



# ANADOLU BİL MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ

ANADOLU BİL  
PROFESSIONAL SCHOOL OF  
HIGHER EDUCATION JOURNAL

Dr. Mustafa AYDIN

Başkandan

Doç Dr. Murat ERDOĞAN

Tdhp ticari borçlar hesap grubunun Tfırs 1'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

Prof.Dr.H.Besim AKIN  
Recep MINGA

Açıköğretim eğitiminde dershaneye giden öğrencilerin dersane tercih ve memnuniyetlerinde rol oynayan etmenlerin çok değişkenli istatistiksel yöntemlerle incelenmesi

Yrd. Doç. Dr.Ali İhsan ÖZEROĞLU

Küçülen dünyada büyümek

Öğr. Gör. Nurgül SARSILMAZ  
Prof.Dr Kemalettin YİĞİTER

İkinci Dünya Savaşı Sanatı ve Edebiyatı Nasıl Şekillendirdi?

Yrd. Doç. Dr. Olcay UÇAK

Meslek etiği kapsamında yazılı basındaki soruşturma haberlerine eleştirel yaklaşım

Yrd. Doç. Dr. Vedat ÖZYAZGAN

Türk tekstil sektörünün sorunları ve çözümü üzerine bazı düşünceler





# T.C. ANADOLU BİL MESLEK YÜKSEKOKULU dergisi

YIL / YEAR 7

SAYI / VOL. 25

OCAK / JANUARY 2012

## 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

Beşyol Mahallesi İnönü Cad. No: 38

K.Çekmece, İSTANBUL

Telefon: 0 212 425 61 51

Faks : 0 212 425 57 59

[www.aydin.edu.tr](http://www.aydin.edu.tr)

ISSN : 1306 - 3375

### Onursal Başkan

Dr. Mustafa AYDIN

### İAÜ Adına İmtiyaz Sahibi

Prof. Dr.Yadigar İZMİRLİ

### Onur Kurulu

Dr. Mustafa AYDIN

Prof. Dr. İsmail Hakkı 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. Selahattin GÜLTEKİN

Prof. Dr. Gülümser ÜNKAYA

Prof. Dr. Selami GÖZENÇ

Prof. Dr. Osman UÇAN

Prof. Dr. M. Nazmi ERCAN

Prof. Dr. Kemalettin YİĞİTER

Prof. Dr. Veysel ULUSOY

Prof. Dr. Hülya YEĞİN

Prof. Dr. Ali GÜNEŞ

Prof. Dr. Necla ARAN

Prof. Dr. Hasan SAYGIN

Doç. Dr. Nükhet SİVRİ

Öğr. Gör. Öznur SEVME

### Teknik Sorumlu - Kapak Tasarımı

Öğr. Gör. Yavuz SARSILMAZ

### Basım Yeri

Ekbil Matbaacılık

# HAKEM KURUL LİSTESİ

Prof. Dr. M. Salih ÇELİKKALE	Ist. Aydın Üniv.	Prof. Dr. Murat ÖZGEN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÇIKRIKÇI	Ist. Aydın Üniv.	Prof. Dr. Veysel KILIÇ	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. İsmail Hakkı AYDIN	Ist. Aydın Üniv.	Prof. Dr. Birsen TÜTÜNİŞ	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Selami GÖZENÇ	Ist. Aydın Üniv.	Prof. Dr. Besim AKIN	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Selahattin GÜLTEKİN	Ist. Aydın Üniv.	Doç. Dr. Yaşar ONAY	Haliç Üniv.
Prof. Dr. Candan VARLIK	Ist. Aydın Üniv.	Doç. Dr. Nüket SIVRI	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. H. Hüsnü GÜNDÜZ	İstanbul Sabahattin Zaim Üniv.	Doç. Dr. Melis OKTUĞ ZENGİN	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Harun AKSU	İstanbul Üniversitesi	Doç. Dr. İsmail USTA	Marmara Üniv.
Prof. Dr. Kamil BOSTAN	İstanbul Üniversitesi	Doç. Dr. H. Hami ÖZ	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Osman UÇAN	Ist. Aydın Üniv.	Doç. Dr. Suat SUNGUR	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Mümin YAMANKARADENİZ	Ist. Aydın Üniv.	Yrd. Doç. Dr. Güven ÖZDEMİR	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. İbrahim GÜNEY	Ist. Aydın Üniv.	Yrd. Doç. Dr. Ercan ÖGE	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Salih GÜNEY	Ist. Aydın Üniv.	Yrd. Doç. Dr. Metin ZONTUL	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. İsmail TOK	Ist. Aydın Üniv.	Yrd. Doç. Dr. Yaşar CİNEMRE	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Güneri AKALIN	Ist. Aydın Üniv.	Yrd. Doç. Dr. Nurhan TALEBI	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Nurten GÜNAL	Marmara Üniversitesi	Yrd. Doç. Dr. Filiz AKSU	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Osman Zekai ORHAN	Marmara Üniversitesi	Yrd. Doç. Dr. Mehmet Mete KARADAĞ	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Osman GÜRSOY	Marmara Üniversitesi	Yrd. Doç. Dr. Zariife KAVLAK	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Hülya YEGİN	Ist. Aydın Üniv.	Yrd. Doç. Dr. Erkan İŞGÖREN	Marmara Üniv.
Prof. Dr. Necla ARAN	Ist. Teknik Üniv.	Yrd. Doç. Dr. Selahattin DEMİRÇİ	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. M. Nafiz DURU	Ist. Aydın Üniv.	Dr. Lew NERETIN	Ist. Aydın Üniv.
Prof. Dr. Yaşar SUCU	Ist. Aydın Üniv.	Dr. Elena DUMITRESCU	Max Planck Institute Bremen - GERMANY
Prof. Dr. Günay KARAAĞAÇ	Ist. Aydın Üniv.	Dr. Ludmyla VICTOROVNA	National Institute for Marine Research and Development ROMANIA
Prof. Dr. İrfan EROL	Ankara Üniversitesi	Paola CECCON	National Academy of Saences UKRAINE
Prof. Dr. Yetkin GÜNGÖR	Ankara Üniversitesi	Luis. M.S. RUIZ	Udine University ITALY
Prof. Dr. Rahmi KESKİN	Ankara Üniversitesi	Giuseppe ZERBI	UPV - ISPANYA
Prof. Dr. Hayati DOĞANAY	Atatürk Üniversitesi	Peter STAYROULAKIS	Udine University
Prof. Dr. Özkan ÖZDEN	İstanbul Üniversitesi		Telecommun System Ins. YUNANISTAN
Prof. Dr. Taçnur BAYGAR	Muğla Üniversitesi		
Prof. Dr. Nuray Erkan ÖZDEN	İstanbul Üniversitesi		

