yasal, yönetsel çerçevelerin eksiksiz oluşturulması ve uygulamasıyla mümkün olabilir. Bireysel, subjektif, nepotistik uygulamalara bu tür çerçevelerde yer yoktur ve sistem bu anlamda ciddi bir toplumsal, yargısal, siyasal ve yönetsel denetim altında olmalıdır.

Bu ortamın geliştirilmesi sistematik bir kültürel, eğitimsel , yönetsel bir yeniden yapılanmayı önemli kılmaktadır.Genel olarak eğitim sürecinin bu amaca yönelik olarak, özel olarak da iş başında eğitimin sıkça ve hızla bu değerlerin ve bilincin yaygınlaştırılmasında kullanılmasının kaçınılmazlığı ve sonuçta da katkısı açıktır.

Kurumsallıktaki eksiklik ve aksaklıkların bir sorun olarak tanımlanması, çözüme doğru önemli bir adımın başlangıcının atılması anlamını taşıyacaktır.

6. EYLEM PLANI

Proje kapsamında kişisel mal ve hizmet alımını Kuzey Kıbrıs lehine çevirmek için yukarıda belirlenen stratejik hedeflerin operasyonel hale getirilmesi gereği bulunmaktadır. **Kuzey Kıbrıs Sınır Ötesi Ticaret Stratejisi Eylem Planı** aşağıdaki şekilde hazırlanmıştır.

KUZEY KIBRIS SINIR ÖTESİ TİCARET STRATEJİSİ EYLEM PLANI

1. STRATEJİK AMAÇ: Mağaza Hizmet Kalitesinin artırılması

EYLEM NO	EYLEM	SORUMLU VE İLGİLİ KURULUŞ/LAR	VADE		
			KISA	ORTA	UZUN
1	AVM mevzuatının hazırlanması ve uygulanması Amaç: AVM Kurulması için gerekli şartların belirlenmesi, şehir merkezlerinden uzaklığı, mal ve hizmet ticareti oranı, marka ürünler, fiziki altyapı, yönetim ve denetim gibi unsurların yasal hükme bağlanması	Ekonomi Bakanlığı	✓		
2	AVS'lerin kurulması için gerekli mevzuatın hazırlanması ve uygulanması. Yukarıdaki eylem çerçevesinde Kuzey Kıbrıs'daki AVS'ler Lefkoşa, Gazi Mağusa, ve Güzelyurt'taki geleneksel şehir merkezlerine, Girne'de ve Yeni İskele'depromenad projelerinin eksenine; Restorasyon çalışmaları ile uyumsallaştırarak restore edilen tarihi ve kültürel yapılara da uygun işlevlik ve sürdürülebilirlik kazandırarak; Bu bölgelere olan araç trafiği akışına cevap verecek ulaşım arterilerini artırarak ve geliştirerek; Yeterli araç park yerleri yaratarak; Bölgelere tüketiciye kalite ve konfor hizmetlerini ekleyerek (Tuvaletler,engelli dolaşım altyapısı,çocuk oyun alanı, istirahat alanları gibi); Ürün ve hizmet çeşitliğini sağlayacak (Gıda, Giyim, Eğlence, Hizmetler...) ve AVS'nin altyapı ve diğer sorunları ile ilgilenecek Mülk Yönetimi (Property Management) kavramını kurumsallaştırarak, ve Gerekli yasal altyapı ihtiyaçlarını gidererek kurulmalıdır. Bu şekilde kurululan AVS örnekleri EK-4 ve EK-5'de	Ekonomi Bakanlığı	✓		

	verilmektedir. Amaç: AVS'lerin kurulması için gerekli şartların belirlenmesi, şehir içerisindeki konumlandırılmaları, mal ve hizmet ticareti oranı, esnaf yapısı, marka ürünler, fiziki altyapı, AVS'nin fiziki organizasyonu, AVS projelerinin taşınması gerektiği özellikler, yönetim ve denetim gibi unsurların yasal hükme bağlanması bu eylemle hedeflenmektedir. AVS'lerin kurulması ile ticaretin Kuzey Kıbrıs lehine kaymasına ilişkin mevcut alışveriş bölgelerini ve çevrelerini destekleyerek işletmelerin kapanmasını engelleyeceği; Şehirlerin sosyal, kültürel, tarihi doku ve geleneklerini devam ettirmelerine sürdürülebilir katkı koyacağı; AVM'lerin aksine yapılacak yatırımların Kuzey Kıbrıs'da şehirlerin ve tüm ülkenin markalaştırma hedeflerine katkı koyabileceği; Psikolojik ve konfor faktörlerinden dolayı Güneyde alışveriş eğilimde olanlara eşdeğer seviyede alternatif alışveriş semtleri imkanı sunacağı; ve Kuzey'e güneyden gelenleri tarihi, kültürel, coğrafi ve doğal özellikleri ile AVS'lerde tutarak, ve yeni ziyaretçi ve alışverişçiler için çekim merkezi yaratabileceği öngörülere yapılmaktadır.				
3	Park yeri sorunlarının giderilmesi ve hijyen tuvalet ve lavabo hizmetinin verilmesi Amaç: Güneye göre daha düşük düzeyde olan hizmet kalitesinin artırılması	Çalışma Bakanlığı/Yerel Yönetimler		✓	
4	Şirket sahip ve/veya üst düzey yöneticileri ile satış elemanlarının eğitilmesi Amaç: - Hizmet kalitesini belirleyen temel unsurun güvenilirlik olduğunun dikkate alınması, Müşteri memnuniyetinin sağlanması, Mağazalarda ışıklandırmanın ve raf düzeninin daha ergonomik ve estetik olması, Ticari ürünlere dönük mağazalarda ürün çeşitliliğinin sağlanması ve Güneyin avantajlı olduğu ürünlere olan talebin cinsiyete göre farklılaşması olgusunun pazarlama ve satış yöntemlerinde dikkate alınması gibi başlıca konuların	Çalışma Bakanlığı/Ekonomi Bakanlığı		✓	

	işlendiği “Satış Danışmanı” eğitiminin mağazalara dönük gerçekleşmesini sağlamak				
5	Paketleme ve ambalajlamada AB standartlarına uyulması Amaç: Güneye göre daha düşük düzeyde olan hizmet kalitesinin artırılması	Ekonomi Bakanlığı/Çalışma Bakanlığı		✓	
6	Mağazalardaki indirim günlerinin belli bir zamanda ve gerçek indirimleri yansıtabilecek şekilde idari ve hukuksal düzenlemenin yapılması Amaç: Stok tüketimi ve sürümden kazanç sağlayıcı güvenilir ve istikrarlı bir yapının kurulması	Ekonomi Bakanlığı/Çalışma Bakanlığı		✓	
7	Kuzeyde engellilere yönelik alışverişe imkan verecek düzenlemeler/altyapı oluşturulmalı Amaç: Güneye göre daha düşük düzeyde olan hizmet kalitesinin artırılması	Ekonomi Bakanlığı		✓	
8	Mağazalar ve ticari satışlarla eşzamanlı şehir planlaması ve imar planları dikkate alınmalıdır. Amaç: Ticaretin sürdürülebilirliğini sağlayacak yapının kurulması	Ekonomi Bakanlığı/İçişleri Bakanlığı		✓	

2. STRATEJİK AMAÇ: Kuzey Kıbrıs’ın Ucuzlatılması

EYLEM NO	EYLEM	SORUMLU VE İLGİLİ KURULUŞ/LAR	VADE		
			KISA	ORTA	UZUN
9	Stopaj, KDV, gümrük vergisi ve fon gibi ithal ürünlerde Maliyet Analizine göre Kuzey Kıbrıs aleyhine devlet kaynaklı fiyat farkına neden olan maliyet unsurlarının bütçe dengesi dikkate alınarak azaltılması, navlunun ise özellikle ithal gelirlerine bağlı olarak sübvansiyeye edilmesi Amaç: Marka ürünler, elektronik eşya ve yedek parça gibi ithal ürünlerdeki fiyat farklarının asgariye indirilmesi	Ekonomi Bakanlığı/ Maliye Bakanlığı	✓		
10	Vergilendirmenin pahalılık yaratmayacak şekilde yeniden yapılandırılması Amaç: Dolaylı vergiler ve fonlar yerine pahalılık yaratmayacak ve tüketicinin alım gücünü düşürmeyecek şekilde realize olan kazançlara, lüks tüketime, servete vergi getirilmeli ve kayıt dışı ekonominin önlenerek haksız rekabetin ve vergi kaçaklarının asgariye indirilmesi	Ekonomi Bakanlığı/ Maliye Bakanlığı		✓	

11	Et fiyatlarında Güneyle rekabet edebilecek politikaların geliştirilmesi için yerli üretim yeterli düzeye gelene kadar et ithalatının serbest bırakılması ve yalnızca sütçülüğün değil etçiliğin de verimlilik ve etkinlik esaslarında desteklenmesi Amaç: Tüketici refahının sağlanması ve yerli üretimde etçiliğin teşvik edilmesi	Ekonomi Bakanlığı/Tarım Bakanlığı/Maliye Bakanlığı		✓	
12	Asgari ücret üzerindeki yüklerin Sosyal Güvenlik Kurumlarının aktüeryal dengeleri dikkate alınarak gözden geçirilmesi Amaç: Sadece İhtiyat Sandığı ve Sosyal Sigorta ödemeleri dikkate alındığında Güney Kıbrıs'a göre yaklaşık % 12'lik dezavantajın 16/1976 Sayılı Kıbrıs Türk Sosyal Sigortalar Yasası ve 34/1993 Sayılı İhtiyat Sandığı Yasasında değişiklik yapılarak giderilmesi önerilmektedir.	Çalışma Bakanlığı	✓		
13	Gümrük ve liman hizmetlerini veren birimlerin çalışma saatlerinin yeniden düzenlenmesi Amaç: Rekabette dezavantaj yaratan diğer bir unsur ise gümrük ve liman hizmetlerini veren birimlerin çalışma saatlerinin uyumsuzluk göstermesi ve dolayısı ile ödenen fazla mesai ücretleridir. Güney Kıbrıs'ta ise liman hizmeti vardiya usulü ile verilmektedir. Buna ilaveten, işletmelerin şikayetine göre Kuzey Kıbrıs'da gümrük memurlarının taksi, yemek vs. gibi ücretleri de ayrı bir ek maliyet unsuru oluşturmaktadır. Bu itibarla, ek mesai ve maliyet unsuru yaratmayacak şekilde gümrük ve liman hizmetlerinin vardiya usulü verilmesi önerilmektedir.	Maliye Bakanlığı/ Ulaştırma Bakanlığı		✓	
14	Kuzey ve Güney Kıbrıs'taki fiyat şeffaflığının sağlanması Amaç: Medya ve iş dünyası örgütleri aralarında oluşturacakları kurumsal işbirliği ile iki taraftaki fiyatları şeffaf bir şekilde düzenli olarak duyurmalıdır. Bu piyasa disiplini, algılamalar ve beklentiler üzerinde önemli etkiler yaratacaktır.	Ekonomi Bakanlığı	✓		

3. STRATEJİK AMAÇ: Tüketici Güveninin Sağlanması

EYLEM NO	EYLEM	SORUMLU VE İLGİLİ KURULUŞ/LAR	VADE		
			KISA	ORTA	UZUN
15	İthal ürünlerde ülkeye girişte ve yerli ürünlerde gerekli tahlil ve denetimlerin yapılması ve sonuçlarının sistematik olarak vatandaşla paylaşılması Amaç: Denetimlerde şeffaflık ve hesap verebilirliğin sağlanması	Ekonomi Bakanlığı/Tarım Bakanlığı/Maliye Bakanlığı	✓		
16	Standartların oluşturulması ve CE, HACCP gibi belgelerin ülke içi üretim ve tüketim için de teşvik edilmesi Amaç: Güven kazandırmada etkin olan standartları yakalamak ve uluslararası rekabete hazır durumda olmak	Ekonomi Bakanlığı/Tarım Bakanlığı/Maliye Bakanlığı		✓	
17	AB’de de uygulanan “tarladan sofraya” izleme sisteminin hayata geçirilmesi. Amaç: Üretim aşamasından sofraya kadar ürünün takibi ve denetiminin sağlandığından tüketicinin emin olması	Tarım Bakanlığı		✓	
18	Tarımla ilgi her ürünün sertifikalandırılması ve markalaşma sürecine geçiş yapılması Amaç: Tarımsal üretimde üreticiye sorumluluk kazandırmak ve tüketiciye tercih ve sorgulama imkanı vermek	Tarım Bakanlığı		✓	
19	Gıda ürünlerinin etiketlenmesi ve kaynaklarının belirtilmesi (meyve ve sebze gibi) Amaç: Tarımsal üretimde üreticiye sorumluluk kazandırmak ve tüketiciye tercih ve sorgulama imkanı vermek	Tarım Bakanlığı		✓	
20	Restoranlardaki menü, fiyat ve hijyen konusunda denetimler etkinleştirilmeli ve uluslararası kalite belgelerinin teşvik edilmesi Amaç: Kalite standardı sağlayarak ülke içi ve dışından gelecek tüketiciye güven kazandırmak	Tarım Bakanlığı/Turizm Bakanlığı		✓	
21	Tüketicilerin bilinçlendirilmesi Amaç: İlgili kuruluşlar tarafından verilecek eğitim programları ve basın yayın araçları ile tüketicileri ihlaller konusunda bilinçlendirerek hizmet kalitesi konusunda baskı unsuru oluşturmak	Ekonomi Bakanlığı/Tarım Bakanlığı		✓	
22	Gıda denetim yetkisinin tümüyle tek bir bakanlığa devredilmesi Amaç: Halen gıda denetimi Belediyeler, Tarım Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı tarafından yetki karmaşası şeklinde yürütülmektedir. Bu durum	Başbakanlık		✓	

	denetimlerin düzensiz, ehil ve uzman olmayan kadrolarla yapılmasına neden olurken doğal olarak tüketicide güven yaratamamaktadır. Dolayısıyla, denetimin yeterli kadrolara sahip tek bir bakanlıkta toplanması tüketicide gerekli güveni tesis edebilecektir.				
--	---	--	--	--	--

4. STRATEJİK AMAÇ: Doğal ve Tarihi Güzelliklerin Sunumunu Etkinleştirmek

EYLEM NO	EYLEM	SORUMLU VE İLGİLİ KURULUŞ/LAR	VADE		
			KISA	ORTA	UZUN
23	Tüm turistlere yönelik alışveriş ile ilgili bilgilerin de yer alacağı profesyonelce hazırlanan tanıtım broşürlerinin kapılarda ve diğer uğrak yerlerinde dağıtılması. Amaç: Turist profiline uygun pazarlama ve satış politikalarını uygulamak	Turizm Bakanlığı/Ekonomi Bakanlığı	✓		
24	Turizm politikalarının profesyonel ekipler tarafından istikrarlı bir şekilde uygulanmasını sağlayacak ve ilgili paydaşların duyarlılıklarının kurumsal olarak dikkate alındığı Turizm örgütünün kurulması Amaç: Turizm politikalarının profesyonelce ve istikrarlı bir şekilde uygulanmasını sağlamak	Turizm Bakanlığı		✓	
25	Turizm Master Planının yürürlüğe konması Amaç: Profesyonelce planlanan politikaların uygulanmasını sağlamak	Turizm Bakanlığı	✓		
26	Ülkedeki ulaşım ve dolaşım sorununa köklü çözüm getirilmesi Amaç: Can ve mal kaybı açısından giderek artan trafik sorununa da çözüm getirmeyi hedefleyerek toplu taşımacılığın teşvik edilmesi	Bayındırlık ve Ulaştırma Bakanlığı			✓
27	Ülke imajı ve markalaşması için profesyonel firmalardan yararlanılması Amaç: Turizm Örgütünün yönetiminde olsun veya bakanlık tarafından yürütülsün turizm pazarlamasının profesyonelce ve istikrarlı olarak yapılmasını sağlamak	Turizm Bakanlığı		✓	
28	Apostolos Andreas Manastırı gibi tarihi ve inanç turizmi yerleri ivedilikle restore edilmeli ve bakımı sağlanmalı Amaç: Başta Güney Kıbrıs olmak üzere gayri müslimler için son derece	Turizm Bakanlığı		✓	

	önemli olan bu yerleri onların ihtiyaçlarına ve beklentilerine uygun hale getirmek. Bunu yaparken de uluslararası proje desteklerinden yararlanmak				
29	Turistlere yönelik tarihi yerlerle ilgili sembolik ürünleri bulunduran maketler yapılmalı ve bu yönde markalaşmalı Amaç: Turistlerin talep ettiği otantik ürünleri marka olarak sunmak.	Turizm Bakanlığı/Ekonomi Bakanlığı/Yerel Yönetimler/Esnaf Oda ve Birlikleri		✓	

5. STRATEJİK AMAÇ: İki Toplum Arasında Güven Artırıcı ve Ticareti Artırıcı Politikaların Geliştirilmesi

	EYLEM	SORUMLU VE İLGİLİ KURULUŞ/LAR	VADE		
			KISA	ORTA	UZUN
30	Güneyden geçişleri kolaylaştırıcı tedbirler alınması. Bunun için [a) Kapılardaki geçişleri kolaylaştırmak, örneğin arabalı geçişlerde Türk geçiş noktalarında uygulanan arabadan inme zorunluluğunun kaldırılması; b) Kuzeyde alınan trafik cezalarının kapılarda elektronik ödeme araçları ile ödenmesinin sağlanması.] Amaç: Güneyden gelen tüketicilerin KKTC'deki ticaretini kolaylaştırmak	Maliye Bakanlığı/İçişleri Bakanlığı		✓	

6. STRATEJİK AMAÇ: Gümrük Denetimlerinde Etkinliğin Artırılması

EYLEM NO	EYLEM	SORUMLU VE İLGİLİ KURULUŞ/LAR	VADE		
			KISA	ORTA	UZUN
31	Gümrük kapılarında kamera sistemine gidilmesi Amaç: Araştırma sonuçlarının ortaya koyduğu gibi genelde ticareti yasak olan ürünlerde Güneyin avantajlı olduğu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, bu ürünlerin kaçakçılığını önlemek ve gümrüğe ibrazını sağlamak için psikolojik etki yapabilecek kamera sisteminin kurulması amaçlanmaktadır.	İçişleri Bakanlığı		✓	
32	Güneyden gelen ürünlere gümrük uygulanması Amaç: Özellikle elektronik ürünlere yasak koymak yerine mevcut gümrük oranlarını uygulayarak fiyat avantajını azaltmak ve buna rağmen yapılan kaçakçılığa da caydırıcı önlem getirmek.	Maliye Bakanlığı/Toplum Liderleri/BM/AB	✓		

