



T.C. ANADOLU BİL MESLEK YÜKSEKOKULU dergisi

YIL / YEAR 5

SAYI / VOL. 17

OCAK / JANUARY 2010

künye identity



T.C ANADOLU BİL MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ

Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi üç ayda bir yayımlanır.

Bu dergide yayımlanan makalelerin telif hakları

Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu'na aittir.

Bu yayımla ilgili olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan doğan her türlü hak saklıdır.

Tanıtım için yapılacak alıntılar dışında Yüksekokulun izni olmadan çoğaltılamaz.

Bu dergide yayımlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir.

Yüksekokul bu görüşler nedeniyle herhangi bir sorumluluk kabul etmez.

Yazışma Adresi

Adnan Kahveci Bul. No: 78, 34100

Bahçelievler, İSTANBUL

Telefon: 0 212 442 61 60

Faks : 0 212 442 61 46

www.anadolu.bil.edu.tr

ISSN : 1306 - 3375

Onursal Başkan

Dr. Mustafa AYDIN

İAÜ Adına İmtiyaz Sahibi

Prof. Dr. M. Salih ÇELİKKALE

Onur Kurulu

Dr. Mustafa AYDIN

Org. (E) Necdet TİMUR

Prof. Dr. M. Salih ÇELİKKALE

Yük. Müh. Fatih AYDIN

Editör

Prof. Dr. Candan VARLIK

Editör Kurulu

Prof. Dr. Mustafa ÇIKRIKÇI

Prof. Dr. Nurbay GÜLTEKİN

Prof. Dr. Gülümser ÜNKAYA

Prof. Dr. H.Hüsnü GÜNDÜZ

Prof. Dr. Selami GÖZENÇ

Prof. Dr. Yahya Kemal YOĞURTÇU

Prof. Dr. Ali KARACA

Prof. Dr. M. Nazmi ERCAN

Prof. Dr. Tamer İNAL

Prof. Dr. Yadigar İZMİRLİ

Prof. Dr. Hikmet SAVCI

Prof. Dr. Ali GÜNEŞ

Prof. Dr. İbrahim YILGÖR

Teknik Sorumlu - Kapak Tasarımı

Öğr. Gör. Yavuz SARSILMAZ

Basım Yeri

Ekbil Matbaacılık

HAKEM KURUL LİSTESİ

Prof. Dr. M. Salih ÇELİKKALE	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Selami GÖZENÇ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Candan VARLIK	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. H. Hüsnü GÜNDÜZ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Harun AKSU	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil BOSTAN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Hayri ÜLGEN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mümin YAMANKARADENİZ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Belkıs GÜRSOY	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. İbrahim GÜNEY	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Salih GÜNEY	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. İsmail TOK	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. H. Hami ÖZ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Nevzat ONUR	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Güneri AKALIN	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Nurten GÜNAL	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Zekai ORHAN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Osman GÜRSOY	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. M. Nafiz DURU	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Yaşar SUCU	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. Günay KARAAĞAÇ	İst. Aydın Univ.
Prof. Dr. İrfan EROL	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Yetkin GÜNGÖR	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Rahmi KESKİN	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Hayati DOĞANAY	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Özkan ÖZDEN	Muğla Üniversitesi
Doç. Dr. Taçnur BAYGAR	Muğla Üniversitesi
Doç. Dr. Yaşar ONAY	İstanbul Aydın Univ.
Doç. Dr. Nuray Erkan ÖZDEN	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Nüket SİVRİ	İstanbul Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ercan ÖĞE	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Metin ZONTUL	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Yaşar CİNEMRE	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Orhan KUZU	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Nurhan TALEBİ	İst. Aydın Univ.
Yrd. Doç. Dr. Filiz AKSU	İst. Aydın Univ.
Dr. Lew NERETIN	Max Planck Institute Bremen - GERMANY
Dr. Elena DUMITRESCU	National Institute for Marine Research and Development ROMANIA
Dr. Ludmyla VICTOROVNA	Natioanal Academy of Saences UKRAINE

ÖNSÖZ

***Dr. Mustafa Aydın**

Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu'nun değerli öğretim üyeleri ile diğer üniversitelerde öğretim yapan ve daima birbirimize destek vermekte olduğumuz akademisyenlerin katkılarıyla hazırlanan dergimiz, bu yıl dördüncü yılını tamamlıyor. 2003-2004 Akademik yılından itibaren yükseköğretim hayatına başlayan meslek yüksekokulumuzun bu kısa dönem içerisinde böyle bir yayını oluşturarak başarılı bir şekilde sürdürmesinden ötürü kıvanç duyuyorum. Bu nedenle de katkısı olan tüm akademisyenlere ve öğretim görevlilerine teşekkür etmek istiyorum.

Ulusların gelişmesinde, ülkelerin kalkınmasında en önemli unsurun eğitim olduğunu biliyor ve bunu her fırsatta dile getiriyoruz. Yükseköğretim ise, "eğitim" girişimlerinin vardığı ileri aşamalardaki bir basamak olarak, yaygın eğitimin genel çerçevesinden biraz daha ötede bir anlam taşır ki, bu da bilgiyi üretmek ve paylaşmak sorumluluklarını içerir. Meslek Yüksekokulları her ne kadar bir üniversite aşamasında bulunmasalar da, mesleki eğitimi bir üniversite anlayışı ve modeliyle öğrencilerine aktaran kurumlardır. Dolayısıyla, var olan bilginin aktarılması kadar, bilginin üretilmesi gibi çok önemli bir görevi de üstlenirler.

Bu kurumda eğitim alan öğrencilerin daima bir adım önde olabilmesinin, mesleğinde yeni ufuklara bakabilmesinin ve nihayet bir öğrenci veya mezun olarak kendisinin de bilgi üretme becerileriyle donatmasının temeli ancak bu olabilir.

Anadolu BİL'in kuruluşuyla birlikte, sadece 4 yıl içinde, 12 programdan 37 programa ulaşan öğretim alanımız, sadece çeşitlenerek değil bu çeşitlilik içinde yüksek kalitede bilgi üretmek de gelişimini sürdürmektedir. İşte bu kutsal üretimin sonuçlarından bir bölümünü, bu dergi aracılığıyla sizlere ulaştırmak, bilgi paylaşımı ilkesinin de bir göstergesidir. Burada makale ve araştırmaları yayınlanan akademisyenler, bu çalışmalarını ile meslektaşlarına olduğu kadar öğrencilerine de çok farklı ilhamlar vermekteler. Bizlerin en büyük rüyalarından biri, şu anda hocalarının makalelerini okuyan öğrencilerin, bundan birkaç yıl sonra onlarla birlikte burada ortak ya da bireysel yayın yapabilecek duruma gelmeleridir. Bunu sadece akademik kariyerine devam edecek olan öğrencilerimiz için değil, mesleğe atılarak bu alanda pratik gelişmeler kaydedecek ve kendi tecrübelerini üretecek olan öğrencilerimiz için de arzu ediyoruz.

Eğitime, bilgiye ve her alanda üretime gönül vermiş meslektaşlarımı içtenlikle selamlıyor, öğrencilerimize sevgilerimi sunuyorum ve şu anda bu dergiyi elinde tutan siz değerli okuyuculara keyifli ve doyurucu bir okuma serüveni diliyorum.

***Mütevelli Heyet Başkanı**

ÜLKEMİZDE ÜNİVERSİTELEŞME

Expansion of the universities in our country

Mehmet Salih ÇELİKKALE*

Ülkemizde Üniversiteleşme olgusunda hızlı denilebilecek bir gelişme görüyoruz.1930'lu yıllarda sadece **İstanbul Üniversitesi**'ne sahip olduğumuz ülkemizde, 40'lı yıllarda iki üniversite daha kuruluyor. Bunlar 1944'de kurulan İTÜ ve 1946'da kurulan Ankara Üniversitesi'dir. Fakat, gerek İTÜ gerekse AÜ' nin çok daha eskilere giden eğitim öğretim faaliyetleri vardır. İstanbul Teknik Üniversitesi kuruluşu 1773'lü yıllara kadar uzanır. Bu tarihte kurulan Mühendishane-i Bahr-i Hümayun ve 1795'de kurulan Mühendishane-i Berri-i Hümayun, 1909'de birleşerek, Mühendis Mekteb-i Alisi adını alır ve 1944'te de **İstanbul Teknik Üniversitesi** olur. Cumhuriyetin kuruluşunu müteakip, Ankara'da kurulan Hukuk Fakültesi (1925), Ziraat Fakültesi (1930), Dil, Tarih Coğrafya Fakültesi (1937), Fen Fakültesi (1943) ve Tıp Fakültesi(1945) birleşerek 1946 yılında **Ankara Üniversitesi** kurulur. 1955'de **Karadeniz Teknik Üniversitesi** ve **Ege Üniversitesi**, 1956'da **ODTÜ** ve **Erzurum Atatürk Üniversitesi** kurulur.1970'li yıllara gelindiğinde, ülkemizde sadece 8 üniversite mevcuttur(3).

Üniversite sayısında asıl artış 1990-2000 yılları arasında 25 üniversite ve 2000-2010 arasında 41 üniversite ile olmuştur. 2010 yılı itibariyle 95 Kamu Üniversitesi kurulmuştur. Bu durum sadece Kamu Üniversiteleri yönündeki gelişmedir. Dolayısıyla 1992-2010 yılları arasındaki 18 yıllık süre içinde 66 üniversite kurulmuş ve eğitim öğretime başlamıştır. Bunun diğer bir ifadesi, yılda ortalama 3.7 Kamu Üniversitesinin kurulmasıdır(1)

Vakıf Üniversitelerinde ise, ilk üniversite 1984 yılında Ankara'da kurulan Bilkent Üniversitesi'dir. 1992 yılına kadar tek Vakıf Üniversitesi vardır. 1992 yılından 2000'e kadar 20 ve 2000'den 2010'a kadar 24 Vakıf Üniversitesi daha kurulmuştur. Dolayısıyla 18 yılda toplam 44 Vakıf Üniversitesi kurulmuştur. Diğer bir ifade ile, yılda 2.4 üniversite demektir. **Şu anda 51 Vakıf Üniversitesi kurulmuş, 14 Vakıf Üniversitesi de kuruluş işlemlerini yürütmektedir.** Büyük bir olasılıkla, 2010-2011 eğitim-öğretim yılında Vakıf Üniversitesi sayısı 70'lere yaklaşacaktır (1,2)

Ülke toplamında 200 Üniversite hedeflendiği Yükseköğretim Kurulu yetkilileri tarafından telaffuz edilmektedir(4). Bu sayı büyük ihtimalle üniversiteye her yıl başvuran öğrenciyi alabilecek kontenjana sahip olabilecek bir sayıdır. Böylece, her yıl üniversitelere başvuran öğrenciyi alacak kapasite yaratılarak, üniversiteye girmeme sorununu çözümüne yardımcı olunacaktır. Ayrıca, 1995 ile 2010 yılı arasında 10 adet vakıf Meslek Yüksekokulu da kurulmuştur(1).

Bilindiği gibi Vakıf Yükseköğretim Kurumları;

- ✓ Üniversiteler,
- ✓ İleri Teknoloji Enstitüleri,
- ✓ Meslek Yüksekokulları,

olmak üzere üç grup altında toplanırlar. Fakat bu güne kadar Yüksek Teknoloji Enstitüsü kurulmamıştır. Belki de, bu kuruluşun çok büyük bir yatırıma ihtiyaç duyması, kurulamamasının da ana nedenidir. Bilindiği gibi, İleri teknoloji Enstitüleri eğitim-öğretim ağırlıklı değil, araştırma ağırlıklıdır.(2)

Üniversite kurulması bir ülkenin eğitim, öğretim ve kültür seviyesinin yükselmesinde ana etkenlerden biridir. Bulduğu yöreye ışık tutar, sorunların çözümüne yol gösterir, çeşitli konularda danışmanlık görevi yapar. Yapılan araştırmalarla iş dünyasının yönlendirilmesinde önemli rol oynar. Ancak, bu görevleri yapabilmesi veya arzu edilen bir şekilde yapılabilmesi için akademik ve fiziki alt yapısını tamamlaması gerekir. Çünkü, bir üniversite üç ayak üzerine oturur.

Bunlar;

* Prof. Dr. Mehmet Salih ÇELİKKALE *İstanbul Aydın Üniversitesi Rektörü*

- Fiziki Alt Yapı,
- Akademik ve İdari Personel,
- Eğitim ve Öğretim Stratejisi'dir,

Alt yapı olmadan arzu edilen bir yükseköğretimin yürütülmesi mümkün değildir. Alt yapı sadece sınıf, amfi, salon değildir. Atölyeler, laboratuvarlar; araştırma merkezleri, üretim üniteleri yayın merkezleri v.b.birimlerin hepsini içine alır. Sadece sıraları içeren sınıflarda ve tahta başında öğretilen bilgiler çok çabuk unutulmaya mahkûmdur. Sosyal dallarda bile, teorik bilgilerin uygulanırlığı yönünde yöntemler geliştirilmeli, iş dünyası ile ilişkilendirilmelidir. Alınan teorik bilgilerin uygulamaları bizzat yerinde yapılmalıdır. Teknik öğretim ise laboratuvar, atölye, stüdyolara ihtiyaç duyar. Onlar olmadan kesinlikle bu eğitim öğretim yürütülemez.

Alt yapının değerlendirilmesi, öğretimde ürüne dönüştürülmesi, güçlü akademik kadroyla mümkündür. Bütün bu faaliyetleri yürütecek olan, konularında yetişmiş bilim adamlarıdır. Bilim adamı sadece belli konuları bilen değil, bilgilerini ürüne dönüştürebilme becerisine de sahip olanlardır. Bu nedenle, üniversiteleşmenin asal unsuru bilim adamı yetiştirmek veya yeterli sayıda bilim adamına sahip olmaktır. Kanımca ülkemizdeki bu hızlı üniversiteleşmenin en eksik yönü, yeterince bilim adamına sahip olamamaktır. Çünkü, bir bilim adamının yetişmesi için belli bir süreye ihtiyaç vardır. Her şeyden önce, hızlı üniversiteleşmeye ayak uyduracak sayıda bilim adamı yetiştirmek için bilim adamlarının çalışma koşullarını cazip hale getirmek gerekir. Bilim adamı olmak için bir yarış gerekir. Bu yarışın içinde olacak insanlarda bu konuya yatkın genetik yetenek olmalıdır. Ben bilim adamı olacağım diyenden bilim adamı olmaz. Köklü bir donanım, çalışmaktan zevk almak, bilgiyi elde etmek için hırs ve arzu gerekir. Bilim adamlığı bir memuriyet veya belli mesai saatleri arasında yapılan bir faaliyet değildir. Bu bir inançtır, yarıştır. İnanç, konan hedefe ulaşmak için bütün imkanları seferber etmek ve özverili olmak, başarmayı ana hedef belirlemektir. Yarış ise, geçmişten elde edilen bilgileri gelişen teknoloji ile pekiştirmek, gelişen teknolojiye en erken ulaşma gayretidir. Bu iki özelliği taşıyan, yetenekli insanların, genç nesillerin bu sahaya aktarılması, hızlı üniversiteleşmeyi anlamlı kılabılır. Aksi halde üniversiteleşme kavramının içi boş kalır.

Bir taraftan yurt içindeki imkanlar zorlanarak eleman yetiştirme gayreti sürdürülmeli, diğer taraftan farklı kanallarla, yurt dışında yetişmiş insanlarımızı ülke üniversitelerine kazandırmak veya uzun yıllar yurt dışı üniversitelerde görev yapmış vatandaşlarımızı ülkeye davet ederek deneyimlerinden yararlanma yoluna gitmeliyiz. Çünkü, bilim adamının emekliliği olmaz, bilim adamlarından sağlıklı oldukları sürece tüm hayatları boyunca yararlanmak gerekir. Çünkü bilim, uzun soluklu uğraş sonucu elde edilen pahalı ve kıymetli bir üründür.

Kurulan bir üniversite; bir taraftan alt yapısını tamamlarken, diğer yandan akademik kadrosunu oluştururken, hedeflerini de belirlemek zorundadır. Stratejilerini gerçekleştirmek için çalışmalarını sürdürmelidir. Ana hedefi, kaliteyi yakalamak, kendi farkındalığını ortaya koymak olmalıdır. Özellikle Vakıf Üniversitelerinde bu farkındalık, hem öğrenci tercihi, hem öğretim elemanı kazanımında en üst düzeye ulaştırılmalıdır. Çünkü; öğretim elemanlarının başarısı, kazandıkları aidiyet duygusu, çalışma performansı ve çalışmalarına duyduğu sempatisi ile yakından ilgilidir. Öğrencinin tercihindeki ana etken bu ortamın sağlanması, başarısı ise okuduğu kuruma güveni, daha önceki mezunların iş dünyasındaki başarıları ile yakın ilişkilidir. Bütün bu artıların oluşturacağı bileşke üniversitelerin ana göstergesidir. Bu bileşkenin amaçları hedeflenen noktanın en yakınına ulaşması, çalışmaların ana iskeletini oluşturmaktır. Ülke olarak, elbetteki, seçkin bir yüksek öğretim politikamız olmalıdır. Çünkü, başarıda yarış yalnız ülke içinde değil, ülkelerarası platformda da söz konusudur. Türkiye Üniversiteleri; sadece ülke sınırları içinde değil, dünyada başarılı çalışmalar yapacak mezunlar vermek zorundadır ve hedef de bu olmalıdır.

KAYNAKLAR

- (1): Akça, Y.ve L.A. Aktükün.2010. Yükseköğretim Bilgi Bankası Tor Ofset, İstanbul.
- (2): Günay, D. 2010. Vakıf Üniversitelerine Genel Bir Bakış (14 Mayıs 2010) (Gaziantep Üniversitesi).
- (3): Gürüz, K.2003. Dünyada ve Türkiye’de Yükseköğretim, ÖSYM Yayınları 2003-2004/Ankara.
- (4): Özcan, Y.Z. 2010. Türkiye’de Yüksek Öğretim. Televizyon Programı, İstanbul Aydın Üniversitesi.

Ham petrol fiyatlarının ANFIS ile tahmini

Oğuz KAYNAR¹, Metin ZONTUL², Ferhan DEMİRKOPARAN³

Özet

Ekonomik kalkınmanın temel ağırlıklı girdisini oluşturan ve halen dünyadaki en önemli enerji kaynağı olma özelliğini koruyan petrol, doğrudan ya da dolaylı olarak tüm sektörleri etkilemektedir. Bu nedenle petrol piyasasında ve dolayısıyla fiyatında ortaya çıkan değişiklikler, oluşturdukları zincirleme reaksiyonlar aracılığı ile hem ülke, hem de dünya ekonomisi üzerinde çeşitli etkiler yaratmaktadır. Karmaşık dinamiklerinden dolayı, oldukça değişken ve etkileşimli bir yapıya sahip petrol piyasasında geleceğe yönelik etkili planlar yapmak için doğru ve güvenilir tahminlere gereksinim vardır. Bu çalışmada orta ve uzun vadeli petrol fiyatlarını tahmin etmek amacıyla bulanık çıkarım sistemleriyle yapay sinir ağlarının birleşiminden oluşan ANFIS (Adaptive Neuro Fuzzy Inference System) kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler : ANFIS, Ham Petrol, Tahmin

Crude oil price forecasting by using ANFIS

Abstract

Oil which is basic input of economic development and resumes to be the most important source of energy in the world, affects all sectors directly or indirectly. Consequently, the changes on petrol industry, and thus, on petrol prices create various effects on both country and world economy by means of chaining reactions turning up. For making affective plans for the future about petrol industry which has a considerably unsteady and interactive structure because of its complex dynamics, straight and confidential predictions are needed. So, ANFIS (Adaptive Neuro Fuzzy Inference System) which consists of integration of fuzzy inference systems and artificial neural networks is used to predict crude oil prices in middle and long term in this study.

Keywords : ANFIS, Crude oil, Forecasting

¹ Yard. Doç. Dr. Oğuz Kaynar, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas, Türkiye

² Yard. Doç. Dr. Metin Zontul, Yazılım Mühendisliği Bölümü, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, Türkiye

³ Arş. Gör. Ferhan Demirkoparan, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas, Türkiye
okaynar@cumhuriyet.edu.tr, metinzontul@aydin.edu.tr, fdemirkoparan@cumhuriyet.edu.tr

Giriş

Ham petrol; doğal gaz ile birlikte temel küresel enerji tüketiminin üçte ikisini karşılamasıyla, günlük 80 milyon varilli aşan talebi ve küresel arzıyla dünya ekonomisinin en kritik ticari mallarından biridir (Naseri, 2007). Dünya ekonomileri ekonomik kalkınmanın en temel ağırlıklı girdisi olan bu ürüne gün geçtikçe daha fazla gereksinim duymaktadır (Uğurlu, 2009). Enerjiye duyulan ihtiyacın artması petrolün ticari ve ekonomik dengeleri değiştirebilen stratejik bir araca, petrolü kendi coğrafyasında bulduran ülke ve bölgelerin ise, bu stratejik aracın stratejik rekabet alanlarına dönüşmesine neden olmuştur. 20. yüzyılın başından itibaren petrol, dünya ekonomi ve siyasetine damgasını vurmuş ve küresel ölçekte petrol stratejilerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Aklin, 2008).

Küresel rekabet alanı içerisinde, öncelikle ülkeler ve ülkeler içerisinde hükümetler, petrol ve diğer enerji kaynaklarının geleceği konusunda, başta ekonomik olmak üzere siyasi, askeri ve toplumsal açıdan değerlendirmeler yaparak hedefler koymaktadırlar. Özellikle petrolün gelecek enerji stratejileri ve politikalarında önemli bir rol oynaması neticesinde hükümetler, ideolojileri ve kesin ekonomik tercihlerine bakmaksızın geniş perspektifte değerlendirmeler yapmayı amaç edinmektedirler. Uyguladıkları politikalar kapsamında; küresel rekabet alanında uzlaşsı olsun ya da olmasın, enerji piyasası lideri durumundaki ham petrolün dünya piyasasındaki yerine ve fiyatlarına öncelik vermekte ve buna göre stratejilerini ortaya koymaktadırlar (Aklin, 2008). Bu bakımdan ham petrol fiyatları, hükümetler için olduğu kadar sektördeki karar vericiler ve planlayıcılar tarafından da güvenilir tahminlere ihtiyaç duyulan, küresel olarak oldukça önemli bir değişkendir (Kaboudan, 2001). Çünkü ham petrol fiyatındaki keskin yükselişler, petrol ithal eden ülkelerin enflasyon ve ekonomik büyümelerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu gibi değişikliklere etkili bir şekilde yanıt verebilmek için güvenilir, kısa ve uzun dönemli ham petrol fiyatı tahminleri gerekmektedir (Abosedra, 2004). Temel mekanizmaları ve yönetim prensiplerinin karmaşık dinamikleri tam olarak anlaşılabilen, oldukça değişken ve etkileşimli bir piyasa olan petrol piyasasında (Bernabea, 2004) fiyat tahminleri arz ve talebin kestiriminde (Kaboudan, 2001) ve fiyat dalgalanmalarının negatif etkilerini bertaraf etmede kullanılmaktadır (Kulkarni, 2009).

Petrol fiyatlarının tahminine ilişkin literatür incelendiğinde çok farklı çalışmalara rastlanmaktadır. Alexandridis ve Livanis (Alexandridis, 2008) açıklayıcı değişken olarak geçmiş petrol fiyatları, petrol üretici fiyat endeksi ve dünya ham petrol üretimini kullandıkları çalışmalarında, Wavelet Neural Network ile bir, üç ve altı aylık geleceğe yönelik ham petrol fiyat tahmini yapmışlardır. Amin-Naseri ve Gharacheh (Naseri, 2007) ise çalışmalarında ileri beslemeli yapay sinir ağları (YSA), genetik algoritma ve k-means kümeleme yöntemlerinden oluşan hibrit bir model önermişler ve önerdikleri modeli Amerikan Enerji İstatistik Ofisinin (EIA, Energy Information Administration) ekonometrik modeli ve literatürden üç YSA modeli ile karşılaştırmışlardır. Değerlendirmeleri sonucunda önerdikleri modelin bahsedilen modellerden daha iyi performans gösterdiğini belirtmişlerdir. Harrald ve Kamstra (Harrald, 1997) evrimsel programlama deneyimlerinden yararlandıkları çalışmalarında finansal tahminleri birleştirmek için bir yapay sinir ağı geliştirmişlerdir. Pan vd. (Pan, 2009) çoklu pazar dinamiklerinden yararlanarak ham petrol fiyatlarının kısa dönem eğilimlerinin günlük tahminini yaptıkları çalışmalarında 4 farklı yapay sinir ağı modeli tasarlamış ve geçmiş verilerle test etmişlerdir. Ghaffari ve Zare (Ghaffari, 2009) esnek hesaplama teknikleri kullanarak geliştirdikleri metod ile WTI'nin (West Texas Intermediate) ham petrol fiyatlarının günlük değişimlerini tahmin etmiş, tahmin edilen değer ile gerçek değeri karşılaştırarak aradaki farkı öğrenme algoritmasını aktive etmek için kullanmışlardır. Fernandez (Fernandez, 2007) ham petrol ve doğal gaz fiyatlarını günlük olarak tahmin ettiği çalışmasında YSA, support vector machines (SVM) ve ARIMA modellerini karşılaştırmıştır. 2-4 gün gibi kısa vadede

ARIMA'nın, 10-20 gün gibi uzun vadeli tahminlerde ise diğer iki metodun daha iyi performans gösterdiğini, YSA ve SVM'nin lineer kombinasyonunun ise modellerin tek tek gösterdiği performanstan daha iyi olduğunu belirtmişlerdir. Kulkarni ve Haidar (Kulkarni, 2009) ham petrol fiyatı tahmin modellemesi için çok katmanlı ileri beslemeli yapay sinir ağı önermişler ve 13 dönemlik dinamik YSA ile kısa dönemli tahminin en uygun model olduğunu belirtmişlerdir. Xie vd. (Xie, 2006) ham petrol fiyat tahmini yaptıkları çalışmalarında SVM tabanlı yeni bir model önermiş, bu modeli ARIMA ve BPNN modelleri ile karşılaştırarak önerdikleri modelin daha iyi performans gösterdiğini belirtmişlerdir.

Bu çalışmada ise ham petrol fiyatlarını tahmin etmek amacıyla uyarlamalı ağ bulanık sistemleri (Adaptive Neuro Inference System ANFIS) kullanılmıştır. İlk olarak Jang (Jang,1993) tarafından önerilen ANFIS, bulanık sistemlerle yapay sinir ağlarının birleşiminden oluşan tümleşik bir sistemdir. Bulanık sistemler uzman görüş ve deneyimlerini sözel ifadeler yardımıyla sisteme aktarırken, yapısı gereği hem doğrusal hem de doğrusal olmayan ilişkileri modelleyebilen YSA, öğrenme özelliği sayesinde veriden hareketle birçok değişik formdaki fonksiyonel yapıyı başarıyla modelleyebilmekte ve herhangi bir formdaki fonksiyona belirli bir doğrulukta yakınsayabilmektedir (Cybenko,1989) (Hornik,1989) (Hornik,1991). Her iki yöntemin avantajlarını birleştiren ANFIS, son yıllarda tahmin, sınıflandırma, kontrol, zaman serileri analizi gibi bir çok alanda başarıyla kullanılmaktadır.

Çalışmamızda haftalık ve aylık ham petrol fiyatlarını içeren zaman serileri kullanılmıştır. Her iki veri seti için de ANFIS kullanılarak tahmin modelleri oluşturulmuş ve bu modeller yardımıyla orta ve uzun vadeli ham petrol fiyatları tahmin edilmiştir. Oluşturulan modellerin performansını kıyaslamak amacıyla ortalama mutlak yüzde hata (MAPE, Mean Absolute Percentage Error) performans kriteri kullanılmıştır. Bir çok performans ölçütü tanımlanmasına karşın MAPE'nin tercih edilmesinin nedeni, veri setinin ölçek büyüklüğünden bağımsız olarak 0-100 aralığında kolayca karşılaştırılabilir küçük değerler üretmesidir (Chen,2009). MAPE değeri ne kadar küçük olursa elde edilen tahmin değerleri gerçek değerlere o oranda yaklaşacaktır. MAPE değeri aşağıda verilen eşitlik yardımıyla hesaplanır.

$$MAPE = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \left| \frac{d_i - \hat{y}_i}{d_i} \right| \times 100 \quad (1)$$

d_i , i . örneğe ait gerçek değeri gösterirken; \hat{y}_i , i . örneğe ilişkin tahmin değerini göstermektedir.

Uyarlamalı ağ bulanık çıkarım sistemleri

Genel olarak bulanık çıkarım sistemleri, bulanık kuralların oluşturduğu kural tabanı, üyelik derecelerinin belirlenmesinde kullanılan veri tabanı ve kurallara bağlı olarak sonuçların üretilmesini sağlayan çıkarım birimlerinden oluşmaktadır (Fırat, 2007). Bulanık sistemlerde işleyiş 4 aşamada gerçekleşir. İlk olarak giriş değişkenlerine ilişkin üyelik fonksiyonlarının belirlenmesi ve giriş değişkenlerinin bulanıklaştırılması sağlanır. İkinci aşamada giriş ile çıkış arasındaki ilişkileri ortaya koyan kurallar belirlenir. Üçüncü aşamada bu kurallar yardımıyla çıkış karakteristiklerinin belirlenmesi sağlanır. Son aşama ise çıkışın belirlenmesi aşamasıdır. Bulanık sistemler eğer-ise kuralları yardımıyla giriş ve çıkış uzayını belirli bölgelere ayırarak giriş uzayını çıkış uzayına lineer olmayan şekilde haritalar. Giriş uzayının bölümlenmesi, eğer-ise kurallarının öncül kısmında kullanılan üyelik fonksiyonları yardımıyla gerçekleştirilirken çıkış uzayının bölümlenmesi işlemi çıkış üyelik fonksiyonları yardımıyla gerçekleştirilir (Nayak, 2004). Giriş üyelik fonksiyonunun

şeklini belirleyen üyelik fonksiyonlarına ait parametreler öncül parametreler, çıkış uzayının belirlenmesini sağlayan parametreler ise soncul parametreler olarak adlandırılır. Bulanık çıkarım sistemlerinin temel problemi üyelik fonksiyonlarını oluşturan parametrelerin belirlenmesi ve kuralların oluşturulması aşamasında genel bir yaklaşımın olmaması ve uzman kişilerin bu parametreleri belirlerken birçok deneme yapmasını zorunlu kılmasıdır. Bulanık sistem tasarımı için giriş ve çıkış üyelik fonksiyonlarına ait bu parametrelerin doğru bir şekilde belirlenmesi sistemin performansı açısından son derece önemlidir. Diğer yandan yapay sinir ağları, girişle çıkış arasındaki ilişkiyi veri setinden öğrenerek kendisini adapte etme yeteneğine sahiptir. Bulanık çıkarım sistemleriyle yapay sinir ağlarını birleştirmedeki ana düşünce bulanık sistemlerin bilgiyi anlaşılır bir şekilde sunma özelliği ile yapay sinir ağlarının öğrenme özelliğini kullanarak parametreleri optimize edecek şekilde yeni bir sistem geliştirmektir. Böylelikle bulanık sistemlerdeki üyelik fonksiyonlarına ilişkin parametreleri belirleyecek ve eğer-ise kurallarını otomatik olarak oluşturacak bir yapının ortaya çıkarılması sağlanmaktadır (Yurdusev, 2009).

Bulanık mantık uygulamalarında genellikle Mamdani (Mamdani, 1975) ve Sugeno (Takagi, 1985) bulanık çıkarım mekanizması kullanılmaktadır. İki çıkarım mekanizması arasındaki temel fark eğer-ise kurallarının soncul parametrelerinden kaynaklanmaktadır. Mamdani bulanık sisteminde eğer-ise kurallarının sonucu bir bulanık küme iken Sugeno tip bulanık çıkarım sisteminde sonuç ifadesi ya sabit bir değer ya da giriş değişkenlerinin fonksiyonudur. Eğer-ise kuralının sonuç ifadesi sabit bir değer ise bu tip sistemler sıfıncı dereceden Sugeno bulanık sistemler olarak adlandırılır, sonuç ifadesi giriş değişkenlerinin lineer bir fonksiyonu şeklindeyse birinci dereceden Sugeno bulanık sistemler olarak tanımlanır (Jang, 1997). Birinci dereceden iki girişli bir Sugeno bulanık çıkarım sistemi için eğer-ise kuralı aşağıdaki şekilde verilir.

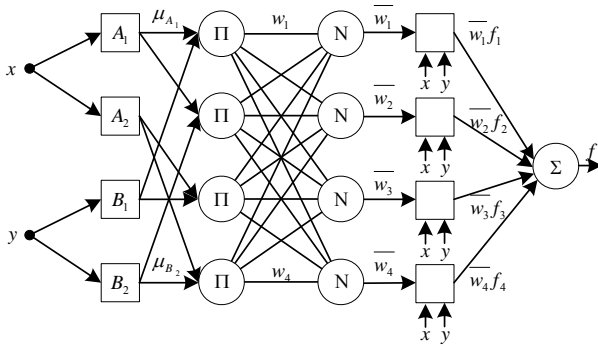
$$\text{If } x \text{ is } A_i \text{ and } y \text{ is } B_i \text{ then } f_i = p_i x + q_i y + r_i \quad (2)$$

A_i ve B_i giriş değişkenlerine ilişkin dilsel ifadeleri, p_i , q_i ve r_i ise kurala ilişkin soncul parametreleri göstermektedir. Şekil 1'den de görüleceği üzere ANFIS yapısı 5 katmanlı bir mimariye sahiptir.

Katmanlarda farklı şekillere sahip düğümler değişik işlevlere sahip fonksiyonları içerir. Kare şeklinde gösterilen düğümler adaptif düğümler olarak adlandırılır ve düğümlere ait parametreler ağın eğitimi sırasında ayarlanır (Ying, 2008). Daire şeklinde gösterilen düğümler ise sabit düğümlerdir. Her bir katmandaki fonksiyonların işlevi aşağıda açıklanmıştır:

Katman1(Giriş katmanı): Bu katmanda yer alan düğümler ayarlanabilen düğümlerdir ve bu düğümlerde giriş değişkenlerine ait bulanık kümelerle ilişkin üyelik fonksiyonları yer almaktadır. Bu düğümlerin çıkışı, ilgili üyelik fonksiyonunun derecesini göstermektedir ve eşitlik 3' teki şekilde verilir.

$$\begin{aligned} O_{1,i} &= \mu_{A_i}(x) \quad i = 1, 2 \\ O_{1,i} &= \mu_{B_{i-2}}(y) \quad i = 3, 4 \end{aligned} \quad (3)$$



Şekil 1. Anfis Mimarisi

x , y değerleri i . düğüme ilişkin giriş değerlerini A_i ve B_i sözel olarak ifade edilen bulanık kümeleri, μ_{A_i} ve μ_{B_i} değerleri ise bu kümelere ait üyelik fonksiyonlarının derecelerini göstermektedir. Üyelik fonksiyonu olarak literatürde trapez, üçgen, genelleştirilmiş-bell, ve gauss fonksiyonları önerilmiştir. Bunlar arasında en yaygın olanı ve çalışmamızda da kullanılan genelleştirilmiş-bell fonksiyonu eşitlik 4'te verilmiştir.

$$\mu(x) = \frac{1}{1 + \left(\frac{x - c_i}{a_i} \right)^{2b_i}} \quad (4)$$

$\{a_i, b_i, c_i\}$ bu üyelik fonksiyonun şeklini belirleyen parametrelerdir ve öncül parametreler olarak adlandırılırlar. c_i parametresi bell fonksiyonunun merkezini, a_i değeri fonksiyonun genişlik değerini, b_i ise fonksiyona ilişkin düzeltme faktörünü belirler.