## **Başkandan**

*İstanbul Aydın Üniversitesi günümüz toplumunun beklentilerine karşılık veren, bilgi kullanımına ve teknolojilerine hakim insan gücünü yetiştirmeyi hedeflemiş, akademik vizyonumuza uygun bilimsel çalışmalarını süreli yayına dönüştürerek sizlerle buluşturmanın heyecanını taşımaktadır.*

*Yirminci Asrın son yılları ve yirmi birinci Asrın başında teknolojiye yakalanan gelişme hızı rahatlıkla hissedilen bir gerçektir. Bu gelişmelere paralel olarak, çeşitli sektörlerde fevkalade büyük yatırımlar yapılmaktadır. Aralarında uzman olanların, yurt içi ve yurt dışındaki akademik çevrelerin yapmış oldukları araştırmaları bilim dünyasına duyurmak ve böylece ülkemiz bilim dünyasına katkıda bulunma ilkesi yayıncılık amacımızın esasını oluşturmaktadır.*

*İstanbul Aydın Üniversitesi ülkemizin geleceği olan genç bilim adamlarının yetişmesinde büyük çaba sarf etmekte, üstün niteliklere sahip gençlerin ülkemiz, bilim dünyasına kazandırılmasını hedeflemektedir. insan yetiştirme ve vazgeçilmezleri olan eğitim- öğretim, araştırma ve yayın olduğuna göre, her birinde üst düzeyde kaliteyi yakalamak, her bilimsel kuruluşun hedefi ve yarısı olmalıdır.*

*Bu yarışta üniversitemiz ön sıralarda yer almayı ana stratejileri içinde belirlemiştir. Sadece kendi içinde değil, bilgiyi daha geniş kitlelerle paylaşmaya da ayrı bir önem vermekte, yayınlar suretiyle bilgiyi daha geniş kitlelere ulaştırmaya gayret göstermektedir.*

*Bu amaca yönelik olarak, yedi yıldır aralıksız olarak yayımlanan **Anadolu BİL Meslek Yüksekokulu Dergisi** giderek artan bir yazar desteği ile yazılarına devam etmektedir. Bu gayrette emeği geçenleri içtenlikle kutluyorum. Bilgi paylaşımının daha geniş kitlelere ulaşmasında bilimsel kuruluşlarda çalışanları destek vermeye davet ediyorum. Bilgi arttıkça kalite yükselir. Kalitenin yükselişi hepimizin mutluluğu olacaktır.*

**Dr. Mustafa AYDIN**

**Mütevelli Heyet Başkanı**



# Tdhp<sup>1</sup> ticari borçlar hesap grubunun Tfrs 1<sup>2</sup> 'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

Murat ERDOĞAN\*

## Özet

TDHP 32\* Ticari Borçlar hesap grubunda bulunan hesap kalemlerinin Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) çerçevesinde TFRS Açılış Finansal Tablolarına aktarılmasında öne çıkan yeni hesap gruplarına ait hesap kalemleri örnek olaylar ile incelenecektir.

**Anahtar Kelimeler:**Ticari Borçlar, Açılış Finansal Tabloları

## Transferring trade payables account group of Tucoa<sup>3</sup> to opening financial statements as of Tfrs<sup>4</sup>.