7. STRATEJİK AMAÇ: Kurumsallaşma Gereği

EYLEM NO	EYLEM	SORUMLU VE İLGİLİ KURULUŞ/LAR	VADE		
			KISA	ORTA	UZUN
33	Kurumsallaşma eğitimi verilmesi Amaç: Kurumsallaşma konusunda farkındalık yaratmak ve kurumsallaşma olmadan sürdürülebilir bir yapıya kavuşmanın mümkün olmadığına ilişkin bilinç oluşturmak için başta kamu ve özel kuruluşlar olmak üzere tüm ilgili taraflara eğitim programı gerçekleştirmek.	Cumhurbaşkanlığı Başkanlığında Kabine Üyeleri/ Avrupa Birliği Koordinasyon Merkezi/ Anayasal Kuruluşlar/ Yargı Temsilcileri/ Odalar/ Meslek Kuruluşları / Esnaf Birlikleri ve Sivil Toplum Kuruluşları		✓	
34	Ticari Mahkemelerin Kurulması Amaç: Gerek işletmelerin mağduriyeti, gerekse tüketicilerin güveni açısından adaletin düzenli işlemesi ve hukukta gecikmenin önlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle, yargıda reforma gidilerek ticaret mahkemelerin kurulması amaçlanmaktadır.	Başbakanlık		✓	
35	Rekabet Kurulunun Güçlendirilmesi Amaç: Halen etkin olarak faaliyet gösteremeyen Rekabet kurulunun mali ve idari özerkliğinin sağlanarak rekabet ihlallerine müdahale edebilecek yapıya kavuşturulması ve 36/2009 Sayılı Rekabet Yasasında yapılacak değişikliklerle Rekabet Kurulunun mali ve idari özerkliği yanında hesap verebilirliğini sağlamak.	Ekonomi Bakanlığı / Rekabet Kurulu		✓	
36	Sayıştay Kurumunun Güçlendirilmesi Amaç: 18/78 Sayılı Sayıştay Yasasında yapılacak değişikliklerle Rekabet Kurulunun mali ve idari özerkliği yanında hesap verebilirliğini sağlamak, fiili olarak performans denetimi yapmasını gerçekleştirmek, denetimlerin zamanında yapılması ve ilgili kurumlara iletimi ve takibini disipline edecek mekanizma kurmak ve denetim sonuçlarının yaşam bulması gereken mekanizmalar ve müeyyidelerin hayata geçirilmesini sağlamak.	Başbakanlık		✓	
37	Kamu Mali Yönetim Sisteminin Güçlendirilmesi Amaç: Reel sektörün rekabet edilebilirliği açısından kamu kaynaklarının rasyonel dağıtılması gerekmektedir. Bu açıdan, 2010-2012 “Kamunun Etkinliğinin ve Özel	Maliye Bakanlığı	✓		

	Sektörün Rekabet Gücünün Artırılması Programı”nda da yer aldığı gibi hemmerkezi hem de Yerel Yönetimler için özellikle 16/1999 Sayılı “Bütçenin Hazırlanması ve Uygulanmasına İlişkin Kurallar Yasası” ve 51/1995 Sayılı Belediyeler Yasasında yapılacak değişiklikler “Çok Yıllı Bütçeleme”, “Stratejik Planlama” ve Sayıştay denetimi için de gerekli “Performans Bütçeleme” sistemine geçmek “Kamu Mali Yönetim Sisteminin Güçlendirilmesi” bağlamında amaçlanmaktadır.				
38	Tüketiciler Ombudsmanının Kurulması Amaç: 55/2010 sayılı Tüketicileri Koruma Yasası tahtında oluşturulan “Mal ve Hizmetler Hakem Heyeti”nin önemli işlevi olmasına rağmen büyük oranda Ticaret işleri ile görevli Bakanın etkisinde bir görüntü vermesi hasebiyle özellikle Güney Kıbrıs tüketicisine güven vermek amacıyla yürütmeden tamamen bağımsız anayasal bir kurum niteliğinde Tüketiciler Ombudsmanının kurulması önerilmektedir. 1970’den itibaren İsveç’te oluşturulan Tüketiciler Ombudsmanı Modeli Kuzey Kıbrıs’da da uygulanabilir. Böylesi bir ombudsman firmaların pazarlama ve ürün güvenliği yasalarına uymalarını garanti eder. Kurum, yanıltıcı reklamlara, makul olmayan koşul ve şartlara, doğru olmayan fiyatlandırmalara ve tehlikeli ürünlere müdahale edebilir. Tüketiciler Ombudsmanı halen varolan Ombudsman kurumu içinde de yapılandırılabilir.	Başbakanlık		✓	

7. SONUÇ

“Kuzey Kıbrıs ile Güney Kıbrıs arasındaki Ticaret Kaymasının Analizi ve Kuzey için Politika Önerileri” başlığı altında üç aşamada yürütülen projenin “Başlangıç” ve “İlerleme” raporlarından sonra son aşaması olarak bu “Nihai” rapor hazırlanmıştır. Bu raporun temel hedefi kişisel mal ve hizmet ticaretini Kuzey Kıbrıs lehine çevirmek için politika önerilerinde bulunmaktır. Politika önerileri kapsamında stratejik hedefleri belirlemek ve bu hedeflere uygun eylem planı hazırlamak çalışmanın esasını oluşturmuştur.

Ticaret verilerinden de anlaşılacağı üzere; kişisel mal ve hizmet alımında ticaretin önemli ölçüde Güneye kaymış olduğu stratejik olarak üzerinde durulması gereken bir olgudur. Bu çerçevede, strateji geliştirmenin temel unsuru ticaret kaymasının nedenlerini belirlemedir. Bunun için ise ilk ve en önemli aşama kişisel mal ve hizmet alımını Güney Kıbrıs’a yönlendiren tüketici eğiliminin araştırılmasıdır. Bu çerçevede yapılan araştırmaya göre; ticaretin Güneye kaymasında öne çıkan faktörler sırasıyla “Çok Amaçlı AVM’lerin olması”, “Daha ucuz olması”, “Ürün çeşitliliği”, “Hizmet Sektörünün daha gelişmiş olması”, “Satılan ürünlerin daha kaliteli olması” ve “Mal ve hizmetlere duyulan güven”dir. Ekonomik dayanaktan yoksun siyasi söylemlerin ticaret eğilimi üzerinde pek etkili olmadığı araştırma sonuçları tarafından ortaya konmuştur. Şöyle ki, “Kuzeyde alışveriş yapın” şeklindeki siyasi söylemlerin ticaret kaymasında hiç bir etkisi olmadığı denekler tarafından ifade edilen sonuçlar arasındadır. Aynı araştırma sonuçlarına göre; Kuzey Kıbrıslılar belirtilen tüm ürün gruplarında Güneyin avantajlı olduğunu belirtmeler de özellikle giyim eşyası ve Kuzey Kıbrısta olmayan marka ürünler ile elektronik ürünler öne çıkmaktadır. Yedek parça, et ürünleri ve gıda ürünleri diğer öne çıkan ürünlerdir.

Güney Kıbrıstan yapılan kişisel mal ve hizmet alımının temel nedenlerinin belirlenmesine ilişkin gerçekleştirilen pazar araştırması ve maliyet analizi sonuçlarına göre, Güneyin önemli ölçüde ucuz olduğu ürünlerin genelde ithal mallardan oluşan elektronik eşyalar, alkollü içecekler ve oto yedek parçası olduğu ortaya çıkmaktadır.

Güney Kıbrısta bariz olarak ucuz olan ithal ürünlerde temel nedenlerin ise Kuzey Kıbrıs’da aynı marka ürünün olmaması, daha ağır ithal vergi yükleri, navlun giderleri ve bu sektörlerdeki tekeli

piyasaların olduğu anlaşılmaktadır.Şöyle ki, Kuzey Kıbrıs’da olmayan marka ürünler, elektronik eşyalar, yedek parça, araba servisi, ithal et gibi ürünlerin tümü Güneyde büyük ölçüde gümrüksüz ithal edilmektedir. Kuzey Kıbrıs’da ise bu ürünlerin maliyeti Gümrük vergisi, navlun, peşin ödenen stopaj, fon ve ölçek dolayısıyla maliyeti daha yüksek olmakta ve/veya daha yüksek kâr marjıtaleb edilmektedir. Bu maliyet unsurlarının indirilmesine yönelik maliyet analizinin sonuçlarına göre önlem alınması fikri ön plana çıkmaktadır. Kuzey Kıbrıs’ın pahalı olmasına neden olan unsurlardan biri de tekelleşme olarak belirtilmiştir. Distribütörlerin tekel durumunda olması ithal ürün fiyatlarının yüksek olmasının önemli bir nedeni olarak ifade edilirken özellikle yedek parçada Kuzey Kıbrıs’da olan tekelleşme Güneyin avantajlı olmasına neden olmaktadır.

Araştırma sonuçlarının da ortaya koyduğu gibi; fiyat dışında neredeyse tüm unsurlarda Güneyin avantajlı olması ticaretin Güneye kaymasına zemin hazırlamaktadır.Kuzeyde olmayan bazı marka ürünlerin Güneyde olması, Kuzeyde olmayan birçok ürün çeşidi, tüm mağazalarınpark yerine sahip olması, temizlik, modern görüntü, mağazaların düzeni, fiziksel çekicilik ve müşteriye davranış gibi hizmet kalitesini yansıtanunsurlar Güney Kıbrıs’ın avantajlı olmasına neden olmaktadır. Güneydeki genel fiziki altyapı, ışıklandırma, Avrupa ülkesi olması, orada alış veriş yapana farklı statü kazandırma duygusu ticaretin Güneye kaymasına neden olan fiyat dışı faktörler olarak ifade edilmektedir.

Kuzey Kıbrıs perakende ürünlerindeki güvenlik ve garanti sisteminin yetersizliği yanında, tarım ürünlerinin sağlıklı olmasını sağlayacak ve müşteriye güven verecek denetim mekanizmalarının henüz oluşturulmaması ile toplumun bu konuda yeterince bilinçlendirilmemesi ticaretin Güneye kaymasına neden olan diğer önemli unsurlardır.

Stratejik hedeflerin belirlenmesi, tüketici eğilimlerine ilişkin araştırmanın tamamlanması, araştırma bulgularının paydaşlarla paylaşılması, maliyet analizi ve SWOT analizi sonucunda mümkün olabilmektedir. Bu çerçevede belirlenen stratejik hedefler sırasıyla şunlardır: 1) Mağaza Hizmet Kalitesinin artırılması, 2) Kuzey Kıbrıs’ın Ucuzlatılması, 3) Tüketici Güveninin Sağlanması, 4) Doğal ve Tarihi Güzelliklerin Sunumunu Etkinleştirmek, 5) İki Toplum Arasında Güven Artırıcı ve Ticareti Artırıcı Politikaların Geliştirilmesi, 6) Gümrük Denetimlerinde

Etkinliğin Artırılması, ve 7) Kurumsallaşma Gereği.

Belirtilen bu stratejik hedeflerin gerçekleştirilmesi için atılabilecek adımlar eylem planı ile somutlaştırılmıştır. Sonuç olarak 38 eylem kategorisinin amaca hizmet edebilecek potansiyelde oldukları tespit edilmiştir.

KAYNAKLAR

Çağlayan, E. ve N. Şak (2009), “OECD Ülkelerinde Satınalma Gücü Paritesi: Panel Eşbütünleme Yaklaşımı”, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Yıl 2009, Cilt XXVI, Sayı 1

Claassen, E. mil M., (1998), *Global Monetary Economics*, Oxford University Press, New York.

Dess, G. G. , G.T. Lumpkin, And A. B. Eisner(2010), *Strategic Management*, McGraw-Hill/Irwin, New York.

Doğanlar, Murat ve Özmen, Mehmet. (2000), “Satınalma Gücü Paritesi ve Reel Döviz Kurları: Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir İnceleme”, *İMKB Dergisi*, Sayı: 16, Ekim-Kasım-Aralık, s.112-113.

Edwards, S.(1987), “Exchange Rate Misalignment in Developing Countries”, *Discussion Paper*, NBER, No: 442, Mai.

European Commission (2004), *Qualitative Study on Cross-Border Shopping in 28 European Countries*, Directorate General Health and Consumer Protection, EUROBAROMETER, May 2004.

<http://www.mof.gov.cy/mof/customs/customs.nsf/All/29630D0944C3C0D6C2257354002714B2?OpenDocument> ERIŞİM 19 MAYIS 2012

http://www.ibls.com/internet_law_news_portal_view.aspx?s=sa&id=1287 ERIŞİM 22 MAYIS 2012

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en&Taric=2200000000&Expand=true&Area=RU&SimDate=20120726&GoodsText=&OrderNum=&StartPub=&EndPub=&Regulation= ERIŞİM 25 HAZİRAN 2012

http://www.dutycalculator.com/help_center/Import-duty-taxes-when-importing-into-Cyprus/ ERIŞİM 25 HAZİRAN 2012

http://www.worldwide-tax.com/cyprus/cyp_other.asp ERIŞİM 19 TEMMUZ 2012

http://www.enjoybirmingham.com/http://www.enjoybirmingham.com/pdf/Parking_Map-rev_3-1-11.pdf

<http://www.newmarket.co.nz/>; http://www.newmarket.co.nz/uploads/downloads/newmarket_map2012.pdf

KTTO (2012), *Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti 2013- 2015 Ekonomik Programında Yer Alması Gereken Esaslar: Yaklaşım Ve Politika Önerileri*, Lefkoşa.

KTTO (2011), *Özel Sektörün Rekabet Gücünü Olumsuz Etkileyen Kamu Kaynaklı Yükler*, Lefkoşa.

Özer, M. (1992), “Türkiye’de Reel Döviz Kurunun Zaman Serisi Analizi (1975-1991)”, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Öztemel, E., (2011) *Belediyelerde Toplam Kalite Yönetimi*, Değiş yayınları, Adapazarı 2001, sf:158

Pilbeam, K. (2006), *International Finance*, Third Ed., PALGRAVE MACMILLAN, China.

Republic of Cyprus Statistical Service (2012), *Foreign Trade By Main Partner Country, 1995-2011, External Trade*;

http://www.mof.gov.cy/mof/cystat/statistics.nsf/externaltrade_41main_en/externaltrade_41main_en?OpenForm&sub=1&sel=2

Rural Development SectorProgramme (2010), *Provisional Rural Development Plan for North Cyprus*, 2008-2011, EU AID Programme, Nicosia, 2010

Seyidoğlu, H. (2007), *Uluslararası İktisat, Teori, Politika ve Uygulama*, Geliştirilmiş 16. Baskı, Güzem Can Yayınları No:22, İstanbul.

Uçar, D,ve Doğru. A. Ö. (2005), “CBS Projelerinin Stratejik Planlaması ve SWOT Analizinin Yeri”, 10. *Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı*, TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası, 28 Mart - 1 Nisan 2005, Ankara; http://www.hkmo.org.tr/resimler/ekler/P3K5_99_ek.pdf Erişim Tarihi 6 Haziran 2012

UNODC and HEUNI (2010), *International Statistics on CrimeAndJustice*, Stefan Harrendorf, MarkkuHeiskanen, StevenMalby(eds.), EuropeanInstituteForCrimePreventionand Control Affiliatedwiththe United Nations (HEUNI), United Nations Office on DrugsandCrime (UNODC), HEUNI Publication Series No. 64, Helsinki.

Vakkuri, M., M. Perttu ve J. Jokinen (2010) *Cyprus Business Profile*, *Haaga-HeliaUniversity*, <http://www.helsinki.chamber.fi/files/4241/CYPRUS.pdf> Erişim tarihi 1 Temmuz 2012

EK-1 : ODAK GRUP ÇALIŞMALARI KATILIM LİSTESİ

S.NO	TARİH /SAAT	PAYDAŞ ÜNVANI	KATILANLAR	
			PAYDAŞ GRUBU	PROJE GRUBU
1	18 Haziran 2012/ 18:30	Kıbrıs Türk Sanayi Odası	• Ali Çıralı – Başkan • Mahmut Sarger • Çavlan Paralik • Hasan Onalt • Doğa Dönmezer • Deniz Demircioğlu • Sercan Görgüner • Derviş Köroğlu	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer • Dr. Mustafa Ertanın
2	13 Haziran 2012/16:00	Kıbrıs Türk Esnaf ve Zanaatkârlar Odası	• Hürrem Tulga – Başkan • Taner Akcan – Genel Koordinatör • Ersun Aytaç – Uzman	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer • Dr. Mustafa Ertanın
3	14 Haziran 2012/ 19:00	Kıbrıs Türk İşadamları Derneği	• Metin Şadi – <i>Başkan</i> • Dengiz Kürşat – <i>As Başkan</i> • Ersun Kutup • Oğuz Can • Ali İhsan Çevik • Güven Taşcı • Özen Hürses • Enver Mamülcü • Ünal Akifler - <i>Danışman</i>	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer • Dr. Mustafa Ertanın
4	21 Haziran 2012/ 19:30	Kuzey Kıbrıs Genç İşadamları Derneği	• Arsen Angı – Başkan • Ali Çaluda • Halil Sofu • Ali Vudalı • Buğçe Hacı Ali • Ahmet Saydam • Yusuf Sofu • Ceyhun Tunalı • Kemal Uyumsal	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer
5	28 Haziran 2012/ 14:00	Ulusal Birlik Partisi	• Ertuğrul Hasipoğlu – Parti Genel Sekreteri	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer • Dr. Mustafa Ertanın
6	22 Haziran 2012 / 10:00	Cumhuriyetçi Türk Partisi	• Özkan Yorgancıoğlu – Parti Başkanı	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer • Dr. Mustafa Ertanın
7	28 Haziran 2012 /	Demokrat Parti	• Bengü Şonya – Genel	• Doç. Dr. Okan Veli