Katman2 (Kural katmanı): Π ile etiketlenen bu katmandaki düğümlerin tamamı sabit düğümlerdir. İlgili kuralın öncül kısmına ait üyelik fonksiyonlarına T-norm (AND yada çarpım operatörü) operatörünün uygulanması sonucunda ilgili düğümün çıkışı hesaplanır. Böylelikle her bir kuralın çıkış fonksiyonunun şeklini belirlemedeki etkisi elde edilir ve bu değer ilgili kuralın tetikleme ya da ateşleme ağırlığı (Firing strength) olarak adlandırılır. Bu katmanın çıkışları bir önceki katmandan elde edilen üyelik derecelerinin çarpımı şeklinde hesaplanır.

$$O_{2,i} = w_i = \mu_{A_j}(x) \times \mu_{B_j}(y) \quad (5)$$

$$i = 1, \dots, 4; j = 1, 2$$

Katman3 (Normalizasyon katmanı): Bu katmanda yer alan her bir düğüm N ile etiketlenmiş sabit bir düğümdür. i . düğümün çıkışı, i . kuralın tetikleme ağırlığının tüm kuralların tetikleme ağırlıklarının toplamına oranı şeklinde hesaplanır. Bu katmanın çıkışları, normalize edilmiş tetikleme ağırlıkları olarak adlandırılırlar.

$$O_{3,i} = \bar{w}_i = \frac{w_i}{\sum_{k=1}^4 w_k} \quad i = 1, \dots, 4 \quad (6)$$

Ham petrol fiyatlarının ANFIS ile tahmini

Katman4(Sonuç katmanı): Bu katmandaki her bir düğüm, her bir kuralın toplam çıkış fonksiyonu üzerindeki etkisini belirler ve aşağıda verildiği şekilde hesaplanır.

$$O_{4,i} = \overline{w}_i f_i = \overline{w}_i (p_i + q_i + r_i) \quad i = 1, \dots, 4 \quad (7)$$

\overline{w}_i bir önceki katmanın çıkışını ifade ederken $\{p_i, q_i, r_i\}$ ise i . kurala ilişkin ayarlanabilen soncul parametreleri göstermektedir. Aynı zamanda bu parametreler Sugeno bulanık çıkarım sitemindeki lineer fonksiyonun katsayıları olarak da bilinir.

Katman5(Çıkış katmanı): Σ ile simgelenen bu katman tek düğümüne sahiptir ve bu düğüm kendisine gelen tüm sinyallerin toplamını alarak sistemin toplam çıkışını hesaplar.

$$O_{5,i} = \sum_{i=1}^4 \overline{w}_i f_i = \frac{\sum_{i=1}^4 w_i f_i}{\sum_{i=1}^4 w_i} \quad (8)$$

ANFIS ağının eğitimi, tek başına gradyent eğim azalım algoritması ya da en küçük hata kareler yöntemi ile gradyent eğim azalım algoritmasının birleşiminden oluşan tümleşik eğitim algoritması yardımıyla gerçekleştirilir. Gradyent eğim azalım algoritması tek başına tüm parametreleri belirlemek için kullanılabilir fakat eğitim süresinin uzun olması ve bölgesel minimumlara takılma riski nedeniyle ağın eğitiminde genellikle Jang tarafından önerilen iki aşamalı tümleşik (hybrid) eğitim algoritması kullanılır. Hybrid eğitim algoritması ileri ve geri yönde olmak üzere iki aşamadan oluşur. Eğitimin başında üyelik fonksiyonları tanımlanarak öncül parametrelerin ilk değerleri belirlenir. Eğitim algoritmasının ileri doğru olan geçişinde bu öncül parametreler (a_i, b_i, c_i) sabit tutularak dördüncü katmana kadar her bir katmanın çıkışı hesaplanır. Ardından (p_i, q_i, r_i) soncul parametreleri en küçük hata kareler yöntemiyle elde edilir. Öncül parametreler belirli bir sabit değerde iken sistemin genel çıkışı soncul parametrelerin doğrusal birleşimi şeklinde yazılabilir.

$$\begin{aligned} f_{out} &= \sum_{i=1}^n \overline{w}_i f_i = \overline{w}_1 f_1 + \overline{w}_2 f_2 + \overline{w}_3 f_3 + \overline{w}_4 f_4 \quad (9) \\ &= (\overline{w}_1 x) p_1 + (\overline{w}_1 y) q_1 + w_1 r_1 + (\overline{w}_2 x) p_2 + (\overline{w}_2 y) q_2 + w_2 r_2 \\ &+ (\overline{w}_3 x) p_3 + (\overline{w}_3 y) q_3 + w_3 r_3 + (\overline{w}_4 x) p_4 + (\overline{w}_4 y) q_4 + w_4 r_4 \end{aligned}$$

n adet örnek içeren eğitim veri seti için, bilinen (x_i, y_i) değerleri giriş örneklerini, d_i ise bu giriş değerlerine karşılık ilgili çıkış değerini gösterebilir. Öncül parametreler bilindiğinden sistemin çıkışı f , soncul parametreler yardımıyla matris formunda lineer denklem sistemi olarak ifade edilir.

$$f = B\theta \quad (10)$$

Eşitlikte θ soncul parametreleri içeren bilinmeyenler matrisini, B ise bilinen katsayılar matrisini göstermektedir. Eğer B matrisinin tersi alınabiliyorsa en küçük kareler hata tahmincisi θ^* aşağıda verilen şekilde hesaplanır.

$$\theta^* = B^{-1} f \quad (11)$$

B matrisinin tersinin alınmadığı durumda ise θ^* değerini bulmak için yalancı tersleme (pseudo-inverse) yönteminden faydalanılır.

$$\theta^* = (B^T B)^{-1} B^T f \quad (12)$$

Soncul parametreler belirlendikten sonra eldeki eğitim verisi için sistemin toplam hatası eşitlik 13 yardımıyla hesaplanır.

$$E = \sum_{i=1}^n E_i = \sum_{i=1}^n (d_i - f_{out_i})^2 \quad (13)$$

E_i , ağa sunulan i . giriş için sistemin hatasını, d_i , i . giriş değeri için arzu edilen çıkış değerini, f_{out_i} i . giriş için sistemin hesapladığı çıkış değerini, E ise tüm girdiler için sistemin toplam hatasını göstermektedir.

Hybrid öğrenme algoritmasının geriye doğru geçişinde ise sonuç parametreleri sabitlenerek her bir düğüm için hata değişim oranı $\partial E_i / \partial O_i$ hesaplanır. Zincir kuralı uygulanarak, sistemde herhangi bir öncül parametreyi simgeleyen α değişkenine göre toplam hata değişimi aşağıda verilen şekilde hesaplanır.

$$\frac{\partial E}{\partial \alpha} = \sum_{i=1}^n \frac{\partial E}{\partial \alpha} = \sum_{i=1}^n \sum_{O \in S} \frac{\partial E}{\partial \tilde{O}} \frac{\partial \tilde{O}}{\partial \alpha} \quad (14)$$

Eşitlikte α , herhangi bir öncül parametreyi, S , çıkışı α 'ya bağlı olarak değişen düğümlerin kümesini, \tilde{O} ise bu küme içerisinde yer alan herhangi bir düğümün çıkışını göstermektedir. Daha sonra öncül parametreler aşağıdaki eşitlikler yardımıyla güncellenir.

$$\Delta \alpha = -\eta \frac{\partial E}{\partial \alpha} \quad (15)$$

$$\alpha_{yeni} = \alpha_{eski} + \Delta \alpha$$

η öğrenme oranını, $\Delta \alpha$ ise α değişkenine ait değişim miktarını göstermektedir. parametrelerin optimum şekilde ayarlanmasını sağlayan eğitim işlemi, sistemin toplam hatası belirli bir değerin altında kalıncaya kadar ya da verilen iterasyon sayısına ulaşıncaya kadar devam eder. Hybrid öğrenme algoritması için detaylı bilgiler Jang (Jang,1997) dan elde edilebilir.

Ham petrol fiyatlarının ANFIS ile tahmini

Uygulama ve sonuçlar

Çalışmada Amerikan Enerji İstatistik Ofisi'nin yayınladığı Ocak 1986 ve Nisan 2009 tarihleri arasındaki haftalık ve aylık WTI ham petrol fiyatlarına ilişkin zaman serileri kullanılmış ve uygulamalar Matlab Fuzzy Toolbox modülü yardımıyla hazırlanan bir yazılımla gerçekleştirilmiştir.

ANFIS'in zaman serisi modellemesinde kullanılabilmesi için en kritik soru modelin giriş değişkenlerinin nasıl belirleneceğidir. Çünkü serinin t zamandaki değerinin geçmiş kaç gözlem değerinden etkilendiğinin belirlenmesi gerekmektedir. Çıkış değerinin, hangi giriş değerlerinden etkilendiğini belirlemek için genel bir yaklaşım bulunmamaktadır. Zhang bu değer deneme yanılma yoluyla belirlenebileceğini belirtmiştir (Zhang vd. 1998). Çıkış değeri (y_t) ile geçmiş N gözlem değerinden oluşan girişler ($y_{t-1}, y_{t-2}, \dots, y_{t-N}$) arasındaki ilişki eşitlik 16'da verilmiştir.

$$y_t = f(y_{t-1}, y_{t-2}, \dots, y_{t-N}) \quad (16)$$

Bu amaçla çalışmamızda her iki veri seti içinde farklı giriş değişkenlerine sahip modeller oluşturulmuştur. Bu modeller içerisinde eğitim veri seti için en küçük ortalama hata kare değerine sahip modeller, en iyi modeller olarak belirlenmiştir.

Öncelikle oluşturulan her model için veriler -1 ile 1 aralığında normalize edilmiştir. Daha sonra veri setinin son 15 gözlemi test verisi olarak ayrılırken kalan verilerin %80'i ağı eğitimi için, %20'si ise ağı aşırı öğrenmesinden dolayı ortaya çıkacak ezberleme sorununu gidermek amacıyla doğrulama verisi olarak ayrılmıştır. Haftalık veriler için toplam veri sayısı 1220, eğitim veri sayısı 964, doğrulama veri sayısı 241 olarak belirlenmiştir. Aylık veri seti içinse bu değerler sırasıyla 280, 212, 53 olacak şekilde elde edilmiştir.

Ağ eğitilmeden her model için FIS yapısının belirlenmesi gerekmektedir. FIS yapısının belirlenme süreci, her bir giriş değişkenine ait üyelik fonksiyonlarının sayısının, bu üyelik fonksiyonlarına ait parametrelerin değerlerinin ve kuralların belirlenmesi aşamalarını içerir. FIS yapısını oluşturmak amacıyla Matlab'da `genfis1` ve `genfis2` isimli iki adet fonksiyon bulunmaktadır. İki fonksiyon arasındaki temel fark giriş uzayını bölümleyen kuralların nasıl oluşturulacağı ile ilgilidir.

`Genfis1` her değişkene ilişkin üyelik fonksiyonlarının olası tüm kombinasyonlarını kullanarak giriş uzayını ızgara şeklinde bölütler (grid partition). Bu yöntemin en büyük dezavantajı çok sayıda kural üretmesi ve buna bağlı olarak eğitilmesi gereken çok sayıda parametrenin oluşmasıdır. N adet değişken, her değişken için P adet üyelik fonksiyonu ve her üyelik fonksiyonuna ait L parametre olduğu düşünülürse toplam P^N adet kural oluşmakta ve bunun sonucunda $P^N(N+1)$ adet lineer parametre (soncul parametre) ile $N \times P \times L$ adet lineer olmayan parametrenin (öncül parametreler) eğitilmesi gerekmektedir. Giriş değişken sayısının fazla, veri setinin küçük olması durumunda parametrelerin hesaplanmasını engelleyen ve aynı zamanda boyut problemi olarak da adlandırılan durum ortaya çıkmaktadır.

Boyut problemini aşmak amacıyla kural sayısının azaltılması gerekmektedir. `Genfis2` fonksiyonu giriş veri setini çıkarımlı kümeleme algoritması yardımıyla kümeleyerek her bir küme için bir kural oluşturmaktadır. Aynı zamanda elde edilen kümelerin merkezleri, giriş değişkenlerine ilişkin üyelik fonksiyonlarının parametrelerinin başlangıç değerlerini oluşturmaktadır. Çalışmamızda her iki kural

oluşturma yöntemi de kullanılmıştır ve tüm modellerin eğitimi hybrid öğrenme algoritmasıyla gerçekleştirilmiştir.

Matlab ortamında FIS yapılarını oluşturmak için iki farklı yazılım oluşturulmuştur. FIS yapısının genfis1 yardımıyla belirlendiği yazılımda giriş değişken sayısı 1 den başlayarak boyut problemi çıkmayacak şekilde belirli bir değere kadar artırılarak, farklı giriş sayılarına sahip ağ yapıları oluşturulmuştur. Ardından her bir model için üyelik fonksiyon sayıları 2'den başlayarak artırılmış ve olası tüm üyelik fonksiyon sayılarının denendiği alt modeller oluşturulmuştur. Bu modeller içerisinde en iyi performansı veren model, en iyi model olarak seçilmiştir. Haftalık veriler için genfis1 yardımıyla elde edilen modeller içerisindeki en iyi model, Model1 olarak adlandırılmıştır. Aylık veriler için elde edilen en iyi model ise Model3 olarak isimlendirilmiştir. Model1, 2 giriş ve her giriş için 5 üyelik fonksiyonu ile 25 kural içermektedir. Model3 ise 1 giriş ve her giriş için 2 üyelik fonksiyonu ile toplam 2 kuraldan oluşmaktadır.

Genfis2 yardımıyla oluşturulan modellerde giriş değişken sayısı benzer şekilde 1'den başlayarak boyut problemi çıkarmayacak en yüksek giriş sayısına kadar artırılmıştır. Çıkarımlı kümeleme algoritması yardımıyla kuralları belirleyen genfis2 fonksiyonunda kullanılan küme genişlik değeri 0.1 değerinden 1 değerine 0.05 adımlarla artırılarak farklı sayıda geçerli kurala sahip alt modeller oluşturulmuştur. Bu modeller içerisinde haftalık veriler için en iyi performansı gösteren Model2, 9 giriş ve 2 kurala sahiptir. Aylık veri seti için elde edilen en iyi performansla sahip Model4 ise 6 giriş ve 3 kurala sahiptir.

Haftalık veriler için Model1 ve Model2'ye ilişkin gerçek değerler ile tahmin değerleri ve bu modellere ilişkin MAPE değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir. Bu tabloya ilişkin grafik ise Şekil 2'de verilmiştir. Benzer şekilde aylık veriler için elde edilen sonuçlara ilişkin değerler Tablo 2 ve Şekil 3'de gösterilmiştir.

Tablo 1'den de görüleceği üzere test verileri için Model1 ve Model2'den elde edilen MAPE değerleri sırasıyla 4,8651 ve 4,6684'tür. Tablo 2'de gösterilen aylık verilere ilişkin Model2 ve Model4 ait MAPE değerleri ise 13,5458 ve 6,8345'tir. MAPE değerleri dikkate alındığında genfis2 fonksiyonu kullanılarak oluşturulan Model2 ve Model4, genfis1 fonksiyonu kullanılarak oluşturulan Model1 ve Model3'e oranla daha düşük MAPE değeriyle daha yüksek performans sergilemişlerdir. Bunun nedeni kümeleme yardımıyla kural sayısının azaltılması, dolayısıyla boyut problemi sorununun gevşetilerek daha fazla sayıda girişe sahip modellerin oluşturulması ve bu modeller içerisinde en iyi performans sergileyen modellerin seçilmesidir.

Tablo 1. Haftalık ham petrol fiyatları için gözlenen ve tahmin edilen değerler

GÖZLENE	MODEL1	MODEL2
40,78	42,5108	40,5177
36,94	40,2162	41,2779
37,15	36,9283	34,0979
41,1	36,7246	39,4285
43,18	41,6469	40,7400
45,66	43,4553	42,7664
49,49	46,2133	48,4581
52,99	50,8280	50,5218

Ham petrol fiyatlarının ANFIS ile tahmini

50,34	53,9936	53,1904
50,46	49,1678	48,8781
49,86	49,8099	50,3829
47,8	48,9639	48,4182
50,2	46,5736	47,7119
55,96	50,6438	50,5250
57,94	58,2080	57,4659
MAPE	4,8651	4,6684

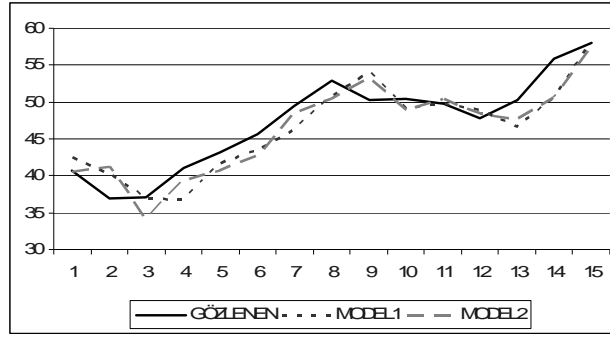
(Tablo 1. Devam)

Bir diğerk durum ise haftalık verilere ait modellerin aylık verilere ait modellere oranla daha yüksek tahmin performansı sergilemeleridir. Haftalık veri sayısının aylık veri sayısına oranla daha fazla olması ağın daha iyi eğitilmesine neden olmuştur.

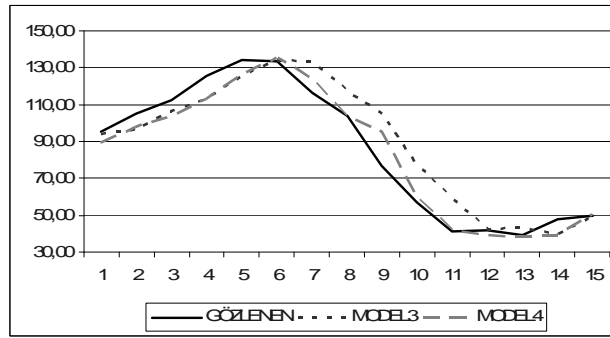
Sonuç olarak veri sayısının yeterli olması durumunda her iki bölümlenme yöntemiyle oluşturulan ANFIS modelleri, son derece değişken ve dinamik yapıdaki petrol fiyatları zaman serilerini başarıyla modellemişlerdir. Veri sayısının yetersiz olduğu durumlarda kümeleme algoritmaları yardımıyla kural sayısı azaltılarak boyut probleminin neden olduğu daha az sayıda değişkenle model oluşturma zorunluluğu ortadan kalkmaktadır. Ayrıca kural sayısının azalması ile birlikte hesaplanacak parametrelerin sayısı da azalmakta bunun neticesinde ağın eğitimi daha kısa sürede tamamlanmakta ve giriş değişken sayısındaki kısıtlama azaltılarak daha iyi performansa sahip modellerin araştırılması mümkün olmaktadır.

Tablo 2. Aylık ham petrol fiyatları için gözlenen ve tahmin edilen değerler

GÖZLENEN	MODEL3	MODEL4
95,39	93,9332	89,3087
105,45	96,3196	97,8199
112,58	106,2392	103,7543
125,40	113,2690	113,0337
133,88	125,9073	126,4989
133,37	134,2661	135,5335
116,67	133,7634	123,8075
104,11	117,3012	103,2937
76,61	104,9180	95,3025
57,31	77,7979	59,7779
41,12	58,7372	41,7085
41,71	42,3446	39,0150
39,09	42,9701	38,7703
47,94	40,1607	39,4916
49,65	49,3876	50,7071
MAPE	13,5458	6,8345



Şekil 2. Haftalık ham petrol fiyatları için gözlenen ve tahmin edilen değerlerin grafiği



Şekil 3. Aylık ham petrol fiyatları için gözlenen ve tahmin edilen değerlerin grafiği

Kaynaklar

- M. R. Amin-Naseri, E. A. Gharacheh, "A hybrid artificial intelligence approach to monthly forecasting oil price time series", Proceedings of EANN, 2007.
- E. Uğurlu, A. Ünsal, "Ham Petrol İthalatı ve Ekonomik Büyüme: Türkiye", 10. Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu, Erzurum 27-29 Mayıs 2009.
- K.Aklin, S. Atman, Küresel Petrol Stratejilerinin Jeopolitik Açıdan Dünya ve Türkiye Üzerindeki Etkileri, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul, 2008.
- M. A. Kaboudan, "Compumetric Forecasting Of Crude Oil Prices", Proceedings of The 2001 Congress on Evolutionary Computation, 1, 2001.
- S. Abosedra, H. Baghetani, "On The Predictive Accuracy of Crude Oil Futures Prices", Energy Policy, 32, 1389-1393, 2004.
- A. Bernabea, E. Martinaa, J. A. Ramirez, C. I. Valdez, "A Multi-Model Approach for Describing Crude Oil Price Dynamics", Physica A, 338, 567-584, 2004.
- S. Kulkarni, I. Haidar, "Forecasting Model For Crude Oil Price Using Artificial Neural Networks And Commodity Futures Prices", International Journal of Computer Science and Information Security, 2(1), 2009.
- A. Alexandridis, E. Livanis, "Forecasting Crude Oil Prices Using Wavelet Neural Networks", In the proc. of 5th FSDET, Athens, Greece, 8 May, 2008.
- P. G. Harrald, M. Kamstra, "Evolving Artificial Neural Networks To Combine Financial Forecasts", IEEE Transactions On Evolutionary Computation, 1(1), 40-52, 1997.
- H. Pan, I. Haidar, S. Kulkarni, "Daily Prediction Of Short Term Trends Of Crude Oil Prices Using Neural Networks Exploiting Multimarket Dynamics", Front. Comput. Sci., 3(2), 177-191,

2009.

A. Ghaffari, S. Zare, "A Novel Algorithm For Prediction Of Crude Oil Price Variation Based On Soft Computing", *Energy Economics*, 31, 531-536, 2009.

V. Fernandez, "Forecasting commodity prices by classification methods: The cases of crude oil and natural gas spot prices", *Banco Central De Chile Conference*, July 27, 2007.

W. Xie, L. Yu, S.Y. Xu, S.Y. Wang, "A New Method for Crude Oil Price Forecasting Based on Support Vector Machines", *Lecture Notes in Computer Science*, 3994, 2006.

J.S. R. Jang, "ANFIS: adaptive-network-based fuzzy inference system, *IEEE Trans Syst, Man, Cybernet*", 23(3), 665–685, 1993.

G. Cybenko, "Approximation by superpositions of a sigmoidal function. *Mathematical Control Signals Systems*", 2, 303–314, 1989.

K. Hornik, M. Stinchcombe, H. White, "Multilayer feedforward networks are universal approximators.", *Neural Networks* 2, 359–366, 1989.

K. Hornik, "Approximation capability of multilayer feedforward networks." , *Neural Networks* 4, 251–257, 1991.

M. S. Chen, L. C. Ying, M. C. Pan "Forecasting tourist arrivals by using the adaptive network-based fuzzy inference system" , *Expert Systems with Applications*, 2009.

M. Firat, M. Güngör, "River Flow Estimation using Adaptive Neuro Fuzzy Inference System", *Mathematics and Computers in Simulation*, 75(3-4), 87-96, 2007.

P.C. Nayak, K.P. Sudheer, D.M. Ragan, K.S. Ramasastri, "A neuro fuzzy computing technique for modeling hydrological time series", *Journal of Hydrology*", 29, 52–66, 2004.

M.A. Yurdusev, M. Firat, "Neuro-Fuzzy Inference System and Artificial Neural Networks for Municipal Water Consumption Prediction", *Journal of Hydroinformatics*, 365, 225-234, 2009.

E.H. Mamdani, S. Assilian, "An experiment in linguistic synthesis with a fuzzy logic controller", *Int. Journal of Man-Machine Studies*, 7(1), 1-13, 1975.

T. Takagi, Sugeno M. "Fuzzy identification of systems and its applications to modeling and control", *IEEE Trans. Syst., Man Cybern.*, 15, 116–132, 1985.

J.S.R. Jang, C.T. Sun, E. Mizutani, *Neuro-Fuzzy and Soft Computing*, Prentice Hall, United States of America, 1997.

L.C. Ying, M.C. Pan "Using adaptive network based fuzzy inference system to forecast regional electricity loads", *Energy Conversion and Management*, 49, 205–211, 2008.

Ekonomik gerikalmışlık ve ekonomik dengesizlik kavramları üzerine bir deneme

Ahmet Ali KARACA¹ Bahri ŞAHİN²

Özet

Bu makalede öncelikle az gelişmişlik kavramı üzerinde durulmuş bu konuda en önde gelen yerli ve yabancı kaynaklar belirlenmiştir. Ardından da bu kaynaklarda yer alan çalışmalar incelenmiş ve özellikle daha güncel tarihli çalışmalarda ele alınan ana ve alt konular üzerinde durulmuştur. Ayrıca az gelişmişlik düzeyini ölçen kriterler ayrıntılı olarak incelenmiştir. Özellikle; Dünya ekonomisine entegrasyon kriterleri, endüstrileşme kriterleri, sosyo-ekonomik kriterler, jeo-politik kriterler başlıklarında detaylı bilgiler verilmiştir. Literatürde ekonomik gerikalmışlık kriterlerini inceleyen çok çeşitli makaleler vardır. Bu makaleler genelde geri kalmışlık yaklaşımlarını genel değerlendirme perspektifinden aktarmaktadırlar. Bu makalede ise ekonomik geri kalmışlık kavramı ekonomik kalkınma iktisadı açısından incelenmiş ve ekonomik dengesizlikler ve kriterleri detaylı bir şekilde verilmiştir.

Anahtar kelimeler: Az gelişmişlik, Az gelişmişlik düzeyi kriterleri, Entegrasyon kriterleri, Endüstrileşme kriterleri, Sosyo-ekonomik kriterler, Jeopolitik kriterler,

An essay on economic underdevelopment and concepts of economic imbalance

Abstract

In this article, primarily, the concept of underdevelopment is focussed, the leading domestic and foreign sources of this regard have been identified. Then the studies in these resources are examined, especially the more recent studies that considered the main and sub-dated issues are emphasized. Also the criteria to measure the level of underdevelopment have been examined in detailed. Especially useful information for integration into the world economy criteria, criteria for industrialization, socio-economic criteria, geo-political criteria were given in detailed. In the literature, a wide variety of articles, examining the economic backwardness criteria, are exist. Generally, these articles explain backwardness approaches from the perspective of overall assessment. In this article the concept of economic backwardness has been examined in terms of economy of economic development and economic imbalances and their criteria are examined in detailed.

¹ Prof. Dr. Ahmet Ali KARACA

İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslar arası Ticaret Bölümü Tel: 0 532 247 40 42

² Yrd. Doç. Dr. Bahri ŞAHİN

İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fak, Muhasebe ve Finans Yönetimi Bölümü Tel: 0 532 247 29 06

Keywords: Underdevelopment, The level of underdevelopment criteria, Integration criteria, Criteria for Industrialization, Socio-Economic criteria, Geopolitical criteria

Az gelişmişlik kavramı

İkinci dünya savaşından sonra, ekonomik büyüme problemlerinin ekonomik ilgi alanının odak noktası olması nedeniyle geri kalmış ülke kavramı yerini diplomatik ve zararsız bir kavram olan az gelişmiş ülke kavramına bırakmıştır.³S.Cordova, Armando,1969 S.7) Bu tanım UNO tarafından da az gelişmiş ülkeleri gelişmiş sanayi ülkelerinden ayırmak için kullanılmıştır.⁴Vgl. Ringer, K.,1963 S.93 ff)

Bu tanımlama da, herkes için geçerli olan ve her ülkeye uygulanabilir genel bir az gelişmişlik kriterinin olmadığını değiştirememiştir. "Gelişmekte olan ülke" ifadesi ise bazen global, bazen de yanıltıcı bir şekilde ve genelde endüstrileşmemiş ülkeleri endüstri ülkelerinden ayırt etmek için kullanılmıştır. UNO'nun benimsediği fert başına düşen milli gelir, kapital yetersizliği ve teknik sektörlerin nispi önemi kriteri, sadece olayın maddi boyutunu dikkate almaktadır. Bu kriter; birçok bilim adamı tarafından da benimsenmiş, gelişmekte olan ülkeleri fert başına düşen reel gelir ve kapital açısından endüstri ülkelerine göre nispeten fakir olması olarak tanımlamışlardır.⁵Vgl. Priebe, H.,1972 S.19) Halbuki böyle gelir ve kapital kriterine göre yapılan bir tanımlama gelişmişliğin sadece maddi büyüklüğünü ölçmeye dayalı olduğu için hakkaniyete uygun düşmemektedir. Terimlerdeki çeşitleme yani fakir-zengin, az gelişmiş-gelişmiş, geri kalmış-ilerlemiş, gelişmekte olan-gelişmiş ülke tanımlaması yerine sanayileşmiş ve sanayileşmemiş ülke ayırımı, kavram kargaşasını biraz daha yumuşatacak nitelik taşımaktadır.

Bu bağlamda; bazılarının sanayileşmemiş ülkeleri mevcut üretim gücüne oranla az üretimde bulunan veya başka ülkelerde kullanılan üretim tekniklerini kullanmayan ülkeler olarak az gelişmişliği tanımlaması da gerçekçi olmamaktadır. Bu nedenle en kısa tanım olarak, kaynaklarını iyi kullanamayan ülkeler gelişmemiş, iyi kullanan ülkeler ise gelişmiş ülkeler olarak kabul edilmelidir.

Gelişme seviyesi, ekonomik ve toplumsal yapı ve potansiyel gelişme imkanları açısından tamamen farklı gelişmiş ülkeleri karakterize etmek için birlikte kullanılan bir çok uygun kriter mevcuttur. Bunlar:

Über den wertenden Gehalt des Begriffes der Unterenwicklung schreibt er:"... man möchte fast sagen ,die eigentliche Bevölkerung, die in vielen Landern Träger alter Kulturen ist, und nur von unseren ökonomischen Maßstäben her twas einseitig und herablassend als unterentwickelt bezeichnet wird ."Das zeige, daß der Ausdruck 'Entwicklungsländer' ein Begriff ist, der "unverbindlich, willkürlich, sogar unglücklich "gewöhlt sei.

- Fert başına düşen milli gelir,
- Ülke büyüklüğü,
- Tarım ve sanayiinin istihdamdaki ve üretimdeki payı
- İhracat sektörünün ekonomik büyümeye katkısı
- Sermaye yetersizliği

³ S.Cordova,Arbendo:Elemente einer Definition der wirtschaftlichen Unterenwicklung;in :Die wirtschaftliche struktur Lateinamerikas,Frankfurt 1969 S.7

⁴ Vgl.Ringer,K:Zur Begriffsbestimmung der Entwicklungslander,in :Ettwicklungs politik ,Hndbuch und Lexikon,Hrsg Besters ,H.,Boesch , E.E Berlin 1966 ,Sp.1f ferner myint, H :An Interpretation of Economic Backwardness; in:The Economics of Underdevelopment ,Agarwale, A.N. and Sing ,S.P., New York ,Oxford Universty Press 1963 S.93 ff

⁵ Vgl. Priebe, H :Überwindung von Daulismen und Einbeziehung der landlichen Bevölkerung in den EntwicklungsprozeB;in :Priebe ,H: Das Entwicklungspotential im Etwicklungs prozeB, Frankfurt 1972 S.19

- İşsizlik oranının yüksek olması
- Özellikle düalist bir ekonomik yapı ⁶Vgl. Cordova, A.,S.9 f)

Çeşitli azgelişmişlik kriterlerinin değerlendirilmesi ve kullanılmasına uygun olarak gelişme halindeki ülkelerin tipleri de değişmektedir.⁷Vgl. Bauer, P.T, 1961 S.242) Bu farklılaşma değişik gelir guruplarına göre olacağı gibi, petrol ihraç eden ülkeler gibi önemli hammadde kaynaklarına sahip ülkeler olarak da yapılabilir. Önemli olan kalkınma sürecine ekonomik ve ekonomik olmayan faktörlerin birlikte etkisini görmektir.⁸Örneğin Besters, ekonomik olmayan faktörler olarak coğrafik şartlar, iklim, sosyo-kültürel ilişkiler, politik şartlar ile hızlı nüfus artışını öne çıkarmaktadır. Ekonomik faktörler olarak da üretim artışının zorlukları yani üretim araçlarının yetersizliği,⁹Vgl.Viner,J.S.9) mevcut kaynaklar ile onun kullanılması arasındaki farklar ve pazar genişlemesindeki zorluklar olarak sıralamaktadır.(-1-)Weltbank,Washington 1981,S.149) (-2-)Vgl. Besters,H.,S.263)

-1-Laut Statistik der Weltbank und UNO verfügte die Türkeiüber ein Pro-Kopf-Einkommen in Höhe von1330(1979) US Dolar, während imgeichen Zeitraum das Pro-Kopf-Einkommen der typischen Entwicklungslander unter370Dollar lag. Vgl. Weltentwicklungsbericht 1981, Weltbank ,Washington 1981 S.149

-2-Vgl.Besters, H.:Theorien zur wirtschaftlichen Entwicklung, in:Entwicklungspolitik,Handbuch und Lexikon, a.a.O., S.263 ff. Und 268 ff.

Azgelişmişlik veya gelişme düzeyi farkını ölçen kriterler

Azgelişmişlikte olan ülkeler neden az gelişmiştir? Bütün gelişme teorileri ve politikası tartışmalarında neden bu ülkeler diğerlerine göre fakir veya az gelişmiş olarak dikkate alınır? Fakirlik ekonomik ölçütlerle değerlendirildiğinden tanımlamada herhangi bir sorun olmamasına karşın, az gelişmişlik kavramı çok yönlüdür. Bu ülke ve toplumlar statik ve dinamik olarak gelişmesi açısından da birbirinden farklılık göstermektedir. Geri kalmışlık sorunu ancak toplumsal akümülyasyon (birikim), değerlendirme ölçütlerinin yardımı ile tespit edilebileceği anlamına gelmektedir.