## Abstract

New account groups accounts that comes into promience while transferring Trade Payables Group accounts of TUCoA to Opening Financial Statements according to First-Time Adoption of Turkish Financial Reporting Standards (TFRS 1) **will be studied with cases.**

**Keywords:** Trade Payables, Opening Financial Statements

**Jel Sınıflandırması:** M40, M41.

## 1.Giriş

Bu makalede TDHP 32\* *Ticari Borçlar* hesap grubunda bulunan hesap kalemlerinin Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) çerçevesinde TDHP Ticari Borçlar hesap grubunun TFRS'lerin ilk kez uygulandığı Açılış Finansal Tablolarına aktarılması örnek olaylar ile incelenecektir. Süreç,

- TDHP 32\* *Ticari Borçlar* hesap grubu
- TFRS CC\* *Ticari Borçlar* hesap grubu
- TDHP Ticari Borçlar hesap grubunun TFRS'lerin ilk kez uygulandığı Açılış Finansal Tablolarına aktarılması şeklinde izlenecektir.

## 2.TDHP Ticari Borçlar hesap grubu

Tekdüzen Hesap Çerçevesi, 32\* Ticari Borçlar hesap grubunu, 1\*\* Dönen Varlıklar hesap sınıfında göstermiş; Hesap Planı, 320. Satıcılar, 321. Borç Senetleri, 322. Borç Senetleri

\* Doç. Dr. MUMEYEK Vakfı Mütevelli Heyet Başkanı

<sup>1</sup> Tekdüzen Hesap Planı

<sup>2</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34

<sup>3</sup> Turkish Uniform Charts of Accounts

<sup>4</sup> Turkish Financial Reporting Standarts

Tdhp<sup>1</sup> ticari borçlar hesap grubunun Tfrs 1<sup>1</sup>'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

Reeskontu (-), 326. Alınan Depozito ve Teminatlar ve 329 Diğer Ticari Borçlar hesaplarını da 32 Ticari Borçlar hesap grubunda vermiştir.<sup>5</sup>

Hesap Planı Açıklamaları, 32. Ticari Borçlar hesap Grubunu, “Kuruluşun ticari ilişkileri nedeniyle ortaya çıkan senetli ve senetsiz borçların kaydedildiği hesapları kapsar.” şeklinde ifade etmiş<sup>6</sup> ve

- 320. Satıcılar hesabını, “İşletmenin faaliyet konusu ile ilgili her türlü mal ve hizmet alımlarından kaynaklanan senetsiz borçların izlendiği hesaptır. Ortaklar, ana kuruluş, iştirakler ve bağlı ortaklıklara olan senetsiz ticari borçların bilanço dipnotlarında gösterilmesi gerekir.”;
- 321. Borç Senetleri Hesabını, “İşletmenin faaliyet konusu ile ilgili her türlü mal ve hizmet alımlarından kaynaklanan senede bağlanmış ticari borçlarının izlendiği hesaptır. Ortaklar ana kuruluş, iştirakler ve bağlı ortaklıklara olan senetli ticari borçların bilanço dipnotlarında gösterilmesi gerekir.”;
- 322. Borç Senetleri Reeskontu (-) hesabı, “Bilanço gününde, senetli borçların tasarruf değeri ile değerlemesini sağlamak üzere borç senetleri için ayrılan reeskont tutarlarının izlenmesinde kullanılır.”;
- 326. Alınan Depozito ve Teminatlar hesabı, “Üçüncü kişilerin belli bir işi yapmalarını, aldıkları bir değeri geri vermelerini sağlamak amacıyla ve belli sözleşmeler nedeniyle gerçekleşecek bir alacağın karşılığı olarak alınan depozito ve teminat niteliğindeki değerlerin izlendiği hesaptır.”;
- 329. Diğer Ticari Borçlar hesabı, “Yukarıdaki hesap kalemlerinin hiç birinin kapsamına alınamayan ticari borçların izlendiği hesaptır.”; şeklinde tanımlamıştır.

32*	<b>TİCARİ BORÇLAR</b>	
320	<b>SATICILAR</b>	
321	<b>BORÇ SENETLERİ</b>	
322	<b>BORÇ SENETLERİ REESKONTU</b>	(-)
326	<b>ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR</b>	
329	<b>DİĞER TİCARİ BORÇLAR</b>	

### 3.TFRS Ticari Borçlar hesap grubu

Borçlar geçmişte olan işlemlerin veya gerçekleşen diğer olayların sonucunda oluşur. Örneğin, malların alımı veya hizmetlerin kullanımı, alım veya kullanım sırasında ya da önceden ödeme yapılmamışsa, ticari borç yaratır ya da bir bankadan kredi alınması halinde geri ödenmesi gereken bir borç doğar. Bir borcun temel özelliği mevcut bir yükümlülük içermesidir.<sup>7</sup> Yükümlülük belli bir şekilde hareket etmeyi veya davranmayı gerektiren bir görev veya sorumluluktur. Bağlayıcı bir yasal anlaşmadan veya yasal bir mecburiyetten doğan yükümlülüklerin, normal olarak rastlandığı üzere, örneğin mal ve hizmet alımları karşılığında yüklenilen borçlarda olduğu gibi yasal yaptırımları olabilir.<sup>8</sup> Mevcut bir yükümlülüğün yerine getirilmesi için ekonomik yarar sağlanabilecek kaynakların işletmeden çıkışı gerçekleşecekse

<sup>5</sup> 1 Sıra No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği, Md.V.A.

<sup>6</sup> a.g.t. Md.V.C.