	16:00		Sekreter • HüdaHüdaoğlu	Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer • Dr. Mustafa Ertanın
8	18 Haziran 2012/ 16:00	Toplumcu Demokrasi Partisi	• Cemal Özyiğit - Genel Sekreter • Sami Dayıoğlu • Özgür Kutalmış	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer • Dr. Mustafa Ertanın
9	19 Haziran 2012/ 15:00	Demokrasi ve Güven Partisi	• Ali Ratip Doğruel – İngiltere Sorumlusu • Tolga Ahmet Raşit – Kurucu Üye • Cafer Barutcuzaade – MYK üyesi • Erol Sönmez Vardan - Koordinatör	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer • Dr. Mustafa Ertanın
10	12 Haziran 2012/ 18:00	Kıbrıs Türk Amme Memurları Sendikası (KTAMS)	• Ahmet Kaptan-Başkan • Güven Bengihan (Genel Sekreter)	• Prof.Dr.CemTanova • Doç.Dr. Mustafa Tümer
11	11 Haziran 2012/ 16:30	• Kıbrıs Türk Öğretmenler Sendikası (KTÖS) • Kıbrıs Türk Orta Eğitim Öğretmenler Sendikası (KTOEÖS)	• Şener Elcıl -KTÖS Genel Sekreter • Tahir Gökçebel-KTOEÖS Başkanı	Doç.Dr. Mustafa Tümer
12	12 Haziran 2012/ 14:30	Hür-İş Federasyonu	• Yakup Latifoğlu (Genel Başkan) • Mudahar Akar (Genel Başkan Yardımcısı)	• Prof.Dr. Halil Nadiri • Doç.Dr. Mustafa Tümer • Doç.Dr.Salih Katırcıoğlu
13	15 Haziran 2012/ 12:48	Kıbrıs Türk İşverenler Sendikası	Hasan Sungur-Başkan	Prof.Dr. Cem Tanova
14	2 Haziran 2012/ 9:30	Lemar Süpermarket	Hüseyin Ergil-Müdür	• Prof.Dr. Halil Nadiri • Prof.Dr. Cem Tanova • Doç.Dr. Mustafa Tümer
15	2 Haziran 2012/ 11:30	Erülkü Süpermarket	Şakir Yağızoğlu-Müdür	• Prof.Dr. Halil Nadiri • Prof.Dr. Cem Tanova • Doç.Dr. Mustafa Tümer
16	15 Haziran 2012/ 09:36	Kuzey Kıbrıs Yönlendirme Kurulu Üyeleri ve Ticaret Odası Temsilcileri	• Ömer Köseoğlu, Başbakanlık Müsteşarı • Mustafa Çobanoğlu, Gümrük Dairesi Müdürü	• Prof.Dr.CemTanova • Doç.Dr. Mustafa Tümer • Doç.Dr. Salih

			• Soley Akçaba, Sanayii Dairesi Müdürü • Nalan Nazlı, Ticaret Dairesi Müdürü • Çiğdem Aksu, Ticaret Odası • Aysun Önet İleri, Ticaret Odası	Katircioğlu
17	16 Haziran 2012/ 09:30	İlgili Daire Hukukçuları	• Av. Feyzi Hansel • Av. Minhan Sağıroğlu • Av. Burcu Kıymaz Çingı	• Prof.Dr. Halil Nadiri • Doç.Dr. Mustafa Tümer
18	15 Haziran 2012/ 15:00	Barolar Birliği	• Av. Ünver Bedevi Barolar Birliği Başkanı • Av. Mhrican Yıldırım	Prof.Dr. Cem Tanova
19	5 Temmuz 2012 / 15:00	Turizm Bakanlığı Eski Müsteşarı/Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ) Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu Müdür Yardımcısı	Doç. Dr. Hasan Kılıç	Doç. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI
20	9 Temmuz 2012 / 14:00	Tarım Dairesi	Mehmet Akif Ünsal-Müdür	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer • Dr. Mustafa Ertanın
21	11 Temmuz 2012/ 17:00	Yüksek Ziraat Mühendisi Tarım Bakanlığı Koordinatörü - Organik Tarım ve Yaşam Derneği Başkanı	Seyit Yorgancıoğlu	• Doç. Dr. Okan Veli Şafaklı • Yrd. Doç. Dr. FehimanEminer
22	13 Temmuz 2012/ 17:00	Kıbrıs Turizm ve Seyahat Acenteleri Birliği (KITSAB)	• Orhan Tolun – Başkan • İsmail Çetin – As Başkan	• Dr. Mustafa Ertanın

EK-2: ODAK GRUP RAPORLARI

S.NO	PAYDAŞ	GÖRÜŞME TUTANAĞI
1	Kıbrıs Türk Sanayi Odası	- Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler - Sebze meyve Güneyde ucuz değil ancak kalite-güven nedeni ile Güneyden almayı tercih ediyorlar. - Kuzey ucuza üretiyor ama sebze meyvede insanlar güven duymayınca tüketmez. Güney’de güvenilir olduğunu düşünüyoruz çünkü AB ülkesi ve orda standartlar var ve denetimler yapılıyor. - Güneyde ithal et ucuzdur, yoksa yerli taze et ucuz değildir. - Alkole konan vergi bizde daha düşük olsa da tüccar ölçek sorunu nedeni ile fiyatı daha yüksek tutuyor. - Araba yedek parçaları ve servis daha ucuz çünkü AB içerisinde gümrük yok, AB’den alınan parçalar kuşkusuz Güneyde daha ucuz olacaktır. Ancak Türkiye’den gelen parçalar da burada daha ucuz. - Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler - Kuzeydeki en önemli sorun otorite yok ve yönetime güven duyulmuyor bunun tesis edilmesi gerekir. - Güneye kayan ticaretten öte diğer ülkelerden gelen ithal ürünler yerli üreticiyi zorlamaktadır. Bu konuda birşeyler yapılmalıdır. - Kuzeyden Güneye geçip alışveriş yapan vatandaş sadece 100,000’dir. Geriye kalan nüfus da buradaki tüccara yeter. Ölçek küçük olunca tüccar da ister istemez kar marjını artırmak zorunda kalır. - Standartlar Güneye geçişte önemli bir etken olarak görülüyor. Sanayi odası bunun için üreticilere standartlarla ilgili eğitimler veriyor. - Maliyet farkı (navlun, ölçek gibi..) fiyat farkını en fazla %10’unu etkiliyor. Dolayısı ile maliyet dezavantajı sadece %10’dur. - Üstelik Kuzey Kıbrıs devleti tüccarı korumak için bireysel ithalatlarda (mobilya, elektronik gibi...) %10 tüccarı koruma vergisi alıyor. - AVM’ler Güneye kayan ticarete çok önemli bir etken olarak görülüyor. Ancak kuzeyde AVM’nin başarılı olabilmesi için markaların gelmesi lazım. - Güneyde alışveriş yaparak kendi sosyal statüsü ile aynı insanlarla alışveriş yapmak ister aslında. Kuzeyde her geçen gün bozulan demografik yapı yaşamın her alanında olduğu gibi tüketimde de insanları rahatsız ediyor. Kuzeye AVM yapsanız da bu AVM’lerde Kıbrıslılar alışveriş yapmayacaktır. - Örneğin Güneyden benzin alarak kaliteli benzin aldığını söylerken insanlar aslında kendi kalitesini vurgulamaya çalışır. Farklı olma düşüncesi!!! - Ucuzluk kesinlikle doğru değildir. Ucuz olan kalitesiz ürünlerdir. - İthal peynirler daha ucuz ancak yerli peynirler daha ucuz değildir. - Seçici tüketicilerin tercih ettiği birtakım et ve süt ürünleri (peynirler) var ve tüketici o ürünü nerde olursa arar ve bulur. Örneğin Kuzeyde olmayan peynir ve işlenmiş et ürünleri güneyde mevcuttur. Özellikle donmuş balık çeşitleri de... - AB üyesi olmanın verdiği gıda güvenliği konusundaki güven insanların gönül rahatlığıyla oradan almasına neden oluyor. Türkiyeden gelen ürünler ise son

		dönemde çıkan haberler nedeni ile bu tür tüketimi daha büyük oranda Güneye kaydırmıştır. • Bizde laboratuvar var ancak otorite boşluğu var. Yaptırım yok, örneğin kalitesiz ürün üretenlerin deşifre edilmesi gibi... Veya olumsuz olunca duyurulması ancak denetimlerden geçen ürünlerin açıklanmaması gibi... • Cezaların uygulanması gerekiyor. • AVM'ler yerine açık caddelerin aynı amaca hizmet edecek şekilde organize edilmesi gerekir. Örneğin Dereboyu, Arasta gibi....Trafığe de kapatılmalı. • Pahalı olan ürünlerde daha fazla üretime gitmek... • Tarımda üretimde markalaşarak güvenin yaratılması. • Temel sorun siyaset ve siyasetçilere güven duyulmamasıdır. Güven artırıcı önlemler... • Yukarıdaki doğru mesaj vermesi vatandaş yanlış algılar ve yanlış davranır. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Okullarda eğitim yapılmalı. • Rumlar Kuzeyin para kazanmasını istemez çünkü ekonomik olarak zorda olursak çözümün olacağını düşünürler. • Onlar daha şöven. • Güney sınırında Gümrükte yapılan kontroller önemli ölçüde ticaretin Kuzeye kaymasını engelliyor. Gümrük memurları yakaladığı ürünleri yok ediyor. • Toplumda Kuzeyden alışveriş yapıyor damgasını yemek istemez. • Güneydeki marketler raflarına Kuzeyin ürünlerini koymayacak kadar baskı altındadırlar. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Tarihi yerleri öne çıkarmalıyız. Pazar günü tarihi yerlerin kapalı olması yanlış bir politika, bunun yerine hafta içi bir gün kapatılabilir. • Rehber hizmeti yeterli ve kaliteli değil buna çözüm üretmek gerekiyor. • Tarihi yerler e ulaşımın olmaması yine önemli bir sorun. • Tarihi yerlerle ilgili sembolik turistlere yönelik maketler yapılabilir. • Avantajlı ürünleri öne çıkarmamız gerekiyor. Örneğin selevler. • Biz sahip olduklarımızı küçümseriz oysa Güneyde devlet politikası kendi yerli üretimini korur. Örneğin salatalarda yerli zeytin ve peynirin kullanılma zorunluluğu gibi... veya restoranlar her yemekten sonra yerli macunlardan sunmak zorundadır. Turist de zaten onu yemek ister biz gato, tiramisu sunarız... • Örneğin kuruyemiş bizde daha ucuz ve avantajlıyız bunu öne çıkaramıyoruz. • Tekstil, örneğin Türkiye'den gelen ürünlerde çok avantajlıyız. • Ankette de ortaya çıkan perde avantajı bir şekilde tanıtılmalı. Bu alanda farkındalık yaratmak gerekiyor.
2	Kıbrıs Türk Esnaf ve Zanaatkarlar Odası	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Anket sonuçlarına göre ortaya çıkan giyimde Güneyin daha ucuz olmasına katılmamakla beraber, indirimlerin pahalı markaların daha ucuz olmasına neden

		oluyor yorumu yapıldı. Normal satış döneminde ise markalar daha ucuz değildir. • Elektronik ürünler fiyat ve güvenilirlik açısından avantaj sağlamaktadır. Özellikle belli ürünlerde kampanya yapılarak çok ucuza satılıyor. Pazarlama teknikleri Güneyi avantajlı kılıyor. • Yedek parça, et gibi ürünler fiyat açısından tartışmasız olarak avantajlı. • Gıdanın avantajlı olmasının nedeni ucuz olması değil güvenilir olmasıdır. • Araba servisinde de avantajlı olmanın temel nedeni, gelişmiş hizmet, kalite ve güven olarak sıralanabilir. Fiyat daha ucuz değildir. • Süt ürünlerinde de güvenilirlik ve çeşitlilik, örneğin kolesterol düşürücü süt gibi. Bunun yanında ithal peynirler Güneyde daha ucuz (çok daha ucuz). Bunun nedeni de ithal maliyetlerinin kuzeyde yüksek olması. • Alkollü içkilerin bazılarında fiyat avantajı vardır. • AVM'ler değil ancak AVM'lerde bulunan, ürün çeşitliliği, eğlence olanakları, ucuz ürün seçenekleri ve kalite gibi özellikleri avantajlı olmalarına neden oluyor. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Güneyde uygulanan ve tüm mağazaların eş zamanlı olarak girdiği indirim kampanyaları Kuzey için de çözüm olabilir. • Pazarlama teknikleri Güneye göre yeniden gözden geçirilmeli ve indirim kampanyaları yapılmalı. • Gıda güvenliğini sağlayacak yasaların ve denetimlerin yapılması gerekmektedir. Vatandaşın güvenliğini kazanmak gerekiyor aksi takdirde sağlık nedenleri ile Kuzey avantajını kullanamayıp gıdada alışveriş Güneye kayacaktır. • Kuzey, kolay gelir olan gümrükte alınan, stopaj ve peşin KDV gibi vergiler nedeniyle Kuzeyin ithal ürünlerde pahalı hale gelerek rekabet edememesine neden oluyor. Bu nedenle devlet bu sorunu çözecek politikalar geliştirmelidir. • Kuzeyin, AVM'ler değil ancak, ısıtılma ve diğer altyapı yatırımları ile temizliğe önem vermesi gerekiyor. • Kuzeyli Güneye gider çünkü kuzeyde kazıklandığını düşünür, güvenmez ve kalitesiz olduğunu düşünür. • Kuzeyde mevcut olan siyasi huzursuzluk da insanların Güneye gitme nedenlerinden biridir. Örneğin Turizm bakanı turizm merkezlerinden biri olan arastayı ziyaret etmedi. Turizm, Casino olarak algılanıyor ve bu da bizim avantajımızın ortadan kalkmasına neden oluyor. Yerli ürünler tanıtılmalı, ceviz macunu, incir biddası... • Devlet yanlış sektörlerle destek veriyor. Markalaşmaya kesinlikle teşvik verilmeli. Surlar içine kimlik kazandırılmalı, yoksa restore edip çin malı satmanın bir anlamı yok. • İthalde alınan vergilere bağımlı olmazsak alışveriş tersine çevirebiliriz, ancak başka bir geliri olmayan Kuzey için bu çok mümkün değil... 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Güneydeki esnafı korumak ve Kuzeye para kazandırmamak gibi düşünceler öne
--	--	---

		çıkıyor. Bunu engellemek veya tersine çevirmek kolay olmamakla beraber Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler doğru tespit edilip oralara yoğunlaşmalı. • Örneğin gıda ürünlerinin Kuzeyden daha az alınmasının nedeni Güney kapısındaki kontroller ve güvensizliktir. • Güneyin bizde avantaj yapmasını sağlamak için standartlar koyup güven oluşturmaliyiz. • Psikolojik sorunu çözmek gerekiyor. Birtakım önyargıları da kırmak lazım, örneğin biz onların gözünde iş bilmeziz. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Taklit ürünler gerçekten avantajlı ancak arasta bölgesi düzenlenmeli, turistik merkez olmalı ve Kuzeye ait kültürel ürünler buralarda sunulmalı. Sadece taklit ürünler değil... • Arastayı markalaştırmak gerekiyor ve diğer geleneksel ürünleri markalaştırmak güveni de beraberinde getirecektir. • Markaları Kuzeye getirmek gerekiyor ve bu markaların Güneyden daha pahalı olmaması için gereken politika değişikliklerinin de yapılması gerekmektedir. • Türkiyeden gelen markaların fiyatları Türkiye fiyatlarının çok üzerinde, bunu değiştirmek ve Türkiyeden gelen ürünlerin avantaj olması sağlanmalıdır.
3	Kıbrıs Türk İşadamları Derneği	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Markaların Güneyde olması ve Kuzeyin bu markaları alma imkanının olmaması gerçeği önemli bir etken. • AVM'ler ve Kuzeyde olmayan marka ürünler Güneyin önemli bir avantajı • Tavuk ve et gibi ürünler Kuzeyde ucuz olsa bile sağlık açısından güvenilir olmaması bu ürünlerin Güneyden alınmasına neden oluyor. • Bu nedenle standartlar, yasalarla önce güvenin tesis edilmesi gerekmektedir. Ve bu yasaların çıkarılması değil uygulanması da önemli tabi ki. Ancak Kuzey artık yönetime o kadar güvensizdir ki bundan sonar bunu temin etmek çok zor olacaktır. • Güneyin en büyük avantajı otoritesidir. Vatandaş güveniyor... • Kuzeyde otorite yok. Ekonomik olarak doğru kararlar alabilirsiniz ancak bunu uygulayacak otorite eğer yoksa bunun hiçbir anlamı olmayacaktır. • Örneğin Türkiye'den sağlıklı olmadığı gerekçesiyle geri dönen portakallar Kuzeye girdi ve biz onları yedik! • Sağlık konusu ankette öne çıkmasa da önemli. Güney oldukça avantajlı 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Kuzeyin hatalı Maliye politikaları en önemli neden. Kuzey kolay gelir olan gümrükte alınan vergilere yoğunlaşarak ticaretin güneye kaymasına kaçınılmaz hale getiriyor. • Markaları Kuzeye getirmek bu siyasi koşullarda mümkün değil. • Girdilerin pahalı oluşu da yine fiyatları olumsuz etkiliyor ve ticaretin güneye kaymasına neden oluyor.