Üretim teorisi tezi çerçevesinde akümülyasyonun kalkınma sürecini tespit ettiği söylenmektedir. Akümülyasyonun ekonomik boyutları sadece analiz açısından önemli olmasına rağmen, bilgi ve deneyim birikiminin de dahil edildiği ekonomi dışı faktörlerin önemini ihmal etmemek gerekmektedir.¹⁰Vgl.Besters,H., S.263)

Her kalkınma tartışmasının özünde en azından objesi farklı kültürlerin çeşitli sosyo-ekonomik sistemle birlikte irdelenmesi gerekmektedir. Bazı düşünürler, bir toplumu diğer kültürlerle kendi kültürlerinin istikametinde hareket ettiği müddetçe dinamik kabul etmektedirler. Gelişme süreci; gözlemci açısından önemsiz gözüktüğü, kendi kültürleri ile ölçülmediği ve tanımlanmadığı müddetçe statik olarak kabul edilmektedir. Buna bağlı olarak az gelişmişlik başka bir kültür olarak

⁶ Vgl. Cordova,A:a.a.o.,S.10ff. Nach Viner sind die Kriterien: ungenutzter Reichtum der Natur, Kapitalmangel, Anteil der Industriebevölkerung an der Gesamtbevölkerung. Vgl. Viner, J. : The Economics of Development; in : The Economics of Underdevelopment, a.a.O.,S.9f

⁷ Vgl. Bauer, P.T.:Entwicklungslander (II),Ökonomische Problematik, in:Handwörterbuch der Sozialwissenschaften,

⁸ 3.Diese Feststellung erfolgt unter dynamischer Betrachtung

⁹ Vgl. Viner, J.:The Economics of Development,in:The Economics of Underdevelopment:a.a.O., S.9 ff .

¹⁰ Vgl. Besters,H.:a.a.O., S.263 und 268

ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan seçilmiş ilgi alanlarına göre farklı sosyo-ekonomik veya sosyo-kültürel durumların gelişme teorisi ile ilişkisinin kurulması da önem kazanmaktadır. Sosyal bilimler literatüründe geri kalmışlığın nedenleri incelenirken gerek Marksist, gerekse geleneksel ideolojiler geri kalmışlığın antropolojik boyutunu ihmal etmişler ve geri plana itmişlerdir. ¹¹Vgl. Christiane Kriger, 1985 s.154) Bu nedenle azgelişmiş ülkelerin neden az gelişmiş olduğu ve bunun arkasında yatan nedenler, batı ve doğu kültüründeki gelişme ideolojileri yaklaşımları dikkate alınarak değerlendirilmelidir.

Gelişmekte olan ülke kriterleri yukarıda geniş bir biçimde açıklanmıştır. Aynı şeyler eşit olmayan gelişmişlik için de geçerlidir. Eşit olmayan gelişme sadece gelişmekte olan ülkelerin bir olgusu değildir. Bununla birlikte endüstri ülkeleri de hem kendi aralarında hem de ülke içinde eşitsizliğin göstergelerini taşımaktadır. Buna en iyi örnek İtalya-Almanya ve Güney-Kuzey İtalya gösterilebilir. Böyle bir eşitsizlik bölgeler arasında, ulusal ve uluslararası eşitsizlik değerinin mutlak ve nispi yüksekliği ile ölçülmektedir.

En çok kullanılan eşitsizlik değeri veya kriteri ekonomik ve sosyo-ekonomik gelişme derecesidir. Bu kriterler ile gelişme hem statik hem de dinamik açıdan dikkate alınmaktadır. Statik açıdan bakıldığında eşitsizlik değerinin mutlak büyüklüğü ölçüt alınmakta, dinamik olarak ise bu değerlerin büyüme oranlarına bakılmaktadır. Farklı gelişmişlik değerleri her ülkenin değişik bölgeleri veya değişik ülkeler arasında üretim faaliyetlerinde kendini göstermektedir. Gelişme düzeyleri farklı olan ülke veya bölgelerde, üretim faaliyetleri genelde merkez bölgelerle sınırlı kalmakta ve uydulara hemen hemen hiç ulaşmamaktadır. Uydular mevcut geleneksel üretim yapısını sürdürmekte, gelir ve istihdamın gelişmesi uydularla merkezler arasında uçurumlar kadar farklılık göstermektedir.

Aşağıdaki liste ile eşit olmayan gelişme kriterleri gösterilmiştir. Bu kriterler ulusal ve uluslararası çeşitli örgütlerin en sık kullandığı kriterler kataloğudur. Bazı kriterler hem bölgesel, hem ulusal, hem de uluslararası alanda ölçüt olarak kullanılmaktadır. Bölgesel bağlamda eşit olmayan gelişme, üretim yapısı, üretim faktörleri oluşumu, istihdamın sektörlere dağılımı, işçi maliyetlerindeki gelişme ve rekabet durumu ile maddi ve maddi olmayan alt yapı arasındaki farklarla kendini göstermektedir. Bütün uluslararası örgütlerin kullandığı kriterlerden derlenen gelişme seviyesi farkını ölçen kriterler kataloğu aşağıda guruplandırılmıştır. ¹²Vgl.C. Kriger,S.154)

a) Dünya ekonomisine entegrasyonu ölçen kriterler

- İhracatın milli gelirdeki payı
- İhracatın yapısı (endüstri malları oranı ve sermaye malları oranı)
- İhracat gelirlerinin daha çok hangi mallarda yoğunlaştığı
- Dünya pazarlarında hissedilme (ihracatın dünya ticaretindeki payı, endüstri malları ihracat miktarı, ihracatın büyümesi)
- Dış ticaret stratejisi
- Cari işlemler bilançosu durumu
- Ticaret hadlerindeki gelişme

¹¹ Vgl. Christiane Kriger, Carsten S.Thoroe, Wolfgang Weskamp:Regionales Wirtschaftswachstum und sektoraler Strukturwandel in der Europäischen Gemeinschaft,Tübingen 1985, S.154

¹² Vgl.C.Kriger,C.S.Thoroe,W.Weskamp:a.a.O.,S.154ff

- İthalat oranı (ithalatın dünya ticaretindeki payı, milli gelirdeki payı ve ithalatın mal yapısı)
- Borçluluk ve borç ödeme durumu
- Uluslararası rezerv durumu

b) Endüstrileşme derecesini ölçen kriterler

- Endüstrinin milli gelirdeki payı
- Sanayi ürünlerinin milli gelirdeki payı
- Önemli sanayi ürünlerinin milli gelirdeki payı
- Sanayi sektörünün toplam istihdamdaki payı
- Sanayi üretiminin ürün derinliği
- Sanayileşme dinamiği (büyüme)
- Yatırım oranı
- Altyapı durumu
- Kapital durumu
- Doğrudan yabancı sermaye
- Yetişmiş işgücü
- Devletin ve özel sektörün sanayideki rolü
- Pazar potansiyeli
- Teknolojik potansiyel

c) Sosyo-Ekonomik gelişmeyi gösteren kriterler

- Fert başına düşen milli gelir
- Fert başına düşen milli gelirin büyümesi
- Enerji tüketimi
- Eğitim durumu
- Okuma yazma oranı
- Okullaşma oranı
- Yüksek okulda okullaşma oranı
- 100.000 kişiye düşen öğrenci sayısı (doktor, ebe ve hemşire sayısı)
- Fert başına protein tüketimi
- Ortalama ömür
- Şehirleşme oranı
- Düalist yapı

d) Jeopolitik ağırlığı ölçen kriterler

- Nüfusun mutlak büyüklüğü
- Milli gelirin mutlak büyüklüğü
- Hammadde potansiyeli
- Enerji potansiyeli
- Bölgesel önem
- İdeolojik öncülük
- Atom gücü potansiyeli

- Borç alan veya veren ülke konumu
- Coğrafik alanın mutlak büyüklüğü

Bu kriterlere göre uluslararası tartışmalarda gelişmekte olan ülkeler; a) En az gelişmiş ülkeler (fert başına düşen milli gelir 100 dolar, sanayiinin milli gelirdeki payı % 10 ve altı, okuma yazma oranı % 20), b) Doğal afetlerden etkilenen ülkeler, c) Deniz bağlantısı olmayan ülkeler şeklinde sınıflandırıldığı gibi hammadde kaynakları fakir gelişmekte olan ülkeler (iç pazarı küçük), kaynakları zengin ülkeler (iç pazarı geniş), petrol ihraç eden gelişmekte olan ülkeler (iç pazarı küçük), petrol ihraç etmeyen zengin hammaddesi olan ülkeler (iç pazarı orta büyüklükte), hammaddesi olan ve iç pazarı küçük olan ülkeler şeklinde sınıflandırma yapılmaktadır.

Sonuç

Günümüzde gelişmiş ülkeler ile geri kalmış ülkeler arasındaki gelişme düzeyleri farkı büyük sorun teşkil etmektedir.1900 yılı başlarında gelişmiş ülkeler arasındaki gelişme düzeyi fark 3 katı iken günümüzde bu 60 katına çıkmıştır.Bu farkın da, ölçülmesinde hangi ölçütlerin kullanılması konusunda görüş birliği oluşmamıştır.Bu ölçüt büyük ölçüde gelişmiş ve gelişmemiş tanımından ortaya çıktığı anafikri çerçevesinde makale ele alınmıştır.Her uluslar arası ve uluslar üstü kuruluşlar kendi kriterlerini oluşturmuştur.Bu kriterlerin bazıları bölgesel,ulusal ve uluslar arası düzeyde kendi amaçları doğrultusunda kullanılmış ve kullanılmaktadır. Sorun bu kriterlerin global ve bazen yanıltıcı biçimde kullanılması karşılaştırma şansını yaratmaktadır.Bu çalışmanın amacı her alanda bölgesel,ulusal ve uluslar arası alanda ortak kullanılan bir gelişmiş ve gelişmemiş(endüstrileşme)kriteri oluşturmaktadır.

Kaynaklar

- 1) S. Cordova, Armando : Elemente einer Definition der Wirtschaftlichen Unterentwicklung; in: Die Wirtschaftliche Struktur Lateinamerikas, Frankfurt M / 1969
- 2) Ringer, K: Zur Begriffsbestimmungen der Entwicklungslaender in : Entwicklungspolitik, Handbuch und lexikon, Berlin 1966
- 3) Myint, H: An Interpretation of Economics Backwardness, New York 1963
- 4) Priebe, H : Überwindung von der Dualismen und Einbeziehung in den Entwicklungsprozess, Frankfurt/M, 1963
- 5) Besters, H : Theorien zur wirtschaftlichen Entwicklung, in : Entwicklungspolitik, Handbuch und Lexikon Berlin 1966
- 6) Kriger, C., Carsten, S., Thoroe, W. Regionale wirtschaftswachstum und sektoraler Stukturwandel in der Europäischen Gemeinschaft, Tübingen 1985
- 7) Besters, H. Theorien zur Wirtschaftlichen Entwicklung, in: Entwicklungspolitik, Handbuch und Lexikon, Berlin 1966

Bankacılık sektörünü düzenleyen otoritelerin yapılanması: BaFin Ve BDDK örneği

Faruk AKIN* Nalân ECE**

Özet

Dünyada yaşanan finansal krizler bankacılık gözetim ve denetiminin ne kadar önemli olduğunu bir kez daha gözler önüne sermiştir. Bankacılık gözetim ve denetiminde temel sorunlardan bir tanesi de finansal düzenleyici otoritelerin entegrasyonun mu yoksa her sektör için ayrı bir finansal düzenleyici otoritenin oluşturulmasının mı daha etkin olacağı görüşünden kaynaklanmaktadır. Dünyada finansal düzenleyici otoritelerin yapılanmasında tek otorite yaklaşımı ağırlık kazanmakla birlikte ülkeden ülkeye farklı uygulamalar görülmektedir. Bu çalışmada amaç, dünyada bankacılık sektörünü düzenleyen otoritelerin yapılanmasına dikkati çekerek, Almanya Federal Mali Denetim Otoritesi (BaFin) ile Türk Bankacılık Denetim Otoritesi (BDDK)'nin oluşturulma gerekçelerini, organizasyon yapılarını, görev ve yetkilerini incelemek ve bu iki örneği karşılaştırmaktır.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık Denetim Otoritesi, BaFin, BDDK

Structuring of powers that regulate banking industry : model of BaFin and BDDK

Abstract

Worldwide financial crisis have once again unfolded how significant the banking regulation and supervision is. One of the main problems/primary concerns arises from arguments as to whether integration of financial regulating powers or forming a separate financial regulating powers is/will be more efficient. While a single power/authority approach in structuring banking regulating powers is gaining importance in the world, there are different practices in every country. The purpose of this study is to draw attention to the structuring of the regulating powers of banking industry and to research into the reasons for the formation of Federal Financial Supervisory Authority (BaFin- Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht) and Banking Regulation and Supervision Agency (BRSA), their structure, their function/mission and power/competency, and also to compare these two models.

Keywords: Banking Supervision Authority, BaFin, BDDK

* Öğr.Gör.Dr.Faruk AKIN, Bilecik Üniversitesi Bozüyük Meslek Yüksekokulu, faruk.akin@bilecik.edu.tr

** Dr.Nalân ECE, İstanbul Aydın Üniversitesi, nalanece@gmail.com

Giriş

Bir ülke ekonomisinin sağlıklı gelişmesi o ülkedeki finans sisteminin gelişmesiyle doğru orantılıdır. Bankalar finans sisteminin temel taşlarıdır. Bankaları sağlıklı olmayan ülkelerin ekonomilerinde istikrarlı kalkınma sağlanamaz, halkın refah düzeyi sağlıklı gelişemez. Yabancı sermaye bu tür ülkelere uzun vadeli kalıcı yatırımlar yapmaz. Böyle ülkelerin başı mali dertlerden kurtulamaz (Şenver, 2000, 22).

İster gelişmiş isterse gelişmekte olan bir ülke olsun, bankacılık sisteminin zayıf olması hem o ülkenin hem de uluslararası mali piyasaların istikrarına karşı önemli bir tehdit oluşturduğundan mali sistemlerin güçlendirilmesi konusundaki ihtiyaç bu alandaki uluslararası girişimleri artırmıştır (Akbaygil, 2001).

Dünyada yaşanan finansal krizler bankacılık gözetim ve denetiminin ne kadar önemli olduğunu bir kez daha gözler önüne sermiştir. Bankacılık gözetim ve denetiminde temel unsurlardan bir tanesi de gözetim ve denetimin merkez bankasının mı yoksa ayrı bir kurumun mu sorumluluğunda olması gerektiğidir. Bu konuda ekonomik teoriden kaynaklanan bir yaklaşım bulunmamakla birlikte, her ülkede farklı uygulamalarla karşılaşılmaktadır. Banka denetiminin doğrudan merkez bankaları tarafından yapılmasının oldukça sıkı denetim standartlarına yol açacağı endişesi mevcuttur. Ayrıca hükümete bağlı ama ayrı bir denetim organının makro ekonomik hedefler ile sağlam bir mali sektör arasındaki hassas dengeyi daha iyi sağlayacağı savunulmaktadır. Ancak genel kabul edilen görüş geçiş döneminin ilk aşamalarında denetimin merkez bankasının sorumluluğunda olmasının daha etkin sonuçlar doğuracağı yönündedir. Merkez bankası bağımsızlığının bu kurumun atamalarında söz sahibi olması şartıyla etkili olabilmektedir.

Finansal krizlerin artması ülkeleri mali sistemlerinde çeşitli düzenlemelere itmiştir. Güney Kore (1998), Avustralya (1998) ve İngiltere (1997) mali sistemde yeniden yapılandırmanın öncülüğünü yapan ülkeler olmuşlardır. Bu ülkelerde yapılan mali reformların ortak özellikleri, mali kurumların kurulması, çalıştırılması ve birleştirilmesi ile tasfiyesi gibi konularda yapılacak düzenlemelerin idari ve mali bağımsızlığa sahip bir üst kurula bırakılmış olmasıdır.

Türkiye’de de yaşanan finansal krizlerin ve ekonomik sorunların mali sektörde yarattığı olumsuz etkilerin neticesinde bankacılık sektörünün denetim ve gözetiminden sorumlu Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (2000) kurulmuştur.

Makalenin amacı, finansal düzenleyici otoritelerin dünyadaki yapılanmasını ortaya koyarak finansal düzenleyici otoritelerin entegrasyonun tercih edilmesindeki nedenleri açıklamaktır. Bu amaçla Finansal düzenleyici otoritelerin entegrasyonu uygulamalarından biri olan Almanya Federal Mali Denetim Otoritesi (BAFİN)’nin ortaya çıkışı, amaçları ve görevlerine yer verildikten sonra kurumda çalışan personel sayısı ve sınıflandırmasına yer verilecektir. Almanya’daki uygulamanın tersine sadece bankacılık sektörünün düzenlenmesi ve denetlenmesi amacıyla kurulan Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK)’nun ortaya çıkışı, amaçları ve görevlerine değinildikten sonra kurumda çalışan personel sayısı ve sınıflandırmasına yer verilecektir. Son olarak bu iki farklı yapılanma karşılaştırılarak iki otoritenin benzer ve farklı özellikleri ortaya konulacaktır.

Dünyada Uygulanan Bankacılık Denetim Sistemleri

Dünyada bankacılığın denetimi ve gözetiminde ülkeler arasında tek düzelik yoktur. Bazı ülkelerde bankacılığın denetimi yalnızca merkez bankası veya yalnızca hazine ya da maliye bakanlığına verilirken bazen bu ikisi arasında paylaşılmaktadır ya da özel kurul veya komisyonlara bırakılmaktadır. Mali sektörde 1990’ların başında yaşanan kriz sonrası İskandinav örneklerinde olduğu gibi sermaye piyasaları ile bankaların ve mali kurumların denetim ve düzenlenmesi tek çatı altında toplanmaktadır (Karacan, 2002: 144). Düzenleyici otoritelerin entegrasyonunda temel

neden, günümüz finansal piyasalarında giderek artan öneme sahip finansal holdinglerin ve evrensel bankacılığın denetiminin etkin olarak sağlanabilmesidir. İkinci önemli neden ise, entegrasyon ile ölçek ekonomisinin sağlanabileceği varsayımdır. Üçüncü en önemli faktör ise, finansal piyasalarda faaliyet gösteren araçlara ilişkin düzenleme ve gözetim fonksiyonunda oluşan açıkların kapatılabilmesidir. Diğer bir nedende ilgili ülkelerde ortaya çıkan finansal krizlerdir (Örneğin Meksika ve Güney Kore). Finansal krizler, finansal piyasalarda düzenleyici otoritelerin entegrasyonunu gündeme getirmiştir. Entegrasyon yönündeki son faktör gözetim ve denetimden sorumlu otoriteler arasında bilgi paylaşımının ve koordinasyonunun sağlanamamasıdır (Yıldırım, 2006 : 28-29).

1997 yılının başında Macaristan ülkedeki bankacılık ve sermaye piyasalarını düzenleyici ve denetleyici otoriteleri birleştirilerek Macar Mali Hizmetler Otoritesini (Hungarian Financial Services Authority) kurmuştur. İngiltere, 1997 yılının ikinci yarısında ülkedeki mali kurumların ve piyasaların düzenleme ve denetlemesinden sorumlu Finansal Hizmetler Otoritesini (Financial Services Authority-FSA) oluşturmuştur. Kanada, 1997 yılında bankacılık genel müfettişi ofisi ve sigortacılık dairesini birleştirerek mali hizmetlerin denetlenmesinden sorumlu Finansal Kuruluşlar Denetim Ofisini (The Canadian Office of Superintendent) kurmuştur. Finansal düzenleyici otoritelerin entegrasyonunu benimseyen ülkeler çoğunluktadır. Ancak Türkiye ve Bulgaristan gibi ülkelerde bankacılık sektörünün denetimi bu sektör için oluşturulan ayrı bir otorite tarafından yapılmaktadır. Söz konusu farklılıkların temel nedeni, finansal piyasaların gelişmişliği, piyasada etkin olan kurumlar ve piyasa yapılarının yanı sıra entegrasyon süreci öncesinde yasal alt yapı ve düzenleyici otoritelere yüklenen fonksiyonlardaki farklılıklara da dayanmaktadır. Tablo 1’de Haziran 2002 tarihi itibarıyla seçilmiş ülkelerde birleşik denetim ve gözetim sistemi uygulamaları yer almaktadır.

Tablo 1 : Seçilmiş Ülkelerde Birleşik Denetim ve Gözetim Sistemi Uygulamaları

Ülkeler	Bankacılık Sektörünü de İçeren (Kısmen ya da Tamamen) Birleşik Denetim ve Gözetim Sistemi	Birleşik Düzenleyici Yapı Oluşturma Yönünde Niyet Belirtme
Almanya	X	
Avustralya	X	
Kore	X	
Kanada	X	
Macaristan	X	
Norveç	X	
İngiltere	X	
İsveç	X	
Türkiye		X
Bulgaristan		X

Kaynak : Bakdur,A.,(2003), **Bankacılık Sektörünü Düzenleyen Kurumların Yapıları: Ülke Uygulamaları ve Türkiye İçin Öneri**, DPT Uzmanlık Tezi , Yayın No: 2678, s.48.

Alman Bankacılık Sektörü

Alman Bankacılık Sektörünün Genel Görünümü

Alman bankacılık sektörünün diğer gelişmiş ülkelere göre en önemli özelliği evrensel bankaların üstünlüğüdür. Hukuki yapıları, büyüklükleri, yönetimleri ve organizasyon yapıları açısından farklılıklar göstermelerine rağmen, kredi kurumlarının büyük bir çoğunluğu bir çatı altında her türlü bankacılık faaliyetini gerçekleştirebilmektedir.

Sayısal verilerle Almanya'daki toplam bankacılık hacmini özetleyecek olursak 31.12.2008 tarihi itibarıyla Almanya'da toplam 2.169 banka faaliyette olup bu bankalara ait 39.569 banka şubesi ve 675.000 banka personeli bulunmaktadır. Alman bankacılık sektörünün aktif varlıklar toplamı 7.892 milyar €, krediler toplamı 3.227 milyar € ve mevduatlar toplamı 3.067 milyar € dur. (Bundesbank, 2009). Tablo 2'de Alman bankacılık sektörünün genel görünümü yer almaktadır.

Tablo 2 : Alman Bankacılık Sektörünün Genel Görünümü

Yıllar	Banka Sayısı	Şube Sayısı	Personel Sayısı	Toplam Aktif Varlıklar	Toplam Krediler	Toplam Mevduat
	(Adet)	(Adet)	(Kişi)	(Milyar €)	(Milyar €)	(Milyar €)
2002	2.591	38.201	732.800	6.452	3.021	2.405
2003	2.465	39.599	712.000	6.471	3.025	2.447
2004	2.400	45.467	702.750	6.663	3.009	2.511
2005	2.344	44.100	693.050	6.903	3.022	2.953
2006	2.300	40.332	681.300	7.189	3.053	2.704
2007	2.227	39.838	680.450	7.625	3.140	2.882
2008	2.169	39.569	675.000	7.892	3.227	3.067

Kaynak : EBF , www.fbe.eu

Alman bankacılık sektöründe faaliyet gösteren bankaların 2002 yılından itibaren azalarak 2008 yılında 2.169'a düştüğü görülmektedir. Sektördeki bankalar, ticari bankalar, eyalet bankaları, tasarruf sandıkları, kredi kooperatiflerinin bölgesel kuruluşları, kredi kooperatifleri, ipotek mortgage bankaları, yapı ve borç birlikleri ve özel işlevli bankalardır. Ticari bankaları kendi içinde üç gruba ayırmak mümkündür: Büyük bankalar (Deutsche Bank, Commerzbank ve HypoVereinsbank), bölgesel bankalar ve diğer ticari bankalar ve yabancı bankaların Almanya'daki şubeleridir. Tasarruf bankalarının büyük bir bölümü belediyeler veya belediyelerin oluşturdukları birlikler tarafından desteklenmektedir. Kredi kooperatifleri de Volksbank'lar ve Raiffeisenbank'lar olarak iki kategoride isimlendirilmektedir. Her bir kredi kooperatifinin yaklaşık 8.000 civarında üyesi bulunmaktadır.

Bunların içinde en geniş paya sahip olan özel ticaret bankalarının genel özellikleri ise şöyledir; Özel ticaret bankalarının sayısı yaklaşık olarak 350 olup, bu bankaların 7.000 şubesi ve 200.000'in üzerinde çalışanı bulunmaktadır. Bu grupta üç büyük bankayla (Deutsche Bank, Dresdner Bank ve Commerzbank) birlikte 190 bölgesel banka ve diğer ticaret bankaları, 80 özel banka ve yabancı bankaların 60 şubesi yer almaktadır. Özel ticaret bankalarının en önemli özelliği kısa dönemli kredi vermeleridir. Bununla beraber, bu bankaların uzun dönemli kredi verme eğilimleri artmıştır. Özel bankalar sabit faizli menkul kıymetlerin yüzde 75'ini portföylerinde tutmaktadır. Ayrıca bu bankalar yabancı ticaret ve sermaye işlemlerinde önemli bir üstünlüğe sahiptir.

Özel ticaret bankalarını takiben kamu tasarruf bankaları gelmektedir. Almanya'da 624 kamu tasarruf bankası ve bunların merkez ofislerinin önemi gittikçe artmakta ve iş hacmi bütün ticaret bankalarının toplam iş gücünün yarısına yaklaşmaktadır. Tasarruf bankalarının geleneksel faaliyetleri tasarrufların toplanması ve gayrimenkul kredisi vermek iken, bugün bu bankalar hemen bütün bankacılık faaliyetlerini yürütmekte ve bir kaç istisna dışında kamu hukuku esaslarına göre faaliyet göstermektedirler. Tasarruf bankalarının 19.000 şubeli geniş bir şube ağı bulunmaktadır.

Kooperatif bankalarında ise Volksbanken adlı kredi kooperatifleri 2.500'ün üzerinde kentleşmiş yerleşim alanında faaliyet göstermektedir. Buna karşılık Raiffeisenbank adlı kredi kooperatifleri

kırsal kesimde faaliyet göstermektedir. Son yıllarda birleşme sürecinin sonucu olarak çok küçük ölçekli kırsal kredi kurumlarının sayısı gittikçe azalmaktadır. Kredi kooperatif sektörüne DG Bank-Deutsche Genossenschaftsbank başkanlık yapmaktadır. DG Bank bütün bankacılık faaliyetlerinde yer alabilmektedir.

İhtisas Bankalarında ise Almanya evrensel bankacılık alanında en önemli örneklerden birini oluşturmakla birlikte, ihtisas bankacılığı alanında da büyük bir potansiyele sahiptir. Bu grupta; 30 civarında özel ipotek bankası, 5 kamu sermayeli ipotek bankası, 30'dan fazla özel ve kamu sermayeli, gayrimenkul ve kredi birlikleri, yaklaşık olarak 30 garantör banka ve kredi garanti birlikleri, Merkez menkul kıymet mevduat sahipleri, 20 civarında özel amaçlı kuruluş yer almaktadır.

Alman Federal Mali Denetim Otoritesi (BaFin)

Federal Almanya'da faaliyet gösteren bankaların Federal Almanya Bankalar Birliği (Bundesverband Deutscher Bank - BdB) isimli bir çatı altında teşkilatı da bulunmaktadır. 22 Ocak 1996 tarihli Almanya Federal Cumhuriyeti Bankacılık Kanununda belirtildiği üzere banka denetiminde rol alan temel kuruluş 1961 tarihli Bankalar Kanunu ile Federal Bankacılık Gözetim Bürosu kurulmuştur (BAKRED). Büro, bankacılık alanında kredi kurumlarına emanet edilen varlıkların güvenliğini tehlikeye sokabilecek, bankacılık mesleğinin düzenli biçimde yürütülmesini olumsuz etkileyebilecek veya ulusal ekonomi için dezavantaj yaratabilecek olan gelişmelere karşı önlem almakla yükümlülük taşıyordu. Büro, Alman Merkez Bankası (Bundesbank) ile işbirliği içerisinde çalışmaktadır. Bundesbank yasa gereği bağımsızdır. Ancak zamanla bu kurumun yetkilerini artırmak ve geliştirmek amacıyla Alman Federal Hükümeti mali piyasalarında istikrarı sağlamak için 2002 tarihinde çeşitli düzenlemeler yapmıştır. 22 Nisan 2002 tarihinde Alman parlamentosu tarafından Entegre Finansal Hizmetler Denetimi Kanununun kabul edilmesiyle 1 Mayıs 2002 tarihinde Almanya Federal Mali Denetim Otoritesi (BaFin) kurulmuştur (Mwenda and Muvla, 2003). Gelirleri denetlenen bu kurumun geliri şirket vergilerinden finanse edildiğinden federal bütçeden bağımsızlığı sağlanmıştır.

Almanya'da entegre finansal hizmetlerin denetimi için tek bir düzenleyici oluşturulmasının nedenleri şunlardır; 1-Banka ve sigorta şirketleri arasında zayıf bir bağ olmasına rağmen, günümüzde global düzeyde ulaşan Müncher Rück-Hypo Vereinsbank ve Allianz Dresdner Bank gibi güçlü finansal holdinglerin Alman ekonomisinde giderek önem kazanması, 2-Banka, finansal hizmet kurumu ve sigorta şirketleri müşterileri bütünleştirilmiş finansal ürünler talep etmesi, 3-Daha önceki denetleme yapılarının (BAKred, BAV, BAWe) eskimiş olması 4-Tek bir düzenleyicinin kurulması ile prosedürlerin azalacak olması ve bilgi alışverişindeki kolaylıklardır.

BaFin'in temel misyonu, Alman finansal piyasalarının doğru, istikrarlı ve bütünlük içerisinde çalışmasını temin etmek olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu misyon beraberinde iki fonksiyonu da ortaya çıkarmaktadır. Bunlardan ilki Alman finansal piyasalarında faaliyet gösteren kredi kuruluşları, finansal hizmet kuruluşları ve sigorta şirketleri yükümlülüklerinin yerine getirilmesini sağlamak; diğer ise finansal piyasalardaki güveni teminen müşterilerin ve yatırımcıların korunması amacıyla profesyonel kuralların uygulanmasını sağlamaktır (BAFİN, www.bafin.de).

BaFin kamu hukuku kapsamında Anonim Şirketi şeklinde kurulmuş bir tüzel kişiliktir. Yaklaşık 1700 çalışanı ile Bonn ve Frankfurt/Main olmak üzere iki şubeye ayrılmıştır. Yönetim Kurulu bir Başkan ve dört İcra Direktörü tarafından oluşmaktadır. BaFin bünyesinde 2.080 banka, yaklaşık 630 sigorta şirketi, 26 emeklilik fon kurumu, yatırım şirketlerine ait 6000 yerli yatırım fonunu ve 78 yatırım şirketini denetlemektedir.

BaFin, Yönetim Konseyi, Danışma Kurulu ve Yönetim olmak üzere üç temel yapı ile yönetilmektedir. Yönetim Konseyi, Federal Maliye Bakanlığı, diğer bakanlıklar, Alman Parlamentosu temsilcileri ve kredi kuruluşları, sigorta şirketleri ve finansal hizmet kuruluşları temsilcilerinin oluşturduğu toplam 21 üyeden oluşmaktadır. Yönetim konseyi BaFin yönetiminin denetimi ve gözetimi fonksiyonunu yürütmekte, ayrıca BaFin'in misyonunu yerine getirebilmesi için danışmanlık görevi üstlenmektedir. BaFin yönetiminde başkan, başkan yardımcısı ve üç temel direktörlüğün başkanları bulunmaktadır. Söz konusu direktörler bankacılık denetimi, sigortacılık denetimi ve menkul kıymetler/varlık yönetimi direktörlükleridir (Yıldırım, 2007, 40).

Federal Alman Bankası ve yeni Finansal Denetleme Kurumu parlamentoda benimsendiği gibi, günlük denetimdeki ilgili rollerinin detaylarını bir sözleşme içinde dile getirmektedir. Bu BaFin Merkez Ofis Departmanı kapsamındaki organizasyon yapısının bütünleşmesi ve Federal Banka Bölge şubelerinde bankacılık faaliyetleri için bir esas ortaya koymaktadır. Sözleşme iş ve yardımcı maliyet uygunluğunun tekrarlanması amacıyla tasarlanmıştır. Sözleşme kapsamında, Federal Bank, bankacılık denetimdeki operasyonel görevlerin çoğunu üstlenmektedir ((Akin, 2003,91)

Kurum 2008 yılına kadar toplam 1716 çalışmanı ile faaliyetlerine devam etmiştir. Dikkat çekici olan 2008 yılında BaFin'de yöneticilik görevinde çalışanların yaklaşık dörtte birini kadınlar tarafından oluşturmuş olmasıdır.

Tablo 2: BaFin'de Çalışan Personel Sayısı

	Görevli			Memur	Yarı Zamanlı
	Toplam	Bayan	Bay	Toplam	Toplam
Üst Düzey Yönetici	649	231	418	588	61
Orta kademe Yönetici	599	284	315	497	102
Orta ve Alt Kadrolar	468	312	156	64	404

Kaynak : BaFin, www.bafin.de

Türk Bankacılık Sektörü

Türk Bankacılık Sektörünün Genel Görünümü

Türk bankacılık sektöründe yaşanan finansal krizler piyasa yapısını önemli ölçüde etkilemiştir. Finans sektöründeki denetim ve gözetim mekanizmalarının yetersizliği, uluslararası standartların uyarlanması ve uygulanmasında karşılaşılan eksiklikler ve gecikmeler, mevduata tam garanti verilmesinin ahlaki istismar problemine yol açması ve suiistimale imkân tanınması gibi hususlar bankacılık sektörünü daha da kırılgan hale getirmiştir (BDDK, 2009d, 2). Türkiye'de Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerinden çıkışın bankacılık sektöründeki reformlarla başlaması ile beraber, günümüzde yaşanmakta olan küresel krizin Türk bankacılık sektörü üzerindeki etkisi pek çok ülkenin bankacılık sektörüne göre sınırlı kalmıştır. Türk bankalarının bilançosunda toksik varlıkların olmaması, bankaların sermaye yapılarının güçlü olması, 2001 krizinden sonra bankacılık sektöründe gerçekleştirilen yeniden yapılanma ve son yıllarda sektöre yönelik benimsenen daha ihtiyatlı bir düzenleme ve denetim yaklaşımı bu gelişmede büyük ölçüde etkili olmuştur (DPT, 2009).

Türk bankacılık sektörü 2001 yılından itibaren istikrarlı bir şekilde büyümüş, bireysel krediler ve KOBİ kredileri başta olmak üzere kredi hacmi artmış, milli gelir içindeki payı yükselmiş, takibe düşme oranı gerilemiş, bankacılıkta aracılık işlevi etkinleşmiş ve bu suretle ekonomideki olumlu gidişat desteklenmiştir (BDDK, 2006a, 3). 2004 yılı sonrası Türk bankacılık sektörünün aktif büyüklüğünde yakalanan güçlü büyümeye paralel olarak toplam şube ve personel sayılarında düzenli bir artış trendi ortaya çıkmıştır. Söz konusu büyüme eğilimi, 2006 yılında daha da belirginleşmiş ve takip eden dönemlerde bu seyrini koruyarak, 2008 sonu itibariyle banka şubesi sayısının 9.304'e, personel sayısının ise 182.667'ye ulaşmasını sağlamıştır. Son yıllarda bankacılık sektörü, yaygın bir şube ağı ve personel ağırlıklı bir yapı ile hizmet sunan ve ekonomik büyümeye olanak sağlayan istikrarlı bir görünüm sağlamaktadır (BDDK, 2009b). Türk bankacılık sektörü %88,9'luk pay oranıyla finans sektörü toplam büyüklüğü içinde en yüksek ağırlığa sahip sektör olmayı sürdürmektedir (DPT, 2009). Tablo 3'de Türk bankacılık sektörünün genel görünümü yer almaktadır.