<sup>7</sup> Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve Hakkında Tebliğ, Sıra No:1, Md.4-15

<sup>8</sup> a.g.t., Md.4-18



ve ortadan kalkacak yükümlülük güvenilir bir şekilde ölçümlenebiliyorsa bilançoda borç tahakkuku yapılır. Uygulamada, anlaşmalardan doğan birbirine eşit yükümlülükler her iki tarafça yerine getirilmemişse, örneğin, sipariş edilen mallar henüz teslim edilmemişse, finansal tablolarda genellikle borç tahakkuku yapılmaz. Ancak, bazı özel durumlarda anlaşmalardan doğan yükümlülükler borç tanımına girebilirler ve tahakkuk ettirilmek için gereken şartları taşıyabilirler. Böyle durumlarda borç tahakkuk ettirilmesi buna ilişkin bir varlığın da tahakkuk ettirilmesini ya da giderin tanınmasını gerektirir.<sup>9</sup>

Daha önce muhasebeleştirilmiş olan finansal borcun, gerçeğe uygun değer farkı kâr veya zarara yansıtılarak ölçülen finansal borç olarak sınıflanmasına izin verilir.<sup>10</sup>

Ticari borçlar, alınan veya tedarik edilen mal ya da hizmetler için ödenen ve faturası kesilen ya da tedarikçiyle resmi olarak anlaşılan borçlardır.<sup>11</sup> Borçlar, ticari müşterilere olan borçlar, ilgili taraflara olan borçlar, peşin tahsilat ve diğerler tutarlar biçiminde sınıflanır.<sup>12</sup> TFRS 7, Finansal Araçlar: Açıklamalar standardı. Finansal varlıkların ve finansal borçların vade tarihlerinin açıklanmasını öngörür. Finansal borçlar ticari ve diğer borçları içerir.<sup>13</sup> Ticari borçlar gibi bazı kısa vadeli borçlar, işletmenin normal faaliyet döngüsü içinde kullanılan işletme sermayesinin bir parçasıdır. Faaliyetle ilgili bu tür kalemler, raporlama döneminden (*bilanço tarihinden*) itibaren on iki aydan daha uzun bir sürede ödenecek olsalar bile, kısa vadeli borçlar olarak sınıflandırılır.<sup>14</sup> Bir işletme stokları vadeli ödeme koşuluyla almış olabilir. Anlaşma, peşin alım fiyatı ile ödenen fiyat arasında bir fark olan finansman unsuru içerdiği takdirde, bu unsurlar finanse edildiği dönemde faiz gideri olarak muhasebeleştirilir.<sup>15</sup> Ticari Borçlar Hesap Grubu, Finansal durum tablosu (bilanço)'nun, en azından, kapsanması gereken hesap gruplarını içerisindedir.<sup>16</sup> TİCARİ BORÇLAR hesap grubu hesapları Şekil-1'de gösterilmiştir.

C	C	*	TİCARİ BORÇLAR	
C	C	A	SATICILAR	
C	C	B	BORÇ SENETLERİ	
C	C	C	AKREDİTİFLER	
C	C	D	DiĞER TİCARİ BORÇLAR	
C	C	E	TİBO ERTELENMİŞ FINANSMAN KAYBI	(-)

Şekil-1: Finansal Durum Tablosu (Bilanço)'nun TİCARİ BORÇLAR hesap grubu hesapları.

17

#### 4.TDHP Ticari Borçlar hesap grubunun TFRS'lerin ilk kez uygulandığı Açılış Finansal Tablolarına aktarılması

<sup>9</sup> a.g.t., Md.4-46

<sup>10</sup> Finansal Tabloların Sunuluşuna İlişkin Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:2, Md.19A

<sup>11</sup> Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar Hakkında Tebliğ,(TMS 37) Sıra No: , Md.11(a)

<sup>12</sup> Finansal Tabloların Sunuluşuna İlişkin Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:2, Md.65

<sup>13</sup> a.g.t., Md.78b

<sup>14</sup> a.g.t., Md.70

<sup>15</sup> Stoklara ilişkin Türkiye Muhasebe Standardı Hakkında tebliğ (TMS 2), Sıra No:, Md.18

<sup>16</sup> Finansal Tabloların Sunuluşuna İlişkin Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:2, Md.54

<sup>17</sup> [http://www.mumeyek.org/CD\\_icerik/UFRS\\_HP.pdf](http://www.mumeyek.org/CD_icerik/UFRS_HP.pdf) adresinden sadeleştirilerek hazırlanmıştır.

Tdhp<sup>1</sup> ticari borçlar hesap grubunun Tfrs 1<sup>1</sup>'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

TFRS'lere geçiş tarihi itibarıyla, TFRS açılış finansal durum tablosu (bilançosu) düzenlenmesi, TFRS'ler çerçevesinde yapılan muhasebeleştirme işlemlerinin başlangıç noktasını teşkil eder.<sup>18</sup> TFRS açılış finansal durum tablosunda (bilançosunda) aşağıdaki hususlara uyulur:<sup>19</sup>

- TFRS'ler tarafından finansal tablolara yansıtılması zorunlu kılınan tüm varlık ve borçlar TFRS açılış finansal durum tablosuna (bilançosuna) yansıtılır,
- TFRS'lerin finansal tablolara yansıtılmasına izin vermediği varlık ve borç kalemleri TFRS açılış finansal durum tablosuna (bilançosuna) yansıtılmaz,
- TFRS'lere geçmeden önceki muhasebe ilkelerine göre belirli bir sınıfta muhasebeleştirilmiş olmakla birlikte TFRS'lere göre farklı bir sınıfta muhasebeleştirilmesi gereken varlık, borç veya özkaynak kalemleri yeniden sınıflandırılır,
- TFRS açılış finansal durum tablosunda (bilançosunda) yer alan her türlü varlık ve borcun ölçümünde TFRS'ler uygulanır.