		- Kolay toplanabilen ve adaleti sağlayan vergilere odaklanılmalı. Örneğin rant vergisi uygulanmalı. Bugün gelir sıkıntısı yaşayan kuzey bütçesi ticarete üzerinden vergi alarak tüketicileri Güneye yönlendirmektedir. Oysa deniz kenarlarındaki arsalar olan talebin yüksek olduğu bu günlerde rant vergisi ile kolay ve adil gelir toplayabilir. - Kuzeyin güven sağlayamaması ticaretin Güneye kaymasında önemli bir etken. Örneğin Cratos Hotelde orijinal diye satılan pahalı çantalar aslında taklit. Bu da insanların sadece bir kez almasına neden oluyor. Bunun için denetimler, şeffaf ve hesapverilebilir yönetim anlayışlarına ihtiyaç vardır. - Kuzey’de verimsiz yatırım çok, yurtdışında yaşayan Kıbrıslı Türkler adaya gelir büyük ev yapar ama bu ölü bir yatırım olarak kalır. Bunlardan vergi alınması gerekmektedir. - Avantajlı olduğumuz alanları ortaya çıkarmalıyız ve bizim avantajlarımız Güney için de bir avantaj olacaktır. - Pahalı hale gelen ekonomide tüketiciler ucuzu arar (güney de bunu sağlar). - Kuzeyde Güneydeki gibi AVM’ler yapılamaz Kuzey ucuza kaçmalı ancak güven de sağlamalı - Kuzey için Güneyde alışveriş yapmak bir hastalık halini almıştır. “Kıbrıs türkü Rum hayranıdır” doğru değildir. Bu bir sonuçtur neden değildir. Bu sonucu ortadan kaldırmak gerekmektedir. Güven çok önemli. - Eğer bir ölçek sorunumuz varsa ve biz kendi kendimize yetemiyorsak bu durumda ya Türkiye’nin altında yer alacağız veya çözüm olacak. Bu durum netleşmedikçe de Kuzey için durum iyiye gitmeyecektir. - Devlet olamamanın sıkıntılarını yaşıyoruz. Örneğin denizin uluslararası anlamda avantajını kullanamıyoruz, bu da bir gelir kaybı anlamına geliyor. - Kaliteli ürünler alışverişi Kuzeye kaydıracaktır. Kuzeyin sorunlarından bir tanesi de ürünlerin kalitesiz olması. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler - Güneydeki esnafı korumak Güneyliler için çok önemli ve Kuzeye para kazandırmamak. Oysa Kuzeyde böyle bir düşünce yok. - Kuzey Güneyde nakitle alışveriş yapıyor ve vergi kaçırıyoruz ve vergi gelirlerini de azaltıyoruz. - Kuzey, nüfus nedeni ile birtakım ihtiyaçlarını karşılayamamaktadır. Örneğin sinema salonları bile iş yapmıyor ve AVM gibi ihtiyaçlar da Güneyden karşılanıyor. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar - Öncelikle, kalite ve standartlar konusunda gereken düzenlemeler ve uygulamaların yapılması gerekmektedir. - Devlet ve otoritenin oluşması gerekmektedir aksi takdirde Kuzey avantajlarını kullanamamaktadır.
4	Kuzey Kıbrıs Genç İşadamları Derneği	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler

		• Avantaj marka ürünlerde karşımıza çıkıyor. Güneyde daha ucuzdur. • Euro 2.3 TL olunca sanki 10 Euro 23 TL oluyor. Yani Kuzeyde 23 Tl olan bir mal Güneyde 10 Euro olunca daha ucuz hissi veriyor oysa değil. Yani bu sadece algılama. • Yedek parça orda daha ucuz, ya gider güneyde servis yapar ya da parçayı Güneyden alır ve sınırdan kaçak geçirir. Oysa gümrük ödese Güneyden almak daha pahalı hale gelecek. • İthal ürünlerde Güney avantajlı çünkü Kuzeyde fon var. • Gıdada Güneyin avantajlı olmasının nedeni fiyat değil güvenilir olmasıdır. Kuzeyde de laboratuvarın yeterli olduğuna ve güvenilir olduğuna halkı inandırmak gerekiyor. Belki her şeyden önce laboratuvarın faal olduğunu anlatmak lazım. Denetim yapılması şart. • Et ürünlerinde de Güney avantajlı çünkü yerli üretime sübvansiyon var ve ithel ürünler de Güneyde mevcut. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Kuzeyde engellilere yönelik düzenlemeler/altyapı olmadığı için Güneye gidip alışveriş yapmak durumunda kalıyorlar. Bu önemli bir sorun ve altyapının Kuzeyde de engellilere göre yeniden yapılması gerekmektedir. • Güneye ucuzluk nedeni ile geçildiğine inanmıyorum. Çünkü toplam maliyete baktığınızda, sigorta, zaman gibi daha pahalıya geliyor. • Ucuzluk nedeni ile geçtiğini söyleyenler tamamen psikolojik olarak buna inanmışlar birçok ürün daha ucuz değil. Kuzey bir kez nedeni ne olursa olsun pahalı olarak algılanmış ve biz bilinçaltına da bunu yerleştirmişiz. Aksine inandırmak için de bir çaba harcamamışız. • Kuzeyin en az bir tane AVM'ye ihtiyacı var. Bir AVM'nin etrafında 170,000 kişi olması lazım. Buna uygun olarak Lefkoşa-Girne arasında yapılacak bir AVM bu nüfus kriterini yerine getirecektir. • AVM açmak tek başına yeterli olmayacaktır öncelikle marka ürünleri getirebilmek gerekiyor. Bu anlamda bir AVM Güneye kayan ticareti engeller. Ancak eğer yeni markalar gelmezse DereboyuAVM'ye kayar. • Kuzeyde kıyafet çok az alınır, genelde Güneyden ve Türkiye'den alınır. Pahalı olduğumuz imajını silmek lazım. • Maliyet unsurlarından biri olan fonları kaldırmak gerekiyor. Yerli üretimi korumak için peynire fon koyuyoruz ancak içerde üretmediğimiz rokfor ve gorgonzola peyniri gibi peynir türlerine de fon koyuyoruz. O zaman da bu tür peynirleri insanlar gider daha ucuz olan Güneyden alır. • KDV bizde daha düşük, bir de fonlar düşerse avantajımız artar. • Ulaşım maliyetleri, navlun önemli bir maliyet unsuru. Çinden çıkan bir gemi Mersine ve Limasola aynı ücreti uygular ancak Mersinden Kuzey Kıbrıs'a iki katı maliyet eklenir. • Gümrüklerdeki ek mesailer de önemli bir maliyet unsuru. Bir de Gümrükler arasında farklı uygulamalar bulunmaktadır. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Kilisenin önemli bir baskısı var. Kuzeyden mal alsa bile bunu söyle istemez.
--	--	---

		• Mecbur oldukları zaman alıyorlar. Örneğin elektrik.. Şimdi onlarda ekonomik kriz var ve daha ucuz olanı tüketmek isteyeceklerdir. “paranın dili, dini olmaz”. Bu nedenle ucuz olanları veya avantajımız olan ürünleri onlara duyurmalıyız. Güneydeki ekonomik krizi, Kuzey fırsata dönüştürmeli. • Güney bizim onlarla ticaret yapacak duruma geldiğimize inanmıyor, bizi küçümsüyorlar. Gerçekten de Kuzeydeki kötü altyapıyı düşününce bunları iyileştirmemiz gerekiyor. Görüntümüzle gerçek seviyemizi göstermeliyiz. • Güven uyandırmalıyız. Doğru işler yapmalıyız. Yani sadece Kuzeyden Güneye kayan ticareti tersine çevirmek için değil aynı zamanda Güneyliyi Kuzeye çekmek için de kalite, güven, standartlar çok önemli. Ancak aflar, (sigorta ve vergi) işadamları dürüst çalışmaktan caydırıyor. • Sistemin değişmesi lazım. • Güneydeki dükkan sahipleri İngilizce bilir kuzeydekiler bilmez. • En büyük sorun “devlet” olamamak. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Perdede Kuzey avantajlı ancak bu ürünü Rumlardan çok Pontuslar alıyor. Güneyde çok olan bu Pontuslar Türkçe de konuşurlar ve geçip kolaylıkla alışveriş yaparlar. • Turşu örneğin yine Pontusların bizden çokça aldığı diğer bir ürün. • Avantajlı olduğumuz ürünleri öne çıkarmak, duyurmak, tanıtmak gerekiyor. Örneğin Türkiye'deki festivaller bizde reklam ediliyor, Güneydeki IKEA gelip burada broşür dağıtıyor biz de bunu yapmamız lazım. • Broşür basıp dağıtım yapmalıyız. Ama esas kitlelere ulaşacak olan gazeteye reklam verme yöntemi bize kapalı. • Yapılması gereken milliyetçiliklerini kırsak kuzeyden alışveriş artacaktır. • Yeşil Hat ticaretinde de milliyetçilikten kaynaklanan sorunlar yaşarız. Kuzeye hiç geçemeyen milliyetçi Rumlar bile arkadaşında gördüğü Türk mermerini alır evine koyar ama bunu saklar. • Turizm açısından da avantajlıyız. • Kuzeyde kalan kilise ve sinagogları satamıyoruz. O kadar çok kullanılmayan kilise harap durumda ki bunları kullanamıyoruz. Girne Kalesi, Bellapais gibi birkaç yeri sürekli pazarlıyoruz. • Öneri: St. Hillarion kalesinden Yılan Adasına teleferik projesi, hem Güneyden hem de dünyadan turist çekecektir. (Bu proje Uluslararası Kıbrıs Üniversitesinden Ertan Hocaya ait)
5	Ulusal Birlik Partisi	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Et kesinlikle avantajlı (ucuz) değil. Sadece ithal et daha ucuz. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Kesinlikle Güney ucuz değildir. Anket sonucuna katılmıyor. • Güney sadece Çin mallarında avantajlıdır. • Güneydeki ürünlere güven duyuluyor oysa oraya da tekstil Türkiye’den gidiyor

		(Atina üzerinden) • Tarım ürünleri bizde de laboratuvarlarda tahlil edilerek piyasaya sürülüyor. Güven duyulmamasını gerektiren bir durum yok. Güneyde kalite var zannediliyor ama ne sattıklarını bilmiyorlar aslında. • Güneye gidişteki, en önemli neden özenti... Sırf Güneyden almış olmak için alıyorlar. • Güneyde çalışan 5-6 bin Türk işçi sayısının 2 bine düşmesi kuzey ekonomisini olumsuz etkiledi. Güneydeki derin kriz kuzeyi de etkiledi. • Kuzeyde AVM'lerin açılması Güneye kayan ticareti azaltacaktır. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Kuzeyde rekabetin olmaması olumsuz bir unsur. Rekabet arttıkça kalite de gelecek ve biz de o süreci yaşıyoruz. • Güney denetimler yapıyor gümrüklerde, oysa kuzeyde yapılamıyor. yapmak lazım.... • En önemli dezavantajımız bürokrasi.... 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Anket sonuçlarının doğru olduğunu söylüyor. Rumlar doğru tespitlerde bulunmuş!!! • Doğal ve tarihi güzelliklerimizi kullanabiliyoruz.
6	Cumhuriyetçi Türk Partisi	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Yedek parçada avantajlı olması doğal çünkü ithal ürünlerde, navlun , fon gibi maliyet unsurları Kuzeyin pahalı olmasına neden oluyor. 2-3 yıldır hayat pahalılığı ödenmeyen memurun alım gücü düştüğü için ucuzu arayacaktır. • Çok amaçlı AVM'ler tek başına bir etken değil ama hep birlikte birçok faktör Güneye geçişi etkiliyor. AVM'lere alternatifler üretilebilir. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Kuzeyde kar oranı yüksek değil, sadece ölçekten dolayı Güneyde turnover 6 aysa Kuzey'de 2 yıl olabiliyor bu nedenle de fiyat ister istemez yüksek oluyor. • Güven de Güneye geçişte önemli bir nedendir. Güneyde ürünler sertifikalıdır, markalıdır. • Güveni tesis etmek için tüketicileri bilinçlendirmek gerekiyor. Standartların oluşması ve garanti sisteminin uygulanır hale gelmesi gerekiyor. • Kuzeyde zararlı olduğu açıklanan ürünlerle ilgili herhangi bir yaptırım/ceza uygulanmıyor. Bu tür denetim ve standartların üreticinin yararına olduğunu anlatmak lazım. • Fonları kaldırmaya yönelik, bu amaçla Türkiye'den kredi alınabilir. Stopaj ve peşin KDV'yi kaldırırsak fiyatlar düşecektir. • Maliyetlerin düşürülmesi için faizlerin düşürülmesi gerekiyor. Bankacılık sektöründeki sorunlar da önemli bir etken.

		3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Rum politikası bir psikolojik baskı yaratıyor. AB'nin bunu aşmak için yatırım yapması gerekiyor. • Sınırdaki Güney gümrüğünde yapılan denetimler de olumsuz etkiliyor. Bunun yanında kamyon kamyon geçen kaçak ürünlere kimse bir şey yapmıyor. • Güneydeki ekonominin kötüye gidiyor olması kuzey için avantaja dönüştürülmeli. • Yeni kapılar açmak yerine tüm sınır üzerindeki sorunu çözmek gerekmektedir. Bir kapı açmak hiç de kolay değil. Örneğin Aphilç Kapısı gerçekten Lefke bölgesine katkı sağlar ama Rum bunu istemez, bu sorunların çözülmesi lazım. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Gelir düzeyi düşük olanlar kuzeydeki taklit ürünleri alırlar. • Bizde Mimar ve Mühendisler Odasının doğru adımlar atması nedeni ile yüksek binalarla doğa tahrip olmadı. Doğal güzelliklerin korunmuş olması önemli bir avantaj. • Rumların kiliseleri bizde çok ama biz bunu iyi değerlendiremedik. Otello Kalesi ve diğer önemli kiliseleri tanıtıyoruz. Dünyada bu atılımı yapan şirketler var, onlardan yararlanmak gerekiyor. • Casinolar konusunda ciddi tedbirler alınmalı. Piyasanın da Casino müşterisinden yararlanır hale gelmesi gerekiyor. Kapatılsın demiyoruz ama ekonomiye katkı sağlar hale gelsin.
7	Demokrat Parti	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Yedek parça ucuz. Onlarda ölçek büyük ve maliyetler daha ucuz. Kuzeyde ayakta kalabilmek için kar oranı yüksek olmak zorunda çünkü turno ver uzun zamanda sağlanabiliyor. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • AVM'ler... Örneğin Hellim nerede ucuz bilmem ama bir AVM'ye gittiğimde herşey orada vardır ve alabilirim. Kuzeyde bunların olmaması büyük bir dezavantaj. • AVM'lere gitmenin bir diğer nedeni de konforlu alışveriş ortamı. O yüzden AVM'ler açılınca diğer mağazalar pek iş yapmaz. • AVlerin Kuzeyde de açılması gerekiyor. • Tarım ürünlerinde güven nedeni ile insanlar Güneyden alıyor. Kuzeyde denetim yok, en büyük sorun bu. • İthal tarım ürünlerinin de hızlı bir şekilde denetlenip piyasaya sürülmesi gerekiyor. • Güneye kayan ticareti engellemek için Kuzey gümrük denetimlerini artırmalı.

		Yasak olan elektronik ürünler örneğin geçiyor. • Her aracı olmasa da rastgele denetimler yaparak yasaklar koymalıyız. • Kuzeye zaten libareleşme engelleri konmuş ben de kendimi korumalıyım o zaman. Örneğin Güneyden gelen elektronik ürünlere yüksek gümrük koymalıyım ve bunu uygulamalıyım ki fiyat farkı kalmasın. • Kuzeyli tüketiciler kapıların kapalı olduğu dönemde aşırı pahalı olan ithal ürünleri (örnek nescafe) kapılar açılınca rekabet nedeniyle ucuzlayabildiğini gördü bu nedenle de tüccardan intikam almak ister. • Kuzeyde KDV ve stopaj (gümrükte alınan) maliyetleri artırıyor. Normalde peşin alınan bu vergi daha sonra iade edilir ancak iadesini isteyen tüccara devlet denetim için vergi memuru gönderir dolayısı ile kimse alacağını devletten istemeye cesaret edemez. • Kuzeyde ithal edilen malın hepsi satılmaz, özellikle tekstil ve ayakkabıda o yüzden tüccar elinde kalan malın maliyetini de fiyata ekler bu da fiyatları yükselten bir diğer nedendir. • Güneyde adam 100000 euro sermayem var derse bu eşittir mal miktarıdır. Oysa Kuzeyde sermayenin yaklaşık % 70'i maliyete gider ve kalanı mala yatırılır. • Güneye geçmenin iki nedeni var, - o Yasalardan kaynaklanan pahalılık - o Sırf bir değişiklik olsun diye 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Esasa neden Kuzeye, Türklere para kazandırmamaktır. Türkün ekonomik olarak güçlü olmasını istemezler. Ekonomik olarak kötüleşirsek yok olacağımıza inanırlar. • Kuzeyin Gümrük Birliğine alınması bizim bütün sorunlarımızı çözer. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Restoranda avantajlı olmamız gerektiği düşünülüyor ama değiliz. Bu konu üzerinde düşünülmesi gerekiyor. Menü ve fiyat denetlememiz gerekiyor. Hijyen kötü. Kuzeyliler bile Kuzeyde sadece belli restoranlara gitmeyi tercih ederler çünkü güvenmezler. • Taklit ürün avantajımız sürdürülebilir değil. • Çok hızlı artan ve düzensiz gelişen inşaatlar ve şehirler de doğal güzelliklerimizin sürdürülebilir olmadığını gösteriyor. • Özellikle KarpazApostolosAndreas Manastırı bölgesi bir turizm bölgesine çevrilebilir ama maalesef bunu başaramadık. ApostolosAndreas Manastırının restore edilmesi gerekiyor ancak siyasi nedenlerle yapılmıyor. • Kuzeye geçen Güney turist otobüslerine Kuzeyli rehber uygulamasını bile kabul ettiremedik. Güneyden buraya her türlü ticari araç geçerken Kuzeyden Güneye geçemez.
8	Toplumcu Demokrasi Partisi	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Kuzey'de olmayan marka ürünler Güneye geçişte önemli bir etken. Güneyde her markayı bulmak mümkün. Bu markalar kuzeyde olsa bile fiyatları daha pahalı

		olduğundan insanlar yine de Güneyden almayı tercih eder. • Güneyde marka ürünlerde sezon sonu büyük indirimlerin olması da ticaretin güneye kaymasında büyük etken. • Güneye geçmeyi yasayla engellemek çok yanlış olur. • Et ve yedek parça fiyatlarının aynı seviyeye çekilmesi lazım. • Yerli üretim, hellim, bizde daha ucuz. Biz satamadığımız için hellime sübvansiyon veriyoruz bu nedenle daha ucuz. Bizde arz çok talep az o yüzden ucuz. Güney ihrac edebildiği için daha pahalı. • Güneyde mevcut olan bazı yasalar yerli ürünün tüketimini artırır. Örneğin salatada yerli peynir ve zeytin bulunma zorunluluğu. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Kuzeyde fiyatlar dolara endeksli ve dolar en yüksek seviyeye çıktığında fiyatlar yükseldi ancak bir daha da düşmedi. Oysa maliyetler düştü. Bir anlamda perakendecilerin ölçeğin küçük olması nedeni ile yüksek karla çalıştığını söyleyebiliriz. • Kuzeyde rekabetin olmaması da fiyatların yüksek olmasının diğer bir nedenidir. • Kuzeyde doğrudan ticaretin olmaması gümrük maliyetleri nedeniyle fiyatları artırır. • Taşımacılık da diğer bir maliyet artırıcı faktör olarak kabul edilmektedir. Örneğin bir konteyner İngiltere'den Limasol'a ve Mersine 400 Pounda gelirken Mersinden Kuzey Kıbrıs'a 1,200 pounda gelir. Ancak bu etmenlerden sadece biridir. • Herhangi bir maliyet çalışması yapmamış olsak da, kabaca Güneyle Kuzey arasında % 10 maliyet farkı olduğunu söyleyebiliriz ama fiyat farkı çok daha yüksek bu da temelde karın yüksek olduğunu göstermektedir. • Stopaj maliyet değildir, peşin ödenen vergidir, yıl sonunda ödenmesi gereken vergiden düşülür. Ancak bizde vergi kaçırdıkları için veya az kar edip vergi ödemedikleri için stopajı düşemiyorlar ve vergiyi peşin ödemiş oluyorlar. • (Üyeler arasında stopajın maliyet olup olmaması konusunda bir anlaşmazlık olduğu gözlenmiştir...) • En önemli sorun bir denetim mekanizmasının olmamasıdır. • Birim maliyetleri düşürmek yanında denetim mekanizmasının da oluşturulması gerekmektedir. Örneğin petrol fiyatları düşer ama ulaşım ucuzlamaz. • Döviz kurundaki artışlar ve petrol fiyatlarındaki yükseliş fiyatları artırır ve orda sabitler sonra bu maliyetler düşse bile fiyatlar düşmez. • Oto yedek parça gibi durumlarda tekelleşme var. • Kalite ve güven için Güneye geçildiği çok doğru. Özellikle bizim burda ürettiğimize güvensizlik var. • Kurulan tahlil laboratuvarı yetersizdir. Sonuçları çok geç verebiliyor. Öncelikli olarak uluslararası bir laboratuara ihtiyacımız var. • Yerli üretimin de özerk kuruluşlar tarafından denetlenmesi gerekmektedir. Bunların başında da üreticinin eğitilmesi gerekmektedir. • Özellikle tarım ürünlerinde sertifikalaşmaya gitmelidir. Sertifikasız ürünler, markasız satılmamalıdır. Bunu denetleyecek olan da yerel yönetimlerdir.
--	--	--