Tablo 3 : Türk Bankacılık Sektörünün Genel Görünümü

Yıllar	Banka Sayısı	Şube Sayısı	Personel Sayısı	Toplam Aktif Varlıklar	Toplam Krediler	Toplam Mevduat
	(Adet)	(Adet)	(Kişi)	(Milyar €)	(Milyar €)	(Milyar €)
2002	54	6.106	123.271	127	25	83
2003	50	5.966	123.249	146	31	91
2004	48	6.106	127.163	172	40	108
2005	51	6.537	138.724	255	67	158
2006	50	7.296	150.793	269	81	166
2007	50	8.117	167.760	340	112	209
2008	50	9.304	182.667	345	172	214

Kaynak : BDDK, www.bddk.org.tr , TBB, www.tbb.org.tr

Türk bankacılık sektörü ağırlıklı olarak mevduat bankalarından oluşmakta, bunun yanında küçük ölçekli yatırım bankaları ve dört adet katılım bankasını da içermektedir. Türk bankacılık sektörü, geniş şube ağı ve güçlü müşteri tabanı ile son yıllarda yüksek karlılık düzeylerine erişmiştir. Bilanço yapısındaki değişimlere paralel olarak, krediler sektörün en önemli gelir kaynağını oluşturmaktadır.

Sayısal verilerle Türkiye'deki toplam bankacılık hacmini özetleyecek olursak 31.12.2008 itibariyle Türkiye'de toplam 50 banka faaliyette olup bu bankalara ait 9.304 banka şubesi ve 182.700 banka personeli bulunmaktadır. Türk bankacılık sektörünün aktif varlıklar toplamı 340 milyar €, krediler toplamı 112 milyar € ve mevduatlar toplamı 209 milyar € dur. (BDDK, 2009b).

Türk Bankacılık Denetim Otoritesi (BDDK)

Türk bankacılık sektörü için 1990'lı yıllar yüksek dalgalanmaların yaşandığı bir dönem olmuştur. Bu dönemde bankalar yoğunluklu olarak kamu menkul kıymetlerine yatırım yapmış ve yüksek yabancı para açık pozisyonları ile çalışmışlardır. Bu aşırı risk alma eğilimi, Türk Lirasının büyük oranda değer kaybettiği 1994 krizi ile ekonomiye ağır maliyetler yüklemiştir. Kriz, diğer yapısal sorunlar ile birleşerek oldukça şiddetli etkiler doğurmuş ve 1994-1999 döneminde 11 bankaya el konulmuştur. Bu dönemde bankacılık sektörünün düzenlenmesi ve denetlenmesinde parçalı bir yapı bulunmaktadır. Hazine Müsteşarlığı Bankacılık Kanununun uygulanmasından, bankacılığa ilişkin ikincil düzenlemelerin hazırlanmasından, yerinde denetimlerin gerçekleştirilmesinden ve bankalara

yönelik idari ve cezai yaptırımların uygulanmasından sorumlu iken, Merkez Bankası da bankaların uzaktan gözetiminden ve tasarruf mevduatını sigorta eden Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'nun (TMSF) idare ve temsilinden sorumludur. 1999 yılında bankacılık sektörünün düzenlenmesi ve denetlenmesindeki bu parçalı yapının ortadan kaldırılması ve sektöre ilişkin tek bir bağımsız denetleyici ve düzenleyici kurumun kurulması kararlaştırılmıştır. Buradaki temel amaç, düzenleme ve denetimin etkinliğinin artırılması ve bağımsız bir karar alma mekanizmasının oluşturulmasıdır. Bu gelişmelerin sonucu olarak, 4389 sayılı Bankacılık Kanunu ile Haziran 1999'da Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK)'nın kurulmasına karar verilmiş ve Kurum Ağustos 2000'de faaliyetlerine başlamıştır (BDDK, 2009c, 1).

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumunun (Kurum) misyonu; finansal piyasalarda güven ve istikrarı sağlamak, finansal sisteme rekabet gücü kazandırıcı ortamı hazırlamak, kredi sisteminin etkin bir şekilde çalışmasını temin etmek, tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerini korumak, denetime tabi kuruluşların piyasa disiplini içerisinde, sağlıklı, düzenli ve emin bir şekilde çalışmasına yönelik gerekli tedbirleri almaktır. Kurumun vizyonu; finansal piyasalarda iyi düzenleme ve etkili denetimi, etkin risk yönetimini, uluslararası ölçekte rekabetçiliği ve etkinliği, Avrupa Birliğine yönelişi, yenilikçiliği, profesyonelliği ve mükemmelliği esas alan, güven duyulan ve organizasyonel uyumluluğa sahip dünya standartlarında bir idari otorite olmaktır. BDDK Stratejik Plan (2006-2008) çerçevesinde beş adet amaç belirlenmiştir; 1-Güvenli, istikrarlı, etkin ve rekabetçi bir finansal yapı, 2-Etkili ve etkin denetim sistemi, 3-Esnek düzenleyici çerçeve, 4-Müşteri haklarına yönelik şeffaf, adil ve teşvik edici uygulamalar ve 5-Yeterli ve etkili kurumsal yapıdır (BDDK, 2009a, 18).

BDDK idari ve mali özerliğe sahip bir kurumdur. Kurumun merkezi Ankara'dadır ve İstanbul'da bir ofisi bulunmaktadır. İdari ve mali özerklik kuruma üç temel alanda özerk hareket edebilme yetkisi vermektedir; 1- Düzenleme ve denetleme alanında özerklik, 2-Kurum içi yönetim alanında özerklik ve 3-Mali kaynakların kullanımında özerklidir (BDDK, 2006a, 6). BDDK Temmuz 2009 tarihi itibarıyla 49 banka, 46 yabancı banka temsilciliği, 77 faktoring şirketi, 48 finansal kiralama şirketi, 10 finansman şirketi ve 6 varlık yönetim şirketinin düzenleme ve denetlenmesinden sorumludur (BDDK, 2009c, 39). Kurum, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (Kurul) ile Başkanlık Teşkilatından oluşmaktadır. Kurul, BDDK'nın karar organıdır. Kurumun en üst yöneticisi olan Başkan, Kurumun genel yönetim ve temsilinden sorumludur. Başkanlık Teşkilatı; Başkan, üç Başkan Yardımcısı ve hizmet birimlerinden oluşmaktadır. BDDK hizmet birimleri, ana hizmet, danışma ve yardımcı hizmet birimleri olarak sınıflandırılmış daire başkanlıklarından oluşmaktadır (BDDK, 2009c, 7).

BDDK'nın faaliyete geçmesinden önce, 31.8.2000 tarihinde, mali piyasalardaki güven ve istikrarın teminine yönelik olarak Merkez Bankası, Hazine Müsteşarlığı ve BDDK arasında bu kuruluşların kendi görev, yetki ve sorumlulukları çerçevesinde yapılacak işbirliği ve politika uyumunu sağlamak amacıyla bir İşbirliği Protokolü imzalanmıştır. Mali piyasaların ve finansal sistemin izlenmesine ilişkin olarak Kanununun verdiği görevlerle ilgili olarak Merkez Bankası, bankalar ve özel finans kurumlarının denetim ve düzenlenmesinden sorumlu BDDK ve Hazine Müsteşarlığı arasındaki işbirliği ve bilgi paylaşımı, mevcut Protokol ve ihtiyaçlar doğrultusunda düzenlenen ek Protokoller ile sürdürülmektedir (TCMB, www.tcmb.gov.tr).

Kurumda 2008 yılı itibarıyla 499 personel çalışmakta olup, Kurumda yönetici, müşavir ve meslek personeli unvanlarını haiz olmayan personelin oranı toplam kadro sayısının (851) yüzde 30'u ile sınırlandırılmıştır. Tablo 4'de BDDK'da çalışan personel sayısı verilmektedir.

Tablo 4: BDDK’da Çalışan Personel Sayısı

31/12/2008	Kadro sayısı	Yüzde payı	Personel sayısı (2007)	Yüzde payı	Personel sayısı (2008)	Yüzde payı
Yönetici	21	2,5	15	3,0	20	4
Müşavir	15	1,8	5	1,0	7	1,4
Meslek personeli	601	70,6	348	69,3	342	68,5
Diğer personel	214	25,1	134	26,7	130	26,1
Toplam	851	100	502	100	499	100

Kaynak :BDDK, Yıllık Faaliyet Raporu, 2009b, s.5.

BaFin ve BDDK Karşılaştırılması

Almanya Federal Mali Denetim Otoritesi (BaFin), finansal piyasalarda entegrasyonun kabul edilmesiyle birlikte bankacılık, sigortacılık ve sermaye piyasalarının denetim ve gözetiminden sorumlu tek otorite olarak oluşturulmuştur. Türk Bankacılık Denetim Otoritesi (BDDK) ise bankalar, faktoring şirketleri, finansman şirketi, finansal kiralama şirketleri ve varlık yönetim şirketlerinin düzenleme ve denetlenmesinden sorumludur. Hem Almanya Federal Mali Denetim Otoritesi (BaFin) hem de Türk Bankacılık Denetim Otoritesi (BDDK) kendi ülkelerindeki Merkez Bankası ile yakın işbirliği içinde çalışmaktadır ve bu ilişki bir sözleşme ile kayıt altına alınmıştır. Her iki denetim otoritesinde idari para cezası ve ceza takdiri mevcutken Almanya Federal Mali Denetim Otoritesi (BaFin)’nin aynı zamanda ceza tutarı takdiri bulunmaktadır (Mesutoğlu ve Yayla, 2004, 31-32). Almanya Federal Mali Denetim Otoritesi (BaFin)’nde 1.716 personel görev yapmakta olup yönetici pozisyonunda çalışanların yaklaşık dörtte birini bayanlar oluşturmaktadır. Türk Bankacılık Denetim Otoritesi (BDDK)’nde ise 499 personel görev yapmaktadır.

Sonuç

Bankacılık gözetimi ve denetimi konusu son yıllarda dünyanın pek çok ülkesinde gündeminin ilk sırasına yerleşmiştir. 1980’li yıllarda ortaya çıkan ve son yıllarda baş döndürücü bir hızla ilerleyen küreselleşme olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerini de beraberinde getirmektedir. Olumsuz gelişmelerden biri de bir ülkede bankacılık sektöründe ortaya çıkan bir paniğin ulusal ve uluslararası alanda mali istikrarı tehdit etmesidir. Mali krizlerin ortaya çıktığı ülkeler genellikle bankacılık sektörünün zayıf olduğu ülkeler olarak görülmektedir. Bu amaçla Basel Bankacılık Denetim Komitesi; IMF ve Dünya Bankası başta olmak üzere ulusal ve uluslar arası bir çok kurumla işbirliği yaparak bankacılık sisteminin etkin çalışmasını sağlamak üzere 25 tane temel prensibi belirlemiştir.

Basel Bankacılık Denetim Komitesi’nce belirlenen standartlara uygun bir mali sistem oluşturmak isteyen bazı ülkeler hemen harekete geçmiştir.Örneğin, Güney Kore (1998), Japonya (1998), Avustralya (1998), İngiltere (1997) ve Singapur (1998) mali sistemde yeniden yapılanmanın öncülüğünü yapan ülkeler olmuştur. Her ülkede özü aynı olmakla birlikte farklı uygulamalar söz konusu olabilmektedir. Ülkeler arasında görülen farklılıkların nedeni finansal piyasaların gelişmişliği, entegrasyon öncesinde bu ülkelerde alt yapının oluşturulması ve finansal düzenleyici otoritelere yüklenen fonksiyonlardan kaynaklanmaktadır.

Ülkemiz ile dünyadaki uygulamaları karşılaştırdığımızda ortaya çıkan en önemli farklılık; dünyada finansal piyasaları düzenleyen otoritelerin entegrasyonu ağırlık kazanırken, ülkemiz uygulamasında finansal piyasalarda her sektör için ayrı bir denetim otoritesi kurulmuştur. Ülkemizde uygulamasında oluşturulan BDDK sadece bankalar, faktoring şirketleri, finansman şirketi, finansal kiralama şirketleri ve varlık yönetim şirketlerinin düzenleme ve denetlenmesinden sorumludur. Almanya Federal Mali Denetim Otoritesi (BaFin), finansal piyasalarda entegrasyonun kabul edilmesiyle birlikte finansal piyasaların tamamının denetim ve gözetiminden sorumlu otorite olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak her iki uygulamada da otoritelerin Merkez Bankaları ile yakın işbirliği içinde olduklarını belirtebiliriz. Almanya Federal Mali Denetim Otoritesi (BaFin) bünyesinde 2.080 banka, yaklaşık 630 sigorta şirketi, 26 emeklilik fon kurumu, yatırım şirketlerine ait 6000 yerli yatırım fonu ve 78 yatırım şirketi denetlenirken, Türk Bankacılık Denetim Otoritesi (BDDK) tarafından 49 banka, 46 yabancı banka temsilciliği, 77 faktoring şirketi, 48 finansal kiralama şirketi, 10 finansman şirketi ve 6 varlık yönetim şirketi denetlenmektedir. Şüphesiz ki bu iki otorite arasındaki denetlenen kurum açısından oluşan fark, Alman bankacılık sektöründeki banka sayısının Türk bankacılık sektöründeki banka sayısından çok daha fazla olmasının yanı sıra Almanya'nın finansal piyasalarda düzenleyici otoritelerin entegrasyonunu benimsemesinden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Kaynaklar

- Akbaygil, A.**, (2001), “Geçiş Sürecinde Bankalarda Risk Yönetimi”, TBB.
- Akın, F.**, (2003), “Dünyada Uygulanan Bankacılık Denetim Sistemleri ve Türk Bankacılık Denetim Sistemi ile Karşılaştırılması”, **Marmara Üniversitesi Bankacılık Sigortacılık Enstitüsü**, Yüksek Lisans Tezi
- BAFIN** (2009), www.bafin.de, Erişim Tarihi : 11.11.2009.
- Bakdur, A.**, (2003), **Bankacılık Sektörünü Düzenleyen Kurumların Yapıları: Ülke Uygulamaları ve Türkiye İçin Öneri**, DPT Uzmanlık Tezi , Yayın No: 2678
- BDDK** (2006a), Stratejik Plan 2006-2008
- BDDK** (2009b) , Finansal Piyasalar Raporu
- BDDK** (2009c), BDDK Tanıtım Kitapçığı
- BDDK** (2009d) , Krizden İstikrara Türkiye Ekonomisi, Çalışma Tebliği
- BUNDESBANK** (2009), <http://www.bundesbank.de> , Erişim Tarihi : 08.11.2009.
- DPT** (2009), 2010 Yılı Programı
- EBF** , www.fbe.eu, Erişim Tarihi : 15.11.2009.
- Jaeger, M.** (2008), “Almanya’da Bankacılık Sistemi Sorgulanıyor”, <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,3254717,00.html>, Erişim Tarihi : 11.12.2009.
- Karacan, A.İ.**, (2002), **Özerk Kurumlar Üzerine Denemeler**, Creative Yayınevi
- Mesutoğlu, B. ve Yayla, M.** (2004), “Bankacılık Otoritelerinin Takdir Yetkisi Açısından İdari Para Cezaları”, BDDK, ARD Çalışma Raporları :2004/1.
- Mwenda K. K, Mvula J.M.** (2000) “A Framework for Unified Financial Services Supervision: Lessons form Germany and other European Countries” Journal of International Banking Regulation, Volume 5 , Number 1.
- Şenver, B.**, (2000), “Muhasebe ve Finansman Dergisi”, Sayı :7, İstanbul
- TBB**, www.tbb.org.tr , Erişim Tarihi : 16.11.2009.
- TCMB** (2009), www.tcmb.gov.tr , Erişim Tarihi : 10.12.2009.
- Yıldıran, T.**, (2007), **Finansal Piyasalarda Düzenleyici Otoritelerin Entegrasyonu**, SPK Yayınları, No: 207
- <http://www.musavirlikler.gov.tr/index.cfm?ulke=D&dil=TR&Submit=Giri%C5%9F>
- <http://www.rojamedya.org/bankacilik/120257-avrupa-birligi-ne-uye-ulkelerin-bankacilik-sistemleri.html>
- http://www.hamburg-economy.de/res/downloads/tuerkisch/pdf1tur_fh.pdf

Mobil cihazların uzaktan eğitime olumlu katkıları

Ferdi SÖNMEZ*

Özet

Mobil teknolojilerdeki gelişme, uzaktan eğitimin masaüstü bilgisayarlardan mobil cihazlara doğru bir değişim-gelişim göstermesine neden olmuştur. Mobil eğitim, kullanıcıların hareket halinde iken öğrenmek için mobil cihazları kullanması sürecine verilen bir isimdir. Mobil eğitim, mobil teknoloji ve uzaktan eğitimin bir birleşimidir. Mobil eğitimin uzaktan eğitimin gelecekteki şekli veya gelecekte ortaya çıkabilecek diğer eğitim şekillerinin bütünleşik bir parçası olacağı düşünülmektedir. Mekâna bağlı kalmadan öğrenmek, özellikle bazı meslek grupları için önemli bir yarar veya avantaj olmaktadır. Bu çalışmada, akademik ve endüstriyel çevreler tarafından desteklenen mobil eğitim çalışmaları incelenmektedir. Bunu yaparken aynı zamanda mobil eğitimin mevcut durumundan bahsedilmekte ve uzaktan eğitime olumlu katkıları tartışılmaktadır.

Anahtar kelimeler: Uzaktan eğitim, mobil eğitim, mobil teknolojiler, PDA

Affirmative contributions of mobile devices to distance education

Abstract

The new challenges in mobile technologies gave rise to change or improvement of distance education via desktop computers to mobile devices. Mobile learning is a name of process that usage of mobile devices by users to learn while moving. Mobile learning is a combination of mobile technologies and distance education. It is believed that mobile learning will be an integrated part of the other types of education that will arise, or even the state of distance education in the future. Learning without limited to a place is a big advantage and benefit for learners, especially for learners in some special professions. In this study, mobile learning studies supported by academic and non-academic institutions are examined. While doing this, the current situation of mobile learning is mentioned and the affirmative affects of mobile learning to distance education are discussed.

Keywords: distance education; mobile learning; mobile technologies, mobile devices, PDA

Giriş

İnternet' in ortaya çıkması ile birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinde önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Yıllar öncesinin sanayi toplumu kavramı yerini bilgi toplumuna bırakmış, iletişimde coğrafi sınırlılıklar ortadan kalkmış, toplumu oluşturan bireylerin bilgi kaynaklarına kolayca erişimi olanaklı hale gelmiştir. Geniş insan toplulukları, hareketlilik, dinamizm, değişim, bilim ve teknoloji bilgi çağını karakterize eden başlıca nitelikler olmuştur (Alkan, 1998). Bu gelişim ve değişim;

*Öğr. Gör. Ferdi SÖNMEZ, (0212) 425 61 51 – 1216, İstanbul Aydın Üniversitesi ABMYO Bilgi Güvenliği Teknolojileri (İng.), e-mail : ferdisonmez@aydin.edu.tr

eğitim alanında çeşitli yenilikleri, yaklaşımları ve teknolojileri beraberinde getirmiştir. Bilgi çağına uygun özelliklere sahip bireylerin yetiştirilebilmesi ancak eğitimde bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkin bir biçimde kullanımı ve geleneksel anlayışın ötesinde yeni yöntem ve tekniklerin geliştirilip uygulanması ile olanaklıdır (Çuhadar ve Odabaşı, 2004). Bu amaçla teknoloji eğitime ve eğitimcilere internet ve mobil teknolojiler gibi önemli olanaklar sunmaktadır. Günümüzde bazı kurumlar, web tabanlı eğitim materyalleri için birlikte çalışabilirlik, erişilebilirlik ve tekrar kullanılabilirlik konularında şartname oluşturma konularında çalışmalarda bulunmaktadır. Mobil eğitim alanındaki tartışmaların yanı sıra, günümüzde performans artırıcı sistemler kavramı da tartışılmaya başlanmıştır. Performans artırıcı sistemler insan kullanıcı merkezli cihaz tasarımındaki dönüşümü artırmayı ve hatta insanın rolünü otomasyona bırakmayı amaçlayan yaklaşımlardan birisi olup; iş performansını artıran PDA'lar (kişisel sayısal yardımcılar), tablet bilgisayarlar, giyilebilir bilgisayarlar, kablosuz ağlar, vb teknolojiler bir bağlamda bu amaçla ortaya çıkmaktadır. Bu teknolojilerin standartlara uygun olarak geliştirilmesi gerekmektedir. SCORM birlikte çalışabilirlik modeli bu standartlardan birisi olup geniş bir kullanıma sahiptir. Mobil eğitimin olabilirliği, cihaz ve pazar eğilimi perspektifinden incelendiğinde ortaya çıkarılabilir. Üreticiler, çok çeşitli PDA'lar, cep telefonları ve el bilgisayarlarını piyasaya sürmektedirler. Önemli sayıda çalışan, bu gibi mobil cihazları elektronik postalarını kontrol etmek, İnternette arama yapmak, haberleri okumak, şirketin dosyalarına erişmek ve kişisel takvimini planlamak gibi işlerde kullanmaktadırlar. Günümüzde, mobil cihazlar yüksek bağlanabilirlik kapasitesi ve öğrenmeyi destekleme özelliklerine sahiptirler (Seppala ve Alamaki, 2003). Dolayısıyla, kurumsal uygulamalar ve kablosuz cihazların birbirlerine yaklaşması mobil eğitime yeni kapıların açılmasına yardımcı olmaktadır. Son zamanlarda mobil eğitimdeki akan video (streaming video), internet tarayıcılar ve masaüstü uygulamalarıyla uyumluluk gibi bir takım gelişmeler mobil eğitimi sadece mümkün değil, aynı zamanda uygulanabilir kılmaktadır. Firmalar, çalışanlarının üretimin kapasitelerini artırmak için mobil cihazları nasıl kullanabileceğini tekrar düşünme ve planlama olanağına sahiptirler. Ayrıca, üniversiteler benzer unsurları müfredat geliştirme konusunda gelişme kaydetmek için kullanmaktadırlar. Genel olarak mobil eğitimin sağladığı yararlar, daha esnek, erişilebilir ve kişiselleştirilmiş eğitim aktiviteleri olarak özetlenebilir. Bu gibi yararlar ile öğrenenlerin devam eden eğitim etkinlikleri ile iç içe olması ve üretkenliklerinin artırılması ümit edilmektedir.

Mevcut projeler

Mobil eğitim çeşitli ölçekteki kuruluşlar tarafından önemli bir hizmet olarak görüldüğünden bu yana, değişik amaçlara hizmet eden çeşitli projeler ele alınmıştır. Bu projeleri akademik ve akademik olmayan olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Insead, Nokia ve Icus firmaları 2001 yılında Asya-Pasifik konsorsiyumunu kurarak ilk mobil eğitim pilot projesinde bir araya gelmişlerdir. Konsorsiyum, WAP (Wireless Access Protocol) tabanlı Nokia cep telefonları için bir çevrimiçi kurs geliştirmiştir. 'E-business' adı verilen bu kurs, hem mobil uygulamalar için WAP tabanlı olarak ve hem de WEB tabanlı olarak geliştirilmiştir. Böylece, kursun içeriğine hem cep telefonları aracılığıyla ve hem de bilgisayar kullanılarak ulaşılabilmektedir (İnceoğlu, 2002). Insead firması kurs içeriğini, Icus firması ise pedagojik ilkeleri ve eğitime ilişki tasarımları gerçekleştirmiştir. Nokia ise, teknik WAP deneyimlerini ortaya koymuş ve kursun pazarlamasını üstlenmiştir. Kursun içeriği WAP tabanlı olarak başarıyla sunulmuştur. Kurs katılımcıları, buldukları makamda en az üç yıllık deneyime sahip olan yöneticilerdir. Aynı zamanda, bu kursiyerlerin bilgisayar kullanımı konusunda da okur-yazarlık düzeyinde çalışmaları bulunmaktadır.

Avrupa'da ise Avrupa Komisyonu tarafından MOBIlearn projesi yürütülmektedir. Bu proje, Avrupa Birliği destekli dünya çapında bir araştırma ve geliştirme projesi olup, çalışma ortamında eğitim konularına mobil teknolojilerdeki gelişmeleri ele alarak yarımda bulunacak yaklaşımlar

geliştirmektedir (Mobilearn, 2010). Projenin gerçekleştirmeyi hedeflediği misyonlarından birisi çalışanların mobil iletişimi kullanarak enformasyona kolayca ulaşması ve bilgi dağarcığını herhangi bir yerde ve zamanda geliştirebilmesidir.

Mobil cihazların akademik amaçlarla kullanımı e-egitim tekniklerinin PC'ler yerine küçük cihazların üzerinde doğrudan kullanımı şeklindedir. Örneğin, WAP teknolojisinin yüksek öğrenimde test edildiği UniWap projesi bu kapsamda bir projedir. Bunun yanı sıra, Indiana Üniversitesi tarafından geliştirilmiş olan LillyPad projesi mobil işbirlikçi teknolojilerin kapalı ve açık mekânlardaki araştırma sürecine ne şekilde yarar sağlayacağını araştırmaktadır (Kurtz, 2010). Projenin amacı, öğrencileri bütünleşmiş araştırma süreçlerinde daha fazla deneyim kazanmaları, onları fiziksel ve sayısal dünyalardaki çeşitli araştırmalarını sentez etme ve yansıtmaya başlamalarını cesaretlendirme ve bunarı arkadaş ve öğretmenlerine yeni yollardan iletmelerini sağlamaktır.

Laboratuar dersleri gibi neredeyse tamamı el ile deneyerek öğrenmeye, yani pratiğe dayalı derslerde, İnternet üzerinden verilecek dersler uygulamada en az alınacak dersler olarak görülmektedir. Ancak, Porter ve Morgan gelişmiş teknolojileri değerlendirmiş ve uygun içerik seçerek mobil eğitimin pratiğe dayalı laboratuar derslerindeki etkinliklerde ne derecede etkili olabileceğini araştırmışlardır. Porter ve Morgan, pratiğe dayalı dersler için birden fazla teknolojinin bir arada kullanılması gerektiğine kanaat getirmişlerdir (Porter ve Morgan, 2003). Bu teknolojilerin, kablosuz bağlantı yeteneği, gerçek zamanlı veri edinim ve sistem kontrol kabiliyetleri olan mobil teknolojiler olması gerekmektedir.

Mevcut iletişim teknolojileri ve mobil eğitim üzerindeki etkileri

Mobil eğitim alanı geniş bir uygulama alanını, yeni öğretme ve öğrenme tekniklerini içermektedir. Gün geçtikçe piyasaya yeni mobil araçlar çıkmaktadır. Bu araçlar sınırlılıkları ve gelişmişlikleri ile gelerek eğitim üzerinde kullanılabilir yeni fikirlerin oluşumuna sebep olmaktadır. Çeşitli iletişim teknolojileri mobil eğitimi destekler niteliktedir. Burada, bu teknolojilerden birkaçı mercek altına alınacaktır. İncelenecek ilk teknoloji olan sesli haberleşme öğrenenler arasında dersin yöneticisi ve öğrenenler arasında desteği ve işbirlikçi etkileşimleri destekler niteliktedir. İkincisi ise İnternetteki eğitim portalına erişim olup buradaki eğitim yönetim sistemi sayesinde eğitimin sürdürülebilirliği sağlayan etkinliklere ve içeriğe erişim sağlanmaktadır. Üçüncüsü ise metin yoluyla eğitimi destekleyen SMS (Short Messaging Services-Kısa Mesajlaşma Hizmeti) dir. Anlık mesajlaşma, mobil cihazların eğitimde destekleyici araç olarak alışlagelmiş uygulamalardan birisidir. Dersin yöneticileri öğrenenlere uyarılar ve hatırlatıcılar göndermek suretiyle onlara destekte bulunabilirler ve onların doğru öğrenme sürecini takip etmelerine yardım edebilmektedirler.

Gelişmiş mobil telefonlar SMS'in yanı sıra MMS (Multimedia Messaging Service – Çoklu Ortam Mesajlaşma Hizmeti) özeline de sahip olabilmektedirler. MMS özellikli mobil cihazlar sayesinde mesajın içerisine renkli şekiller ve video klipler konulabilmektedir (Waycott, 2005). Bu bağlamda, MMS mobil eğitim hizmetlerine fayda sağlayan diğer bir teknoloji olarak değerlendirilebilir.

Son olarak, mobil eğitimin yararlarını gösteren bir uygulamayı örnek olarak verelim. Büyük ölçekli bir mağazadaki çalışanları eğitmek zaman ve maddi kısıtlara bağlı olarak zor olabilmesine rağmen üst düzey müşteri memnuniyeti için iyi eğitilmiş personel gerekmektedir. Geleneksel olarak yani çalışanlar mağazadaki bir büroda mağaza ile ilgili konuları içeren kitap vb. dokümanları okumak

suretiyle veya bir web sayfasında ürünlerle ilgili bilgi edinerek saatlerini harcamaktadırlar. Bu çalışmalar yapılırken genellikle ya gerçek ürünler çalışanların önünde olamamakta ya da hatırlanması gereken birçok ürün bulunmaktadır. Bunun yerine, mağaza yöneticisi veya eğitimden sorumlu yönetici sürekli veya güçlü bir eğitime sahip olması gereken satış personeli gibi çalışanları mobil eğitim yoluyla eğitime tabi tutabilmektedir. Bunun için mağazanın çalışanlarına birer PDA (Personal Digital Assistant – Kişisel Sayısal Yardımcı) ve birer barkot tarayıcısı sağlamak yoluyla mobil eğitime başlaması yerinde olabilmektedir. Çalışanlar edindikleri bu cihazlar sayesinde ürünlerin sergilendiği bölümlerde gerekli gördükleri konularda eğitimlerini tamamlayabilmektedirler. Örneğin, müşteri olmadığı bir anda veya ara verdikleri sırada kurumun çalışanı bilgi edinmek istediği bir ürünün karşısına geçip barkodunu okutarak onun hakkında kısa süreli bir eğitim alabilmektedir. Buna benzer bir uygulama İstanbul'da faaliyetini sürdüren bir çerez firmasının fabrikasında başarılı bir şekilde gerçekleştirilmektedir.

Mobil eğitimin geleceği

Günümüzde, mobil eğitim çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Ancak gelecekte daha da gelişeceği ve daha fazla alanda kullanılması beklenmektedir. Şirketlerin başarılarının çalışanlarının yetenek, kabiliyet ve performansıyla ve bir arada çalışabilmesiyle doğrudan ilişkili olduğu kabul edilmektedir. Gelişmiş ülkelerde mobil çalışanların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bunun yanı sıra, en yüksek performans gösterenler mobil çalışanlardan meydana gelmektedir. Dolayısıyla, çalışanların eğitim ihtiyaçlarının karşılanması için mobil eğitim kullanılması kaçınılmaz bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır.

Mobil eğitimde kullanılan teknolojilerin gelişimine ek olarak eğitim içeriğinin kolay aktarımı ve içerik oluşturmadaki yenilikler gibi mobil eğitimin bilişsel yönü üzerinde de durmak yerinde olacaktır. Uyarlamalı eğitim kavramında eğitim stratejileri ve eğitim içeriği öğrenenin kişisel nitelik ve ihtiyaçlarına göre planlanması gerektiği vurgulanmaktadır. Kablosuz teknolojiler kullanıcıların içeriğe herhangi bir zaman ve mekânda erişimine sağlamaktadırlar. Öğrenenler değişik ortamlarda öğrenimini sürdürürken, çeşitli motivasyon artırıcı ve yenilikçi unsurlarla buluşma şansını elde edebilmektedirler. Öğrenenin bulunduğu mekân, uyarlamacı öğrenmenin gerçekleşmesi için dikkate alınmaktadır. Örneğin, öğrenen bir hava alanındaki billboard reklâmında gördüğü 3G teknolojisini merak edip bu konu hakkında istekte bulunursa 3G kelimesinin tanımı öğrenen için yeterli bir eğitim içeriği olabilmektedir. Hâlbuki aynı öğrenen benzer isteği bir kütüphane içerisinde iken yapacak olursa; bu sefer eğitim içeriği 3G hakkında olmaktadır.

Mobil eğitimle ilgili diğer konu mobil ağların anlık iletişim özelliğidir. İnternet üzerinden gerçekleştirilen işbirlikçi eğitim açısından bakılacak olursa, web destekli eğitim öğrenenleri akademik etkileşim anlamında desteklemenin yanı sıra onların memnuniyetini üst düzeyde tutmaktadır. Burada, kilit faktör mekân ve yanıtlama zamanıdır. Mekân, öğrenenlerin ders ortamına erişmek için bilgisayarlarını kullandıkları ortamdır. Öğrenenler gizlilik, rahatlatıcı atmosfer, kişisel bilgisayarları ile uyum ve kendi zaman planlaması yapabilme rahatlığı konularında çok hassastırlar (Waycott, 2005). Yanıtlama zamanı özellikle eşzamansız olarak yürütülmekte olan işbirlikçi öğrenme ortamları için önemli bir konudur. Eğer, mesajın sahibi olan öğrenen beklediği süre zarfında yanıtı alamazsa hayal kırıklığına uğrayabilir ve daha az sosyal aidiyet hissine kapılarak öğrenmeye olan ilgisini kaybedebilmektedir. Benzer sorunlar mesaja cevap verilmesini hatırlatan hatırlatıcıların kullanıldığı bir mobil iletişim ağı sayesinde çözüme kavuşabilir. Örneğin, eğitim yönetim sistemi veya elektronik posta sunucusu öğrenene uyarı amacıyla SMS gönderebilmektedir.

Bu şekilde meydana getirilmiş olan yönlendirici etkileşim öğrenenlerin sosyal bağlılığını arttırmada yardımcı bir rol oynayabilmektedir.

Sonuç ve değerlendirme

Bilgisayar ağ sistemlerindeki ve kablosuz ağ teknolojilerindeki değişim ve gelişim, eğitimin sınıftaki klasik yüz yüze eğitimden, uzaktan eğitime ve mobil eğitime doğru değişim geçirmesine ve yenilenmesine olanak vermiştir. Eğitim, bu gelişimi destekleyen faktörlerden sadece birisi olup; gelişimi desteklemede asıl önemli faktörler gelişmiş olan bilgi teknolojileri ve kablosuz ağlardan yararlanmayı sağlayacak hizmetlere duyulan ihtiyaçlardır. Kurumlar mobil eğitim çalışanlarının eğitim ihtiyaçlarını karşılama ve iş üstünlüklerini geliştirme yönünde yarar sağlamaktadırlar. Yeni içerik dağıtım ve iletişim yöntemleri kurumların daha rekabetçi bir iş gücüne sahip olmalarına izin verecektir. Öğrenenler öğretici, ders içeriği ve diğer öğrenenler ile etkileşime geçebilmek için çeşitli kablosuz cihaz ve ağlardan faydalanmaktadırlar. Buna benzer durumlar söz konusu olduğu sürece eğitim stratejilerinin gerçekleştirilmiş iletişim teknolojilerinden etkileneceği beklenmektedir. İnsanların nasıl öğrendiğinin anlaşılması, davranışçı yaklaşımdaki ilerleme, bilişsel bilim, yapısalcı yaklaşım, eğitime teknolojinin bütünleştirilmesi; dolayısıyla uzaktan eğitime doğru yapılan göç hamlesine rehberlik eden esasları meydana getirmektedir. Bu çalışmada, mobil eğitimin olabilirliği kavramsal olarak, geliştirilen projelerden örnekler vererek ve enformasyon-iletişim teknolojilerindeki gelişme eğiliminden bahsedilerek aktarılmaya çalışılmıştır. Bu teknolojiler sadece öğrenenler, öğreticiler ve öğrenme materyali arasındaki etkileşimi sağlamakta; asıl etkili öğrenme öğrenenin öğrenme etkinliklerine etkin ve bilişsel katılımına bağlı olmaktadır.