TFRS açılış finansal durum tablosunda (bilançosunda) kullanılan *muhasebe politikaları* ile TFRS'lerin ilk kez uygulandığı finansal tablolarda sunulan dönemlerde kullanılan muhasebe politikaları birbiriyle aynı olmalıdır.<sup>20</sup> Bir işletmenin TFRS açılış finansal durum tablosunda (bilançosunda) kullandığı muhasebe politikaları, TFRS'lere geçmeden önceki muhasebe ilkelerine göre sunulmuş aynı tarihli finansal durum tablosundaki (bilançosundaki) muhasebe politikalarından farklı olabilir. Bu husus nedeniyle ilgili kalemlerde yapılan düzeltmeler, TFRS'lere *geçiş tarihinden önceki olay ve işlemlerden* kaynaklanır. Dolayısıyla, TFRS'lere geçiş tarihi itibarıyla, söz konusu düzeltmeler doğrudan *dağıtılmamış kârlar* içerisinde (veya uygun olması durumunda farklı bir özkaynak kalemi içerisinde) muhasebeleştirilir.<sup>21</sup>

İşletmelerin, TFRS'lere geçiş tarihi itibarıyla, TFRS'lere geçmeden önceki muhasebe ilkelerinin gerektirmediği ancak TFRS'ler çerçevesinde yapılması gerekli kılınan bazı *tahminlerde* bulunması gerekebilir. Yapılan tahminler, TFRS'lere geçiş tarihi itibarıyla mevcut koşulları yansıtır.<sup>22</sup>

TMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu ile uyum sağlanması açısından, TFRS'lerin ilk kez uygulandığı finansal tablolarda, karşılaştırmalı bilgi içeren en az üç finansal durum tablosuna (bilanço), iki kapsamlı gelir tablosuna, iki bireysel gelir tablosuna (sunuluyor ise), iki nakit akış tablosuna, iki özkaynak değişim tablosuna ve ilgili dipnotlarına yer verilir.<sup>23</sup>

VUK esaslarına göre hazırlanmış bulunan

- Bilanço, TFRS çevrimi sonrasında
- Kapsamlı Finansal Sonuç Tablosunun Diğer Kapsamlı Gelir kısmı,
- Nakit Akış Tablosu,

<sup>18</sup> a.g.t. Md.6

<sup>19</sup> a.g.t. Md.10

<sup>20</sup> a.g.t. Md.7

<sup>21</sup> a.g.t. Md.11

<sup>22</sup> a.g.t. Md.16

<sup>23</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34, Md.21

- Özkaynak Değişim Tablosu ve
- Finansal Durum Tablosu oluşumunu sağlar;
- Gelir Tablosu kullanılarak da Kapsamlı Finansal Sonuç Tablosunun Finansal Sonuç Tablosu kısmı hazırlanmış olur.

#### 4.1.TDHP Ticari Borçlar hesap grubundan 320 Satıcılar hesabı

31.12.20XX tarihi itibariyle VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 320 SATICILAR Hesabına yönelik veriler şöyledir.

320 SATICILAR HESABI	
Bilgilerini Bilanço Tarihi İtibariyle GIRINIZ . . .	<b>590.00</b>
VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN	280.00
VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN	220.00
ORTALAMA FAİZ ORANI YILLIK (%)	15
91-365 GÜN ARASI ORTALAMA VADE (GÜN)	150
KDV + ÖTV + DİĞER VERGİLER	90.00
NAKİT AKIŞLARI	
A1 Esas Faaliyet Geliri Nakit Girişi	0.00
A2 Esas Faaliyet Gideri Nakit Çıkışı	168.00
A3 Diğer Gelir Nakit Girişi	0.00
A4 Diğer Gider Nakit Çıkışı	84.00
A5 Finansman Gideri Nakit Çıkışı	28.00
A6 İşletme Faaliyetleri Varlık ve Yabancı Kaynaklardaki Değişimlere İlişkin Nakit Girişi	0.00
A7 İşletme Faaliyetleri Varlık ve Yabancı Kaynaklardaki Değişimlere İlişkin Nakit Çıkışı	0.00
A8 Dönem Karı Yükümlülüğü Nakit Çıkışı	0.00
B1 Yatırım Faaliyetleri Nakit Girişi	0.00
B2 Yatırım Faaliyetleri Nakit Çıkışı	0.00
C1 Finansman Faaliyetleri Nakit Girişi	0.00
C2 Finansman Faaliyetleri Nakit Çıkışı	0.00
D1 Kur Farklarının Olumlu Etkileri	0.00
D2 Kur Farklarının Olumsuz Etkileri	0.00