		• TDP'nin bu konuda reçetesi var, şu anda denetim yapmadığı için hükümet güvensizlik yaratıyor. • Dünya markalarının olması ve ucuz olması önemli bir neden. Örnek IKEA... • Aileler için sıcak ve soğuk havada konforlu alışveriş imkanı sunar. • Kuzeyde kurulmasına karşıyız. Burda durum farklıdır, eğer AVM'ler açılırsa Türk markalar gelecek ve onlarla yerli esnaf rekabet edemeyecek. Oysa Güneyde Yunan firmalar gelmemeştir. • Devletin vergi toplayabilmesi için ticaretin kuzeye dönmesi lazım ama bunun yolu AVM'ler değildir. • AVM'lere alternatif olarak toplu ticaret merkezlerinin yaratılmalıdır. Örnek, Oxford Street Londra. Kapalı alışveriş merkezleri bize uygun değildir. • Lefkoşanın en önemli sorunu şehir merkezinin olmaması ve imar planının olmamasıdır. • Yeni açılan yerleşim yerlerine düşünülen AVM'lerde illa ki markaların olması gerekmektedir. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Psikolojik nedenler; Samimi olduğumuzu anlatmamız lazım. Orda Kilise baskısı da çok etkili. • Eğitimde Rum tarafı çok daha şövendir. Ortak anlayışa yönelik çalışmalar yapılmalı. • Hiçbir güven artırıcı tedbir hayata geçirilmedi ve hiçbir teknik komite çalıştırılmadı. • Güven artırıcı tedbir olarak Maraşın ve Mağusa limanının açılması gerekiyor. Ercan'ın da doğrudan uçuşlara açılması gerekiyor. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Casino ve Kumarhaneler yoğunlaşmak hata olur. • Tarihi ve doğal güzellikleri öne çıkarmalıyız. Biz reklam veremeyiz ama tanıtıcı güzel broşürler yapıp kapıda dağıtacağız ve merak uyandıracacağız. Ör. St. Hialrionu, OtelloKlasini anlatıp haritasını koyacağız. Türkiyeden gelen ürünler kalitelidir ve şuralarda bulabilirsiniz diyeceğiz. • Her bölge için gelen Güneylinin vakit geçirebileceği çekici alanları öne çıkaracağız. Zaman, harcamayı artıracaktır. • Güneyden geçen turiste kapıda sembolik bir hediye vermek oldukça önemli. • Herşeyden önce geçişi kolaylaştırmalıyız. Özellikle arabalı geçişlerde Kuzey kontrol noktasında arabadan inmek insanları caydırıyor. • Ledra palace arabalı geçişe açılabilir. • Mademki tekstil ürünleri cazip onları bir yere toplayabiliriz, örnek Arasta... ancak buraya sadece yaya olarak geçenler gidiyor. • Devlet politikaları da önemli, ilk akpılar açıldığında bizde ucuz olan benzin, sigara ve wisky daha sonra Güney devletinin yasklaması ve içerde fiyatları düşürmesi ile son buldu. Avantajımızı kaybettik. Güneydeki devlet politikası bizde yok. • Örneğin alkol bağımlıları için hizmet veren "pembe Köşke" de Güneyden gelen
--	--	--

		hastalar vardı ancak Güney devleti kendisi parasız bir merkez açarak buna son verdi. • Lefke portakalı çok ünlü ama satamıyoruz. • Aqlıç kapısı açılmalı, yaz döneminde Trodos eteklerinde 40,000 kişi yaşar ve Limasol denizi de 1 saat uzaklıktadır. Aqlıç açıldığı takdirde kolyalıkla 25 dk. Da Gemikonağına ulaşabileceklerdir. • Sürat kameralarına yakalanan bir daha geçmez. Polisin önce ispatlaması lazım çünkü Rum inanmaz. Teknoloji bunun ispatlanmasına izin veriyor oysa. Böyle davranarak geçmemelerine neden oluyoruz. Ödeme kolaylığı yapılmalı. Kredi kartı kabul edilmez, edilmesi lazım.
9	Demokrasi ve Güven Partisi	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Tarım ürünlerine de güvensizlik var. Bu nedenle güney avantajlı. Organik olarak satılan ürünlere de güven duyulmuyor çünkü denetim yok. Denetim mekanizması kurulmalı ve halka duyurular yapılmalı. Kuzeyde bir kez sertifika alıyorlar ama yıllarca denetime tabi tutulmadı aynı sertifikanın arkasına sığınarak kalitesiz ürün satışı yapıyorlar. • Benzinde de benzer bir güven sorunu var. Depolar denetlenmiyor. Otorite eksikliği var. • Laboratuvarlar yeterli hale getirilmeli. • Marka ürünlerde bizde fiyatlar çok yüksek, o zaman da ucuz olan Çin malını alır bu sefer de bozulunca güveni sarsılır ve gider Güneyden kaliteliyi daha ucuz alır. • AVM'ler bir çatı altında her şeyi bulma açısından avantajlı. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Kuzeyde ödenen stopaj ve peşin ödenen KDV gibi maliyet unsurları ticaretin Güneye kaymasında önemli bir etkidir. Ancak bunların kaldırılması da fiyatların ucuzlamasını sağlamayacaktır. Buradaki en önemli sorun belirsizliklerin olmasıdır. • AB üyesi olmak Güney için maliyet ve standartlar ve dolayısı ile güven açısından önemli bir avantaj yaratmaktadır. • Kuzey, dövizdeki dalgalanmalardan olumsuz etkilenmektedir. Döviz yüksekken belirlenen fiyatlar orada kalıyor ve fiyat döviz düşse bile düşmüyor. • Güneyden alınan ürünlere güven duyuluyor. • Kuzeyde garanti sistemi işlemiyor, sözde var ama uygulanmıyor. Ticaret dairesinde kurulan tüketiciyi korumayı amaçlayan mahkeme sistemine de güven duyulmuyor. Tanıtılmalı ve bu hizmetten vatandaşın daha yaygın olarak yararlanası sağlanmalı. • Araba servisleri Güneydeki kadar iyi değil. • Tüketici hakları korunmalı ve geliştirilmeli. • AVM'ler kuzeyde de başarılı olur ancak Güneye kayan ticareti engellemez. • Öncelikli olarak siyasi belirsizliğin giderilmesi gerekmektedir. Böylece markalar uygun fiyata gelebilecektir ancak bu şartlarda AVM'ler Güneye kayan ticareti tersine çevirebilir. Yoksa Muhtar Yusuf galleria örneği gibi başarısız örnekler

		karşımıza çıkabilir. Önce altyapıyı, park yeri gibi çözmeliyiz. • Üreticiyi sübvansiyeye etmeliyiz, fonlar tüketiciye yansır ve o da gider alternatif olan Güneyde harcar parayı. • Maliyetleri düşürmek gerekiyor. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Neden böyle oldu diye bakmak gerekir. • Psikolojik nedenler çok ön planda. 40 yıl önce biz de Rumdan mal almazdık ama şimdi değiştik. • Güneylilerin daha çok geçmesini sağlamalıyız. Geçtikçe psikolojik baskı azalacaktır. Örneğin iki taraflı dernekler bu konuda işe yarayabilir. • Bugüne kadar bu iş için aktarılan fonların bir işe yaramadığı görülmektedir. Kuzey Kıbrıs olarak bunu irdelememiz gerekmektedir. • Ancak Güneyli Kuzeye geçip ne yapacak bu önemli bir sorudur. Bunu sağlamak için ne yapmalıyız. • Eğlence ve turizm geçmeleri için bir neden olabilir. • Anket sonuçlarında dikkat çekici olan 40 yaş üzerinin daha büyük oranda geçiyor olması ve aynı zamanda tarihi güzelliklerin öne çıkması bu grubun köylerine gidiyor olması ile açıklanabilir. • Doğal güzellikleri ve tarihi zenginlikleri kullanamıyoruz. Örneğin Kuzeyde çok sayıda bulunan kiliseler atıl durumda. En önemlisi Apostolos Andreas Manastırı (Karpazdaki) neredeyse yıkılmak üzere. Oysa bunlar Rumlar için çok önemli eğer biz bunları tamir eder ve tanıtımını yaparsak Rumlar daha büyük oranda geçecekler. Rumlar tarihi nedenlerle geçer hale gelince başka şeylere de para harcayacaklardır. • Restore ettikten sonra tarihi yerlere girişte ücret de almak gerekir. Örneğin ayin için kiliseleri kiralamak... • Dünya turizminde ortak olarak yapılan bir hikaye uydurulup onun tanıtılmasıdır. Örneğin Güneyde "Gavurdaşı". Bizim is uydurmamıza gerek yok, Apostolos Andreas manastırı, Otello Kalesi gibi gerçek hikâyeye sahip tarihi ve dini yerlere sahibiz ama tanıtamıyoruz. Biz var olan Mitolojiyi bile kullanamıyoruz. • Arasta bölgesi için de söylenebilecek olan bu bölgede askeri yerlerin de kullanılabilir hale getirilmesidir. Lokmacı bölgesinde ticarete kazandırılacak orası karanlık ve güvensiz bir yer olur. • Turistler için toplu taşımanın olmaması önemli bir sorun. • Ledra Palace kapısının araçlı geçişe açılması bu bölge için önemli bir avantaj sağlayacaktır. • Geçişleri kolaylaştırmalıyız. Kendimiz bir çözüm bulamazsak diğerinin yaptığını kopyalayabiliriz. Arabalı geçişlerde kuzey geçiş noktasında arabadan inişleri kaldırmak gerekiyor. • Sigorta sorununu da çözmek gerekiyor. Gereksiz bir maliyet... 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar
--	--	---

		• Ekmek kadayıfı mesela avantajlı ama satamıyoruz, sunum hatalı... • Ekmek avantajlı... • Paketlerin, ambalajın Avrupalı olması ve standartların olması gerekiyor. • Anket sonuçlarında dikkat çekici olan 40 yaş üzerinin daha büyük oranda geçiyor olması ve aynı zamanda tarihi güzelliklerin öne çıkması bu grubun köylerine gidiyor olması ile açıklanabilir. • Doğal güzellikleri ve tarihi zenginlikleri kullanamıyoruz. Örneğin Kuzeyde çok sayıda bulunan kiliseler atıl durumda. En önemlisi Apostolos Andreas Manastırı (Karpazdaki) neredeyse yıkılmak üzere. Oysa bunlar Rumlar için çok önemli eğer biz bunları tamir eder ve tanıtımını yaparsak Rumlar daha büyük oranda geçecekler. Rumlar tarihi nedenlerle geçer hale gelince başka şeylere de para harcayacaklardır. • Restore ettikten sonra tarihi yerlere girişte ücret de almak gerekir. Örneğin ayın için kiliseleri kiralamak... • Dünya turizmde ortak olarak yapılan bir hikaye uydurulup onun tanıtılmasıdır. Örneğin Güneyde "Gavurdaşı". Bizim is uydurmamıza gerek yok, Apostolos Andreas manastırı, Otello Kalesi gibi gerçek hikayeye sahip tarihi ve dini yerlere sahibiz ama tanıtamıyoruz. Biz var olan Mitolojiyi bile kullanamıyoruz. • Arasta bölgesi için de söylenebilecek olan bu bölgede askeri yerlerin de kullanılabilir hale getirilmesidir. Lokmacı bölgesinde ticarete kazandırılacak çok yer var. Orayı cıvıl cıvıl yapsak, cafeler açsak.... Oysa saat 7'den sonra orası karanlık ve güvensiz bir yer olur. • Turistler için toplu taşımanın olmaması önemli bir sorun. • Ledra Palace kapısının araçlı geçişe açılması bu bölge için önemli bir avantaj sağlayacaktır. • Önemli bir gerçek var her zaman güçlü ekonomi zayıf ekonomiyi yutar.
10	Kıbrıs Türk Amme Memurları Sendikası (KTAMS)	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Her ürün belli özellikleri var. Kimi tüketici fiyat, kimi denetim ve kalite, kimi sağlıklı olması nedeniyle Güneyden alır. 5 yıldır maaşlar sabit kaldı dolayısıyla fiyat Günden alışverişte önemlidir. • Yedek parça ve elektronik konusunda bize gelen mallar Mersinden geçerek gelmektedir. Bu maliyetlere %10-15 civarında yansıyor. Nüfusun az olması ölçek ekonomisi açısından bir dezavantaj getirmektedir. Bizler sendika olarak bunu sürekli karşılaştırıyoruz. Birçok kalemin orada daha ucuz olduğunu görüyoruz. • Araba parçası ucuzdur ama işçilik pahalıdır. Kuzeyde ise bu tam terstir. • Gıda ürünlerinde AB standartları olması insanları güneye çekmektedir. Daha pahalı bile olsa güneyi tercih etmektedir. • Güneyde temel gıdada iki tür ürün vardır. Aynı ürünün hem yerlisi hem de Avrupadan ithal edilen ürün vardır. Örneğin et konusunda hem yerli hem de ithali vardır. Yerli olan daha makbuldür fakat daha pahalıdır. Tüketici tercih yapabilir. Bizde ürünün yerli mi değil mi nereden geldi belli değildir. Markette neyin nereden geldiği belli değildir. Bu kişilere güvensizlik vermektedir. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin

		Kuzey Kıbrıs lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Kalite algısı AB standartlarında ürün güvencesi • Elektronik ürünler orada daha uygun • Medeni bir ortamda olma hissi vardır • Özgürlük hissi vermektedir • Ürün çeşitliliği daha fazladır • Gezi olarak da görülmektedir. • Güneyde çalışan Kıbrıslı Türk sayısı çok fazladır. Onun için Kıbrıslı Türklerin güneyde daha fazla alışveriş yapması doğaldır. Güneyliler kuzeyde çalışmadığından onların kuzeyde harcaması da yoktur. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Kuzeyde temiz bir ortam sunamıyoruz. Güneyde temiz ortam kişilerin de daha dikkatli davranmasını sağlıyor. • Kıbrıslı Rumların Kuzeyde daha fazla alışveriş yapması için öncelikle şöven duyguların azaltılması gerekmektedir. Kıbrıslı Türkleri halen kabullenemiyorlar. Bu zihniyetin düzelmesi gerekir. • Kendi çıkarlarına bile olsa önyargılardan dolayı alışveriş yapmamaktadırlar. Din de burada etkindir. Kilse hep Kıbrıslı Türkleri kötüler. İnsanların beyninde bu vardır. Türklerden yapılan alışverişin ileride Türklerin kendilerine karşı silahlanmasını sağlayacağını düşünmektedirler. • Kuzeyde halk daha demokrattır. Kuzeydeki insan siyasetçinin etkisinde değildir. Fakat güneyde maddi güç daha fazla olduğundan onlar siyasetçisinin daha etkili olduğuna inanır. Kilse de halk üzerinde etkilidir. İki hafta ayine gitmeyen özel sektör patronuna bile klisetafıdan hedef gösterilirse tüketici ona gitmez. Kilse Türkleri de hedef göstermekte ve büyüyen çocukları etkilemektedir. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Devlet politikası olarak reklam kullanılabilir. • Sanayiinin burada artırılması gerekir. Ekonomimiz üretim üzerine kurulmuş değildir. Burada olan gelişmiş bir baval ticaretidir. Ekonomi gerçekten sanayi üzerine kurulu olsa burası daha ucuz olabilir belirli ürünlerde. Fakat bu şekli ile bu ölçekte ve doğrudan ticaret olmadan bizim avantajlı olmamız mümkün değildir. • Kumar bizde avantajlı bir sektördür. Ancak sadece orada yasak olduğu sürece bu geçerlidir. • Ülkeye ne kadar turist gelirse ekonomi o ölçüde gelişebilir ve hareket gelir. • Casinolar orada yasak olduğundan, gece klüpleri daha ucuz olduğundan çekim merkezi olmaktadır. 5. Diğer: • Güneyde sigortasız çalışan yoktur. Tüm çalışanlar sendikalıdır ve çalışan kurumunu işveren kadar korur. Burada ne sigortalar yatırılmaktadır ne de özelsektöresendikalaşma vardır. (5 kişiden fazla çalıştıran iş yerlerinde toplu sözleşme yapma şartı vardır). (Zorunlu 1 ay izin vardır, 11 ay pul parası yatırılır
--	--	--

		1 ay izin yapılır).
11	• Kıbrıs Türk Öğretmenler Sendikası (KTÖS) • Kıbrıs Türk Orta Eğitim Öğretmenler Sendikası (KTOEÖS)	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Güney’de marka ürünler vardır. Bu da rumların nüfusunun çok olmasından ve tanınmışlığından kaynaklanır. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Temel nedenleri ucuz ürünlerin Güney’de olmasından. Kuzey’de vergi yüksektir ve düşürülmesi gerekir. Düşerse o zaman Kuzey Kıbrıs’ın lehine çevrilir. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Kuzey’de örneğin Güzelyurt’ta Lemar pek tutmadı. Bu da halktan kaynaklanmaktadır. Ancak Lemar diğer bölgelerde iyi tuttu. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Hellim önemlidir. İhracat potansiyeli vardır. Güney Kıbrıs’ta Otellerin restoranları yoktur ve müşteriler başka restoranlara gider. 5. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Artık Türkiye’ye geriye göç başlamıştır. Kuzey Kıbrıs’ın ucuzlaması gerekir.
12	Hür-İş Federasyonu	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Et ürünlerinde Güney’in Kuzey’e göre avantajları vardır. Çok çeşitli et ürünleri sunulmaktadır. • Elektronik ürünlerde bir çok marka aynı anda sunulmakta ve karşılaştırma yapma fırsatı sunmaktadır. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Değişikli amacı ile Güneye gidenler orada alışveriş yapmaktadırlar. • AVM olması bir çekim noktasıdır. • Uluslararası marka ürünler için Güney tercih noktası olmaktadır. • Güneydeki alışveriş yerlerindeki sistemli yapı ve düzen kişiler için cazib gelmektedir. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Güven yaratılmalı ve düzenli kontroller yapılmalıdır. • Kontrollere ve sisteme olan inançsızlık Kuzeydeki tüketicilerin Güneye yönelmesine neden olmaktadır. • Yapılan denetimlerin sonuçları kamuoyu ile düzenli paylaşılmalı ve sisteme olan güven yaratılmalıdır.