Bu çalışma, mobil iletişimin uzaktan eğitime uygulanabilmesi için üç bilişsel konuyu ortaya koymaktadır. Bunlar, konuma yönelik olarak içerik, bilginin bilişsel etkisi ve anlık etkileşimin öğrenme etkileşimi üzerindeki etkisidir. Gelecekteki çalışmaların bu konuları, daha belirgin teorik bir çatı oluşturmak ve müfredat geliştiriciler, programcılar ve eğitim yöneticileri için kullanışlı bir kılavuz sağlamak suretiyle açıklığa kavuşturması hedeflenmektedir.

Kaynaklar

- Alkan, C. (1998). Eğitim Teknolojisi. 6. Baskı. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çuhadar, C., Odabaşı, F. (2004). Mobil Teknolojilerin Eğitimde Kullanımı. İnternet adresinden 19 Ocak 2010 tarihinde edinilmiştir, <http://home.anadolu.edu.tr/~fodabasi/doc/ty6.swf>
http://ieeexplore.ieee.org/xpl/freeabs_all.jsp?arnumber=1039235
- İnceoğlu, M. (2002): Mobil öğretim'e hazır mıyız?, *Açık ve uzaktan eğitim sempozyumu*, Eskişehir, TR, Mayıs 2002. İnternet adresinden 17 Ocak 2010 tarihinde edinilmiştir, <http://aof20.anadolu.edu.tr/program.htm>
- J. R. Porter, J. A. Morgan, "Wireless mobile platform: a tool to implement a distance learning laboratory for teaching computer-based instrumentation and control", *International journal of engineering education*, 19(3), 2003, ss. 468-477.
- Kurtz, A. (2009). LillyPad. İnternet adresinden 18 Ocak 2010 tarihinde edinilmiştir, <http://www.andrewkurtz.com>
- MobiLearn Project Consortium (2005). İnternet adresinden 18 Ocak 2010 tarihinde edinilmiştir, <http://www.mobilearn.org>

Mobil cihazların uzaktan eğitime olumlu katkıları

Seppala, P. and Alamaki, H., (2003) Mobile Learning in Teacher Training, *Journal of Computer Assisted Learning*, 19, 330-335

Waycott J. (2005): An Investigation into the Use of Mobile Computing Devices as Tools for Supporting Learning and Workplace Activities , *5th Human Centred Technology Postgraduate Workshop*,. Internet adresinden 20 Ocak 2010 tarihinde edinilmiştir, http://www.ictc.org/T01_Library/T01_254.pdf

Waycott J.: An Investigation into the Use of Mobile Computing Devices as Tools for Supporting Learning and Workplace Activities , *5th Human Centred Technology Postgraduate Workshop*,. Internet adresinden 20 Ocak 2010 tarihinde edinilmiştir, http://www.ictc.org/T01_Library/T01_254.pdf

Dönüşümsel liderlik kavramı hakkında önde gelen teoriler ve Türkiye’de kavramı ele alan çalışmalar

Evren AYRANCI¹ Ercan ÖGE²

Özet

Günümüzde örgütlerin hiçbirisinin değişim, dönüşüm ve yoğun rekabet gibi faktörlere karşı duyarsız kalması mümkün değildir. Örgütlerin söz konusu faktörlerle başa çıkabilmeleri için örgütlerdeki liderler, örgütlerini yeniden yapılandırmalıdır. Diğer bir ifadeyle örgütsel liderler, çevre koşullarının değişimlerini dikkate alarak, örgütlerinde bir değişimi veya dönüşümü hayata geçirmek zorundadırlar. Bu çalışmada, değişim ve / veya dönüşüm sürecini olanaklı kılan ve literatürde dönüşümsel, (transformatif) liderlik” olarak adlandırılan kavram konu edilmektedir. Konu için literatür taraması yapılmış ve literatürde önde gelen dönüşümsel liderlik teorileri incelenmiştir. Bu çalışmanın son kısmında ise yakın zamanlarda Türkiye’de işletmecilik bakış açısını kullanan ve dönüşümsel liderliği konu edinen çalışmaların özetleri aktarılmıştır.

Anahtar kelimeler: Dönüşümsel, lider, örgüt.

The prominent theories about the transformational leadership concept and the studies that subject the concept in Turkey

Abstract

Today, it is impossible for any of the organizations to be insensible to factors like change, transform and intense competition. The leaders in organizations must re-configure their organizations, for the organizations to cope up with the mentioned factors. In other words, the organizational leaders must activate a change or a transform in their organizations by considering changes of environmental conditions. In this study, the concept that is named as the “transformational leadership” in literature and that enables the process of change and / or transformation is subjected. A literature review was performed for the subject and the prominent transformational leadership theories in the literature were analyzed. In the last part of this study, the summaries of the contemporary studies that use business management point-of-view and that subject transformational leadership in Turkey were cited.

Keywords: Transformational, leader, organization.

¹ Yrd. Doç. Dr. Evren AYRANCI, İstanbul Aydın Üniversitesi, evrenayranci@anadolubil.edu.tr

² Yrd. Doç. Dr. Ercan ÖGE, İstanbul Aydın Üniversitesi, ercanoge@anadolubil.edu.tr

Giriş

Liderlik ile ilgili 1930–1960 dönemini kapsayacak şekilde bir literatür taraması yapıldığında, bu dönemdeki çalışmaların çok büyük bir kısmının liderin kim olduğunu ve nasıl başarılı olacağını; liderin kişisel özelliklerine, davranışlarına ve koşullara uyum sağlamasına bağladığı görülmektedir. Diğer taraftan günümüzde, daha yakın tarihlerde yapılan çalışmaların ise liderliği oldukça farklı boyutlar açısından ele almaları söz konusudur. Bu boyutlara göre “karizmatik”, “işlemsel”, “dönüşümsel,dönüşümcü (transformasyonel)” ve “kendi kendine” liderlik gibi yeni kavramlar türemiştir.

Kısaca tanıtmak gerekirse, bu yeni kavramlardan birisi olan dönüşümsel liderlik, 1970’li yılların sonlarındaki çalışmalarda dile getirilmeye başlanan ve günlük yönetsel faaliyetlerin ötesindeki bir değişimi (veya dönüşümü*) öngören, değişen çevreye uyum sağlayan devrimsel bir liderlik tarzıdır. İşletme bilim dalına yönelik bakış açısıyla bakıldığında dönüşümsel lider, işletmedeki çalışanlarını (izleyicilerini) güçlü bir şekilde etkileyen ve örgütsel amaçların, çalışanların kişisel beklentilerinden önce geldiği inancını çalışanlarına aşıl原因 bir kişidir. Diğer bir ifadeyle dönüşümsel lider, çalışanlarına örgütsel amaçların kişisel amaçlardan daha anlamlı olduğu bilincini kazandırmaktadır³.

Nasıl ki örgütlerin amaçları ve hedefleri bulunmakta ise, çalışanların da bireysel amaçları ve hedefleri bulunmaktadır. Bir önceki paragrafta ifade edildiği üzere örgütsel ve kişisel önceliklerin yer değiştirmeleri söz konusudur. Buna göre çalışanların işleriyle ilgili düşüncelerinde, tutumlarında, davranışlarında, değer sistemlerinde ve olaylara yönelik yaklaşımlarında bir “farklılaşma” meydana gelmiştir.

Dönüşümsel Liderlik Kavramı

En genel haliyle dönüşümsel lider; bir vizyon oluşturan, diğer insanlara (izleyicilerine) bu vizyonu benimseten ve dönüşümün (veya değişimin) gerekli olduğuna inandırıp, ilham veren kişidir. Bu şekildeki liderlik sayesinde izleyiciler ortak çıkarları, kendi çıkarlarının önüne geçirmektedirler⁴. Diğer bir ifadeyle izleyiciler ortak çıkarlar pahasına kendi kişisel çıkarlarından kısmen veya

* “Değişim” ve “dönüşüm” birebir aynı kavramlar değildir. Ayrıca her iki kavramın da oldukça farklı tanımları bulunmaktadır. Genel olarak ifade edilirse her iki kavram da “somut veya soyut bir varlığın olduğundan farklı bir hal alması” demektir. Önemli bir farklılık ise “değişim” sürecindeki varlığın daima olduğundan daha iyi bir hale geleceği garantisinin olmamasıdır. Daha açık bir ifadeyle değişime uğrayan bir varlığın durumu, olduğundan daha kötüye gidebilir. Örneğin işletmecilik açısından bakıldığında, bir işletmenin iflası da bir “değişim” olmaktadır. Diğer taraftan “dönüşüm” söz konusu ise ilgili varlığın daha iyi bir duruma geleceği beklentisi bulunmaktadır. Kısaca her iki kavramın ortak karşılığı “farklılaşma” iken “değişim” iyi veya kötü yönde olabilir ancak “dönüşümün” iyi yönde olacağı beklenmektedir.

Dikkat edilirse “dönüşümsel” liderlik kavramının diğer karşılıkları içerisinde “değişimsel” kelimesi bulunmamaktadır. Şu halde bir dönüşümsel liderin izleyici grubunu daha iyi koşullara ulaştıracağı beklenmektedir. Daha detaylı bilgi için bkz.: Mahmut PAKSOY, İstanbul Üniversitesi Yönetim-Organizasyon Doktora Programı, Liderlik ve Liderlik Analizleri Ders Notu.

³ Hayri ÜLGEN ve Kadri MİRZE, **İşletmelerde Stratejik Yönetim**. İstanbul: Literatür Yayıncılık Dağıtım, 2004, s. 377.

⁴ Mahmut PAKSOY, **Çalışma Ortamında İnsan ve Toplam Kalite Yönetimi**. İstanbul: Çantay Kitabevi, 2002, s. 197.

tamamen vazgeçecek hale gelmektedirler. Daha kısa bir tanıma göre dönüşümsel lider, izleyicilerin kendilerini belli amaç veya hedeflere adanmalarını sağlamaktadır⁵.

İzleyicilerin böyle bir fedakarlığı yapmalarını sağlamak için liderin bir takım üstün özelliklere sahip olması beklenebilir. Bir sonraki paragrafta görüleceği üzere dönüşümsel liderliğe yönelik ilk araştırmalar da tam olarak bu üstün özelliklerin varlığını savunmaktadırlar.

Dönüşümsel liderliğin ortaya çıkmasına yol açacak ilk çalışmalar Max Weber tarafından yapılmıştır. Weber'e göre bazı liderlerde "karizma" denen unsur bulunmaktadır. Karizma, o lideri diğerlerinden ayıran "insanüstü veya eşine çok zor rastlanılan bir özellik" şeklinde düşünülmektedir⁶.

Liderler de insandır ve her insan gibi onlar da kendi kişisel çıkarları peşine düşebilirler. Bir başka bakış açısıyla liderler ortak çıkar, amaç veya hedefler yerine kendi kişisel çıkar, amaç ve hedeflerini savunabilirler. Aynı husus dönüşümsel liderler için de geçerlidir. Bu durumda gerçek değil, sahte nitelikli bir dönüşümsel liderden bahsedilebilir.

Sahte nitelikli dönüşümsel lider kendisini ön plana çıkarır ve kişisel çıkarlarını sanki ortak çıkarlarmış gibi izleyicilerine aşılama kalkanı. Bu liderin amacı kendi iktidarını korumak ve güçlendirmektir⁷. Sahte dönüşümsel liderler izleyicilerine verdikleri sözleri yerine getirmezler, izleyicileri sadece kendi kişisel çıkarlarına ulaşmada birer "köprü" olarak düşünürler⁸.

Dönüşümsel liderlik teorileri

Literatürde bir kişinin nasıl dönüşümsel lider olacağını veya dönüşümsel liderliğin neye dayandığını konu edinen bir takım teoriler bulunmaktadır. Söz konusu teorilere toplu halde "dönüşümsel liderlik teorileri" adı verilmektedir. Bir sonraki başlıktan itibaren bu teorilerin önde gelenlerinden bazıları kısaca aktarılacaktır.

Burns'ün Dönüşümsel Liderlik Teorisi

Literatür incelendiği zaman "Dönüşümsel lider" kavramının ilk defa Burns tarafından ortaya atıldığı görülmektedir. Burns, daha önce Max Weber tarafından ortaya atılan "karizmatik lider" kavramını irdelemiş ve ilk defa dönüşümsel liderin tanımını yapmıştır⁹: Dönüşümsel lider; potansiyel izleyicilerin istek veya ihtiyaçlarını fark eden, bu istek veya ihtiyaçları karşılayan, izleyicilerin nasıl motive olacaklarını anlayan ve izleyicilerin normalden daha üstün amaçlara yönelmelerini sağlayan bir kişidir.

Burns'ün yaklaşımı iki nokta itibarıyla Weber'e benzemektedir. Her iki bilim adamı da hem karizmatik hem dönüşümsel liderlikte insanüstü güçlerin olabileceğini kabul etmektedir. Ayrıca her

⁵ Bruce J. AVOLIO, **Developing Potential Across a Full Range of Leaderships: Cases on Transactional and Transformational Leadership**. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Incorporated, 2001, s. 66.

⁶ Martin M. CHEMERS, **An Integrative Theory of Leadership**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Incorporated, 1997, s. 79.

⁷ AVOLIO, a.g.e., s. 8

⁸ AVOLIO, a.g.e., s. 9.

⁹ James MacGregor BURNS, **Leadership**. NY: Harper&Row Publishers, 1978, s. 4.

Dönüşümsel liderlik kavramı hakkında önde gelen teoriler ve Türkiye’de kavramı ele alan çalışmalar

iki kişi de liderliği teknik bir anlayıştan ziyade ahlaki bir anlayışa dayandırmaktadır. Bu noktalardan hareketle Burns, “gerçek” (ahlaki yerinde olan) dönüşümsel liderleri dört alt gruba ayırmaktadır¹⁰:

Entelektüel dönüşümsel liderler: Locke, Bentham, Mill...

Reformcu dönüşümsel liderler: Büyük İskender...

Mevcut düzeni tamamen değiştiren (devrimci) dönüşümsel liderler: Luther, Lenin...

Kahraman niteliğindeki dönüşümsel liderler: Hz. Musa, Hz., İsa, Hz. Muhammed...

Bass ve Avolio’nun Dönüşümsel Liderlik Teorisi

Literatür tarandığı zaman dönüşümsel liderliği ele alan önde gelen diğer bir araştırmanın Bass ve Avolio tarafından yapıldığı görülmektedir. İki araştırmacı, Burns’ün araştırmalarını temel almışlardır. Araştırmalarına göre birden fazla lider tipi bulunmaktadır ve dönüşümsel lider, bu tiplerden sadece bir tanesidir. Dönüşümsel liderin sahip olduğu nitelikler ise şu şekildedir¹¹:

Vizyoner Motivasyon: Vizyon, gelecekle ilgili olarak kurulan bir hayal demektir. Dönüşümsel liderler izleyicilerinin belli bir vizyona inanmalarını sağlarlar. Bu inanç, izleyicileri motive edecek ve böylece izleyicilerin kendi istekleriyle vizyonu gerçekleştirmeye yönelik olarak hareket etmelerini sağlayacaktır.

Entellektüel Teşvik: Bir insan grubunda dönüşüm olması için kişilerin tutucu yargılardan uzaklaşmaları gerekmektedir. Dönüşümsel lider, izleyicilerinin serbestçe düşünmeleri ve tartışmaları için onları teşvik etmektedir.

Karizma: Karizma, kişinin kendisine özgü olan ve benzersiz veya eşine çok nadir rastlanır bir özellik demektir. Dönüşümsel lider, vizyonu izleyicilerine benimsetme durumunda olduğundan dolayı izleyicilerini etkilemek zorundadır. Bu etkilemenin gerçekleşmesi için liderin karizması devreye girmektedir.

Kişiyeye özel ilgi: Lider, izleyicilerinin desteğini sağlamak zorundadır. Buna bağlı olarak liderin izleyicileri ile etkileşimde bulunması gerekmektedir. İzleyicileri tarafından “adil” olarak algılanmak istenen lider, her izleyicisine eşit mesafede olabilir. Ancak dönüşümsel liderler bu eşit mesafeyi korurlarken, her izleyicinin kendi özelliklerini dikkate alarak, izleyicilerle etkileşime girerler. Diğer bir ifadeyle dönüşümsel liderler sosyal ilişkilerinde izleyicileri eşit olarak görmekte ancak izleyicilerin kişisel özelliklerini de dikkate almaktadırlar.

House’un Teorisi

Daha önce ifade edildiği gibi dönüşümsel liderlerin önemli bir özelliği, sahip oldukları karizmadır. House’un teorisi ise özellikle karizma üzerinde durmakta ve karizmatik liderliği öne sürmektedir. Çalışmanın konusu dönüşümsel liderlik olduğu halde burada karizmatik liderliğin ele alınmasının nedeni, bir sonraki başlık altında aktarılacak teorinin aslında House’un teorisini baz almasıdır.

House’a göre karizmatik liderlerin bir takım ortak özellikleri bulunmaktadır¹²:

¹⁰ A.e., s. 142-203

¹¹ Bernard M. BASS ve Bruce J. AVOLIO, “Transformational Leadership and Organizational Culture”, Public Administration Quarterly, Spring Issue, 1993, s. 112–121.

¹² Chemers, a.g.e., s. 80-82.

Bu liderler kendilerine yüksek derecede güvenmektedir ve insanları kendilerine hayran bırakarak, onlar üzerinde kontrole sahip olmayı istemektedirler.

İnsanların hayranlığını kazanmak için birer “rol modeli” haline gelen karizmatik liderler, kendi inandıkları vizyonu diğerlerine benimsetmek amacıyla bağlı oldukları değerleri, inançları ve amaçlarını açıkça yaşayışlarıyla ortaya koyarlar.

Karizmatik liderler değerlerinin, inançlarının ve amaçlarının maddi çıkar sağlamayı değil, manevi faydayı gözettiğini, özellikle ortaya koyarlar.

Karizmatik liderler, izleyicilerine güvendikleri ortaya koyarlar ve böylece izleyicilerin kendilerine daha fazla güven duymalarını teşvik ederler. Liderlerin bu güveni gösterilmelerinin bir yolu demokratik bir anlayışla, izleyicilerin görüşlerini de dikkate alarak, hareket etmeleridir.

Son olarak karizmatik liderler, izleyicilerinin ve kendilerinin içinde buldukları mevcut durumu değiştirmeye veya dönüştürmeye çalışabilirler.

House ve Shamir’in Teorisi

House ile Shamir, karizmatik ve dönüşümsel liderliğin oldukça yakın kavramlar olduklarını ifade etmektedirler. Buna göre her iki türdeki liderlerin ortak özellikleri şunlardır¹³:

Söz konusu liderler izleyicilerin ihtiyaçlarını, değerlerini, tercihlerini ve amaçlarını kişisellikten çıkarırlar ve tüm bunları ortak hale getirirler.

Bu liderler ortaya attıkları vizyonu izleyicilerine inandırırılar. Böylece izleyicilerin vizyonu gerçekleştirmek için fedakarlık yapmaları ihtimali artar.

İnandırma, maddi unsurlardan ziyade ideolojik unsurlara dayanır. Burada bir takım dini, ahlaki konular veya semboller ile objeler kullanılabilir.

Her iki lider de izleyicilerinden net ve zorlu beklentilerde bulunurlar. Ayrıca davranışları vasıtasıyla izleyicilerine güvendiklerini gösterirler.

Warren Bennis’in Teorisi

Bennis’in araştırmalarına göre etkili yönetici ve lider özelliği gösteren kişilerin bir takım ortak özellikleri bulunmaktadır¹⁴:

Vizyon Kurmak Ve Dikkat Çekmek: Davranışlar ile izleyicilerin dikkatlerini belli bir vizyon üzerinde toplamalarını sağlamaktır.

Ortak Anlamlar Yükleme: Tüm izleyici grubu tarafından paylaşılan ortak değerleri, anlamları ve iletişim biçimlerini oluşturmak ve izleyicilere benimsetmek.

Güven Telkini: Her izleyicinin kendisine güvenmesini sağlamak ve bunun için izleyicilerinin inisiyatif göstermelerini teşvik etmek.

¹³ Robert House ve B. Shamir, “Toward the Integration of Transformational, Charismatic and Visionary Theories”, (Ed.) Martin M. Chemers ve Roya Ayman, **Leadership Theory and Research: Perspectives and Directions**, 1993, s. 89.

¹⁴ John Antonakis, Anna T. Cianciolo ve Robert J. Sternberg, **The Nature of Leadership**. USA: Sage Publications, 2004, s. 175.

Dönüşümsel liderlik kavramı hakkında önde gelen teoriler ve Türkiye’de kavramı ele alan çalışmalar

Kendini Tanımak: Liderin kendi özelliklerini analiz etmesi ve özelliklerini vizyonu gerçekleştirmek üzere düzenlemesi.

Kouzes ve Posner’in Yaklaşımı

Kouzes ve Posner, karizmatik ve dönüşümsel liderlik konusunu ele almışlardır ve daha önce bahsi geçen araştırmacılardan daha somut bir yaklaşım sergilemişlerdir. İki araştırmacı, karizmatik ve dönüşümsel liderliğin varlığını ve varsa, ne kadar geliştiğini anlamak için “Liderlik Uygulamaları Envanteri (Leadership Practices Inventory)” adında bir envanter oluşturmuşlardır. Söz konusu envanterin toplam beş unsuru bulunmaktadır¹⁵:

Süreci Zorlamak: Mevcut durumu geliştirmek için dış çevredeki fırsatları aramak ve risk almak demektir.

Vizyonu Yerleştirmek: Liderin oluşturduğu vizyonu izleyicilerine benimsetmesidir.

İzleyicileri Harekete Geçirmek: İzleyiciler arasında sosyal ilişkileri kurmak ve böylece izleyicilerin işbirliği yapmalarını sağlamaktır.

Rol Modeli Olmak: Davranışlarla izleyicilere örnek olmak, izleyicilerin nasıl hareket etmeleri gerektiğini ortaya koymaktır.

Cesaretlendirmek: İzleyicilerin inisiyatif almalarını ve diğerleriyle paylaşımında bulunmalarını sağlamak üzere izleyicileri motive etmek demektir.

Kotter ve Heskett’in Teorisi

John Kotter ile James Heskett liderliği “kültür” bağlamında ele almaktadırlar. Bir izleyici grubunun taşıdığı kültürü değiştirebilen (dönüştürebilen) kişiyi “lider” olarak gören araştırmacılar, liderlerin dört temel özelliğe sahip olduğunu ifade etmektedirler¹⁶:

Mevcut Durumun Değişmesini Sağlama: Liderler, izleyici grubunun içinde bulunduğu durumun iyi olmadığını ve değişmesi gerektiğini ortaya koyarlar. Dolayısıyla bir değişim ihtiyacı yaratırlar.

Vizyon Geliştirme: Liderler geliştirdikleri vizyon vasıtasıyla mevcut durumu zorlarlar ve izleyicilerin vizyonda bahsedilen yeni duruma ulaşmalarını sağlarlar.

Vizyonun Yansıtılması: Liderler, izleyicilerin vizyonu kabullenmeleri ve gerçekleştirmeleri için motivasyon yaratırlar. Bu motivasyon izleyicilerin vizyona yönelik olarak tartışmalarının sağlanması, liderin davranışları veya vizyonun önemli olduğunu göstermek amacıyla izleyicilerin bir takım zorluklarla yüzleştirilmesi şeklinde olabilir.

¹⁵ A.e., s. 177–178.

¹⁶ John P. Kotter ve James L. Heskett, **Corporate Culture and Performance**. New York: Free Press, 1992, s. 79.

Türkiye’de işletme anabilim dalı altında dönüşümsel liderliğe yönelik olarak yapılan araştırmalar

Türkiye’de konuya yönelik olarak yapılan çok sayıda araştırmaya rastlanmıştır. Söz konusu araştırmalardan güncel olanlarından çeşitli örnekler verilecektir. Öncelikle ülkemizde dönüşümsel liderlik hakkında yazılan tezler incelendiğinde*, tezlerin çoğunluğunun eğitim kurumlarındaki dönüşümsel liderliği konu edindiği ortaya çıkmaktadır. Ticari veya endüstriyel işletmeleri ele alan ve dönüşümsel liderliği irdeleyen tezlerin büyük bir kısmı ise dönüşümsel liderlik ile çalışanların işletmeye bağlılığı arasındaki ilişkileri dikkate almaktadır.

Güncel tezler incelendiğinde; örneğin Doğan, eylemsel ve dönüşümsel liderliği konu etmiş ve bu iki liderlik türü ile iş tatmini ilişkisini, Ankara OSTİM Organize Sanayi Sitesi’ndeki bankalarda incelemiştir¹⁷. İlginç bir şekilde eylemsel (iş odaklı) liderliğin, dönüşümsel liderliğe göre daha fazla iş tatmini sağladığı ortaya çıkmıştır¹⁸.

Yavuz’un hazırladığı tezde ise bu defa dönüşümsel ve etkileşimci (yetkisini, kendisini izleyenleri ödüllendirmek amacıyla kullanan) liderlik kavramlarının örgütsel bağlılık ile olan ilişkileri ele alınmış ve turizm sektöründe bir araştırma yapılmıştır. Ortaya çıkan sonuca göre örgütsel bağlılık, dönüşümsel liderlikten daha çok ancak etkileşimci liderlikten daha az etkilenmektedir¹⁹.

Tuna’nın yaptığı oldukça güncel bir tezde ise dönüşümsel ve eylemsel liderlik, yine işletmeye bağlılık açısından karşılaştırılmıştır. Dönüşümsel liderliğin işletmeye bağlılığı olumlu yönde etkilediği ortaya çıkarken, eylemsel liderliğin tam tersine işletmeye bağlılığı azaltıcı bir etki yarattığı görülmüştür²⁰.

Duralı’nın tezinde dönüşümsel ve etkileşimci liderlik karşılaştırması yapılırken demir-çelik sektöründeki işletmeler incelenmiştir. Çalışanların bu iki liderlik türünü algılamalarının araştırıldığı tezde, genel olarak dönüşümsel liderliğin çalışanlar tarafından daha olumlu bir şekilde algılandığı sonucuna varılmıştır²¹.

Basol ise tezinde liderlik tarzı ile örgütsel öğrenme gelişimi arasında bir ilişkinin olup olmadığını araştırmış ve bunun için de havacılık sektöründe bir inceleme yapmıştır. Yaptığı araştırma sonucunda yöneticinin liderlik tarzı ile örgütsel öğrenme gelişimi arasında bir ilişkinin olduğu ve özellikle dönüşümcü liderliğin örgütsel öğrenme üzerinde diğer liderlik tarzlarına göre (etkileşimci, pasif) en yüksek oranda etkiye sahip liderlik tarzı olduğu sonucunu ortaya koymuştur²².

* Ülkemizdeki konuya yönelik tezler, Yükseköğretim Kurulu Tez Veri Tabanı kullanılarak incelenmiştir. İnceleme 22.01.2010 tarihi itibarıyla yapılmıştır ve “dönüşümcü”, “dönüşümsel”, “dönüşümsel” kelimeleri ile ayrı ayrı aramalar yapılmıştır. Sonuç olarak toplam 30 kadar tezin dönüşümsel liderliği ele aldığı görülmüştür. Bu çalışmada aktarılan tezler, çoğaltma ve yayın için izinli olan tezlerden seçilmişlerdir.

¹⁷ Mahir DOĞAN, “Eylemsel ve Dönüşümsel Liderliğin İş Tatminine Etkisi”, Gazi Üniversitesi, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, 2007, s. 118–119.

¹⁸ A.e., s. 119.

¹⁹ Ercan YAVUZ, “Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik Davranışının Örgütsel Bağlılığa Etkisinin Analizi”, Gazi Üniversitesi, yayınlanmamış doktora tezi, 2008, s. 151.

²⁰ Banu TUNA, “Understanding the Relationship between Transformational, Transactional Leadership and Affective Commitment, Work Engagement”, Yeditepe Üniversitesi, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, 2009, s. 123–124.

²¹ Meriç DURALI, “Demir Çelik Sektöründe Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik Özelliklerinin Lider Çalışan Algılamaları Açısından İncelenmesi”, Maltepe Üniversitesi, yayınlanmamış yüksek lisans tezi, 2007, s. 82–83.

²² Ömür Basol, “Havacılık Sektöründe Dönüşümcü Liderlik Tarzının Örgütsel Öğrenme Gelişimi Üzerine Etkisi”, İstanbul Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2005, s.101–104.

Dönüşümsel liderlik kavramı hakkında önde gelen teoriler ve Türkiye’de kavramı ele alan çalışmalar

Tezlerin bulguları özetlendiği zaman genel olarak dönüşümsel liderliğin, çalışan tatmini ile örgütsel bağlılığı gibi unsurlar açısından olumlu bir etkisinin bulunduğu ileri sürülebilmektedir.

Konuya yönelik olarak ülkemizde hazırlanan güncel tarihli bilimsel makaleler ele alındığında ise Paşa v.d., iş ortamındaki çalışanları gruplara ayırmışlar ve ideal liderlik davranışlarını belirlemeye çalışmışlardır. Sonuç olarak ideal lider tipinin özellikleri listelendiğinde, bu özelliklerin neredeyse tamamının karizmatik ve dönüşümsel liderlik özelliklerini içerdiği ortaya çıkmıştır²³.

Dönüşümsel liderlerin özellikleri ile ilgili olarak yapılan bir başka araştırmada, etkili dönüşümsel liderlerde görülen özellikler şu şekilde belirtilmiştir²⁴:

Dönüşümsel liderler, dönüşümü temsil ederler ve dönüşüm kavramı kendileri ile özdeş olarak tanımlanırlar.

Cesur ve yüreklidirler.

İzleyicilerine (çalışanlarına) inanırlar, güvenirlere.

Örgütsel değerleri sürdürmede kararlıdırlar.

Sürekli öğrenmeyi kendilerine hedef edinirler.

Karmaşanın ve belirsizliğin üstesinden gelirler.

Öngörücüdürler.

Tutar v.d., Türkiye’de dönüşümsel liderlik ile ilgili yaptıkları araştırmalarında, dönüşümsel liderliğin örgütsel özdeşlemeyi gerçekleştirmede ve buna bağlı olarak çalışanların katılımını, potansiyelini ve başarısını arttırmada güçlü bir araç olduğunu ortaya koymuşlardır²⁵. Benzer bir araştırmada da İşcan, dönüşümsel ve etkileşimci liderliğin örgütsel bütünleşmeyi ve çalışanların işletmeye kendilerini adamalarını arttırmasına rağmen dönüşümsel liderliğin belirtilen hususları daha fazla arttırdığı sonucuna ulaşmıştır²⁶.

Taslak, araştırmasında örgütlerde çalışanların yaptıkları görevlerinden ötürü ortaya çıkan çatışmaların yönetiminde, etkileşimci ve dönüşümsel liderlik davranışının etiksel bir değerlendirmesini ortaya koyarken; bu iki liderlik yaklaşımının etiksel niteliklerini öne çıkaran faktörleri tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırmasında, işletmelerde daha önce çatışma, liderlik ve etik konuları hakkında yapılan çalışmaları inceleyen Taslak, iş ortamındaki görevler bakımından yaşanan çatışmaların yönetilmesinde daha etik olan liderlik türünü inceleyen bir araştırma modeli kurmuştur. Araştırma sonucuna göre söz konusu çatışmaların yönetilmesinde dönüşümsel liderlik, etik değerlerini etkileşimci liderlikten daha fazla öne sürmektedir²⁷.

²³ Selda Fikret Paşa, Hayat Kabasakal ve Muzaffer Bodur, “Society, Organizations and Leadership in Turkey”. International Association for Applied Psychology, 50(4), 2001, s. 581-582.

²⁴ Gönül Budak ve Gülay Budak, **İşletme Yönetimi**. İzmir: Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi, 2004, s. 430.

²⁵ Hasan Tutar, Ferruh Tuzcuoğlu, Çiğdem Argun ve Elvettin Akman, “Dönüştürücü / Etkileşimci Liderliğin Örgütsel Adanmışlık Üzerine Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Çalışma”, Süleyman Demirel Üniversitesi Uluslararası Davraz Kongresi, kongre kitabında bulunan bildiri, 2009, s. 1395.

²⁶ Ö.F. İşcan, “Dönüştürücü/Etkileşimci Liderlik Algısı ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinde Bireysel Farklılıkların Rolü”, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 11, 2006, s. 173.

²⁷ Soner Taslak, “Göreve İlişkin Çatışmalarda Etkileşimci ve Dönüşümcü Liderlik Üzerine Etiksel Bir Değerlendirme”, Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 31, 2008, s. 137-138.

Demir ve Okan, Bass tarafından geliştirilen çok faktörlü liderlik ölçeğinin Türk yöneticilere uygunluğunu değerlendirmek ve Türk yöneticilerinin liderlik tarzlarını belirlemeye yönelik uygun bir yapıda ölçek oluşturmak için bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada, Türk yöneticilerin dönüşümsel ve etkileşimli liderlik tarzlarını yansıtan dört faktörden oluşan bir liderlik modelini destekledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ortaya konulan modelde Türk yöneticiler için dönüşümsel ile etkileşimli liderlik yaklaşımlarındaki ayrım, kesin bir şekilde ortaya konulmuş ve Türk yöneticilerine ait liderlik özelliklerini yansıtan bir takım alt özellikler ortaya çıkmıştır. Demir ve Okan, geliştirdikleri çok faktörlü liderlik ölçeğinin, Türk yöneticilerin liderlik yapıları ile ilgili ölçümlerinde kullanılacak bir ölçme modeli olabileceğini öne sürmektedirler²⁸.

Sonuç

Yerli araştırmaların bulguları toparlandığında, ulaşılan sonuçların yabancı literatüre oldukça paralel olduğu ifade edilebilir. Yerli araştırmalarda dönüşümsel liderlerin; örgütsel bütünleşmeyi, hatta izleyicilerin örgütleri için kendi öz çıkarlarından vazgeçmelerini sağladığı (liderin, izleyicilerinin kendi gruplarına yönelik olarak “özdeşleştirme” davranışını sergilemelerini sağladığı) görülmektedir. Yine yabancı araştırmalarda olduğu gibi yerli araştırmalar da, dönüşümsel liderin, kendisine has bir takım özellikleri kullanarak izleyicileri etkilediklerini ve kendilerine yüksek derecede güvendiklerini ortaya koymaktadır.

Kaynaklar

Antonakis, John, Anna T. Cianciolo ve Robert J. Sternberg. *The Nature of Leadership*. USA: Sage Publications. 2004.

Avolio, Bruce J. *Developing Potential Across a Full Range of Leaderships: Cases on Transactional and Transformational Leadership*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Incorporated. 2001.

Bass, Bernard M. ve Bruce J. Avolio, “Transformational Leadership and Organizational Culture”, *Public Administration Quarterly*, Spring Issue, 1993, s. 112–121.

Budak, Gönül ve Gülay Budak, “İşletme Yönetimi”, İzmir: Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi. 2004.