320 SATICILAR hesabında bulunan tutarlara ait açıklama,

- ( [VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN] + [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] + [KDV + ÖTV + DİĞER VERGİLER]= [SATICILAR (TL)] diğer bir deyişle, 280.00TL + 220.00TL + 90.00TL = 590.00TL'dir.
- [Esas Faaliyet Geliri Nakit Girişi] – [Esas Faaliyet Gideri Nakit Çıkışı] + [Diğer Gelir Nakit Girişi] – [Diğer Gider Nakit Çıkışı] - [Finansman Gideri Nakit Çıkışı] + [İşletme

Tdhp<sup>1</sup> ticari borçlar hesap grubunun Tfrs 1<sup>1</sup>'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

Faaliyetleri Varlık ve Yabancı Kaynaklardaki Değişimlere İlişkin Nakit Girişi] – [İşletme Faaliyetleri Varlık ve Yabancı Kaynaklardaki Değişimlere İlişkin Nakit Çıkışı] – [Dönem Karı Yükümlülüğü Nakit Çıkışı] + [Yatırım Faaliyetleri Nakit Girişi] – [Yatırım Faaliyetleri Nakit Çıkışı] + [Finansman Faaliyetleri Nakit Girişi] – [Finansman Faaliyetleri Nakit Çıkışı] = [ALICILAR] diğer bir deyişle, 0 – 168.00TL + 0 - 84.00TL – 28.00TL + 0 – 0 – 0 + 0 - 0 + 0 - 0 + 0 – 0 = - 280.00TL'ye eşittir. Bu bölüm Nakit akış tablosunun oluşumu için kullanılacaktır.

VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 320 SATICILAR Hesabına yönelik veriler kullanılarak yapılan çevrim sonucu şöyledir.

320 SATICILAR:	590.00:
AAE DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK)	-280.00
CCA SATICILAR	310.00
CCE TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI	-5.00
FDL DİĞER KAR YEDEKLERİ	5.00

Şekil:2: Yeni TTK Çerçevesinde 320 SATICILAR HS.'nin TFRS 1<sup>25</sup> 'e Göre Açılış Finansal Tablolarına Aktarılması

- [VADESİNE 90 GÜN VA AZ KALAN] [TL] olarak gösterilen 280.00TL tutar İNDRİM KALEMİ olarak **AAE DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK)** hesabına,
- [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] + [KDV + ÖTV + DİĞER VERGİLER] hesabıyla, 220.00TL + 90.00TL = 320.00TL olarak **CCA SATICILAR** hesabına,
- 220.00TL tutarındaki [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] borçların net değerlerine getirilmesi için içinde bulunan ertelenmiş finansman kaybı, (( [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] / (1 + ([ORTALAMA FAİZ ORANI YILLIK (%)] / 100))<sup>24</sup> (( [91-365 GÜN ARASI ORTALAMA VADE (GÜN)] - 90) / 365)) – [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] ) hesabıyla, ((220.00TL / (1 + (15 / 100)) ^ ((150 - 90)/365)) - 100.00TL) = - 5.00TL olarak **CCE TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI (-)** hesabına,
- 320.00TL tutarındaki [VADESİNE 91–365 GÜN ARASI OLAN] borçlara ait ertelenmiş finansman tutarı 5.00TL olarak Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No: 34, Md.11<sup>26</sup> gereğince **FDL DİĞER KAR YEDEKLERİ** hesabına aktarılmıştır.

<sup>24</sup> [www.MUMEYEK.org](http://www.MUMEYEK.org) adresinde bulunan MOMTOS (Mumeyek Online Mali Tablo Oluşturma Sistemi) yazılımı aracılığı ile yapılan 320 SATICILAR HS. çeviri sonuç görüntüsü.

<sup>25</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34

<sup>26</sup> Bir işletmenin TFRS açılış finansal durum tablosunda (bilançosunda) kullandığı muhasebe politikaları, TFRS'lere geçmeden önceki muhasebe ilkelerine göre sunulmuş aynı tarihli finansal durum tablosundaki (bilançosundaki) muhasebe politikalarından farklı olabilir. Bu husus nedeniyle ilgili kalemlerde yapılan düzeltmeler, TFRS'lere geçiş tarihinden önceki olay ve işlemlerden kaynaklanır. Dolayısıyla, TFRS'lere geçiş tarihi itibarıyla, söz konusu düzeltmeler doğrudan **dağıtılmamış kârlar** içerisinde (veya uygun olması durumunda farklı bir özkaynak kalemi içerisinde) muhasebeleştirilir

**4.2.TDHP Ticari Borçlar hesap grubundan 321 BORÇ SENETLERİ hesabı**

31.12.20XX tarihi itibariyle VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 321 BORÇ SENETLERİ Hesabına yönelik veriler şöyledir.