		4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar. • Özellikle sebze ve meyvede Kuzey fiyat açısından daha caziptir. • Restorantlardaki fiyatlar ve çeşitlerde caziptir. • Güneydeki ulusalcı yapıya göre Kuzeyde böyle bir bilinç yoktur. Yaşananlar çabuk unutulmaktadır. • Kalite ve denetimler açısından yasal düzenlemeler yapılmalı ve bunlar uygulanmalıdır. • Kuzeydeki yüksek kar marjı ve yanlış fon uygulamaları hayatı pahalı yapmaktadır. 5. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar.
13	Kıbrıs Türk İşverenler Sendikası	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler • Güneye gidenler aslında pek alışveriş niyetinde olmasa da veya belli bir daha ucuz ürün almak için gitmektedir. Fakat gitmişken birçok ürünü de almaktadır. • Güneydeki hizmet aslında daha üstün değildir. • Güneyin bizden daha ucuz olduğu ve bunun için alışveriş yapıldığı savı yanlıştır. En fazla gidilen yer zaten büyük Mall of Cyprus'dur. Oraya ulaşmak için zaten benzin ve araç sigortası masrafları vardır. Mall'un kendinden büyük koridorları vardır. Ferahlık unsuru önemlidir. Bizim alışveriş merkezlerimiz genellikle mümkün olduğu kadar dar koridorlar ve mümkün olduğu kadar fazla ürünü sergilemek istiyor. • Bunun yanında Güneye geçildiğinde insanlar bir tatil havası hissetmektedir. Kuzeydeki çöp gibi siyaset gibi sıkıntıları üç saat olsun geride bırakmaktadır. • Güneye alışveriş için gitmese de alışveriş yapıyor. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Güneyde yapılan alışveriş veya gidilen restoranlar bile bellidir. İnsanlar belli yerlerde kendilerini daha iyi hissetmektedir. Belli yerlere gidilmektedir. • Güney kapısı açıldıktan sonra Nescafe fiyatları düştü. Yani bir rekabet getirdi. • Ticaret bizim aleyhimize olabilir. Ancak getirdiği rekabet iyidir. • Eğer bir inceleme yapılırsa, insanların harcama miktarının kendi belirttiklerinden daha fazladır. Nakit kullanımı da daha yüksektir. • Birçok mağazada tanıtım amaçlı verilen hizmet ve ürünler tüketiciyi cezbetmektedir. • İnsanlar adada yaşarken değişik bir şeyler denemek ister. Ve güneyde bir sayfiye hissi gelmektedir. Yeni bir şeyler denenmektedir. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Güneyde çok farklı gruplar bulunmaktadır. Homojen bir grup olarak düşünmek doğru değildir. Bu kesimlere farklı şekillerde yaklaşılması gerekir. Aynı strateji

		hepsi için etkili olmayabilir. - Kilise de ciddi oranda etkilidir. Bizim aleyhimize çalışmaktadır. - Mağaza kartı hediye getirmektedir. Ancak bu hediyeden çok üyeliğin bir avantajıdır. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar 5. Diğer Konular - Kuzeyde alışveriş merkezi kurulmasını engelleyici etkenler vardır. Yeni geçen Boğaz emirnamesine göre (2012) planlama onayı alınmış bir AVM varsa 10 km içerisinde başka bir AVM kurulamıyor. Planlama onayı 3 yıl için geçerlidir. Bu da hava parasını söz konusu yapmaktadır. - AVM'ler özellikle bir gezi alanı olarak görülmektedir. Dolayısıyla oraya giden kişiler eğer kuzeyde alternatifler açılırsa azalacaktır. - AVM'lerin hizmet sunan kesimleri de olmalıdır. Sadece mal alışverişi yeterli değildir. - Büyük AVM kurulacaksa bunun tüzüğün olması gerekir. Bu tüzük kısıtlı sayıda tüccarın değil bir çeşitliliğin getirilmesini sağlayacak bir düzen getirmeli. AVM içerisindeki ticaret ve hizmet sektörünün oranlarının verilmesi gerekir. Yani hizmet sektörünün belli bir oranın üzerinde olması gerekmektedir. - Güneyde tuvaletler temizdir. Mall'arda her zaman temiz tuvaletler vardır. Bu tür yerlerde kahve ve diğer içecekler tüketilmektedir. Bu da insanların tuvalet ihtiyacını getirmektedir. Oysa bizim tarafta tuvaletler kullanılır durumda değildir veya yoktur. - Kuzeyde sadece bir AVM açılması güneye gidişi durdurmaz. Biz hizmet ve eğlence alanı yaratılırsa bu bir şeyi değiştirebilir. - Işıklandırma bizim marketlerimizde yeterli değildir. Raflar yükseltilmiştir. Dolaşma alanları azdır. Raflar arasında iki arabalık yer bile bırakılmamıştır.
14	Lemar Süpermarket	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler - Et gerçekten Güneyde daha ucuzdur. Burada politikalar eti pahalılaştırmaktadır. Burada ırk olarak hayvanlar kısıtlıdır. İthalatı da sınırlanmıştır. Dana eti olarak yedigimiz etin büyük oranı inek etidir. Politika etçiliğe değil sütçülüğe göredir. Sakatlanan verimli olmayan inekler eti için kullanılmaktadır. - Elektronik ürünler konusunda da güneyde her alışveriş merkezinde tüm markaların bir arada bulunabileceği mağazalar olabilmektedir. Birçok üründe bizdeki mağazalar tek bir markaya yer vermektedir. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler. - Gazetelerin yayınları da kuzeydeki ürünün toplumca güvenin düşmesine yol açmaktadır. Toplum devletin kontrolleri ciddi yaptığına inanmamaktadır. Kendisi de devlet memuru olan tüketici, güvenli sistemlerin yürümediğini bilmektedir. - Sanayi Odası tamamen korunma için fon konulması için uğraş vermektedir. Deterjana fon konulmuştur. Kuzeydeki birkaç üreticiyi korumak için. Ancak bu

		da güneyi cazip hale getirebilmektedir. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar. • Çalışma saatleri açısından bizdeki gıda perakendecileri daha uygundur. Ancak bazı mağzalar açısından sorun olabilir. 5. Diğer Hususlar. • Rekabet yasası var ancak bayilik yasası olmasadaolsada bazı markalar bazı tüccarların uhdesinde devam etmektedir. Bu durum tekeli bir yapıyı yaratmakta ve fiyatları artırmaktadır. • Girmeden güneye geçişlerin daha az olmasının sebebi orada yaşayan çok sayıda İngiliz olması. Onların çoğu Rumlardan kalan mülklerde yaşamaktadır. Bunun için onlar güneye geçmekten çekinmektedir. Orams davasında yaşananlar da etkilemiştir. Ancak bazıları uçuşlar için kullanılmaktadırlar. • Bizim dışımızdaki mağzalarda park yeri sorunu olabilir. • Kuzey Kıbrıs'da büyük ölçekli AVM yapılması mümkün değildir. Bunun nedeni 80 Euro m2 kirasıdır inşaat maliyeti olarak 19 Eurodan 100m2 dükkan 1900 euro kirası olur. Bu yerel dükkanlarıcincokyüksektir. Marka dükkanlar (Boyner) gibi gelmek istemez. Bayilik yasası olmasa da ahde vefa olarak belirli markalar belirli tüccarların elindedir. • Belli tüccarlar vardır ki ürünleri her zaman daha pahalıdır. Gıda Şti Ltd. ve Ramadan Cemil gerçekten daha pahalıdır. Örneğin Nescafe hiçbir fon olmadığı halde güneyden daha pahalıdır.
15	Erülkü Süpermarket	1. <i>Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler</i> • Et orada daha ucuz. • Kıyafet orada markadır. Bizde daha fazla fason üretimdir. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler • Tüketicide bir yabancı hayranlığı olabilir. Başka bir ülkeye gidip ürün almak bir farklı özellik kazandırdığı düşünülmektedir. • Başka ürün almak için gitmişken sebze de alabilir. • Bazı tüketiciler devamlı Güneyden alışveriş yaptıklarından Kuzey'deki fiyatlardan haberdar değildirler. • Güneyde hizmet sektörü daha gelişmiştir. • Güneyde elemanlar daha iyi eğitilmiş, kalifiye ve daha uzun süreli olarak çalışmaktadırlar. Güneyde personel yabancı dil bilmektedir. • Güneyde et ürünleri daha ucuzdur, ancak ithaldir. • Güneydeki ucuzluğun bir nedeni de oradaki pazar ölçeğinin daha büyük olmasıdır. • Süt ürünleri Güneyde daha ucuzdur. Bunun nedeni Kuzeyde uygulanan fonlardan kaynaklanmaktadır.

		- Güneyde mağzaların müşteri kartları sunması tüketiciler tarafından cazip görülmektedir. Bizler de bunu yapma aşamadındayız. - Güvensizliklerin de etkisi vardır. Toplumda büyük bir güvensizlik ve moralsizlik vardır. Bunu değişik bir ortamda alışveriş yapmakla kırmak istiyorlar. - Bizler büyük marketler olarak müşteri kazanmak için daha ucuz olmak durumundayız. - Daha iyi parkyeriimkanı sunmak durumundayız. - Bizi Güneyden farklı kılacak özelliklerimizi ön plana çıkarmalıyız. Benzer bir şekilde ülke olarak avantaj kazanmalıyız. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler. - Kuzeyde üretim aşamasında ve ithal edilen ürünler üzerindeki denetim yeterli değildir. Bu denetimlerin satış noktasında değil, üretim yerinde yapılması ve sonuçların ürünün pazara sunulmasından önce açıklanması gerekir. Denetim sonuçlarının kamuoyu ile paylaşılması ve güven yaratılması gerekmektedir. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar - Sebze meyve konusunda biz hem daha ucuz hem daha kaliteliyiz. 5. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar - Çok amaçlı AVM'lerin açılması faydalı olur. - Gerçekte Güney Kuzey'den daha avantajlı değildir. 6. Diğer hususlar. - Kuzeyde yetişmiş eleman sayısı oldukça azdır. Elemanların eğitimini marketler kendileri yapmaktadır. Elemanların sürekliliği yoktur. Elemanlar kolayca iş yeri değiştirmektedirler. - Hizmet kalitesinin Güneyde daha yüksek olduğu doğru değildir. - Kuzeyde kredi kartı kullanımı daha kolaydır, Güneyde özellikle çekler kabul edilmez. - Tüm şirketlerin hizmet içi eğitim vermesi gerekmektedir. Hizmet kalitesi ancak böyle artabilir. - Güneyde alışverişin azaltılması için bilinçlenme gerekir. - Gümrük kontroller tüketiciden tepki almaktadır. - Güneyden gelen müşterilerimiz vardır. Onlar kesinlikle yasak konulan ürünleri almaz. Ör. Et, süt, balık. Eğer orada denetimler engellemese çok daha fazla müşteri buradan alışveriş yapacaktır. - Güneyde düşmanlık ve ulusalcılık duyguları hakimdir. Kuzeyde böyle bir durum yoktur.Biz kolay unutan bir toplumuz. - Büyük bir AVM'nin kuzeyden güneye gidişi azaltacağına inanmıyorum. Zaten bu küçük ölçekte böyle bir şey çok sayıda işletmenin kapanmasına yol açacaktır. İşsizliğe yol açacaktır.
--	--	--

16	Kuzey Kıbrıs Yönlendirme Kurulu Üyeleri ve Ticaret Odası Temsilcileri	- Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler - Genel olarak Kuzey yolcu beraberliği ticarete güneye göre çok daha esnektir. Eğer Kuzey engeller getirirse kendi kamuoyu büyük bir tepki ortaya koyacaktır. - Mevcut uygulamayı değiştirmek çok zordur. Alışkanlıklar zor değişir. - Kamera sistemi olursa gümrüklerde insanlar belirli ürünleri getirmekte daha isteksiz olabilir. - Yasadışı bir zihniyet olmasa da insanların davranışını değiştirecek bir şeyler yapılmalı. - Tablo 18 gösteriyor ki ancak %30luk bir fiyat farkı insanların Güneye gitmesini engelleyecektir. Bu da insanların birinci tercih sebebinin fiyat olmadığını göstermektedir. - Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler Meyve sebze konusunda da üst gelir düzeyinin tercih ediyor olması sağlık ile ilgili endişeleri yansıtıyor olabilir. Bunun rapora yansıtılması gerekiyor. Fiyat değil başka endişeler söz konusudur. - Belirli ürünlerin fiyat avantajı olabilir. Fakat elektronik ürünlerin neden Güneyden tercih edildiği incelenmesi gerekmektedir. - Güneydeki hizmet kalitesi birçok konuda park yeri, müşteriye, davranış ve temizlik, modern ortam daha yüksek olarak algılanmaktadır. - KTTO ithalatı yasaklanan ürünleri yoğun bir şekilde güneyden almaya çalıştığına inanmaktadır. Örneğin zeytinyağı. Güneyde hem ithal hem de yerlisi bulunabilir. Korunan ürünler de fiyata etki eder ve onlar da güneyden tercih edilir. Tek sorun maliyetin artması değil, koruma politikaları aynı zamanda çeşitliliği de kısıtlar. - Zaman zaman gıda ürünleri ile ilgili medyada çıkan haberler, tüketicinin güvenini azaltmaktadır. - Politika önerisi olarak tüketiciye güven vermek için gıda ürünlerinin (meyve sebze gibi) etiketlenmesi ve kaynağının belirtilmesi etkili olabilir. - Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler - Yeşil hat tüzüğü farklı yorumlanıyor. Tam anlaşılmadı. - Eğer her iki taraf arasında aynı düzeyde baskı olsa sorun olmaz. Sorun olan güneyde hiçbir şey almama baskısı vardır. Kuzeyde ise böyle bir yaklaşım yoktur. - Rumların kuzeyden ticaret yapan yolculara yaptığı eziyeti deşifre etmek lazımdır. - Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar - Kuzey'de kredi kartı kullanımının daha avantajlı olduğu bulgusu ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla yorum olarak "kredi kartlarının kuzeyde daha da yaygın kullanılması, güneyden ticareti azaltabilecektir." - Mustafa Çobanoğlu (Gümrük): Fonlar Lüks tüketim üzerindedir. 70 üründe fon
----	---	---

		vardır. Bunların %20'si Lüks ürünlerdir. Geriye kalanlar yerli üretimi olanlardır. Bunlar bir gelir olarak düşünülmez. %5 gibi bir fon vardır bunlara. Güney ile fiyat kıyaslaması vardır. Ve eşitleyecek şekilde bu yapılır. 5. Diğer öneriler • Raporda daha fazla yer alması gereken şu unsurlar bulunmaktadır: Katılımcıların Bölgelere göre dağılımı; Gelir düzeyine göre alışveriş miktarı; ve Yaş düzeyi. • Tekstil hem Güneyden gelenler tarafından hem de Kuzeyden güneye gidenler tarafından tercih ediliyor. Bunun sebepleri Güneyde daha fazla marka ürünler aranıyor. Kuzeyde ise taklit ürünler aranıyor. • Kuzeyin toplam harcama miktarı DPO verilerine göre 3.5 milyar TL'dir. Toplam Güneyde harcama 150 milyon olduğuna göre, bu toplam harcamanın %4.5 olarak ortaya çıkmaktadır. • Bölgelere göre alışveriş yapılan mağzaların belirlenmesi faydalı olacaktır.
17	İlgili Daire Hukukçuları	1. Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler. 2. Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler. 3. Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler • Mevzuatların yasak yerine teşvik odaklı olması gerekir. Eğer yasak getirilirse tam tersi olur. 31 içişinde olduğu gibi. Kapılar açılmadan 31 içişine büyük talep vardı ve restoranlar kaçak satarlardı. Ancak şimdi serbest ve talep de çok düşük. • Bu nedenle yasak odaklı değil teşvik odaklı yasalar çıkması gerek. Örneğin, AVM'lerin yapımının teşvik edilmesi gerekir. Yabancı markaların Kuzey'e gelmesi teşvik edilmeli. Çok ünlü markalar McDonalds, Starbucks Kuzey Kıbrıs makamlarından markalarını tescil ettirdiler. • Sanayide her sektör teşvik yerine öncelikli sektörler belirlenip sadece bu sektörler teşvik edilmesi gerekmektedir. Bu sektörler de halkın en çok ihtiyaç duyduğu ürünlere yönelik saptanması gerek. 4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar 5. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar 6. Diğer hususlar. • Güney Kıbrıs'tan Kuzey Kıbrıs'a ürün geçişi yasal olarak belli bir limite kadar izin verse de uygulamada sıkıntılar yaşanıyor. • Güvenliği ve kaiteyi artırıcı denetimler için yasal alt yapı uygun olmasına rağmen bürokrasi buna engeldir. • Vatandaşlar devletin uygulamada istikrarlı olmasını beklemektedir. Farklı

		kişilere farklı uygulamalar yapılmasından dolayı devlete olan güven kalmamıştır. - Güney Kıbrıs'ta dindarlık vardır ve bu da Rumların davranışlarını etkilemektedir. Kapılar ilk açıldığı zaman Rum'lar sularını bile Güney'den getirdiler ve kesinlikle Kuzey Kıbrıs'dan alış veriş yapmadılar. Ancak şimdi yavaş yavaş az da olsa değişiklik var. - Mevzuatlarınıza yasaklar koyamazsınız. Güven ancak icraat ile sağlanır. Maalesef bugün bireysellik ön plandadır. Bencil ve bireysel bir toplum olduk. Toplum bilincinin verilmesi gerekir. 1974 öncesi ve az sonrasına kadar toplumsal bilinç vardı.
18	Barolar Birliği	- Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler. - Unlu ürünlerde ekmek çeşitleri güneyde daha fazladır. Burada çeşit alternatifleri çok daha azdır. Güneyde marketlerde zaten unlu ürünlerin kokusu bile insanları cezbeder. - Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler - Kuzeyde bir AVM güneye giden kişi sayısını azaltabilecektir. Ancak, iyi yönetilmezse AVM'nin bir faydası olmayacaktır. - Güneyde çocuklar için bazı özel ürünler bulunmaktadır. Bu ürünler için sonuçta insanlar her zaman güneye gidecektir. - Güneyde, insana daha fazla saygı olduğu görülmektedir. - Kuzeyde, daha derme çatma bir sistem gözlemlenmektedir. - Güneyde müşteriye alışverişi cazip kılmak için belli bir düzen kurulmuştur. - Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler - Devletin daha ciddi olması gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerde devlet temel gıda ürünlerinde ucuz olabilmesi için fon ve vergileri buna göre ayarlamaktadır. Hatta bunları sübvansiyeye etmektedirler. Temel gıdalar bir ihtiyaçtır. - Kuzeyde devlet kendi açıklarını kapatmak için fon ve vergileri getiriyor. - Rekabet olmaması pahalılık getirmektedir. - Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar. - Doğal ve sağlıklı olduğuna inanılan bazı otantik ürünler kuzey için daha cazip olabilir. Bu tür ev yapımı ürünler bir avantaj sağlayabilir. - İndirim güneyde daha anlamlıdır. Burada sürekli indirim ilanı vardır. Güneyde indirim bile yasa ile belirli tarihler arasına sınırlanmıştır. Böylelikle tüketici gerçekten indirim olduğunu görür. Tüccar da elindeki stokları eritir. - Diğer hususlar. - Güneydeki tüketiciler, Türk olduğumuz için bizim tarafa katkıda bulunmak istemezler. Milliyetçi duyguları yüzünden alış veriş yapmak istememektedirler. - Acentelik yasası kalkmış olmasına rağmen belli ürünler hala belli tüccarlar tarafından tutulmuştur.