Basol, Ömür. “Havacılık Sektöründe Dönüşümcü Liderlik Tarzının Örgütsel Öğrenme Gelişimi Üzerine Etkisi”, İstanbul Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2005.

Burns, James MacGregor. *Leadership*, NY: Harper&Row Publishers, 1978.

Chemers, Martin M. *An Integrative Theory of Leadership*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 1997.

²⁸ Halis Demir ve Tarhan Okan, “Etkileşimsel ve Dönüşümsel Liderlik: Bir Ölçek Geliştirme Denemesi”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fak. İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi, 19(61), 2008, s. 85.

Dönüşümsel liderlik kavramı hakkında önde gelen teoriler ve Türkiye’de kavramı ele alan çalışmalar

Demir, Halis ve Tarhan Okan. “Etkileşimsel ve Dönüşümsel Liderlik: Bir Ölçek Geliştirme Denemesi”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fak. İşletme İktisadı Enstitüsü Dergisi, 19(61), 2008, s. 72–90.

Doğan, Mahir. “Eylemsel ve Dönüşümsel Liderliğin İş Tatminine Etkisi”, Gazi Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2007.

Duralı, Meriç. “Demir Çelik Sektöründe Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik Özelliklerinin Lider Çalışan Algılamaları Açısından İncelenmesi”, Maltepe Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2007.

House, Robert ve B. Shamir, “Toward the Integration of Transformational, Charismatic and Visionary Theories”, (Ed.) Martin M. Chemers ve Roya Ayman, Leadership Theory and Research: Perspectives and Directions, 1993, s. 81–108.

İşcan, Ö.F “Dönüştürücü/Etkileşimci Liderlik Algısı ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinde Bireysel Farklılıkların Rolü”, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 11,2006, s. 160–177.

Kotter, John P. ve Heskett, James L. Corporate Culture and Performance. New York: Free Press, 1992.

Paksoy, Mahmut. Çalışma Ortamında İnsan ve Toplam Kalite Yönetimi. İstanbul: Çantay Kitabevi. 2002.

Paşa, Selda Fikret, Hayat Kabasakal ve Muzaffer Bodur. “Society, Organisations, and Leadership in Turkey”, International Association for Applied Psychology.50(4), (2001), s. 559–589.

Taslak, Soner. “Göreve İlişkin Çatışmalarda Etkileşimci ve Dönüşümcü Liderlik Üzerine Etiksel Bir Değerlendirme”, Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı.31 (2008), s. 121–144.

Tuna, Banu. “Understanding the Relationship between Transformational, Transactional Leadership and Affective Commitment, Work Engagement”, Yeditepe Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2009.

Tutar, Hasan, Ferruh Tuzcuoğlu, Çiğdem Argun, ve Akman Elvettin. “Dönüştürücü / Etkileşimci Liderliğin Örgütsel Adanmışlık Üzerine Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Çalışma”, Süleyman Demirel Üniversitesi Uluslararası Davraz Kongresi, kongre kitabında bulunan bildiri, (2009), s. 1384–1396.

Ülgen, Hayri ve Kadri Mirze, İşletmelerde Stratejik Yönetim. İstanbul: Literatür Yayıncılık Dağıtım, 2004.

Yavuz, Ercan. “Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik Davranışının Örgütsel Bağlılığa Etkisinin Analizi”, Gazi Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, 2008.

Üniversite adaylarının vakıf üniversitesi tercihlerinde halkla ilişkiler çalışmalarının etkisi

Nur ÜNDEY KALPAKLIOĞLU*

Yüksel TÜREMEZ*

Özet

Günümüz yükseköğrenim hayatında vakıf üniversiteleri önemli bir yer tutmaktadır. Her geçen yıl vakıf üniversitelerinin sayılarının artması aralarında rekabete neden olmaktadır. Öte yandan öğrencilerin tercih yaparken giderek daha bilinçli davranmaları, vakıf üniversitelerinin kendilerini tanıtmaları ve rakiplerinden farklılıklarını ön plana çıkarmaları gerekliliğini daha da ortaya çıkarmıştır. Vakıf üniversiteleri her ne kadar kar amaçlı kuruluşlar olmasalar da varlıklarını sürdürebilmek, çalışanlarına istihdam yaratmak, öğrencilerine eğitim olanağı vermek zorunda olduklarından, rakipleri konumundaki diğer yükseköğrenim kurumlarıyla rekabet etmek zorundadırlar. Bu rekabette bir akademik kuruma yakışır yolların izlenmesi gerekmektedir.

Üniversite tercihi gençlerin tüm yaşamlarını etkileyecek en önemli tercihlerden biridir. Bu tercihte sadece eğitimi alınacak bölüm/dal değil bu eğitimin alınacağı yükseköğrenim kurumu yani üniversite de büyük önem taşımaktadır. Birey tüm yaşamı boyunca bu üniversitenin diplomasını taşıyacaktır. Bu tercihte üniversitenin itibarı, vaat ettikleri, kurumsal sosyal sorumluluk bilinci gibi değerler eğitim kalitesinin yanında tercihleri etkileyen faktörlerdir.

Tüm kurumlar gibi üniversiteler de bu değerlerini hedef kitleleri olan üniversite adayları ve ailelerine halkla ilişkiler çalışmaları yoluyla iletmektedirler. Bu çalışmada halkla ilişkiler çalışmalarının, üniversite adaylarının vakıf üniversitesi tercihlerini ne derece etkilediği incelenmiştir. 2009 yılı tercih döneminde İstanbul; Taksim, Fatih, Beşiktaş ve Bakırköy bölgelerinde üniversite adayları gençler üzerinde bu konu ile ilgili alan araştırması yapılmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: *Halkla ilişkiler, Üniversite tercihleri, Vakıf üniversiteleri, Üniversitelerde halkla ilişkiler*

* Yrd. Doç.Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, nurkalpaklioglu@aydin.edu.tr

* Öğr. Gör., İstanbul Aydın Üniversitesi, yukselturemez@aydin.edu.tr

The effect of public relations practices on the foundation university decisions of university candidates

Abstract

Problem statement: In today's higher education life foundation universities have an important role. The increasing number of foundation universities also increase the competition among them. On the other hand university candidates are more conscious about their decisions. This makes public relations more critical. **Approach:** The study analyzes questions like: Are the catalogs of universities effective? Do the university candidates follow tv programs about universities? Do the candidates find exhibitions effective? Do social responsibility projects of universities have effect on the decisions of candidates? The case study examines the effects of public relations and publicity practices of universities on university candidates. The field survey was implemented with 200 university candidates in Bakirkoy, Besiktas, Fatih and Taksim districts in Istanbul. The closed ended questions applied were about the impact of public relations techniques used by universities. **Results:** The study showed that university candidates get most of the public relations messages and information from mass media and internet. Other than this as pr tools catalogs and exhibitions have important role on candidates decisions. Candidates watch tv programs about universities and follow advertisements and also want to visit universities to see their social and academic facilities. **Conclusion:** As the competition in education sector increase the importance of public relations activities. Universities to compete in such an environment should fulfill the needs of young generation. Should organize social meetings, participate in sector-specific exhibitions, create effective commercials, give honest messages in advertisements and use mass media and internet to establish reputable corporate image.

Keywords: *Public Relations, University choices, Foundation universities, Public Relations in universities*

Giriş

Günümüzde iletişim araçlarındaki hızlı gelişme bireylerin bilgiye ulaşmalarını da aynı oranda hızlandırmış ve ülkenin yada dünyanın herhangi bir yerinde olan gelişmelerden baş döndürücü bir hızla haberdar olmalarını sağlamıştır. Bu gelişme doğru değerlendirebilirlerse kurumlar ve kişiler için büyük bir avantaj haline gelebilmektedir. Bunu sağlayabilmek için bireyler yada kurumlar iletişim araçlarından ve bir ikna edici iletişim biçimi olan halkla ilişkilerden faydalanmaktadırlar.

Halkla ilişkiler faaliyetleriyle kurumlar ve bireyler hedef kitleleri üzerinde olumlu intiba yaratmaya, itibar oluşturmaya ve oluşturulan bu itibarı bireylerin bilinçaltlarına yerleştirmeye çalışmaktadırlar. Tüm kurumlar ve kişiler ürettikleri mal ve hizmetleri pazarlayabilmek için hedef kitlelerine ulaşmak isterler. Vakıf üniversiteleri her ne kadar kar amaçlı kuruluşlar olmasalar da hedef kitlelerine ulaşmak ve kendilerini anlatmak zorundadırlar. Son yıllarda birbiri ardına açılan vakıf üniversiteleri, kendi alanlarında rekabetin artmasına neden olmuştur. Her ne kadar vakıf üniversiteleri birer eğitim kurumu olarak kar amacı gütmese de varlıklarını sürdürebilmek için kendilerini pazarlamak zorundadırlar. Bunun en etkin yolu halkla ilişkiler çalışmaları ve yöntemlerinden yararlanmaktır. Günümüzün rekabet yoğun ekonomik ortamında tüm kurumlarda olduğu gibi vakıf üniversitelerinde de halkla ilişkiler

faaliyetlerinden yararlanmak bir gereklilik olduğu kadar aynı zamanda bir zorunluluk haline gelmiştir.

Üniversite tercihi gençlerin yaşamlarında aldıkları en önemli kararlardan biridir. Bu karar gencin yaşamının geri kalanını büyük ölçüde etkileyecek, yaşamına yön verecek karardır. Bu kararı alırken seçeceği meslek dalı olduğu kadar, eğitim alacağı üniversite de aynı derecede önem taşır. Okulu bitirdikten sonra iş ararken göstereceği diplomanın itibarı, iş olanaklarını da o ölçüde artıracaktır. Günümüzün hızla artan rekabet ortamında, bir üniversitenin açıkça tanımlanmış kurumsal imajının olması büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle üniversite adayları seçim yaparken okuyacakları üniversitenin itibarına da büyük ölçüde dikkat etmektedirler.

Günümüz insanı seçimlerini yaparken eğitim alacağı kurumun bir çok özelliğini incelemektedir. Verilen eğitimin kalitesi çok önemli olmakla birlikte günümüz gençliği bir takım yan değerler de beklemektedir.

Vakıf üniversiteleri gerek verdikleri eğitimin diğer üniversitelere nazaran daha iyi olduğunu vurgularken, gerekse kendi farklılık ve üstünlüklerini de ön plana çıkarmaya çaba göstererek tercih edilir olmak istemektedirler. Bu amaçla çeşitli etkinlik ve faaliyetlerde bulunmakta ve buldukları bu faaliyetleri hedef kitleleri olan üniversite adaylarına ve ailelerine duyurmak istemektedirler. Bu doğrultuda halkla ilişkiler çalışmalarında bulunmaktadırlar.

Üniversiteler açısından halkla ilişkilerin faaliyet alanları ve önemi

Bir yönetim fonksiyonu olan halkla ilişkiler stratejik bir faaliyet olup, tüketiciden, kurum içi çalışana, dağıtımcıdan ortaklara kadar geniş bir yelpaze ile gerçekleştirilen stratejik iletişim yönetimidir. (Peltekoğlu, 2007) Kuruluş ve kamuoyu arasında bir köprü görevi gören halkla ilişkiler, bir yönetim fonksiyonu olarak kuruluş ve hedef kitle arasında karşılıklı iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini kurma ve sürdürmeye gerek kuruluşun gerekse kamuoyunun yararları doğrultusunda (Newsom vd., 2000) yardım eder. Her kurumun kamuoyuna karşı sorumlulukları vardır. Halkla ilişkiler kamuoyunun nabzını tutarak, yönetimin bu sorumluluklarını fark etmesini ve sorumlu davranışlarını sürdürmesini sağlar.

Halkla ilişkilerin tanımları her ne kadar birbirine benzer olsa da her faaliyet alanı için farklı halkla ilişkiler çabalarının uygulanması gerekir. Örneğin yüksek öğrenim kurumlarının ihtiyaçları karşılamak için, ticari işletmelerin ve büyük sanayi kuruluşlarının ihtiyaçlarından farklı olduğu için farklı uygulamalara gerek duyulmaktadır. Yüksek öğrenim kurumlarının stratejik planlamasında halkla ilişkiler merkezi rol oynamaktadır (Higgins, 1983).

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin tüzüğünde yer alan tanıma göre Halkla İlişkiler, "özel ve kamu kuruluşlarının, müşteri, işçi, ortak gibi özel gruplar; resmi çevreler veya geniş anlamında halkla sağlam bağlar kurup geliştirerek kendisini çevresine yerleştirme, topluma tanıtma ve çalışmalarına halk oyundan gelen yankıları değerlendirerek tutumuna yön verme konusunda giriştiği planlı çabalarıdır". Tanımda da belirtildiği gibi planlı olması halkla ilişkiler faaliyetlerinin en önemli özelliklerinden biridir. Halkla İlişkiler, kurumu yada kişiyi sevimli kılmak için yapılan bir propaganda bombardımanı değildir. Mesajı gönderen ile alıcı kitle arasında sürekli bir iletişim süreci, karşılıklı bilgi akışı vardır. Sonuçta mesajı gönderen kurum yada kuruluş hedef kitle hakkında bilgi toplar, bu bilgiler doğrultusunda hazırladığı

mesajları hedef kitleye iletir ve tepkilerini bekler. Bu tepkiler sonucunda da yeni mesajlarını şekillendirir. Sonuçta kesintisiz bir süreçtir. Amaç, hedef kitleyi inandırmak, etkileyebilmek, onu bir eyleme (kampanyayı destekleme, bir mal yada hizmeti satın alma, oy verme, tercih etme gibi) dürüst yollardan yönlendirebilmektir.

Bu bağlamda halkla ilişkiler; (Çamdereli, 2005)

Bir yönetim fonksiyonudur,

İletişim sürecidir,

Kamuoyunu etkileme etkinliğidir,

Halk toplulukları ile ilişkiler kurar,

Kuruluşun sosyal sorumluluğu çerçevesinde yapılan bir etkinliktir.

Halkla ilişkiler geniş ve karmaşık bir faaliyet olduğu halde temel amacı basittir; bilgi yoluyla algılamayı gerçekleştirebilmek için iletişim kurmak (Jefkins, 1982). Sonuçta tüm çağdaş örgütler, büyüklükleri ve karmaşıklıkları oranında halkla ilişkilere ihtiyaç duyarlar. Halkla ilişkiler doğrudan satışların arttırılmasına yönelik değildir, kurumsal itibarın ve kurumsal imajın güçlendirilmesini sağlar (Blythe, 2000). Halkla ilişkiler itibar yönetimidir, kurumun kişiliğinin yansımasıdır (Haywood, 1998; Pelsmacker vd., 2001). Gerek bireylerin, gerekse kurumların en önemli varlığı itibarlarıdır. Günümüzde olumlu imaj kurumlar için entelektüel sermaye olarak kabul edilmektedir (Ermem, 2005). İtibarlı kurumlar toplumu yönlendirme, iş yaptırma ve daha geniş kaynakları harekete geçirme konusunda daha güçlüdürler (Argüden, 2003). Kurumsal imaj temelde müşteri memnuniyeti ve olumlu halkla ilişkiler etkinliği sonucunda ortaya çıkmaktadır. Yani, olumlu imaj, itibar kaliteli mal ve hizmet üretmek, kaliteli müşteri ilişkileri geliştirmek ve etkili bir halkla ilişkiler yürütmekle kazanılmaktadır (Kadibeşegil, 2004). Bir yükseköğrenim kurumu, itibar kazanmak için öncelikle işini kaliteli yapmalı, yani iyi eğitim vermeli, iç ve dış müşterileriyle olumlu ilişkiler kurmalı, ardından bunu planlı bir tanıtımla süslemelidir. İtibarın ve tanınırlığın yolu iyi halkla ilişkiler çalışmasından geçer. İtibar yükseköğrenim kurumları açısından çok önemlidir, verilen iyi eğitimin ve olanakların yanında kurumun itibarlı olması diğer üniversiteler arasında tercih edilirlğe doğrudan etki yapar.

Halkla ilişkiler örgütleri sürekli değişen çevre koşulları ve kamuoyuna karşı sürekli uyanık tutar. Özellikle Türkiye gibi tüm kurumlarının değişimden geçtiği ülkelerde- ki yükseköğrenim kurumları da bu değişimi yaşamaktadır- bu önem daha da ortaya çıkmaktadır. Sonuçta halkla ilişkiler insanlar arası, örgüt ve halk arasında, örgüt içinde ve örgütler arasında iletişim odaklıdır. Bir kampanyayı planlamadan önce halkla ilişkilercinin hedef kitlesini çok iyi tanıması gerekmektedir.

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde amaç; temsil edilen kurum ya da kişinin, ilişkide olduğu tüm hedef kitlelerle sağlam bağlar kurup geliştirerek, bu kitleleri ikna etmek ve bu yolla onların davranış ve düşüncelerini etkilemektir. Bu anlamda kuruluşun yalnız halkla olan ilişkilerini değil, diğer kuruluş ve toplumlarla olan ilişkilerini de kapsamına almaktadır (Kazan, 2007; Özer 209). Bu sayede kurum ya da kişi ile ilişki kurmayı amaçladığı kitle arasında karşılıklı güvenin yaratılması ve kurum/kişiye duyulan ilginin, sempatinin arttırılması hedeflenir.

Her ne kadar halkla ilişkiler çalışmalarında kişi, grup ve örgütler açısından benimsenen amaçlar farklılık gösterse de, örgütün kişi ve gruplarla etkileşimini kolaylaştırma amacını taşıyan halkla ilişkiler faaliyetleri, öncelikle örgütün ilişki içinde bulunduğu kişi ve grupların bilgi eksikliğini giderme eğilim düzeyini yükseltme, örgüte ve çevreye bağlılık duygularını geliştirmek için yerine getirilmektedir.(Özer, 2009) Hedef kitle hakkında bilgi sahibi olmak, olumlu davranışlar yaratmak, bilgi vermek, hizmet kolaylığı sağlamak, sosyal sorumluluk bilincinde bir kurum imajı yaratmak gibi amaçların yanında kurumların en önemli değeri olan kaliteli istihdamı çekmek de halkla ilişkilerin hedefleri arasında yer almaktadır. Bu noktaların hepsi yüksek öğretim kurumları için büyük önem taşımaktadır.

Türkiye’de 2010 yılı Ocak ayı itibarıyla 94 devlet üniversitesi, 45 vakıf üniversitesi, 7 vakıf meslek yüksekokulu bulunmaktadır. Bu vakıf üniversitelerinin 25’i, meslek yüksekokullarının ise 6’sı İstanbul’da bulunmaktadır. Bu vakıf üniversitelerinin rekabet halinde oldukları kuruluşlar yalnız bunlarla kalmamakta bunların yanında Kıbrıs’ta faaliyet gösteren 5 özel, yurtdışında faaliyet gösteren 2 özel statülü devlet ve 5 de Askeri yükseköğrenim kurumu bulunmaktadır. Rakiplerine benzer ürünler sunan bu kurumların tercih edilir olabilmeleri ancak oluşturdukları etkin iletişim stratejileriyle farklılıklarını ve vaatlerini ön plana çıkararak gerçekleştirebilir.

Tüm modern örgütlerin olduğu gibi vakıf üniversitelerinin de halkla ilişkiler çalışmalarına ihtiyaçları vardır. İyi bir halkla ilişkiler çalışması bilinçli olarak bilgilendirme ve bilgilendirmeyi içerir. Vakıf üniversiteleri için hedef kitleleri olan lise öğrencileri, aileleri, akademisyenler, adayları yönlendiren öğretmenler gibi grupların beklenti, ihtiyaç ve isteklerinin anlaşılacağı bilgiyi toplamak ve bunları tatmin edeceğine dair bilgiyi bu hedef kitle gruplarına iletmek halkla ilişkiler süreci oluşturur. İyi bir halkla ilişkiler kurumlara bilgi, anlayış, iyi niyet ve itibar getirir. Halkla ilişkiler örgütleri sürekli değişen çevre koşulları ve kamuoyuna karşı her zaman uyanık tutar (Cantor,1989). Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ve tüm kurumların bir değişim sürecinden geçtiği ülkelerde halkla ilişkilerin fonksiyonu daha da hayatidir. Halkla ilişkiler sürekli olarak devam eden bir faaliyettir, sorunları oluşmadan görür ve önlem alınmasını sağlar.

Üniversitelerin tek bir kamu profili yoktur. Üniversiteler kamu’ya geleneksel ticari yöntemlerle satılamaz. Bu durum da ticari alanda çalışmak üzere eğitilmiş halkla ilişkiler çalışanları açısından zorluk teşkil eder. Kullanmaya alışık oldukları teknikler eğitimin amaç ve ihtiyaçlarının farklı olması nedeniyle yükseköğrenime uygulanamaz. (Tomaselli 1986; Savio 1992) Ancak yükseköğrenim kurumlarının iletişim çalışmalarında da geleneksel halkla ilişkiler yöntem ve araçlarından yararlanılmaktadırlar. Gazete, dergi, afiş, pankart, kitaplar, yıllıklar, broşürler gibi basılı malzeme, radyo, tv, filmler gibi görsel ve işitsel araçlar, yarışmalar, fuarlar, sergiler, festivaller, konferanslar, sempozyumlar, paneller, kurum gezileri, kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, sponsorluk gibi geleneksel yöntemlerin yanında interneti de etkin olarak kullanılmaktadırlar. Halkla ilişkiler çalışmaları sonucunda kurum yada ürettiği ürün ile ilgili haberlerin bedelsiz olarak medyada yer alması tanıtım (Pelsmacker vd. 2001) olarak tanımlanabilir. Tanıtım üniversiteler açısından büyük önem taşır. Yükseköğrenim kurumlarının iletişim ve halkla ilişkiler çalışmalarını belirli mecra ile sınırlamak doğru değildir (Cutlip vd. 1985). Yukarıda belirtilen yöntem ve araçların yanında kişilerarası iletişim (ağızdan ağza pazarlama) da göz ardı edilmemelidir.

Geleneksel halkla ilişkiler yöntem ve araçları üniversitelerin hedef kitleleriyle etkin bir şekilde buluşmasını ve ikna edici iletişimi etkin bir şekilde kullanmasına olanak sağlarken, iletimin yeni aracı internetin de halkla ilişkiler süreci açısından önemi göz ardı edilemez. Özellikle genç jenerasyonun internet başında ne kadar çok zaman geçirdiği göz önünde bulundurulursa bu mecranın etkin kullanımının önemi de görülecektir. Günümüzde halkla ilişkiler patronunuzun şirketinizi televizyonda görmesini sağlamak değildir. Alıcıların şirketinizi internette görmesidir. İnternet yıllardır neredeyse sadece medyaya odaklanmış halkla ilişkileri yeniden halkla ilişkilendirmiştir. (Scott 2008) Bu bağlamda yükseköğrenim kurumlarının da bilgilendirici, renkli, cazip web sayfaları aracılığıyla hedef kitlelerine seslenmeleri kaçınılmazdır.

Bunların yanında kurumların planlayacağı sosyal faaliyet ve etkinliklerde tanınırlık açısından önem taşır. Halkla ilişkilerde etkinlik, kamuoyu nezdinde doğru ve net algılanmanın en önemli araçlarından biridir. Bu nedenle, kurumlar, etkinlik konsepti oluşturmak ve konsepti doğru konumlandırmak için kurumsal politikalar oluşturmalıdırlar. (Gültekin, 2006) oluşturulan etkinlikler kurum içine yönelik olabileceği gibi kurumun dış çevresine yönelik de olabilir. İç çevreye yönelik etkinlikler çalışanlar ve/veya öğrencilere yönelik olarak organize edilebilir. Dış çevreye yönelik etkinlikler genellikle medyada yer almaya yönelik tanıtım çabalarıdır (Pickton ve Broderick, 2001).

Literatür temel alındığında, halkla ilişkiler ve tanıtım çabalarıyla üniversite tercihi arasında pozitif bir ilişki ileri sürülebilir. Bu öngörü üniversitelerin sosyal sorumluluk projeleri, katıldıkları tv programları, kültürel faaliyetlere destekleri, geniş olanaklarıyla ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda araştırma hipotezlerimizi şu şekilde sıralayabiliriz;

H1: Görsel medyada yer almanın tercih üzerinde etkili olması beklenmektedir.

H2: İnternetin tercih üzerinde etkili olması beklenmektedir.

H3: Hedef kitlenin yaşı göz önüne alındığında festival şenlik gibi sosyal aktivitelerin, etkinliklerin ve kampus ortamının adayların tercihi üzerinde etkili olması beklenmektedir.

Metodoloji

Çalışmanın ana amacı her geçen yıl sayısı artan vakıf yükseköğretim kurumlarının, devlet ve diğer vakıf yükseköğretim kurumları arasında tercih edilir olabilmek için yapmış oldukları halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerinin adayların tercihlerine olan etkilerini saptamaktır. Çalışmanın verileri anket yöntemiyle toplanmıştır. Anket formu kapalı uçlu sorulardan oluşmuştur. Anketler 2009 yılı tercih döneminde (Temmuz 2009) İstanbul; Bakırköy, Beşiktaş, Fatih ve Taksim Meydanlarında uygulanmıştır. Alan araştırması 2009 yılında üniversite sınavına giren 200 aday üzerinde uygulanmıştır. Örneklem üniversite adayları arasından rastgele seçilmiştir.

Anket üç bölümden oluşmuştur. İlk bölümde yer alan sorular adayın yaşı, yaşadığı yer, cinsiyeti, gelir durumu gibi demografik özelliklere ilişkindir. İkinci bölümde ise mezun olduğu lise, üniversite sınavı kaçınıcı girişi olduğu, cevapladığı soru türü, tercih ettiği program türü, vakıf üniversitesi tercih etme ve etmeme nedenleri gibi adayın kişisel tercihlerine yönelik sorular yer almaktadır. Üçüncü bölümde yer alan sorular ise televizyon kanallarındaki üniversite tanıtım programlarını izlenme oranları, üniversitelerin akademik kadroları hakkındaki bilgileri, üniversiteler hakkında bilgi edindikleri kaynaklar gibi, katılımcıların üniversitelerin halkla ilişkiler ve tanıtım çabalarına ilgilerini ölçmeye yöneliktir.

Uygulanan alan araştırması SPSS 10.00 programında değerlendirilmiş ve ANOVA güvenilirlik testi yapılmıştır.

Bulgular

Toplam cevaplanan anket sayısı 200 olmasına rağmen yapılan inceleme sonucunda 18 anket boş, eksik yada hep aynı şıkkın işaretlenmesi gibi nedenlerle analize dahil edilmemiştir. Tüm analizler 182 anket formu üzerinden yapılmıştır.

Katılımcıların demografik yapısı incelendiğinde (Tablo 1- Tablo 4’de örneklemin demografik özellikleri detaylı olarak verilmiştir.) katılımcıların %52.7’sinin erkek, %47.3’ünün kadın; %36.8’inin 19-20, %27.5’inin 17-18, %23.1’inin 21-23, %12.62’sinin ise 23 yaş üzerinde olduğu görülmektedir. Anket İstanbul’da uygulandığı halde İstanbul’a bir çok kentten üniversite adayının gelebileceği düşünülerek hangi bölgede ikamet edildiğine ilişkin bir soru da dahil edilmiştir. Bu bağlamda ankete katılanların büyük bir çoğunluğunun Marmara Bölgesi’nde (%80.2) olduğu görülürken, %9.3’ünün İç Anadolu Bölgesi’nden geri kalanların ise diğer bölgelerden geldikleri görülmektedir. Toplam aylık gelire göre dağılımda ise, en büyük payı %41.2 ile aylık geliri 2.000 TL altına olanlar almaktadır. Bunun ardından %28 ile aylık geliri 2.000- 3.000 olanlar, %12.6 ile 5.000-7.500 TL arasına olanlar, %9.9 ile 3.000- 5.000 TL arasında olanlar, %7.7 ile 10.000 TL üzerinde olanlar gelmektedir.

Tablo 1. Örneklem Dair Tanımlayıcı İstatistikler

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
yaş	17-18	50	27,5	27,5	27,5
	19-20	67	36,8	36,8	64,3
	21-23	42	23,1	23,1	87,4
	23+	23	12,6	12,6	100,0
	Total	182	100,0	100,0	
cinsiye	erkek	96	52,7	52,7	52,7
	kız	86	47,3	47,3	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Tablo 2. Örneklem Dair Tanımlayıcı İstatistikler (aylık gelir)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.000TL altı	75	41,2	41,2	41,2
	2.000-3.000TL	51	28,0	28,0	69,2
	3.000-5.000TL	18	9,9	9,9	79,1
	5.000-7.500TL	23	12,6	12,6	91,8
	10.000TL üzeri	14	7,7	7,7	99,5
	8,00	1	,5	,5	100,0
	Total	182	100,0	100,0	

Tablo 3. Örneklem Dair Tanımlayıcı İstatistikler (üniversite sınavına kaçınıcı kez girildiği)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	63	34,6	34,6	34,6
2	56	30,8	30,8	65,4
3	41	22,5	22,5	87,9
4+	22	12,1	12,1	100,0
Total	182	100,0	100,0	

Ankete katılan üniversite adaylarının büyük bir çoğunluğunun normal lise mezunu olduğu görölrken, meslek lisesi ve anadolu lisesi mezunlarının yaklaşık olarak aynı oranda olduğu %15.4- %15.9, özel lise mezunlarının %8.2, ticaret lisesi mezunlarının %6.6 diğer liselerden mezunların ise %9.3 olduğu görölmektedir. Katılımcıların %34.6'sının üniversite sınavına ilk girişi, %30.8'inin ikinci, %2.5'inin üçüncü, 12.1'inin ise üçten fazla girişidir. Adayların %21'inin EA1'den, %19.8'inin Sözel1'den, %17'sinin Sayısal 2'den %15.9'unun EA2'den tercih yapacağı görölrken adaylardan sadece %1.6'sının Dil'den tercih yapacağı görölmektedir. Her ne kadar yapılacak tercihlerin yer aldığı soru türleri 1'den olsa da, tercih edilen programların büyük çoğunluğu (%58.8) lisans programlarındandır. Bunun da nedeninin bazı lisans bölümlerinin EA1 ve Sözel1'den öğrenci almaları olduğu düşünölmektedir.

Tablo 4. Örneklem Dair Tanımlayıcı İstatistikler (mezun olunan okulun türü ve yaşanılan bölge)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
valid Normal lise	81	44,5	44,5	44,5
Meslek lisesi	28	15,4	15,4	59,9
Ticaret lisesi	12	6,6	6,6	66,5
Anadolu lisesi	29	15,9	15,9	82,4
Özel lise	15	8,2	8,2	90,7
diğer	17	9,3	9,3	100,0
Total	182	100,0	100,0	
Valid Ege	7	3,8	3,8	3,8
Marmara	146	80,2	80,2	84,1
Karadeniz	5	2,7	2,7	86,8
Akdeniz	3	1,6	1,6	88,5
İçanadolu	17	9,3	9,3	97,8
Güney Doğu Anadolu	1	,5	,5	98,4
Doğu Anadolu	3	1,6	1,6	100,0
Total	182	100,0	100,0	

Çalışma vakıf üniversitelerinin halkla ilişkiler çalışmalarının etkisine yönelik olduğundan, katılımcıların vakıf üniversitesini tercih etme nedenleri yada etmeme nedenlerine yönelik iki soru da bulunmaktadır. Tablo 3'de göröldüğu gibi katılımcıların %31.3'ünün asıl hedefinin Devlet Üniversitesi olduğu ancak puanı yetmediği için vakıf üniversitesi tercih ettiği görölmektedir. %23.1'inin ise vakıf üniversitesi tercih etme nedeninin burs olanakları olduğu, %15.4'ünün olanaklarını daha iyi olması nedeniyle vakıf üniversitelerini tercih ettikleri

saptanmıştır. Vakıf üniversitesi tercih etmeyen katılımcıların ise %29.7'sinin vakıf üniversitelerinde iyi eğitim verilmediğini düşündükleri görülürken %23.6'sının maddi imkanları yetmediği için vakıf üniversitesi tercih etmediği, %19.8'inin ise devlet üniversitesinde okumayı daha prestijli buldukları için vakıf üniversitesi tercih etmedikleri görülmektedir.

Tablo 5'de görüldüğü gibi anketin üçüncü bölümünde yer alan tercih edilen üniversiteyi nereden duyduklarına yönelik soruya ise katılımcıların %18.7'si internetten, %18.1'i arkadaşlarından, %13.7'si tercih merkezlerinden cevabını verirken, %30.1'i basılı tanıtım materyali, gazete ilanları, billboardlar, tv programları gibi iletişim araçlarından, %19.2'si ise diğer kanallardan bilgilenmiştir. Bulgulardan halkla ilişkiler ve tanıtım çabaları açısından geleneksel iletişim araçları ve internetin büyük kitlelere ulaşma ve kurumun adını duyurma açısından önemli olduğu görülmektedir. Tablo 6'da da görüldüğü üzere katılımcıların %73.6'sı tercih yapmadan önce üniversitelerin web sayfalarını incelemektedirler.

Tablo 5. Tercih edilmesi düşünülen yükseköğretim kurumunun duyulduğu yer

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid gazete ilanları	15	8,2	8,2	8,2
billboardlar	13	7,1	7,1	15,4
tercih merkezi	25	13,7	13,7	29,1
TV programları	18	9,9	9,9	39,0
internet	34	18,7	18,7	57,7
eve gönderilen tanıtım materyalleri	9	4,9	4,9	62,6
arkadas tavsiyesi	33	18,1	18,1	80,8
diğer	35	19,2	19,2	100,0
Total	182	100,0	100,0	

Televizyon çalışmaları üniversitelerin halkla ilişkiler ve tanıtım çalışmaları içinde önemli bir yere sahiptir. Televizyonlardaki üniversite tanıtımına yönelik programların izlenmesine ilişkin soruya ise katılımcıların %53.8'inin bazen izlediği, %19.8'inin hiç izlemediği, %11.0'inin ise evde olduğunda hiç kaçırmadan izlediği görülmektedir. Bu bulgular tercih dönemlerinde görsel ve işitsel iletişim araçlarının üniversitelerle ilgili konular açısından adaylar tarafından takip edildiğini göstermektedir.

Tablo 6. üniversitelerin web sitelerini inceliyormusunuz

	Frequency	Percent
Valid evet	134	73,6
hayır	48	26,4
Total	182	100,0

Günümüzde bir çok yükseköğretim kurumu üniversite sınav sonuçlarının açıklanmasının ardından üniversite adaylarının adreslerine tanıtım materyali göndermektedirler. Bu materyallerin adayların tercihinine etkisine ilişkin soruya ise katılımcıların %33'ünün tercihlere etkili olduğu, %31.9'unun etkili olmadığı görüşüyle, %34.6'sı ise kısmen etkili olduğu

Üniversite adaylarının vakıf üniversitesi tercihlerinde halkla ilişkiler çalışmalarının etkisi

görüşündedir. Katılımcıların %39'unun adreslerine gönderilen tanıtım kataloglarını dikkatlice inceledikleri görülürken, %18.7'si kataloglarda yer alan bilginin önemli olmadığı görüşünde iken, %18.7'sinin kataloglarda yer alan bilgilerin tamamen ticari, reklam amaçlı bilgi olduğu görüşünde olduğu, %14.3'ünün şöyle bir göz attığı, 56.6'sının ise ailesinin incelediği görülmektedir. Bulgulardan üniversite kataloglarının önemli bir tanıtım aracı olduğu, bir çok adayın kurum hakkında bilgiyi buradan aldığı görülmektedir.