<b>321 BORÇ SENETLERİ HESABI</b>		<b>1,416.00</b>
Bilgilerini Bilanço Tarihi İtibariyle GIRINIZ . . .		
VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN		500.00
VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN		700.00
REESKONT FAİZ ORANI YILLIK (%)		15
ORTALAMA FAİZ ORANI YILLIK (%)		15
91-365 GÜN ARASI ORTALAMA VADE (GÜN)		300
322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) BORÇ SENETLERİ		131.71
KDV + ÖTV + DİĞER VERGİLER		216.00
<b>NAKİT AKIŞLARI</b>		
A1 Esas Faaliyet Geliri Nakit Girişi		0.00
A2 Esas Faaliyet Gideri Nakit Çıkışı		300.00
A3 Diğer Gelir Nakit Girişi		0.00
A4 Diğer Gider Nakit Çıkışı		150.00
A5 Finansman Gideri Nakit Çıkışı		50.00
A6 İşletme Faaliyetleri Varlık ve Yabancı Kaynaklardaki Değişimlere İlişkin Nakit Girişi		0.00
A7 İşletme Faaliyetleri Varlık ve Yabancı Kaynaklardaki Değişimlere İlişkin Nakit Çıkışı		0.00
A8 Dönem Karı Yükümlülüğü Nakit Çıkışı		0.00
B1 Yatırım Faaliyetleri Nakit Girişi		0.00
B2 Yatırım Faaliyetleri Nakit Çıkışı		0.00
C1 Finansman Faaliyetleri Nakit Girişi		0.00
C2 Finansman Faaliyetleri Nakit Çıkışı		0.00
D1 Kur Farklarının Olumlu Etkileri		0.00
D2 Kur Farklarının Olumsuz Etkileri		0.00

321 BORÇ SENETLERİ (TL) hesabında bulunan tutarlara ait açıklama,

- ( [VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN] + [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] + [KDV + ÖTV + DİĞER VERGİLER]= [BORÇ SENETLERİ (TL)] diğer bir deyişle, 500.00TL + 700.00TL + 216.00TL = 1,416.00TL'dir.
- [Esas Faaliyet Geliri Nakit Girişi] + [Diğer Gelir Nakit Girişi] + [İşletme Faaliyetleri Varlık ve Yabancı Kaynaklardaki Değişimlere İlişkin Nakit Girişi] + [Yatırım Faaliyetleri Nakit Girişi] + [Finansman Faaliyetleri Nakit Girişi] = [VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN] diğer bir deyişle, 0 - 300.00TL + 0 - 150.00TL - 50.00TL + 0 - 0 - 0 + 0 - 0 + 0

Tdhp<sup>1</sup> ticari borçlar hesap grubunun Tfrs 1<sup>1</sup>'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

- 0 + 0 - 0 = -500.00TL'ye eşittir. Bu bölüm Nakit akış tablosunun oluşumu için kullanılacaktır.

- 322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) BORÇ SENETLERİ (TL) tutarı, (([VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN] - (([VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN]) \* 36500) / (36500 + ([91-365 GÜN ARASI ORTALAMA VADE (GÜN)] \* [REESKONT FAİZ ORANI YILLIK (%)] ))) + ([VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] - (([VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN]) \* 36500) / (36500 + ([91-365 GÜN ARASI ORTALAMA VADE (GÜN)] \* [REESKONT FAİZ ORANI YILLIK (%)] ))) hesabıyla ((500.00TL) - ((500.00TL) \* 36500) / (36500 + (100 \* 15))) + ((700.00TL) - ((700.00TL) \* 36500) / (36500 + (100 \* 15))) + ((100.00TL) - ((100.00TL) \* 36500) / (36500 + (100 \* 15))) = 131.71TL olarak bulunarak yazılmıştır. Bilgi amaçlı olup 322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU(-) hesabı VUK esaslarından TFRS prensiplerine çevrilirken elimine edilecektir.

VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 321 BORÇ SENETLERİ (TL) Hesabına yönelik veriler kullanılarak yapılan çevrim sonucu şöyledir.

321 BORÇ SENETLERİ:	1,416.00:
AAE DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK)	-500.00
CCB BORÇ SENETLERİ	916.00
CCE TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI	-54.08
FDL DİĞER KAR YEDEKLERİ	54.08

27

Şekil:3: Yeni TTK Çerçevesinde 321 BORÇ SENETLERİ HS.'nın TFRS 1<sup>28</sup> 'e Göre Açılış Finansal Tablolarına Aktarılması

- [VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN] olarak gösterilen 500.00TL'lik tutar İNDİRİM KALEMİ olarak **AAE DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK)** hesabına,
- [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] + [KDV + ÖTV + DİĞER VERGİLER] hesabıyla (700.00TL + 216.00TL) = 916.00TL olarak **CCB BORÇ SENETLERİ** hesabına,
- 700.00TL tutarındaki [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] borç senetlerinin net değerlerine getirilmesi için içinde bulunan ertelenmiş finansman kaybı, (( [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] / (1 + ([ORTALAMA FAİZ ORANI YILLIK (%)] / 100)) ^ (( [91-365 GÜN ARASI ORTALAMA VADE(GÜN)] - 90) / 365)) - [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] ) hesabıyla, ((700.00TL / (1 + (15 / 100)) ^ ((300 - 90)/365)) - 700.00TL) = -54.08TL olarak **CCE TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI(-)** hesabına,
- 700.00TL tutarındaki [VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN] borçlara ait ertelenmiş finansman tutarı 54.08TL olarak **FDL DİĞER KAR YEDEKLERİ** hesabına aktarılmıştır.