		• Bizim tarafta sürüm de azdır. Bir çok büyük marketimiz merkezi yerde değilse genellikle boştur. • Lemar gibi en büyük marketlerde bile sağlık ile ilgili insanların kötü tecrübeleri olmuştur. • Toplu alışveriş için tüketici merkez dışındaki marketleri denemektedir. • Yeşil hat tüzüğü ile ilgili denetleme konusunda istikrar olmadığından tepkiler de daha fazla olmuştur.
19	Turizm Bakanlığı Eski Müsteşarı/Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ) Turizm ve Otelcilik Yüksek Okulu Müdür Yardımcısı	Soru: Güney Kıbrıs Tüketici eğilimleri araştırmasına göre Kuzey Kıbrıs'ın avantajlı olduğu bildirilen doğal ve tarihi güzellikler konusunda değerlendirmeleriniz nelerdir.? Yanıt: • Turizme uygulamaya konması gereken Turizm Master Planı “Turizm Gelişme Yasası” adı altında yasalaşmasına rağmen uygulamaya konmamıştır. Öncelikle bölgesel gelişme planları için gerekli Tüzükler halen hazırlanmamıştır. • Turizm Master Planının sağlıklı yürütülmesi ve politikaların devamlılığı için profesyonelce özerk çalışabilecek bir Turizm Örgütü henüz kurulmamıştır. Bu amaç için “Turizm Gelişme Yasası” nde kurulması öngörülen Turizm Gelişim Kurulu oldukça siyasi müdahaleye açık olup istikrarsızlık riski yüksektir. • Turizm teşvikleri ile sağlanan turist artışı taşıma su ile değirmen döndürür nitelik taşımaktadır. Charter uçuşlar için yolcu başı verilen 130 Avroluk teşvik ile sürdürülebilir bir turizm piyasası oluşturulamamaktadır. Özellikle, kumar turizmi için gelen kişilerin ülke ve ülke turizminde pek haberdar olmadan ülkeyi terketmektedir. Bu teşvikin yokluğunda istikrarlı bir turizm pazarı ve turist potansiyeli yaratılmış değildir. • Tanıtım ve pazarlama faaliyetleri profesyonelce yapılmamaktadır. Turist sadakatı ve devamlılığı yaratabilecek politikalar güdümediği gibi imaj tanıtımı ve markalaşma ön plana çıkarılmamaktadır. Bu amaç için ise başarıları tartışılmaz profesyonel tanıtım firmaları kullanılmamaktadır. • Ülke ve tursitik, tarihi ve doğal güzelliklerin tanıtımı ile ilgili broşür olmasına karşın Güneyden gelen kişilerin turistik ve ticari ihtiyaçlarına cevap verebilecek tanıtım broşürleri bulunmamaktadır. • Eko-turizme ilişkin küçük otellerin yaptığı büyük yatırımlara rağmen yeterli doluluk sağlanamamaktadır. Bunun da temel nedeni hedef kitlelere ilişkin etkin tanıtım yapılmamasıdır. • Turizmin başta çevre olmak üzere diğer sektörlerle etkin koordinasyon gereklidir. Bu konuda Kuzey Kıbrıs’da kurumsal bir koordinasyon oluşturulmamıştır. • Ülkemizde rehberlik müessesesi etkin çalışmaktadır. Ancak, eş zamanlı gereksinim duyulan farklı dillerdeki rehberlik için sıkıntı yaşanabilmektedir. Bunun çözümü için ise Mihmandarlar müessesesi düşünülebilir. • Güneydeki Turizm acenteleri Kuzey Kıbrıs turu satmakta ve yerli acenteleri dışlama fırsatı bulmaktadırlar. Bunun yanında, Kuzey Kıbrıs’daki rehberleri “sessiz rehber” olarak kullanarak Güneyden gelen rehberler aktif görev yapmakta ve Kuzey Kıbrıs hakkındaki olumsuz anlatımlara dahi çıkar çatışması nedeniyle “sessiz rehberler” sağır rolünü oynamaktadırlar. Bu olguların devletin teşvik sistemi içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir.

20	Tarım Dairesi	Soru: Kuzey Kıbrıs’da Gıda yasası var mı ve gıda güvenliği ile ilgili neler söyleyebilirsiniz? • Şu an Kuzey Kıbrıs’da eski bir yasa olmakla beraber yasanın çok eski oluşu günümüz ihtiyaçlarına cevap verememektedir. • Hazırlıkları tamamlanan ve son aşamada olan yeni yasa “Genel Gıda ve Yem Yasası” eski yasada mevcut olan yetki kargaşasını önlemeyi amaçlıyor. • Gıda güvenliği konusunda hangi birimin sorumlu olduğu şu an için net değil bir karmaşa söz konusu. Sağlık Bakanlığı, Tarım Bakanlığı ve Belediyeler güvenlik konusunda yetki karmaşası yaşıyor. Yetkinin merkezi mi yoksa yerel mi olduğu belli değil. • Yeni yasada birçok tarafı bir araya getiren “Gıda Güvenliği Risk Değerlendirme Kurulu” kuruluyor. Bilimsel olarak çalışacak bu kurulda farklı Bakanlıklardan yetkililer, sivil toplum kuruluşu temsilcileri ve bilim adamları yer alabilecek. • Kuzey Kıbrıs’de tam anlamıyla uluslararası standartlarda denetimlerin de yapıldığı organik tarım yapıyor. • Sağlık Bakanlığına bağlı Laboratuvar Tarım Dairesi tarafından da kullanılıyor. Geniş kapasiteli ve uluslararası standartlara sahip olan bu laboratuvar bir yıl önce uluslararası kuruluşlar tarafından akredite edilmiştir. • Sadece iç piyasada üretilen tarım ürünleri değil ithal tarım ürünleri de gümrük kapılarından girerken tahlil edilir. Tahlil sonuçları olumsuz olan ürünler ülkeye giremez ve imha edilir. • Laboratuvar hızlıdır ve aynı gün sonuçları ilgili makama bildirir. • Hal yasası olmadığı için denetimsiz kaçak ürünlerin piyasaya sürülmesini engellemek çok zordur. Örneğin kendi ürettiği malı pazarda satan üreticinin malı denetlenmemiş olabilir. • Denetimler tarlada yapıldığı için markete denetimsiz kaçak ürünler girebilir. Oysa AB kriterlerine göre gıda güvenliği tarladan sofraya anlayışıyla gerçekleştirilir. Yani gıda güvenli bir şekilde üretilir ve geçirdiği her aşama sofraya gelen kadar kontrol altındadır. Kuzey Kıbrıs’da henüz daha o aşamada değiliz. • Tarım Dairesi olarak ürünlerin izlenebilirliği programını başlattık ve bunu bu yıl üzüm üreticilerine uyguladık. Her üreticinin bir defteri var ve üreticiler ürüne uyguladıkları her adımı yazmak durumundadırlar. Bir anlamda kayıt altına aldık. AB’de de “izlenebilirlik” uygulanmakta ve üzerinde önemle durulan en hassas noktadır. • Tarım ilaçlarının reçeteye satışını başlatıyoruz ve yeşil reçetesiz tarım ilacının satılmamasını sağlamayı hedefliyoruz. • 6 ayda 1800 adet ürün denetledik ve sadece %2-3 üründe limitlerin üzerinde pestisite rastladık. Ancak bu bulguları toplumla paylaşmıyoruz. Raporları yayınlamıyoruz.. • Üreticiye yönelik bu yıl 30 kadar eğitim düzenledik. • Hedefimiz doğru ilaç, doğru zaman ve doğru alet. • Sertifika programlarına geçmeyi planlıyoruz. Bu durumda önemli ölçüde ürünleri kontrol altına almış oluruz.
21	Yüksek Ziraat Mühendisi Tarım	Soru: Organik tarım ürünlerinde gıda güvenliği nasıl sağlanıyor ve Organik üretim Kuzey Kıbrıs’da ne zaman başladı?

	Bakanlığı Koordinatörü - Organik Tarım ve Yaşam Derneği Başkanı	• Tarım ürünlerine duyulan güvensizliğin esas nedeni ülkede yaşanan kargaşa ve güvensizliğin bir yansıması olarak ortaya çıkmaktadır. Vatandaşın mevcut yapıya güveni kalmamıştır. • Dünyanın hiçbir yerinde tarım veya gıda ürünleri %100 kontrol edilmemektedir. Bu durum Kuzey Kıbrıs'da da böyledir. Kontroller rastlantısal olarak yapılmaktadır. • Tarım ürünlerinin güvensiz olduğu algısı yanlış olmakla beraber Bakanlığın birtakım sıkıntıları bulunmaktadır. Yeterli sayıda uzamanın olmaması bunlardan bir tanesidir. • Organik ürünler denetleniyor. Kesinlikle üzerinde AB logosu bulunan ürünler denetlenmiş ürünlerdir. Organik ürünlerde de diğer tarım ürünlerinde olduğu gibi sertifikalı üretime geçilmelidir. • Avrupada üreticiler kayıtlıdır. İlaç satışları reçete sistemi ile gerçekleşmektedir. Kuzey Kıbrıs'da da yeni yasa ile reçete sistemine geçilecektir. Ancak önemli olan sisteme geçmektir. En önemli sorun sistemin olmaması ve mevcut yasaların da uygulanmamasıdır. • Organik üretim UNDP destekli eğitim programları ile 2004 yılında eğitimlere başlandı ve ilginin olması nedeni ile de 2005 yılında profesyonel organik üretim eğitimleri başladı. "Organik Tarım ve Yaşam Derneği" de bu eğitimlerden sonra hemen kuruldu. 2010'a kadar devam eden UNDP eğitim ve fonları 2010'dan sonra dernek tarafından yürütülüyor. Derneğe kayıtlı 32 üretici bulunmaktadır. • Organik üretim İtalyan Kuruluş olan ICEA'nın İzmir bürosu tarafından denetlenmektedir. Denetimler yılda bir kez haberli veya habersiz yapılabilmektedir. • Kuzey Kıbrıs Metropol Markette AB logolu organik ürünler satılmaktadır. AB logosu kullanılıyor çünkü henüz kendi yasamız hazır değildir. • Organik tarımda verilen eğitimler üç temel başlıkta veriliyor: 1. Genel eğitim, 2. Yetiştiricilik, 3. Mücadele • Organik ürünlerin önemini ve güvenilirliğini halka anlatmak için basında yer alıyoruz, festivallerde yer alıyoruz. • Lefkoşa Bandabuliyada organik ürünlerin satıldığı bir dükkan ve Lefkoşa'da da bir dükkan açmayı düşünüyoruz. • Sistemin izlenebilirliği sağlaması lazım. AB'nin de benimsediği tarladan sofraya izlenebilirlik Kuzey Kıbrıs'da da uygulanmalı. Şu an için sadece üretim aşaması denetleniyor. • Hal yasasının geçmesi gerekmektedir ancak bu yasanın üreticiyi dışlamaması ve sadece toptancıyı korumaması gerekmektedir. Aslında en büyük sorun mevcut yasaların uygulanmamasıdır. Önce var olan eski yasaları uygulayıp, eğer işleмиorsa değiştirmek gerekmektedir. • Başlamış olan ancak henüz başında olduğumuz üreticinin kayıt altına alınması ve izlenmesi gerekmektedir. • Tarım ürünlerinde ithalatta bitki sağlık sertifikası isteniyor. • Tarım ve Sağlık Bakanlığı arasında denetimler açısından bir yetki karmaşası bulunmaktadır. Tüm denetimin tek bir yetkili kuruma verilmesi gerekmektedir. • Etiket ve sertifika sistemine mutlaka geçilmelidir.
--	--	--

22	Kıbrıs Turizm ve Seyahat Acenteleri Birliği (KITSAB)	- Güneyin avantajlı olduğu ürünler hakkındaki düşünceler ve bu avantajın tersine çevrilmesi için yapılabilecekler - Güneyin en büyük avantajı AB üyeliği ve otoritesidir. Turistler güveniyor. Kıbrıslı Türkler Güneyi kolay erişilebilen (Uçak,vize,vs giderleri olmayan,) bir yabancı tatil ve uygun alışveriş destinasyonu olarak görüyorlar. Ayrıca birçok Kuzeylinin ,Güney de mal mülk ve eski yaşam bölgeleri oluşu da etkindir.) - Kuzeyde karar mercilerinde otorite yok. Gerekli kararlar alınamıyor, alınsa da uygulama ve denetim yetersiz. Pahalılık giderek artıyor. - Turizm ve ilgili yeme içme ve eğlence sektöründeki ucuzluk, istikrarlı fiyatlar, hizmet kalitesi Güneyin ciddi avantajıdır. - Altyapı ve iç ve dış ulaşım özellikle AB ye katılımından sonra Güney de daha da gelişmiştir. .. - Güney e Avrupadan yapılan çok ucuz uçuşlar turistler için tercih nedenidir. - Güneye ticaret kaymasının temel nedenleri hakkında düşünceler ve ticaretin Kuzey lehine çevrilmesi için yapılabilecekler - Kuzeyin hatalı politikaları Güney den gelen turisleri gerek Güney Kıbrıslı gerekse de yabancıları kaybetmemize neden oluyor. - Müzeler, Arkeolojik, Tarihi ve İnanç Turizmi Tesislerin giriş ücreti Güney e göre 3 kat a kadar daha pahalı.(Güney Lefkoşa Müze giriş 1.7 Euro, Kuzey de girişler 5 Euro) - Güney den gelen organize paket turlarına artık yemek dahil edilmiyor. (Yüksek fiyat ve istikrarsız ürün ve hizmet kalitesinden dolayı) Turistler de kısıtlı zamanlarında sadece sandvichbiskvi gibi hazır ve ucuz snekler alıyorlar. - Ben (KITSAB Başkanı) bu araştırma ve çalışmanızı sizleri tanıdığımdan dolayı takdir ediyorum ve kaliteli ve başarılı bir çalışma olacağından eminim. Ancak bu çalışmaların sonuçlarının otoriteler tarafından Kuzey Kıbrıs turizminin lehine kullanılacağına güvenemiyorum. Belki de TC deki şirketlerin Kuzey’de ve Güney’deki pazarlara daha da yayılması için kullanılacak. - Dünya daki krizler den dolayı tüketiciler ucuzu arar (Güney de bunu sağlar). - Devlet olamamanın sıkıntılarını yaşıyoruz. Doğrudan Güney e gelen Turistler Kuzeye Rumların organize ettiği günübirlik turlarla gelirken, Kuzey’den alışveriş yapmamaları, tavsiye ediliyor. Türk Tur Organizatörleri her ne kadar da bu grupların Kuzeye gelmesi için işbirliği içinde de olsalar da (yasa gereği) sessiz rehber uygulaması ile turistlerin, Kuzey ile ilgili olumlu yönlendirilmelerine.hiç katkı koyamıyorlar. - Kuzeyde alışveriş yapılmamasında etken olan düşünceler ve bu düşünceleri ortadan kaldırmak için yapılabilecekler - Pahalılık, denetimsizlik, altyapı eksikliği, askerleşmiş bölge endişeleri, AB hukunun olmayışı turistlerin temel endişeleridir. Ancak Güney e gelen AB vatandaşları Kuzeyi büyük çoğunlukla günübirlik dahi olsa ziyaret eder.Geleneksel tatlarımızı arar ve az da olsa hediyelik eşya almaya çalışır. - KITSAB üyelerini denetleyebilir, ancak Turizmle ilgili lokanta, hediyelik, Cafevs satıcıları 2003 den beri uyguladıkları aşırı pahalılık yüzünden müşterileri kaybettirdiler. KITSAB veya başka bir kurum onları da denetleyebilmeli
----	--	--