Günümüzde bir çok yükseköğrenim kurumu eğitim fuarlarına katılarak hedef kitleleriyle buluşmaktadırlar. Fuarların tercihlere olan etkisine yönelik soruya katılımcıların %51.1'inin eğitim fuarlarının tercihler üzerinde etkili olduğuna kesinlikle katıldıkları, %27.5'inin kısmen katıldığı, %20.9'unun ise katılmadığı görülmektedir. Bulgular fuarların etkin kullanılması durumunda yükseköğrenim kurumlarının hedef kitleleriyle buluşmayı sağlayabilecekleri ve kendilerini anlatarak tanıtımlarını yapabilecekleri görülmektedir

Günümüz gençliğinin akademik bilginin yanında konserler, partiler, festivaller gibi bazı yan değerler de beklediği varsayımına dayanarak üniversitelerin sosyal etkinliklerinin tercih edilirliklerine etkisine yönelik hazırlanan soruya katılımcıların %35.7'si çok etkili olduğu görüşündeyken, %37.9'unun kısmen etkili olduğu görüşünde olduğu görülmektedir. Ancak katılımcıların sadece %37.4'ünün üniversitelerin kurumsal sosyal sorumluluk projeleri yapıp yapmadıklarıyla ilgilenmesi gençlerin sosyal sorumluluğa karşı pek de duyarlı olmadıklarının göstermektedir.

Araştırma bulguları katılımcıların %59.3'ünün tercihte bulunmadan önce üniversiteyi ve fiziki yapısını gezmeyi istedikleri görülmektedir. Bu istek yükseköğrenim kurumları için hedef kitleleriyle doğrudan iletişim kurabilme ve kendilerini tanıtmaya fırsatı yaratabilir.

Tablo 7. Tercih edilmesi düşünülen yükseköğrenim kurumunun reklamlarının etkileyciliği

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid katiliyorum	40	22,0	22,0	22,0
kismen katiliyorum	88	48,4	48,4	70,3
katilmiyorum	54	29,7	29,7	100,0
Total	182	100,0	100,0	

Katılımcıların %56.6'sının üniversitelerin gazete, dergi ve diğer kitle iletişim araçlarına verdikleri ilanların gerçekliğini araştırdıkları görülmektedir. Bulgular, gençlerin tercihte bulunurken bilinçli olduklarını, araştırdıklarını göstermektedir. Bu üniversitelerin verdikleri ilanlarda dürüstlükten ayrılmamaları gerektiğinin göstergesidir. Öte yandan katılımcıların %22'sinin tercih ettiği üniversitenin reklamlarını etkileyici bulduğunu, tercihlerinde bu reklamların etkisi olduğu, %48.4'ünün ise reklamlardan kısmen etkilendiği görülmektedir.

Sonuç ve öneriler

Günümüzde tüm sektörlerde olduğu gibi eğitim sektöründe de rekabet hızla artmaktadır. Her geçen yıl sayısı artan vakıf meslek yüksekokulları kendi aralarında olduğu kadar aynı zamanda devlet üniversiteleriyle de rekabet halindedirler. Bu rekabet ortamında farklılıklarını ön plana çıkarmak, tercih edilir olabilmek için çeşitli halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerinde

bulunmak zorundadırlar. Vakıf üniversitelerinin hedefi de tıpkı devlet üniversiteleri gibi sadece doluluk oranlarını artırmak değil aynı zamanda yüksek puanlı öğrencileri de kendilerine çekebilmeştir. Yüksek puanlı öğrencilere cazip gelebilmek için çeşitli burs olanakları sunmakta ve bunların yanında çeşitli sosyal olanaklar sağlamaktadırlar. Alan araştırması sonuçları değerlendirilmesi ile elde edilen bulgular çalışmanın literatür taraması bölümündeki H1’de yer alan “görsel medyada yer almanın tercih üzerinde etkili olması” beklentimiz bulgularla desteklenmektedir. Vakıf üniversitelerinin tercih edilir olabilmek için görsel basının özellikle eğitime yönelik programlarında, yazılı basının ise eğitim sayfalarında yer almaya özen göstermesi, bu tür fırsatları değerlendirmesi gerekmektedir. Eğitim programlarının yanında üniversite bünyesinde organize edilen etkinlikler, paneller, sempozyumlar, konferanslar, sosyal sorumluluk projeleri gibi çeşitli vesilelerle yazılı ve görsel basında yer alarak bilinirlik ve tanınırlıklarını artırmalıdırlar. Tercih edilir olabilmek ancak tanınır olmakla gerçekleşebilir.

Literatür taraması bölümünde yer alan H2 beklentisi “internetin tercih üzerinde etkili olması” beklentisi de yine alan araştırması bulgularıyla desteklenmektedir. Günümüzde bilgiye ulaşmanın en hızlı ve kolay yolu olan internet gençler tarafında üniversite tercihi yapmadan önce üniversiteler hakkında bilgi edinmek amacıyla etkin olarak kullanılmaktadır. İnternet denilince doğal olarak ilk akla gelen kurumun resmi web sayfası olmaktadır. Bu bağlamda üniversitelerin internet sitelerinde gerek akademik gerekse üniversitedeki sosyal yaşamla ilgili bilgileri, akademik ve sosyal etkinlikleri, üniversitenin gerçekleştirdiği projeleri, burs olanakları, yurt ve beslenme imkanlarını kolay ulaşılabilecek şekilde yer almalıdır. Ayrıca üniversitenin web sayfasının karışık, çok renkli ve gözü yorucu olmamasına, kolay kullanımı olmasına özen gösterilmeli ve bilgiler düzenli olarak güncellenmelidir.

Literatür taramasında yer alan H3 beklentisi “Hedef kitlenin yaşı göz önüne alındığında konferans, panel, festival şenlik gibi sosyal aktivitelerin, etkinliklerin ve kampüs ortamının adayların tercihi üzerinde etkili olması” bulgularla desteklenmektedir. Üniversite adayları eğitim görecekları üniversitenin akademik özelliklerinin yanında en az iki yıl (ön lisans tercih edenlerin) geçirecekları kampüsün fiziki koşulları, sosyal olanakları da tercihleri üzerinde etkili olmaktadır. Halkla ilişkilerde etkinlik, kamuoyu nezdinde doğru ve net algılanmanın en önemli araçlarından biridir. Bu nedenle, kurumlar, etkinlik konsepti oluşturmak ve konsepti doğru konumlandırmak için kurumsal politikalar oluşturmalıdırlar. (Gültekin, 2006) Gençler yoğun eğitim ortamında biraz rahatlamak, ekstra bilgi almak ve çağdaş bir ortamda eğitim görmek istemektedirler. Bu durum özellikle vakıf üniversiteleri için daha da ön plana çıkmaktadır çünkü eğitim aldıkları kuruma ücret ödedikleri için gençlerin kurumdan daha fazla beklentisi olmaktadır.

Günümüzün akıllı kurumları hedef kitleleriyle başarılı ilişkiler kurmak için sağlam adımlar ((Kotler ve Keller, 2006) atmalıdırlar. Halkla ilişkiler toplam pazarlama bütçesinin sadece küçük bir kısmını oluştururken, marka oluşum sürecindeki önemi giderek artmaktadır (Kotler ve Armstrong, 2008). Vakıf üniversiteleri ülkemizdeki mevcut devlet üniversiteleriyle karşılaştırıldığında bir çoğundan çok kısa bir geçmişe sahiptirler. Bu nedenle sektörde marka olma yolunda çaba göstermeleri gerekmektedir. Verdikleri iyi eğitimin ve güçlü akademik kadronun yanında, kurumun tanıtılması ve kurumsal itibarının inşa edilmesi açısından halkla ilişkiler çabaları vakıf üniversiteleri için bir mecburiyettir. Rekabet halinde oldukları köklü devlet üniversiteleri ve diğer vakıf üniversiteleri arasında ancak bu şekilde tercih edilir olabilirler. Bulgulardan görüldüğü üzere halkla ilişkiler çalışmalarının yanında reklam da

Üniversite adaylarının vakıf üniversitesi tercihlerinde halkla ilişkiler çalışmalarının etkisi

üniversite adaylarını tercihleri üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Bu bağlamda vakıf üniversiteleri halkla ilişkiler çalışmalarını dürüst reklam ve ilanlarla destekleyerek pazarlama iletişimi unsurlarını bütünlük olarak kullanarak yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilir ve tercih edilir olabilirler.

Kaynaklar

- Argüden, Y., (2003). *İtibar Yönetimi*, Arge, İstanbul.
- Bayır, A. İ., (2004). *DSMMMO Yeniden Yapılanma ve Kurumlaşma Çalışması Hazırlık Raporu*, Denizli.
- Blythe, J., (2000). *Marketing Communications*, Pearson, Great Britan.
- Cantor, B., (1989). *Experts in Action. Inside Public Relations*, Longman, New York.
- Cutlip, S.M., Center, A.H., Brom, G.M., (1985). *Effective Public Relations*, Prentice Hall, New Jersey.
- Çamdereli, M., (2005). *Ana Çizgileriyle Halkla İlişkiler*, Salyangoz Yayınları, İstanbul, 2005.
- Emrem, E. (2005). “Entelektüel sermaye ve Bileşenlerinin Kavramsal Analizi”, *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt: 6 Sayı: 1.
- Gültekin, B., (2006). *Halkla İlişkilerde Etkinlik yoluyla İmaj Oluşturma*, Nobel, Ankara.
- Haywood, R. (1998), *Public Relations for Marketing Professionals*, Mac Millan Business, London.
- Higgins, J., (1983). “Public Relations’ Role in Strategic Planing for Higher Education”, *Public Relations Journal*, Vol 39, no 5.
- Jefkins, F., (1982). *Public Relations*, Heineman, London.
- Kadıbeşegil, S. (2006). *İtibar Yönetimi*, MediaCat, İstanbul.
- Kazan, E., (2007). *Eski Türklerde ve Osmanlı’da Halkla İlişkiler*, Yakamoz, İstanbul.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing*, Pearson, New Jersey.
- Kotler, P., Keller, K.L. ((2006). *Marketing Management*, Pearson, New Jersey.
- Newsom, D. Turk, J.V. Kruckeberg, D.,(2000). *This is PR*, Wadsworth, CA.
- Özer, M.A., (2009). *Halkla İlişkiler Dersleri*, Adalet, Ankara.
- Pelsmacker, P., Gueuns, M., Bergh, J.V. (2001). *Marketing Communications*, Prentice Hall, London.
- Peltekoğlu, F.B.,(2007). *Halkla İlişkiler Nedir?*,Beta, İstanbul.
- Pickton, D., Broderick, A., (2001). *Integrated Marketing Communications*, Pearson, England.
- Scott, M. S., (2008). *Pazarlamanın ve İletişimin Yeni Kuralları*, MediaCat, İstanbul.
- Tomaselli, K.G., Parker, B., (1986). *The Image of an Open University*, Reality, London.
- Reuben, R., (2008). *The Use of Social Media in Higher Education for Marketing and Communcations: A Guide for Professionals in Higher Education*, doteduguru.com/id423-social-media-uses-higher-education-marketing-communication.html (06.10.2009)
- Savio, A., (1992). *Public Relations in Higher Education: The Public Relations Functions of the University of Natal, Durban from 1989-1992 with special emphasis on NU Focus*, ccms.ukzn.ac.za/index.php?option=com_content&task=view&id=1148&Itemid=31 (08.10.2009)

Türkiye’deki kooperatiflerin yapısı değişmeli mi?

Zelha ALTINKAYA¹

Özet

Bu araştırmada, yüzyıldan fazla geçmişi olmasına rağmen, özellikle 1980 sonrasında çok etkin olmayan kooperatiflerin, ekonomi içindeki etkinliği ve değişme ihtiyacına ilişkin bir sorgulama yapılmıştır. Söz konusu araştırmada, genç nüfusun yoğun olduğu Türkiye’de, genç nüfusun, özellikle de Üniversite öğrencilerinin, kooperatif kavramı ve kooperatifçiliğe yaklaşımları incelenmiştir. Yapılan saha çalışmasında öğrencilere kooperatif türleri sorulduğunda, öğrencilerin yüzde 49’u kooperatif olarak sadece yapı kooperatifini bildiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca, benzer şekilde, kooperatiflerin, kooperatif ortaklarının yararlarını çok iyi koruduklarını düşünmemeleri de ikinci önemli bulgu olarak ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimeler: Kooperatifler, Kooperatif Kimliği, Kooperatiflerin Yapısal Değişimi

The requirement for challenge of cooperative structure in Turkey ?

Abstract

In this research, the identity of cooperative whose foundation goes back to 1890s years have been examined. Although their foundation is so old, they have not been operating very actively after 1980. In this research, young population especially, the young people in higher vocational school in University have been asked their opinion about cooperative identity. At the end of the reseach, it was recognized that youth in Universities are only aware of construction coeoperatives and they do not consider cooperatives as an institution looking for their interest.

Keywords: Cooperative, Cooperatif Identity, change in Cooperative Structure

¹ Dr. Zelha ALTINKAYA, İstanbul Aydın Üniversitesi E- Posta: zaltinkaya@aydin.edu.tr Tel: 05336864619

Türkiye’deki kooperatiflerin yapısı değişmeli mi?

Giriş

Geçmiş 1800’lü yıllara dayanan kooperatifler, dünyada önemli bir model oluştururken, Türkiye’de 1980’li yıllardan sonra önemli bir gerileme kaydetmiştir. Özellikle, dünyada önde gelen 300 kooperatifin cirosu, dünyanın önde gelen ekonomilerinden Kanada’nın Gayri Safi Milli Hasıla büyüklüğünden daha fazla bir büyüklüğe erişmesi olması, Türkiye’de bir iktisadi ve sosyal girişim olarak kooperatiflerin ekonomik ve sosyal etkinliğinin ne olduğu sorusunu gündeme getirmektedir. Özellikle daha aktif, daha demokratik olmayı benimsemiş Avrupa Birliği’ne üyelik sürecindeki bir ülkede bu daha da önem kazanmaktadır. Bir iktisadi kurum olduğu kadar sosyal bir kurum da olan kooperatifler, üyelerinin Uluslararası Kooperatif Birliğinin kabul ettiği kooperatifçiliğin yedi temel prensibini esas alındığında, ekonomik başarının ardında yatan en önemli nedenler olan kooperatiflerin herkese açık olması, kooperatif üyelerinin, diğer kooperatif üyeleri ile içinde buldukları toplumla işbirliği içinde olmaları, demokratik bir biçimde yönetilmeleri, ekonomik katılım, eğitime ve yeniliklere açık olmak gibi temel prensipler, aynı zamanda aktif ekonomik katılımın ötesinde, kooperatifin ekonomik ve finansal başarılarını da destekleyen unsurlar olarak ön plana çıkmaktadır.

Uluslararası Kooperatifler Birliği’nin 2002 yılında benimsediği stratejik kararlardan biri de kooperatif üyelerinin, kooperatif yönetimine aktif katılımının sağlanması başta olmak üzere, genel kabul görmüş kooperatifçilik prensiplerinin uygulanabilirliğini artırmak olmuştur. Bu konuda Avrupa düzeyinde çalışmalara başlanmıştır. Bu kapsamda, İstanbul Aydın Üniversitesi de İtalya, İspanya İsveç ‘in önde gelen kooperatifleriyle ve ortaklaşa geliştirdiği SKILLS projesi ile kooperatif üyelerinin daha bilinçli ve daha aktif olması için bir eğitim programı geliştirmiştir. Bu çalışmada da bu projenin bir uzantısı olarak, Türkiye’deki kooperatiflerin yapısının, demokratik ve katılımcı karakterleri yeniden sorgulanmıştır. Araştırmada, 19-24 yaş grubu genç kuşağın özellikle Üniversitede eğitim gören gençlerin, kooperatiflere bakış açısı belirlemek amaçlanmıştır.

Daha önceki yıllarda, Çıkmın ve Aras (2001) Ege ve Marmara bölgelerinde, Karacan Elazığ’da, Kaya ve Esengün (1996) Tokat’ta kooperatif ortaklarının sosyo-ekonomik durumlarını ortaya koyan çalışmalar yapmışlardır. Ertan ve Turan (2001), İsparta’da, Karlı ve Çelik (2003) yılında GAP bölgesindeki kooperatif üyeleri ile kooperatif arasındaki ilişkileri üzerine koyan araştırmalar yapmışlardır. Ancak, Türkiye’de ilk defa, geleceğin kooperatif ortağı olacak 19-24 yaş grubu arasındaki üniversite gençliği’ne yönelik, Türkiye’deki kooperatif yapıları hakkında bir anket çalışması yapılmıştır. Araştırmanın ilk bölümlerinde, dünyada ve Türkiye’deki kooperatifler hakkında kısa bir bilgi verildikten sonra, anket çalışmasının detayları verilmiş ve sonuçları değerlendirilmiştir.

Dünyadaki kooperatifler ve 2008 krizi

Bugün, kooperatifler, dünyanın pek çok yerinde, yerel, bölgesel ve küresel seviyede bir ağ sisteminin parçası olarak pek çok çok uluslu şirketten çok daha iyi performans göstermişlerdir. Dünya ekonomik forumunun 2006 yılında açıkladığı verilere göre,

dünyanın önde gelen en rekabetçi ekonomilerinde en başarılı ekonomik performansı gösteren kurumlar içinde kooperatifler ilk sıralarda yer almaktadır. Finlandiya’nın Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH)’sının %21.1’sini, Yeni Zelanda’nın GYMH’sinin %17.5’nu, İsviçre’nin

GSYH'sinin % 16.4 İsveç'in GSYH'nin %13.0'ü kooperatifler üretmektedir. Pekçoğu 50 yada 100 yıllık geçmişe sahip olan bu kooperatiflerden önde gelen 300 Kooperatifin cirosu 1 trilyon ABD Doları (755 milyon Euro), dünyanın önde gelen 9. gelişmiş ekonomisi olan Kanada'nın 979 milyar dolar olan Gayrisafi Yurtiçi Hasıla'nın bedeline yakın bir bedeldir.²Faaliyet konularına göre değerlendirildiğinde ise önde gelen 300 kooperatif üyesinin %33 ü tarımsal ürünler, %25'i toptan ve perakende satış, %40'ı finansal konularda faaliyet göstermiştir. 2004 verisine göre dünyanın önde gelen ilk 10 kooperatiflerinden biri olan, Nationwide Insurance Cooperative, ulusal sigorta şirketi, dünyanın en rekabetçi ve serbest piyasa ekonomilerinden biri olan ABD'ye ait olması, kooperatiflerin ekonomi içindeki başarısını çok iyi bir biçimde ortaya koymaktadır (ICA,2007:21).

Avrupa'daki 42 ülkeden 37'sinde, 171 üyesi olan Cooperative Europa, 250.000 iktisadi teşebüsü, 160 milyon üyeyi ve 5.4 milyon işin ekonomik ve sosyal değişimini temsil etmektedir (Cooperative Europa, 2010). Durum böyle iken, Uluslararası Sanayi, Esnaf, Sanatkarlar, Servis Organizasyonları, (International Organization of Industrial, Artisanal and Service Cooperatives(CICOPA)) (CICOPA:2009) tarafından yapılan 2008 yılından itibaren kendini hissettirmeye başlayan kriz karşısında, gelişmiş ekonomilerin ve oradaki işçi ve sosyal kooperatiflerin etkisini ölçen araştırmada ise şu sonuçlar ortaya çıkmıştır:

İtalya'da sosyal kooperatifler 2007 yılında cirolarında %9 oranında bir artış kaydetmişken, krizin belirgin bir biçimde hissedildiği 2008 yılında, cirolarında belirgin bir düşüş görülmemiştir. Aynı dönemde, sektörel bazda bakıldığında, Romanya, Slovakya, Bulgaristan ve İtalya gibi ülkelerde, tekstil sektöründeki kooperatiflerde ciddi bir krize rastlanmamıştır.

Öte yandan, CICOPA üyeleri ve onların yan kuruluşlarının hiçbirinde, kapanma görülmemiştir.(CICOPA; 2009). Bu başarıda, güvenliğin ve esnekliğin bir araya getirme becerisine ait olduğu özellikle vurgulanmaktadır. Özellikle de sürdürülebilir işlerin yaratılmasında, ürünlerin, servislerin ve üretim süreçlerinin modernize edilmeleri de etkin rol oynamıştır.

2008 krizinin finansal ağırlıklı bir kriz olduğu varsayıldığında, böyle bir krizden, kooperatif bankaların etkilenmemesi de başka önemli bir noktadır. Kooperatif bankalarının bölgesel bir özellik göstermesinin yanı sıra, özellikle kooperatif üyeleri ile kooperatif bankaları arasında tesis edilmiş güven, krizin başarı ile atlatılmasında önemli bir faktör olarak değerlendirilmedi. Özellikle de İngiltere 'deki kooperatiflerin geçmişte de yüksek riskli yatırımlara girmedikleri ve yatırımlarda etik değerlendirme politikalarını izlemelerinin de bu başarıda önemli payı olduğu görülmektedir (CICOPA; 2009:2). Sadece Avrupa'daki değil, dünyadaki diğer kooperatiflerde benzer bir performans göstermiştir.

Küreselleşen dünyada ekonomik değişimler, kültürel değişimleri de beraberinde getirmiş, çok iyi bir iş performansı ve daha güçlü bir kooperatif kimliğini öne çıkarmıştır. Kooperatiflerin ekonomik hayattaki başarısı, kooperatiflerin yönetim yapısına da taşınmak istenmekte, kooperatiflerin daha demokratik, kooperatif üyelerinin daha aktif olması için çalışmalar yapılmaktadır. Uluslararası Kooperatifler Birliği (UKB) (International Cooperative Alliance (ICA)), kooperatiflerin yeniden yapılandırma fikrini ilk olarak 1992 yılında ortaya koymuştur (ICA, 2007:12). Kooperatifler, ilk ortaya çıkışlarından itibaren, bütün dünyada karşılıklı

² Kanada'nın 2004 yılı GSYH 979 milyar dolar

Türkiye’deki kooperatiflerin yapısı değişmeli mi?

sosyal ve ekonomik çıkarları doğrultusunda kişilerin biraraya gelmesi ile oluşmuş kurumlar olarak genel kabul görmektedirler. UKB’ce de açıklandığı üzere, kooperatifler aynı zamanda tüketiciler, üreticiler yada çalışanlarca sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen işletme organizasyonlarıdır (Pathak and Kumar, 2005; Briscole,1991:1) Bu nedenle Lambert, 1963 yılında, kooperatif bir iktisadi girişim olmasına karşın hem kendi üyelerinin hem de toplumun ihtiyaçlarını demokratik bir biçimde karşılamak üzere kurulan girişimler olarak tanımlamaktadır(Pathak and Kumar, 2005, Lambert,1963:1)

Daha da geriye gidildiğinde, İngiltere’de “Kooperatiflerin babası” olarak kabul edilen Robert Owen sadece kooperatif kurmanın yasal ve ekonomik gerekçelerini değil, kooperatife ortak olmanın felsefesini oluşturan kişi olmuştur (Pathak and Kumar, 2005; Briscole,1991:3). Dr.King, Owen’in düşüncelerinin halka arasında yayılmasında büyük katkı sağlamış ve Rochalde Öncüleri ile birlikte, kooperatiflerin başarılı olmaları için uzun ve özenli bir deneysel çalışmalar yapmışlardır. Bu çalışmalar doğrultusunda geliştirilen stratejilerde, açık ve gönüllü üyelik; demokratik kontrol, sermaye ve karların paylaşımına ilişkin pratik kurallar ortaya koymuşlardır. Uluslararası Kooperatifler Birliği, daha sonra bu pratik kurallara eğitim ve kooperatiflerin diğer kooperatiflerle işbirliğini de eklemiştir.

Bu prensipleri uygulayan kooperatiflerin başarılı oldukları saptanmıştır. Özellikle de kooperatiflerin amaç ve hedefleri ile üyelerin amaçları aynı olduğundan, üyelerin kontrol edilmesine gerek olmadığı buna karşılık herkesin ortak hedefler için gönüllü olarak daha çok katkı sağladığı görülmüştür. İsveç’ teki Coompanion,İspanya’nın Mondragon, İtalya’nın Trento Kooperatifler Birliği’ne bağlı kooperatifler de ABD ve İngiltere deki diğer başarılı kooperatifler gibi iktisadi anlamda başarılı performans sergilemektedirler. Sadece Mondragon kooperatifi, 2009 yılında bilanço büyüklüğünü 2008’deki 32.840 milyon Euro’dan,33.499 milyon Euro’ya çıkarmayı başarmıştır. Ancak, iktisadi olarak kriz ortamında da başarılı performans sergileyen bu kooperatifler bile üyelerinin daha başarılı ve daha aktif olmaları için, kendi kooperatifleri ile kooperatif üyelerinin arasındaki ilişkileri dikkate alarak, eğitimi geliştirici çalışmalar yapmışlardır. İstanbul Aydın Üniversitesi’nin de içinde bulunduğu, Avrupa Birliği’nin önde gelen kooperatifler fedarasyonlarının, kurumlarının ve Üniversitelerinin de ortaklaşa finanse ettiği Avrupa Birliği’nce de desteklenen SKILLS projesi kapsamında tüm Avrupa Birliği’ndeki kooperatif üyelerinin daha aktif ve daha bilinçli olması için özel bir eğitim programı geliştirmiştir. Bu proje kapsamında sadece kooperatif üyelerinin değil, kooperatife üye olması beklenen potansiyel üyeler ile uzun yıllar kooperatif üyeliği yapmış, hatta kooperatifin yönetiminde görev almış deneyimli kooperatif üyeleri de hedef kitle olarak

seçilmiştir. Proje çalışması sırasında, Türkiye’deki kooperatif üyelerinin ne kadar aktif olduğuna ilişkin sorgulamalar yapılmıştır. İzleyen bölümde hem Türkiye’deki kooperatif üyelerinin mevcut durumu hem de kooperatif üyelerinin bağlı buldukları kooperatife olan bakış açıları değerlendirilmiştir.

Türk kooperatifleri ve 2008 finansal krizi

Türkiye Milli Kooperatifler Birliği (2010) verilerine göre, 2008 Haziran itibariyle faal kooperatif sayısı 54.888, kooperatif ortak sayısı 7.355.218 iken, bu rakamların 2009 Mayıs ayında 48.785 kooperatife ve 6.929.884 ortak sayısına düşmüştür. Bu düşüş, 2008 yılında yaşanan 2009 yılında da kendini ağırlıklı olarak hissettiren krizin kooperatifler üzerindeki

etkisine de bağlanabilir. 2001 yılında ise toplam kooperatif sayısı 59.144, toplam üye sayısı ise 8.102.513 olarak açıklanmıştır (Türkiye Kooperatif Kurumu İstatistikleri, 2010). Ancak, Kooperatiflerin 2008-2009 yıllarına ait herhangi bir finansal veriye ulaşmak mümkün olmamıştır. 2009 verilerine göre Türkiye’de 12.788 adet tarımsal amaçlı kooperatif ve bu kooperatiflere bağlı 4.471.239 çiftçi bulunmaktadır(Türkiye Milli Kooperatifler Birliği, 2010). Buna göre, kırsal alanda yaşayan 28.932.500 kişi’den (toplam nüfusun %49,25’u) (TUIK,2010) 4.471.239 kişisi %15.45’i tarım kooperatiflerine üyedir. Öte yandan, Türkiye’deki tarımsal işletmelerin %98’i küçük aile işletmeleridir (Çıkm,2005: 9). Bu AB ülkelerinde %92, ABD de %80 olan oranlara benzerlik göstermektedir. Sadece tarımsal işletmelerde değil, tarım dışındaki sektörlerde de aile şirketlerinin hakim olmasına karşın dünya ticaretinin önemli bir kısmını çokuluslu ve büyük sermayeli şirketler gerçekleştirmektedir. Önümüzdeki yıllarda da bu yoğunlaşmanın artarak devam edeceği varsayıldığında, küçük ölçekli işletmelerin biraraya gelerek daha güçlü bir yapı sergilemesi gerekmektedir. Güçlü yapılarda, güçlü sermaye ve finansal yapıların yanısıra güçlü yönetim becerilerini de gerektirmektedir. AB ülkelerinin genelinde kooperatiflerin pazar payı tarımsal girdilerde %55’i, tarımsal çıktılarda % 60’dır (Çıkm, 2005:10). Başarılı yönetimlerin yanısıra, tam rekabetçi olmayan işletmelerin hakim olduğu yeni ekonomik dünya düzeyinde, varolan ekonomik ve finansal krizlerin etkisiyle, gönüllülük, demokratik katılım, ortakların çıkarlarının tam olarak korunması, üyelerin çıkarlarının korumak, artırmak ve diğer işletmelerle işbirliği içersinde olmak gibi prensipler ön plana çıkmıştır.

Türkiye’de kooperatif üyelerinin, kooperatiflere bakış açıları, kooperatif yönetimince alınan kararlara katılmak, yönetimin seçilmesine aktif olarak katılmak gibi bilinçli ve aktif bir kooperatif üyesinin yapması gereken ve sahip olması gereken beceriler ve davranışları sorgulayan araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalardan Aras ve Çıkm(1976)’ın İzmir ve çevresinde yaptıkları araştırmada kooperatif ortaklarının % 51,28’inin bir, % 36,75’sinin iki, % 11,97’si üç ve daha fazla kooperatife ortak oldukları tespit edilmiştir. Kaya ve Esengün’ün 1976 yılında Tokat ili yaptığı bir çalışmada kooperatif ortaklarının, kooperatif bilgilerinden yoksun ve kooperatife ilgilerinin zayıf olduğu tespit edilmiştir (Karlı ve Çelik, 2003:15).

Son yıllarda azalmakla birlikte, Türkiye nüfusunun önemli bir kısmı tarım sektöründen gelir elde etmektedir. Tarımsal üretimi artırmanın, kaliteli ürün elde etmenin ve tarım ile

uğraşanların yaşam düzeylerini yükseltmenin en önemli yollarından biri olarak üreticilerin örgütlenmesi gerekliliği sıklıkla gündeme gelmektedir (Karlı ve Çelik, 2003:5).

Üreticilerin örgütlenmesi ve kooperatif ve kooperatif ortakları arasında ilişkiyi irdeleyen Ertan ve Turan’ın (2001), 1999 yılı verilerine göre dünya gül yağı üretiminin %30-40’nı gerçekleştirmekte olan Türkiye’nin % 30-35’lik üretimini tek başına karşılayan GÜLBİRLİK üzerinde yaptıkları vaka çalışmasının sonuçları önemlidir. Gül Birliğin 7.392 adet kooperatif ortağı olmasına karşın 4.649’unun kooperatifle ilikisi canlıdır. Öte yandan, kooperatif üyelerinin %92.31’inin kooperatif hesapları ile ilgilenmediği gibi bir sonuca ulaşmaları, Türkiye’deki kooperatifler ve ortakları arasında ilişkileri ortaya koyma açısından çarpıcıdır.

Karlı ve Çelik (2003), GAP alanındaki illerde tarım kooperatifleri ve diğer çiftçi örgütlerinin mevcut durumu, yapısı, faaliyetleri ve üyelere yönelik etkinliklerini inceledikleri araştırmalarında, bölgede, çiftçilerin eğitim düzeyinin düşük, örgütlenme bilincinin zayıf ve çiftçi örgütlenmesinin yetersiz olduğunu saptamıştır.

Türkiye'deki kooperatiflerin yapısı değişmeli mi?

Karlı ve Çelik (2003)'in yaptığı araştırmaya göre, GAP alanında 431 adet üretici örgütü hizmet vermektedir. Bu üretici örgütleri; Ziraat Odaları, Tarım Kredi Kooperatifleri, Tarım Satış Kooperatifleri, Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri, Sulama Kooperatifleri, Su Ürünleri Kooperatifleri, Sulama Birlikleri, Köylere Hizmet Götürme Birlikleri ve Çiftçi Derneğidir. Bölgedeki üretici örgütlerinin % 31,8'ini Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla Tarım Kredi Kooperatifleri (% 20,4), Köylere Hizmet Götürme Birlikleri (% 16,9), Ziraat Odaları (% 9,3), Sulama Birlikleri (% 7,0), Sulama Kooperatifleri (% 6,3), Tarım Satış Kooperatifleri (% 5,1), Su Ürünleri Kooperatifleri (% 3,0) ve Çiftçi Derneği (%0,2) izlemektedir.

İncelenen işletmelerde, işletme yöneticilerinin yaş durumu'na bakıldığında, ortalama olarak işletme yöneticilerinin %28,7'sinin 41-50 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla % 27,0 ile 31-40 yaş 50 grubu, % 24,2 ile 51-60 yaş grubu, % 13,2 ile 61 ve daha büyük yaş grubu ve % 6,9 ile 20-30 yaş grubu izlemektedir. İşletmelerde işletme yöneticilerinin eğitim durumlarına bakıldığında, üreticilerinin %3,4'ünün okuma-yazma bilmediği, % 6,9'nun okur-yazar, % 61,5'inin ilkökul mezunu, % 12,7'sinin ortaokul, % 12,1'inin lise ve % 3,4'ünün üniversite mezunu olduğu ortaya çıkmıştır (Karlı ve Çelik,2003: 71).

Karlı ve Celik (2003) araştırma alanında üreticilerin üye oldukları üretici örgütleri; Tarım Kredi Kooperatifi, Tarım Satış Kooperatifi, Ziraat Odaları, Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, Su Ürünleri Kooperatifleri, Sulama Kooperatifi ve Sulama Birlikleridir. Araştırma kapsamındaki işletmelerde, üreticilerin, üretici örgütlerine üye/ortaklık durumları incelendiğinde, üreticilerin % 58,0'i bir üretici örgütüne, % 35,1'i iki üretici örgütüne, % 5,2'si üç üretici örgütüne, % 1,7'si ise dört üretici örgütüne ortak oldukları saptanmıştır. Karlı tarafından yapılan benzer bir araştırmada, Harran ovasındaki üreticilerin % 60,64'ü herhangi bir üretici örgütüne üye olmadığı belirlenmiştir (Karlı, 2001).

Inan ve arkadaşlarının 1999 yılında, Trakya bölgesinde yapılan bir araştırmada ise üreticilerin % 14,4'ünün bir üretici örgütüne, % 85,6'sının ise iki ve daha fazla üretici örgütüne ortak oldukları saptanmıştır. Araştırma sonuçları ve literatür çalışmalarından elde edilen veriler, GAP bölgesindeki üreticilerin, Türkiye geneline göre, üretici örgütlenmesi açısından düşük düzeyde olduğunu göstermektedir (Karlı ve Çelik, 2003:71). Üreticilerin üretici örgütlerine ortak olma durumları kadar, ortak oldukları kooperatifin ne olduğunu bilme ve anlama düzeyleri de önemlidir. Çünkü üreticilerin ortak oldukları örgütün kendilerine ve kendilerinin üretici örgütüne karşı sorumluluklarını bilmesi hem üretici örgütünün başarılı olmasını ve hem de üreticinin hakkının korunması açısından önem taşımaktadır. Ancak, üreticilere, kooperatifçilik ile ilgili değişik tanımlamalar sorularak kooperatifçiliğin doğru tanımını bilme düzeyleri incelendiğinde, ortak üreticilerin % 30,5'inin kooperatifçiliğin tanımını doğru bildikleri, % 69,5'inin ise bilmedikleri belirlenmiştir (Karlı ve Çelik, 2003:72). Yine aynı bölgede, üreticilerin % 34,5'i kooperatifçiliği, devletin kurduğu, denetlediği ve yönetimine müdahale ettiği ekonomik kuruluş, % 33,3'ü ortaklarca kurulan ve devletçe yönetilen kuruluş, % 1,7'si ise ortakların sermayesine göre kârdan pay aldıkları ve yönetimde söz sahibi oldukları kuruluş olarak görmektedirler.