		4. Kuzeyin avantajlı olduğu ürünler ve bu avantajlar üzerine kurgulanacak muhtemel politikalar • Öncelikle, kalite ve standartlar konusunda gereken düzenlemeler ve uygulamaların yapılması gerekmektedir. • Devlet ve otoritenin oluşması gerekmektedir aksi takdirde Kuzey avantajlarını kullanamamaktadır. • Kuzey tümüyle bir turizm alanı, deniz, doğa,tarihi,inanç,ekoturizm, vs vs. Ancak bunları hoyratça kirletiyor, tüketiyor ve imaj kaybediyoruz. • Güneyden gelip konaklayanlar artık sadece kumar sonrası veya Gece Kulüpleri eğlencesi sonrası konaklayanlardır. Her ne kadar da Rum hükümeti Kuzeyi yasadışı vs ilan etse de hem Güneyliler hem diğer turistler kendi ihtiyaç ve beklentilerine cevap veren hizmetleri ve ürünleri almaktan çekinmezler. Konaklamaların azalması daha ziyade pahalılığa (kazıklanmaya) ve hizmet kalitesindeki eksikliklere tepkidir. • Maalesef giderek pahalılaşıran Ercan İstanbul uçuşları Rumların bireysel olarak kullanmayı tercih ettikleri bu uçuş hattının ilgisini azaltmaktadır. Yine de bu önemli avantajı koruyup daha fazla Güneylinin TC'ye uçuşlarını Ercan dan yapmalarını sağlamalıyız. • Ayrıca Güney'de yaşayan ve çalışan Güney Doğu Avrupalılar ve Kafkas , Karadeniz, ve TC ye komşu diğer ülke vatandaşları da giderek Ercan-TC hattını kullanıyorlar. Ercan-TC havalimanları arasındaki uçuş fiyatlarına istikrar ve ucuzluk getirilirse bu istikametteki bilet satışları artar. Özellikle birçok TC dışı uçuş noktasına hizmet verebilen THY nin Ercan- TC uçuşlarındaki aşırı fiatı ile bu olanağı engellemesi satış kayıplarına neden olmaktadır. • Ayrıca Güneyliler Ercan'ı Antalya'ya ekonomik paket turizmlerinin çekiciliğinden dolayı da tercih etmeye başladılar. Çünkü Antalya'da 1 hafta tatil Kuzey'deki tatillerden daha ekonomik ve kalitelidir . • Avrupadan Ercan üzerinden gelen turistler için konaklama gecelerine göre Turizm Acentelerine ve Otellere verilen Teşvikler, Larnaka'dan gelen KITSAB üyelerinin AB'li müşterileri için de sembolik olarak dahi (geceye 1 Euro) verilmeli.
--	--	--

EK-3: GÜNEY VE KUZEY KIBRIS FİYAT KARŞILAŞTIRMASI TABLOSU (27 Eylül 2012)

S.NO	ÜRÜN ADI	GÜNEY FİYAT (EURO)*	GÜNEY FİYAT (TL)	KUZEY FİYAT (TL)	FİYAT FARKI (GÜNEY FİYAT – KUZEY FİYAT) (%)	
1	Listerine	4,02	9,28	7,99	16,15	
2	Fa Deodorant	3,00	6,93	6,90	0,43	
3	Johnson BabyOil	3,85	8,89	12,45	-28,59	GÜNEY UCUZ
4	Pampers 4+ 38'lik	9,60	22,71	22,65	0,26	
5	Head&Sholders 750 ml	7,26	16,77	12,90	30,00	
6	Pantene 400 ml	4,75	10,88	8,50	28,00	
7	Koleston tüp boya	6,19	14,3	7,95	79,87	
8	Loreal Krem Boya	9,01	20,81	18,00	15,61	
9	Alldays 14'lü	4,08	9,4	6,35	48,03	
10	ColgateBrushActı	6,28	14,05	12,05	16,60	
11	Omo 3kg	10,03	23,17	21,90	5,80	
12	Vernel 2lt	3,25	7,50	6,90	8,70	
13	Süt 1 LT (yerli)	0,99	2,28	1,75	30,29	
14	Hellim 1 Kg	10,95	25,29	13,95	81,29	
15	Frico kırmızı top peynir	8,08	18,66	23,0	-18,87	GÜNEY UCUZ
16	Lavaşkiri	2,82	6,51	4,20	55,00	
17	Salatalık 1kg	1,59	3,67	1,80	103,89	
18	Domates 1kg	2,50	5,77	3,75	53,87	
19	Börölce 1 kg	2,60	6,00	4,10	46,34	
20	Muz	1,25	2,88	2,75	4,73	
21	Elma golden	1,80	4,15	3,45	20,29	
22	Patates 1kg	0,70	1,61	1,70	-5,29	GÜNEY UCUZ
23	Soğan 1kg	0,60	1,38	1,35	2,22	
24	Kivi	2,60	6,00	5,75	4,35	
25	HeinzBakedBeans	1,31	3,02	0,98	208,16	
26	HeinzKetchup 342gr	1,98	4,57	1,95	134,36	
27	Fasulye kuru 1kg	2,72	6,28	3,30	90,30	
28	Pirinç 800 gr	2,77	6,39	2,18	193,12	
29	Börölce kuru 1kg	2,23	5,15	5,56	-7,37	GÜNEY UCUZ
30	Mercimek 1kg	3,34	7,71	3,43	124,78	

31	Türk kahvesi	1,13	2,61	2,4	8,75	
32	Yerli un 1kg.	1,09	2,51	3,20	-21,56	GÜNEY UCUZ
33	Weetabix 215 gr	1,98	4,57	3,55	28,73	
34	Kellogs	4,10	9,47	9,95	-4,82	GÜNEY UCUZ
35	Yerli su 1.5lt.	0,55	1,27	0,70	81,43	
36	Kitkat 4'lü 45 gr.	0,45	1,04	1,30	-20,00	GÜNEY UCUZ
37	Lays fırında	1,12	2,58	2,50	3,20	
38	Snickers	0,51	1,17	1,25	-6,40	GÜNEY UCUZ
39	Nescafe Gold 100gr.	4,43	10,23	19,00	-46,16	GÜNEY UCUZ
40	Nescafe 100 gr.	3,20	7,39	11,50	-35,74	GÜNEY UCUZ
41	Zeytin Yağı 1lt	3,99	9,22	13,5	-31,70	GÜNEY UCUZ
42	Tavuk 1kg.	4,29	9,90	9,02	9,76	
43	Tavuk göğsü 1kg	10,90	25,18	18,48	36,26	
44	Twinings 25'li	2,54	5,86	3,95	48,35	
45	Trivento şarap	5,38	12,42	12,00	3,50	
46	Absolute Votka 700ml	14,56	33,17	37,5	-11,55	GÜNEY UCUZ
47	ChivasRegal 1000ml	32,47	75,00	89,75	-16,43	GÜNEY UCUZ
48	White Horse 700 ml	6,49	14,99	25,00	-40,04	GÜNEY UCUZ
49	Baileys 700 ml.	16,42	37,93	39,00	-2,74	GÜNEY UCUZ
50	RedLabel	8,99	20,76	30,00	-30,80	GÜNEY UCUZ
51	Euro Diesel	1,40	3,23	3,17	1,89	
52	Kurşunsuz benzin 95	1,39	3,21	3,14	2,23	
53	MorphyRichards ütü 2000w	39,95	92,28	129,00	-28,47	GÜNEY UCUZ
54	MorphyRichards ekmek kızartma	43,00	99,33	159,00	-37,53	GÜNEY UCUZ
55	MorphyRichardscattle	39,00	90,09	129,00	-30,16	GÜNEY UCUZ
56	MoulinexMixer	75,00	173,25	245,00	-29,29	GÜNEY UCUZ
57	Saç düzleştirici	49,95	115,38	170,00	-32,13	GÜNEY UCUZ

58	Saç düzleştirici	15,00	34,65	75,00	-53,80	GÜNEY UCUZ
59	Philips LED TV 22-32	245,00	565,99	699,00	-19,03	GÜNEY UCUZ
60	Philips CD çalar	60,00	138,6	160,00	-13,38	GÜNEY UCUZ

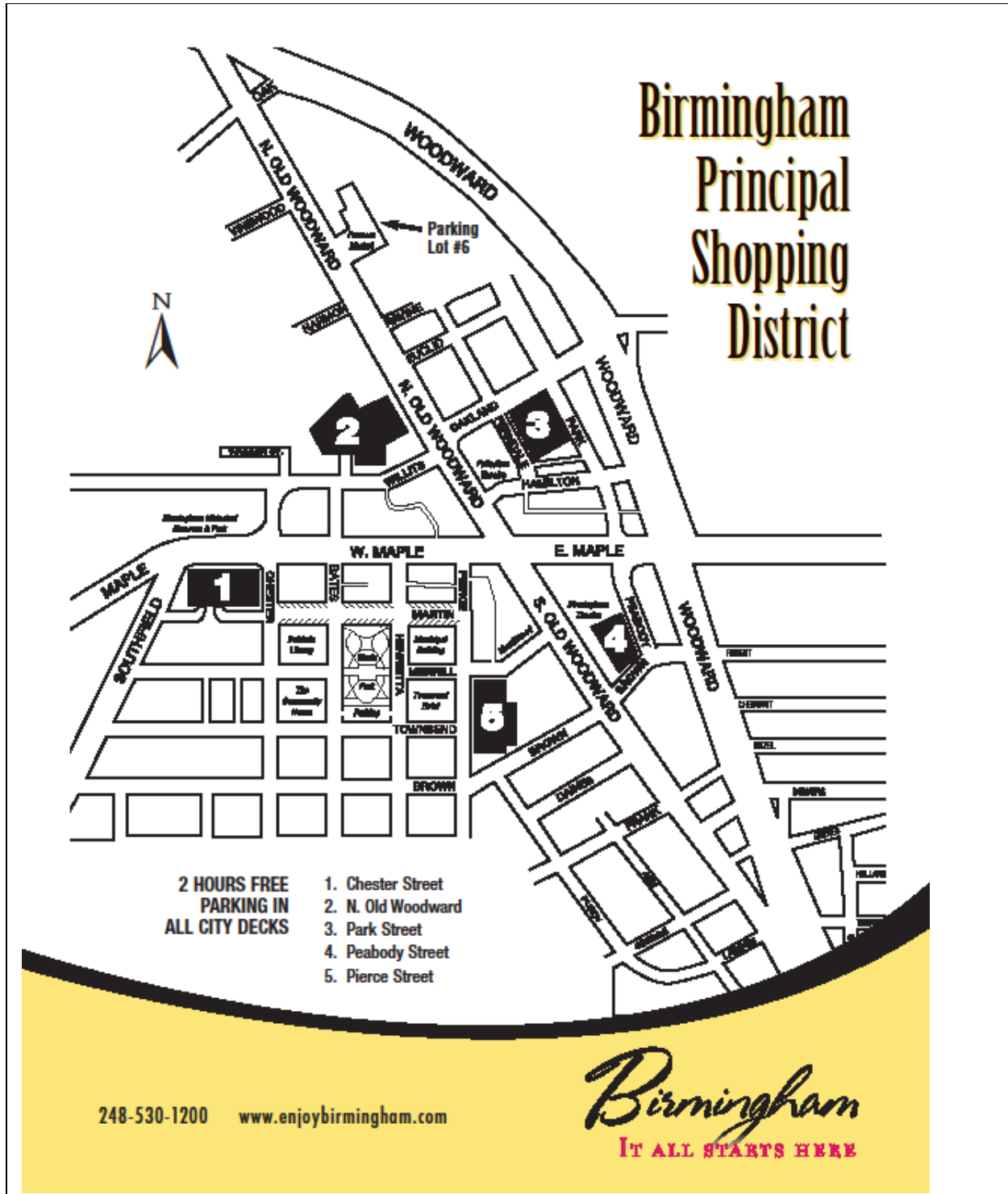
EK-4: YENİ ZELANDA NEWMARKET SEMTİ AVS PROJESİ



Kaynak: <http://www.newmarket.co.nz/>; http://www.newmarket.co.nz/uploads/downloads/newmarket_map2012.pdf

Not: Yeni Zelanda, Auckland şehrinde tükenmeye yüz tutmuş eski yaşam ve alışveriş yapısı, Newmarket semtinin AVS' ye dönüştürülmesi ile ülkede ve Asya-Pasifik te çekim merkezi halini almıştır.

EK- 5: BIRMINGHAM AVS PROJESİ



Kaynak: http://www.enjoybirmingham.com/http://www.enjoybirmingham.com/pdf/Parking_Map-rev_3-1-11.pdf

EK-6: GÜNEY KIBRIS VE KUZEY KIBRIS'DA MUKAYESELİ ÖTV=FİF YAPISI (Troika İle Varılan Mutabakat Çerçevesinde Güneyde Alınan İlave Tedbirlerle Birlikte)

Ürün Grubu	Güney Kıbrıs (ÖTV)		Kuzey Kıbrıs (FİF)
	Mevcut Durum	Son Kemer Sıkma Yasalarına Göre Durum	Mevcut Durum
Benzin	Tüm benzin türlerinden 35,9 cent/litre (≈82,57 Kuruş/litre) ÖTV alınır. Not: KDV oranı %17'dir.	13/12/2012 tarihli Yasaya göre, 1/1/2013'ten geçerli olmak üzere, litre başına ilave 0,07 € ÖTV getirilmiş, bir litre benzindeki ÖTV 42,9 cent'e (≈98,67 Kuruş) yükselmiştir. Not: KDV oranı 6/12/2012 tarihli Yasa ile 1/1/2013'ten başlayarak %18'e yükseltilmiştir.	5/10/2012-20/10/2012 tarihleri arasında uygulanan tutar: 95 oktan 82,38 Kuruş/litre, 97 oktan 84,28 Kuruş/litre FİF alınır. Not: KDV oranı %10'dur.
Euro Dizel	Euro Dizelden 33 cent/litre (≈75,9 Kuruş/litre) ÖTV alınır. Not: KDV oranı %17'dir.	13/12/2012 tarihli Yasaya göre, 1/1/2013'ten geçerli olmak üzere, litre başına ilave 0,07 € ÖTV getirilmiş, bir litre Euro Dizeldeki ÖTV 40 cent'e (≈92 Kuruş) yükselmiştir. Not: KDV oranı 6/12/2012 tarihli Yasa ile 1/1/2013'ten başlayarak %18'e yükseltilmiştir.	5/10/2012-20/10/2012 tarihleri arasında uygulanan tutar: 78,05 Kuruş/litre FİF alınır. Not: KDV oranı %10'dur.
Motorin	Motorinden 33 cent/litre (≈75,9 Kuruş/litre) ÖTV alınır. Not: GKRY'nde kırsal motorin satılmamaktadır. Not: KDV oranı %17'dir.	13/12/2012 tarihli Yasaya göre, 1/1/2013'ten geçerli olmak üzere, litre başına ilave 0,07 € ÖTV getirilmiş, bir litre Motorindeki ÖTV 40 cent'e (≈92 Kuruş) yükseltilmiştir. Not: KDV oranı 6/12/2012 tarihli Yasa ile 1/1/2013'ten başlayarak %18'e yükseltilmiştir.	5/10/2012-20/10/2012 tarihleri arasında uygulanan tutar: 60,01 Kuruş/litre FİF alınır. Not: Vergiye tabi olan toplam akaryakıt tüketiminin %43'ü motorindir. Not: KDV oranı %10'dur.
Bira	Her alkol derecesi için litre başına 0,0478 €. Örneğin, alkol derecesi %6 olan bir litre biradan (6*0,0478=) 0,2868 € (≈65,96 Kuruş) ÖTV alınır.	6/12/2012 tarihli Yasayla, biranın ÖTV'si %25,52 oranında artırılarak her alkol derecesi için litre başına 0,0478 €'dan 0,06 €'ya yükseltildi. Bu durumda alkol derecesi %6 olan birada litre başına ÖTV (6*0,06=) 0,36 €'ya (≈82,8 Kuruş'a) yükseltilmiştir.	İthal edilen biralarda: 10 litreye kadar olan ambalajlarda satılanlara litre başına 83 Kuruş, 10 litreden büyük ambalajlarda satılanlara litre başına 120 Kuruş. Yerli biralarda ambalaj büyüklüğüne bakılmaksızın litre başına 5 Kuruş.

Etil Alkol (viski, votka vb.de kullanılan) Saf etil alkolün 100 litresinden alınan ÖTV, 598,01 €'dan 956,82 €'ya yükseltildi.	29/6/2012'de ÖTV, 5,9801 €/litreden 8,97015 €/litreye çıktı. Örneğin , her ikisi de hacmen %40 etil alkol içeren bir litre Viskiden ya da Zivania adlı içkiden (8,97015*0,4=) 3,59 € (≈8,25 TL) ÖTV alınmaktadır.	6/12/2012 tarihli Yasa ile etil alkol ÖTV'si 8,97015 €/litreden 9,5682 €/litreye çıktı. Örneğin , her ikisi de hacmen %40 etil alkol içeren bir litre Viskiden ya da Zivania adlı içkiden bundan böyle (9,5682*0,4=) 3,83 € (≈8,80 TL) ÖTV alınacaktır.	Bira ve şarap dışındaki alkollü içeceklerde 5 TL/Litre
Sarmalık Tütün (1 kg başına)	120 €	ÖTV, 11/12/2010'da 34,1 €'dan 60 €'ya, 29/6/2012'de 60 €'dan 120 €'ya çıktı. Tasarının 6/12/2012'de yasalaşmasıyla 120 €'dan 150 €'ya (≈ 345 TL) çıktı.	Kasım 2012'de 70 TL'den 100 TL' ye çıktı.
Sigara (20'lik paket başına)	ÖTV=[(0,8 € maktu)+(perakende satış fiyatının %40'ı nispi)] Örneğin , bir paketinin fiyatı 4,4 €/paket olan sigaradan (0,8+1,76=) 2,56 € (≈5,89 TL) ÖTV alınıyor. Toplam ÖTV perakende satış fiyatının %58,18'ine tekabül ediyor. %14,53 KDV ile beraber oran %72,71 oluyor.	6/12/2012'de meclisten geçen Yasaya göre, paket başına ilave 0,20 € ÖTV getirilmiştir. İlave verginin maktu ÖTV'ye mi nispi ÖTV'ye mi ya da her ikisine mi eklendiği henüz öğrenilememiştir. Bu durumda bir paket sigaradaki ÖTV 2,76 € (≈6,35 TL) olmuştur.	FİF= [(3,00 TL/paket maktu)+(Perakende Satış Fiyatının %21'i nispi)] Örneğin , bir paketinin fiyatı 8 TL olan sigaradan (3,00+1,68=) 4,68 TL FİF alınıyor.

Kaynak: http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/excise_duties/index_en.htm

<http://www.cyprus-mail.com/austerity/and-just-beginning/20121207>

<http://www.turkajansikibris.net/popup.php/lang/tr/cat/258/news/116961>

<http://www.turkajansikibris.net/index.php/lang/tr/cat/258/news/105964>

<http://www.turkajansikibris.net/index.php/lang/tr/cat/258/news/66954>

İlgili KKTC Resmi Gazeteleri

Not: Hesaplamalarda 1 €=2,3 TL kuru esas alınmıştır.