Araştırma sonuçları göstermektedir ki, araştırma alanındaki üretici örgütüne üye üreticilerin (GAP alanı) % 30,5'i kooperatifçiliğin doğru tanımını bilmektedir. Oysa Trakya bölgesinde kooperatifin tanımını doğru bilen üreticilerin % 54,4 oranında olduğu belirlenmiştir (İnan ve

ark,1999). Bu da araştırma alanındaki üreticilerin, Trakya bölgesi üreticilerine kıyasla kooperatifçiliği yeterince bilmediklerini göstermektedir.(Karlı ve Çelik, 2003:65)

İncelenen işletmelerde, üreticilerin % 64,9'u birliği kooperatif gibi bir örgüt, % 28,8'i çiftçilerin kurduğu birlik, % 4,0'ü şirket, % 2,3'ü ise dernek olarak görmektedirler. Trakya bölgesinde yapılan bir araştırmada, birliği üreticilerin % 84,4'ü kooperatif, % 6,1'i dernek, % 9,5'i ise şirket olarak gördükleri belirlenmiştir. Bu da araştırma alanındaki üreticilerin, Birliği, Trakya bölgesindeki üreticilerden farklı olarak bildiklerini ortaya koymaktadır. Her iki araştırma sonucu da göstermektedir ki, üreticilerin çoğunluğu Birlikleri kooperatif gibi görmektedir.

Üye olunan üretici örgütlerinin, faaliyet amaçları doğrultusunda çalışıp çalışmadığını kontrol etmek ve diğer taraftan üreticilerin kendi haklarını savunabilmeleri açısından³ üreticilerin üretici örgütlerine üye olmadan önce, ana sözleşmeyi okuyup okumadıkları sorulduğunda, işletme genelinde üreticilerin %36,8'i ana sözleşmeyi okuduğunu söylerken, % 63,2'si gibi büyük bölümü ise ana sözleşmeyi okumadıklarını belirtmişlerdir. İşletme büyüklük gruplarında ana sözleşmeyi okuyanların oranı % 31,8 ile

% 40,7 arasında değişirken, okumayanların oranı % 59,3 ile % 68,2 arasında değişmektedir.

İzmir yöresinde yapılan bir çalışmada ana sözleşmeyi okumayanların oranı zeytin üreticisi ortaklarda % 79,0, süt üreticisi ortaklarda % 74,0 (Yercan, 1996) olarak bulunmuştur. Karadeniz bölgesinde yapılan bir çalışmada ise, süt işleyen Tarımsal Kalkınma Kooperatifine ortak olan üreticilerin % 70,1'inin ana sözleşmeyi okumadıkları belirlenmiştir (Karlı ve Çelik, 2003;Turan, 1992).

Üreticilerin üye oldukları kooperatifin yasal kurallarını bilip bilmeme durumu incelendiğinde, Tarım Satış Kooperatiflerine ve Tarım Kredi Kooperatiflerine üye üreticilerin sırayla % 57,2 ve % 55,4'ünün yasaları hiç bilmedikleri belirlenmiştir. Ziraat Odalarına üye üreticilerin % 41,4'ü, Sulama Kooperatifine üye üreticilerin % 40'0'ı, Sulama Birliğine üye üreticilerin % 25,0'i, Tarımsal Kalkınma Kooperatifine üye üreticilerin % 21,4'ü yasaları bilmediklerini ifade etmişlerdir.

Üretici örgütlerinin başarısı, örgüt bilinci yüksek üye/ortaklar ile mümkündür. Bilinçli ve eğitim düzeyi yüksek üyeler/ortaklar; örgütlerine sahip çıkacak, yönetim kuruluna seçme ve seçilmede etkin rol oynayacak, örgütün çalışmasını denetleyecek ve fikirleri ile çalışmalara önemli katkıda bulunabilecektir. Bu nedenle, üretici örgütlerine girmeden önce ana sözleşmenin okunması, örgüt ve üyelerin ortakların birbirlerine karşı hak ve sorumluluklarının bilinmesi açısından önem taşımaktadır Üreticilerin yasaları iyi bilmeleri, bir taraftan haklarını aramalarını sağlarken, diğer taraftan üretici örgütüne karşı yükümlülüklerinin ne olduğunu bilmelerine yani kooperatif veya birliklerine sahip çıkma arzu ve iradelerini sağlaması açısından önemlidir.

Genel Kurul toplantılarına en çok katılımın Su Ürünleri Kooperatifleri (% 100) ve Tarımsal Kalkınma Kooperatifinde (% 68,0) olduğu, en az katılımın ise % 25,0 ile Sulama Birliğinde olduğu görülmektedir. Trakya bölgesinde yapılan bir çalışmada, Genel Kurul toplantılarına en

³ Ana sözleşme, üreticiler ile üretici örgütlerinin birbirlerine karşı hak ve sorumluluklarını gösteren bir akittir

Türkiye'deki kooperatiflerin yapısı değişmeli mi?

çok katılımın Damızlık Hayvan Yetiştiricileri Birliği (% 91,6) ve Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinde (% 83,8) olduğu (İnan ve ark., 1999), diğer bir araştırmada ise Genel Kurul toplantılarına katılımın Tarımsal Kalkınma Kooperatifinde % 60,86, Tarım Satış Kooperatiflerinde % 21,87 ve Tarım Kredi Kooperatiflerinde % 20,00 (Özdemir ve Mülayim, 1997) oranında olduğu belirlenmiştir. Tokat Kazova yöresinde yapılan bir araştırmada Genel Kurul toplantılarına katılanların oranı % 36,6 (Kaya ve Esengün, 1996), İzmir yöresinde yapılan bir çalışmada Genel Kurul toplantılarına katılım oranı Zeytin İşleme Kooperatiflerinde % 26,0 ve Süt İşleme Kooperatiflerinde % 39,0 (Yercan, 1996) oranında olduğu belirlenmiştir. (Karlı ve Çelik, 2003:72)

Üretici örgütlerinde, yönetim kurulu tarafından alınan kararlardan memnun olmayan üreticilerin memnun olmama nedenlerini belirlemek amacıyla, yönetim kurulu kararlarından neden memnun olmadıkları sorulmuştur. Üretici örgütlerine⁴ üye üreticilerin yönetim kurulu kararlarını olumlu bulmama nedenleri olarak, yöneticilerin kendi çıkarları doğrultusunda hareket ettiklerini ve alınan kararların ortakların lehine olmadığını 72 belirtmişlerdir. Yöneticiler kendi çıkarları doğrultusunda hareket ediyor diyenlerin oranı Tarım Kredi Kooperatiflerinde % 30,8, Tarım Satış Kooperatiflerinde % 75,0 ve Ziraat Odalarında % 20,0'dır. Tarımsal Kalkınma ve Su Ürünleri Kooperatiflerinde alınan yönetim kurulu kararları ortaklar tarafından olumsuz bulunmamaktadır (Karlı ve Çelik, 2003: 74).

Üreticilerin büyük çoğunluğu (% 70,1) üyesi oldukları üretici örgütlerinde demokratik seçimlerle yöneticilerin seçilmesini istemektedirler. Bu da üreticilerin kendi örgütlerini, kendilerinin seçtikleri yöneticiler tarafından yönetilmesini istediklerinin bir göstergesidir (Karlı ve Çelik, 2003:75).

Yukarıda kısaca açıklanan tüm araştırmalar, Türkiye'de kooperatif üyelerinin kooperatiflerle olan ilişkilerine ortaya koymaktadır. Kooperatiflerin kuruldukları bölgeye bağlı olarak, kooperatif üyelerinin aktifliği değişmekle birlikte, kooperatif üyelerinin biraz daha aktif olmaya ihtiyaçları var. Ancak, Türkiye 'de kooperatiflerin genç kuşak arasında nasıl bir imajı olduğu, geleceğin kooperatif üyelerinin kooperatifler konusunda yeterince bilinçli olup olmadıkları, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin öğrencileri arasında yapılan bir araştırma ile belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmamızın sonuçlarını aşağıda sunuyoruz.

Türkiye de potansiyel kooperatif üyesi olarak üniversite gençleri arasında kooperatif bilinç düzeyi araştırması

Araştırma, 4-5 Ocak 2010 tarihlerinde, İstanbul Aydın Üniversitesi'nin 1000 öğrencisi üzerinde uygulanmış 880 öğrenci ankete cevap vermiştir. Hedef kitle, 19-24 yaş grubunda bir kitle olarak belirlenmiştir. Sonuçlarda, bu testin uygulandığı öğrenciler 19-24 yaş gurubu arasındadır. Ankete cevap verenlerden %55'i kız öğrencidir. Bu araştırmada öğrencilere 14 soru sorulmuş ve cevaplanması istenmiştir. 14 sorunun oluştururken Uluslararası Kooperatifler Birliği tarafından kabul edilmiş, kooperatifçiliğinin yedi temel prensibi dikkate alınmıştır: gönüllü ve herkese açık üyelik; üyeler tarafından gerçekleştirilen demokratik denetim; üyelerin ekonomik katılımı; özerklik ve bağımsızlık; eğitim, öğrenim ve bilgilendirme; Kooperatifler arasında işbirliği ; topluma karşı sorumlu olma.

⁴ Bu üretici örgütleri, üreticilerin bir araya gelerek oluşturduğu ve alınan kararlarda kendilerinin söz sahibi olduğu örgütlerdir

Öğrencilere, “Kooperatif nedir ?” sorusu sorulmuştur. Ankete katılanların %88’i kooperatifin ne demek olduğunu bildiklerini söylemişlerdir. Ancak, bu tanımın ayrıca, incelenmesi gereklidir. Kooperatif üyelerinin bile kooperatifin tam olarak ne olduğunu bilmedikleri gerçeği karşısında, 19-24 yaş grubu genç kuşağın kooperatifin ne olduğunu biliyor olmaları, sadece daha önce bu kavramı duymaları ile kooperatiflerin farkında oldukları şeklinde yorumlanıp yorumlanmaması gerektiği de başka bir araştırma konusu olabilir.

Bir diğer soru ise öğrencilerin “Kooperatif üyesi olup olmadıklarına ilişkindir. Öğrencilerin tamamı, kooperatif üyesi olmadıklarını açıklamışlardır. Ancak, %14’ünün annesi yada babasının bir kooperatif üyesi olduğu saptanmıştır.

“Daha önce kooperatif üyesi olmanız istendi mi?” sorusunda verilen cevaplara göre, kimsenin onların kooperatif üyesi olup olmayacakları konusunda bir soru sormadıkları ortaya çıkmıştır.

“Kooperatife üye olmak ister misiniz?” sorusuna, cevap verenlerin %38 i kooperatife üye olmak istediklerini ifade etmişlerdir.

Istanbul Aydın Üniversitesi’ndeki potansiyel kooperatif üyelerinin bilinç düzeyi konusundaki yapılan araştırmadaki en önemli sorulardan biri, 19-24 yaş grubu arasındaki grupta en çok tanınan kooperatif tipinin hangisi olduğu sorusuydu. Soruda, en çok bilineceği tahmin edilen, tarım kredi kooperatifleri, yapı kooperatifleri, esnaf ve sanatkarlar kooperatifleri ve çok bilinme ihtimali olan sosyal kooperatifler alternatif olarak sunulmuştur. Öğrencilerin, %49’u yapı kooperatiflerini en çok tanınan kooperatif türü olarak tanımlamışlardır. Ancak, hiçbir öğrenci sosyal kooperatifleri işaretlememiştir.

Ankette, kooperatiflerin genç potansiyel kooperatif üyeleri arasındaki imajlarına ilişkin ikinci önemli soru da 10. soru olmuştur. Bu soruda öğrenciye dört alternatif sunulmuş ve bu dört seçenektan hangisinin kendilerinin kooperatif hakkındaki düşüncelerini en iyi ifade ettiği sorulmuştur. Buna göre, öğrencilerin %39’u kooperatiflerde kooperatif yöneticilerinin kendi çıkarları için çalıştıkları ; %9’u kooperatiflerin hiçbir zaman amaçlarına ulaşamayacaklarını; %14’ü kooperatiflerin kendileri için hiçbir anlam taşımadığını ifade etmektedirler. Buna karşın, 880 Kişiden %16’sı kooperatiflerin ideallerimize ulaşmak için uygun kurumlar olduğu görüşüne sahiptirler.

Kooperatifler, ekip çalışmasının yapıldığı bir kurum olarak düşünülüp, düşünülmediği konusundaki soruya ise, verilen cevapların %41’nin bu konuda fikrinin olmadığı ortaya çıkmıştır. Kooperatiflerin iç işleyişine bilmemeleri de olağandır.

“Türkiye’de Kooperatifleri, ekip çalışmasının yapıldığı bir yer kurum olarak düşünüyor musunuz?” sorusuna, %41 oranında “fikrim yok” , %34 oranında evet cevabı gelmiştir.

“Türkiye de Kooperatiflerin demokratik olarak yönetildiğini düşünüyor musunuz?” sorusuna öğrencilerin %64’ü hayır cevabı vermişlerdir.

“Türkiye de Kooperatif yönetimlerinin şeffaf olduklarını düşünüyor musunuz?” sorusuna ankete katılanların %77 si hayır cevabı vermiştir. Geri kalan % 23 i ise bu konuda fikirleri olmadığını söylemişlerdir.

Türkiye’deki kooperatiflerin yapısı değişmeli mi?

“Türkiye de kooperatiflerin sizin çıkarlarınızı koruduğunu düşünüyor musunuz?” sorusuna, ankete katılanların %61 hayır cevabını vermiştir.

Sonuç ve Öneriler

Anketin sorularına verilen cevaplar yanyana getirildiğinde 19-24 yaş grubu arasında şehir de yaşayan, üniversite gençliği arasında kooperatifler demokratik olmayan, yöneticilerin kendi çıkarları peşinden koşan bir kurum olarak düşünüldüğü bir yapı sergilemektedir. Kooperatiflerin genç kuşaklar arasında da hem iyi bir ekonomik ve finansal alternatif olabilmesi, yapısal bir değişiklik yapmalarında ve daha demokratik olmaları yönünde daha fazla çalışılması gerektiği sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle, kooperatifler konusunda, toplumun herkesinin özellikle de gençlerin bilgilendirilmeye hatta eğitime ihtiyaçları çok açıktır. Ancak, sadece gençlerin değil, bu araştırma sonuçlarının üretilmesinde mevcut kooperatiflerin demokratik olmayan, kimi zaman kendi çıkarlarının peşinde koşan yöneticilerinin ve yönetim şekillerinin de etkisi olduğu dikkate alınarak, mevcut kooperatiflerdeki üyelerin (ortakların) ve yöneticilerin de Uluslararası Kooperatifler Birliği’nin yedi temel prensiplerin öngördüğü becerileri kazanma konusunda eğitilmeleri öngörülebilir. Aktif üyelerin, daha aktif kooperatifleri oluşturacağı varsayıldığında, bu eğitimlerle, kooperatiflerin ekonomik ve finansal açıdan da daha başarılı olacağı iddia edilebilir.

Kaynakça

- Çıkin, A. (2005). Türk Tarımı için bir vizyon ve tarım politikası taslağı`Rapor. http://www.elelebize.com/e-kutuphane/ayhancikin/Prof.Dr.AyhanCikin_01.pdf
- Ertan, Adnan ve Turan, Ahmet (2001), “GülBirlik Ortaklarının Kooperatif Ortak İlişkisi Yönünden Analizi”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Yayını.C.6.S.2.29-43
- ICA, Review of International Cooperation. Vol.100 N.1.2007
- Inan İ.H. ve Kumkale, İ., Gaytancıoğlu, O.,(1999). Trakya’da Kırsal Kesimin Örgütlenmesinde Tarım Kooperatifleri, Üretici Birlikleri ve Köylere Hizmet Götürme Birliklerinin Rolü. Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayınları, No:91, Ankara.
- CICOPA, “The Impact of the Crisis on Worker and Social Cooperatives,”Report. Brussels, July 2009. http://www.cicopa.coop/public_docs/RaportCriseEN.pdf.
- Cooperative Europa.” The Role of the Cooperatives in the Social Dialogue in Europe.”,2007.http://www.coopseurope.coop/IMG/pdf/SPP_STUDY_REPORT_FINAL_12_02_2008.pdf
- Karlı, B ve Çelik, Y. (2003). GAP Alanındaki Tarım Kooperatifleri ve Diğer Çiftçi Örgütlerinin Bölgesel Kalkınmadaki Etkinliği. Yayın No.97. <http://www.aeri.org.tr/PDF/97-PRGAPTKoop.pdf>
- Kaya, U. ve Esengun, K. 1996. Tokat İli Niksar Ovası Tarım İşletmelerinin Yapısal analizi, işletmelerin yapısal analizi, işletme sonuçlarını etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi ve doğrusal programlama yöntemi ile planlanması üzerine bir araştırma `Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt 13. Sayı: 1, Tokat s.161-189

Ozdemir, G ve Mulayim, Z.G. (1997) ``Tekirdağ ilinde Tarımsal Kooperatiflerde Kooperatif Ortak İlişkileri`` Kooperatif Dünyası Dergisi, Sayı 314.Ankara.s.2-12,1997

Pathak, R.D and Kumar Nirmala (2005).” The Key Factors Contributing Towards Successful Performance of Cooperatives in Fiji for Building a Harmonious Society”. Workshop on Enlarging Citizen Participation and Increasing Autonomy of Local Government in Achieving Societal Harmony. Network of Asia- Pacific Schools and Institutes of Public Administration and Governance (NAPSIPAG) Annual Conference Beijing.2005.

Türkiye İstatistik Kurumu, Kentsel Nüfus İstatistikleri,
<http://nkg.tuik.gov.tr/goster.asp?aiile=1>

Türk Kooperatif Kurumu, istatistikleri <http://www.koopkur.org.tr/istatistik.htm>

Türkiye Milli Kooperatifler Birliği Bilgileri , Şubat 2010.

Peter Lazenby,” The Importance of Co-operatives “ Guardian.The United Kindgom.. Şubat 2009.<http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2010/feb/09/importance-of-cooperatives/print>

Yercan, M.(1996). İzmir Yoresinde Seçilmiş Bazı Tarımsal Amaçlı Kooperatiflerde Kaynak kullanımı ve Kooperatif İşletmelerde Etkinliğin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma. E.U. Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Bornova İzmir.

Türkiye'deki kooperatiflerin yapısı değişmeli mi?

SKILLS PROJESİ
TÜRKİYE DE KOOPERATİF BİLİNÇ DÜZEYİ ANKETİ
2007-2009 SKILLS

1. Cinsiyetiniz : a) Kadın b) Erkek
2. Kaç yaşındasınız ? a) 10 - 18 yaş b) 19 – 24 yaş c) 25-39 yaş d) 40 yaş üzeri
3. Kooperatif ne demek biliyor musunuz? a) Evet b) Hayır
4. Kooperatif üyesi misiniz ? a) Evet b) Hayır
5. Babanız yada anneniz kooperatif üyesi mi? a) Evet b) Hayır
6. Daha önce kooperatif üyesi olmanız istendi mi? a) Evet b) Hayır
7. Daha önce kooperatife üye olmak istediniz mi? a) Evet b) Hayır
8. Kooperatife üye olmak ister misiniz? a) Evet b) Hayır
9. Sizce Türkiye'de en çok bilinen kooperatifler aşağıdakilerden hangileridir ?
a) Sosyal Kooperatif b) Tarım Kredi Kooperatifi c) Yapı Kooperatifi d) Esnaf ve Sanatkarlar Kooperatifi
10. Aşağıdaki, cümlelerden hangisi Kooperatifler için düşüncelerinizi en iyi şekilde tanımlar:
a) Kooperatifler, hiçbir zaman amaçlarına ulaşamazlar.
b) Kooperatif yöneticileri, kendi finansal çıkarları için çalışırlar.
c) Kooperatifler ideallerimize ulaşmak için en ideal kurumlardır
d) Kooperatifler konut sahibi olmamızı sağlar.
e) Kooperatifler benim için hiçbir anlam taşımazlar.
11. Türkiye'de Kooperatifleri, ekip çalışmasının yapıldığı bir yer kurum olarak düşünüyor musunuz?
a) Evet b) Hayır c) Fikrim yok
12. Türkiye de Kooperatiflerin demokratik olarak yönetildiğini düşünüyor musunuz?
a) Evet b) Hayır c) Fikrim yok
13. Türkiye de Kooperatif yönetimlerinin şeffaf olduklarını düşünüyor musunuz?
a) Evet b) Hayır c) Fikrim yok
14. Türkiye de kooperatiflerin sizin çıkarlarınızı koruduğunu düşünüyor musunuz?
a) Evet b) Hayır c) Fikrim yok

ABMYO Dergisi'nde Yayımlanacak Makaleler İçin Yazım Kuralları

Dergide yayımlanan makaleler yazı işlerinin izni olmaksızın başka hiç bir yerde yayımlanamaz veya bildiri olarak sunulamaz. Kısmen veya tamamen yayımlanan makaleler kaynak gösterilmeden hiçbir yerde kullanılamaz. Dergiye gönderilen makalelerin içerikleri özgün, daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Makaledeki yazarlar isim sırası konusunda fikir birliğine sahip olmalıdır.

Makale Türleri

Makaleler İki grupta değerlendirilecektir:

Dergiye gönderilen makaleler aşağıdaki özellikleri taşıyan çalışmalar olmalıdır:

- Özgün araştırmalarla ilgili çalışmalar,
- Uygulama örneklerini bilimsel bir yaklaşımla anlatan çalışmalar,
- Belirli bir konuda, önemli gelişmeleri değerlendirip eksiklikleri ortaya koyan derleme çalışmaları,
- Tez çalışmasından elde edilen sonuçların bilimsel tutarlılığı olan bir bölümünden ya da tümünden yararlanılarak hazırlanmış, doktora öğrencisinin ve tez danışmanının ortak yazar olarak yer aldığı bilimsel makaleler.

ABMYO Dergisi'nde yayımlanan makaleler yayın tarihinden itibaren derginin bir sonraki sayısına kadar tartışmaya açık olacaktır. Makaleler için yapılan eleştiriler dergide yayınlanacaktır.

Makaleler en fazla 12 sayfa olmalıdır. Makaleler en az Word 6.0/95 formatında diskette veya CD'de teslim edilmeli ya da ABMYO Dergisi elektronik posta adresine gönderilmelidir. Orijinal olarak hazırlanmış makaleler % 20 oranında küçültülerek basılacaktır, bu nedenle şekil ve tablolar bu durum göz önünde bulundurularak hazırlanmalıdır. **ABMYO** Dergisi siyah beyaz basıldığından gönderilen makaledeki resim, fotoğraf, şekil ya da grafikler renkli olmamalıdır.

Sayfa Düzeni

Sayfa boyutu A4 kağıt boyutunda olmalı, sayfa yapısında sağdan ve soldan 2 cm; üstten 2.5 cm; alttan da 3 cm boşluk bırakılmış olmalıdır. Metin, sağ ve sola dayalı (justify), tek aralık olarak yazılmalı, paragraflar arasında bir satır boşluk bırakılmalıdır. Başlık, şekil adı, tablo adı gibi formata belirtilmiş yazılar dışında kalan metin Times New Roman yazı karakterinde 12 punto ile yazılmalıdır.

Makale Başlığı

Makale başlığı metnin içeriğini yansıtmalı, 70 harfi geçmemeli ve gereksiz uzatmalardan kaçınılmalı; Times New Roman yazı karakterinde 20 punto ile yazılmalı ve sadece başlığın ilk harfi büyük olmalıdır. Başlık sayfanın üst sınırından 6 cm boşluk bırakıldıktan sonra yazılmalıdır.

Yazar Adı

Yazar adı sayfanın üst sınırından 10 cm aşağıda olmalıdır. Yazar adının ilk harfi ve soyadı büyük harf olmak üzere Times New Roman, 12 punto ve koyu (bold) olarak yazılmalıdır. Yazar adının altına Times New Roman 10 punto ve italik olarak adres yazılmalıdır. Yazışmalara yapılacak yazarın ismi, telefon numarası, elektronik posta adresi, yayının 1. Sayfasının altında dip not (footer) olarak alttan 2 cm yukarıda, 10 punto, Times New Roman formatıyla yazılmalıdır.

Türkçe Özet

Özet; yazıya konu olan çalışmanın amaçlarını, kullanılan yöntemleri, ulaşılan sonuçları, değerlendirmeleri içermeli ve 200-250 **kelime arasında** olmalıdır. Bu haliyle özet, yapılan çalışma hakkında fikir verebilmelidir. Özet, Times New Roman yazı karakteri ile 12 punto, italik olarak sayfanın üst sınırından

13cm boşluk bırakıldıktan sonra yazılmalı ve satırlar arasında tek aralık (single space) bırakılmalıdır. **Özet** kelimesi koyu (bold) olmalıdır. Özet kelimesi ile metin arasında bir satır boşluk bırakılmalıdır.

Anahtar Kelimeler

Özet ve abstract kısımlarından sonra, makalenin konu sınıflandırmasının yapılabilmesi için en az 3, en çok 6 adet anahtar kelime verilmelidir. Anahtar kelimeler önemlerine göre sıralanmış, Times New Roman yazı karakteri ile, Türkçe anahtar kelimeler 12 punto, İngilizce keywords 11 punto ve italik yazılmalıdır. Sadece **anahtar kelimeler** ve **keywords** kelimeleri koyu (bold) ve italik olarak yazılmalıdır. Türkçe özet ile anahtar kelimeler arasında ve abstract ile keywords arasında bir satır boşluk bırakılmalıdır.

Makalenin İngilizce Başlığı

Makalenin İngilizce başlığı sadece ilk harfi büyük olmak üzere Times New Roman yazı karakterinde

14punto ile koyu olarak yazılmalıdır.

İngilizce Özet (Abstract)

İngilizce özet, yazıya konu olan çalışmanın amaçlarını, yazıda kullanılan yöntemleri, ulaşılan sonuçları ve değerlendirmeleri içeren, Türkçe özetle olduğu **gibi** bilgi vermek üzere, 200-250 **kelime arasında** olacak şekilde hazırlanmalıdır. Abstract, Times New Roman yazı karakteri ile

11 punto, italik ve satırlar arasında tek aralık olacak şekilde yazılmalı, sadece **abstract** kelimesi 12 punto ve koyu (bold) olmalıdır.

Başlıklar

Ana Başlık

Giriş bölümü yazıyı doğrudan ilgilendiren, uzun tarihçeler içermeyen bir bölüm olmalıdır. Tüm ana başlıklar sola dayalı olarak Times New Roman formatında 14 punto, koyu renk (bold) ve başlığın sadece ilk kelimesinin ilk harfi büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Hiçbir başlığın önüne numara veya herhangi bir işaret konulmamalıdır. Giriş dışındaki ana başlıklardan öne 18 punto boşluk bırakılmalı, ana başlıktan sonra boşluk bırakılmadan makale metni başlamalı, metin yazı karakteri Times New Roman ve 12 punto olmalıdır.

Ara Başlık

Ana başlıktan sonra herhangi bir metin yazılmadan ara başlık yazılması gerektiğinde arada boşluk bırakılmayacaktır. Ara başlıklar sola dayalı olarak Times New Roman formatında 12 punto, koyu renk (bold) yazılmalı ve başlığın sadece ilk kelimesinin ilk harfi büyük olmalıdır. Ara başlıktan sonra boşluk bırakılmadan makale metni başlamalıdır. Herhangi bir metin yazıldıktan sonra konulacak ara başlıklardan önce bir boşluk bırakılmalıdır.

Alt Başlık

Alt başlıklar paragrafın başında ve metinden bir çizgi (-) işareti ile ayrılarak yazılmalı ve hemen yanından metin devam etmelidir. Alt başlık Times New Roman yazı tipinde italik, 12 punto ve sadece ilk kelimenin ilk harfi büyük olarak yazılmalıdır.

Şekiller

Metin içinde yer alan şekiller metin sınırlarını aşmayacak şekilde ortalanarak konulmalıdır. Şekiller mutlaka net ve okunaklı olmalıdır. **Baskı sırasında yayın %20 oranında küçültüleceği için şekil büyüklükleri bu durum göz önünde bulundurularak belirlenmelidir.** Şekiller ya bir çizim programı ile çizilmiş olmalı ya da taranmış ise en az 300dpi çözünürlükte taranmış olmalıdır. Şekil olarak gösterilen grafik, resim ve metin kutularında yer alan yazı ve sayıların büyüklüğü makale içinde Times New Roman karakteri ile yazılmış 9 punto boyutundaki bir yazının büyüklüğünden az olmamalıdır. Şekil no ve adları şeklin altında ortalanarak, tek aralıklı ve Times New Roman 12 punto ile italik yazılmalı ve sadece ilk kelimenin ilk harfi büyük olmalıdır. Şekilden önce, şekil adından önce ve sonra da birer satır boşluk bırakılmalıdır. Şekiller metin içine yerleştirilirken mutlaka şekilden önce atıfta bulunulmalıdır.

Resim ve Fotoğraflar

Resim ve fotoğraflar taranmış ise en az 300 dpi çözünürlükte taranmış olmalı, metin içinde mutlaka atıfta bulunulmalı, şekillerle beraber numaralandırılmalıdır.

Tablolar ve Denklemler

Metin içerisinde yer alan tablolar aşağıda görüldüğü gibi metin sınırlarını aşmayacak şekilde ortalanarak konulmalıdır. Tablo no ve adları, tablonun üstünde tek aralık ve Times New Roman 12 punto ile sadece ilk kelimenin ilk harf büyük olacak şekilde ortalanarak ve italik yazılmalıdır. Tablo adı yazılırken üstte ve altta birer satır, tablodan sonra ise bir satır boşluk bırakılmalıdır. Tablolara tablodan önce mutlaka metin içerisinde atıfta bulunulmalıdır.

Tablo satır ve sütunlarındaki rakam ve yazılar Times New Roman 12 punto yazılmalıdır. Ancak zorunlu kalman durumlarda yazı boyutu yazı sınırlarını geçmeyecek şekilde en az 9 puntoya kadar düşürülebilir. Tablodaki parametre ve isimlerin yer aldığı ilk satırın hem altı hem de üstü 1.5 punto kalınlıkta birer çizgi ile kapatılmalıdır. Daha sonraki satırlarda herhangi bir yatay ve dikey çizgi kullanılmadan son satırın altına bir çizgi daha ilave edilerek tablo sınırlandırılmalıdır.

Metin içerisine yazılacak denklemler, word yazım programındaki equation editör ile sola dayalı olarak yazılmalı ve eşitliklere sağa dayalı olarak parantez içerisinde numara verilmelidir.

Semboller

Makale çok sayıda sembol içeriyor ya da makaledeki sembollerin açıklanması gerekiyorsa uluslararası standarda uygun olarak, semboller, kaynaklardan önce, Times New Roman 11 punto ile ve italik yazılmalıdır.

Makalede ondalık gösteriminde nokta kullanılmalı, binlikleri ayırırken virgül veya nokta kullanılmamalı gerekiyorsa tek boşluk kullanılmalıdır.

Kaynaklar

Yazı içinde atıfta bulunulan kaynaklar; ya ...Smith (1980)... şeklinde cümlenin içinde, ya ...(Smith, 1980; Adams, 1981) ya da (Smith vd., 1980) şeklinde cümlenin sonunda yazar soyadı ve yayın yılı belirtilerek verilmelidir. İki yazarlı kaynaklarda iki yazarın da soyadı yazılmalı (Snell ve Etre, 1971), ikiden fazla yazarlı kaynaklar parantez içinde gösterilecek ise vd. kısaltması kullanılmalı (Li vd., 1998), parantez dışında Li ve diğerleri (1998) kullanılmalıdır.

Makale metninin sonunda kaynaklar bölümü bulunmalı ve yazar soyadına göre A'dan Z'ye doğru alfabetik sıralama yapılmalıdır. Kaynaklar, Times New Roman 11 punto ile yazılmalı, sadece *dergi, kitap ya da sempozyum adı Italik* olmalıdır. Kaynaklarda, varsa cilt numarası koyu renkte, sayı numarası normal karakter ile yazılmalıdır. Kaynaklar kısmında yer alan ulusal-uluslararası makalelerin yer aldığı dergi adları kısaltılmış halleriyle değil, açık olarak yazılmalıdır. (Örnek olarak dergi adı Wat. Res. şeklinde değil Water Resources şeklinde yazılmalı.)

Kaynak gösterimleri aşağıdaki örnekler gibi yapılmalıdır.

i) Ulusal - Uluslararası Makaleler

Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). Magnetic fields, *Electra*, **24**, 9, 117-143.

ii) Ulusal - Uluslararası Bildiriler

Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). Magnetic fields, *Proceedings*, 5th Conference, Electronics, 117-143, Sydney, A.

iii) Ulusal - Uluslararası Kitap

Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). Magnetic fields,, 295, Mc. Graw Press, London.

- Kitap İçinde Bölüm

Sensoy, T., (1998). Magnetic fields, in Reinhardt, M, *eds, Physics, Mc. Graw HM Press*, 2-5, Oxford, UK.

- Editörlük

Sensoy, T., *eds.* (1998). *Magnetic fields*, 25, Mc. Graw Hill Press, Oxford, UK.

iv) Makaleler

Sensoy, T., (1998). Manyetik alan etkisi, *Elektrik Sistemleri Dergisi*, **5**, 3, 6-12 Grabowski, W. ve Hindmann, E. M., (1970). *Journal of Physics*, **14**, Paris.

v) Basılmış Bilimsel Rapor

Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., eds. (1998). Magnetic fields, J., Technical Report, ICTP TRIL Programme, 12, Trieste.

vi) Mesleki Teknik Rapor

Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., eds. (1998). Manyetik Alan Teorisi, Teknik Rapor 5, CEV Vakfı, İstanbul.

vii) Doktora, Y.Lisans Tezi

Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). Manyetik Alan Teorisi, *Doktora tezi*, AÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

iviii) Standartlar

TS920, (1990). Binalarda rüzgar yükü kuralları, *Türk Standartları*, Ankara.

ix) Güncel Yazı

Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). Manyetik Alan Teorisi, *Bilim ve Teknik*, **63**, 7, 3-5

Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (2000). Manyetik Alan Teorisi, *Hürriyet Gazetesi*, sf. 1, 2, 12,2000.

x) Web Adresleri

Kaynakların A'dan Z'ye sıralanması bittikten sonra 1 punto kahlıklı bir çizgi çekilerek, çizginin altından itibaren, İnternet kaynakları, siteden yararlanılan tarihle beraber yazılmalıdır. Yılmaz, A., Brown, O. ve Nelson, H., (1998). Manyetik Alan Teorisi, <http://www.server.com/final/paper1.html>, (21.12.2005)