<sup>27</sup> www.MUMEYEK.org adresinde bulunan MOMETOS (Mumeyek Online Mali Tablo Oluşturma Sistemi) yazılımı aracılığı ile yapılan 321 BORÇ SENETLERİ HS. çeviri sonuç görüntüsü.

<sup>28</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34

### 4.3.TDHP Ticari Borçlar hesap grubundan 322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) hesabı

31.12.20XX tarihi itibarıyla VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) Hesabına yönelik veriler şöyledir.

322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) HESABI	
Bilgilerini Bilanço Tarihi İtibarıyla GIRINIZ . . .	161.41
321 BORÇ SENETLERİ	131.71
103 VERİLEN ÇEK VE ÖDEME EMİRLERİ (-) (TL)	29.70

322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) hesabında bulunan tutarlara ait açıklama,

- 321 BORÇ SENETLERİ hesabına yönelik veriler ile hesaplanan reeskont tutarı 131.71TL ile 103 VERİLEN ÇEKLER VE ÖDEME EMİRLERİ (TL) hesabına yönelik veriler ile hesaplanan reeskont tutarı 29.70.TL toplamı 161.41TL'dir.

VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) Hesabına yönelik veriler kullanılarak yapılan çevrim sonucu şöyledir.

322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-)*	-161.41*
FDL DİĞER KAR YEDEKLERİ	-161.41

Şekil:4: Yeni TTK Çerçevesinde 322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) HS.'nin TFRS 1<sup>30</sup> 'e Göre Açılış Finansal Tablolarına Aktarılması

- Reeskont hesaplaması her ne kadar TFRS uygulamalarında olan ERTELENMİŞ FİNANSMAN hesaplamalarına benzese de, aşağıdaki noktalarda farklılıklar mevcuttur, bu nedenle VUK esaslarından TFRS prensiplerine çevrilirken **FDL DİĞER KAR YEDEKLERİ** hesabına aktarılarak elimine edilmiştir.
  - Reeskont basit faiz kullanır, Ertelenmiş Finansman bileşik faiz kullanır.
  - Reeskont isteğe bağlıdır, Ertelenmiş Finansman zorunludur.
  - Reeskont bir günü dahi dikkate alır, Ertelenmiş Finansman nakit benzerlerine (90 gün içinde nakde çevrilecekler) işlem yapmaz.
  - Reeskont dönem sonunda hesaplanır, Ertelenmiş Finansman işlem anında hesaplanır.

<sup>29</sup> www.MUMEYEK.org adresinde bulunan MONTOS (Mumeyek Online Mali Tablo Oluşturma Sistemi) yazılımı aracılığı ile yapılan 322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) HS. çeviri sonuç görüntüsü.

<sup>30</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34

Tdhp<sup>1</sup> ticari borçlar hesap grubunun Tfrs 1<sup>1</sup>'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

#### 4.4.TDHP Ticari Borçlar hesap grubundan 326 ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR hesabı

31.12.20XX tarihi itibarıyla VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 326 ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR Hesabına yönelik veriler şöyledir.

<b>326 ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR HESABI</b>	<b>5,000.00</b>
Bilgilerini Bilanço Tarihi İtibarıyla GIRINIZ . . .	
ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR	5,000.00

VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 326 ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR Hesabına yönelik veriler kullanılarak yapılan çevrim sonucu şöyledir.

<b>326 ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR:</b>	<b>5,000.00:</b>
CFA ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR	5,000.00

<sup>31</sup>

Şekil:4: Yeni TTK Çerçevesinde **326 ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR HS.**'nin TFRS 1<sup>32</sup>'e Göre **Açılış Finansal Tablolarına** Aktarılması

- TDHP'nda TİCARİ BORÇLAR hesap grubunda izlenen ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR hesabı TFRS uygulamalarında DİĞER BORÇLAR hesap grubunda izlenmektedir.

#### 4.5.TDHP Ticari Borçlar hesap grubundan 329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR hesabı

31.12.20XX tarihi itibarıyla VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR Hesabına yönelik veriler şöyledir.

<sup>31</sup> www.MUMEYEK.org adresinde bulunan MOMTOS (Mumeyek Online Mali Tablo Oluşturma Sistemi) yazılımı aracılığı ile yapılan 326 ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR HS. çeviri sonuç görüntüsü.

<sup>32</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34



<b>329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR HESABI</b>	
Bilgilerini Bilanço Tarihi İtibarıyla GIRINIZ . . .	<b>436.60</b>
VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN	150.00
VADESİNE 91-365 GÜN ARASI OLAN	220.00
REESKONT FAİZ ORANI YILLIK (%)	15
ORTALAMA FAİZ ORANI YILLIK (%)	15
91-365 GÜN ARASI ORTALAMA VADE (GÜN)	300
327 DİĞER BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-)	40.61
KDV + ÖTV + DİĞER VERGİLER	66.60
<b>NAKİT AKISLARI</b>	
A1 Esas Faaliyet Geliri Nakit Girişi	0.00
A2 Esas Faaliyet Gideri Nakit Çıkışı	90.00
A3 Diğer Gelir Nakit Girişi	0.00
A4 Diğer Gider Nakit Çıkışı	45.00
A5 Finansman Gideri Nakit Çıkışı	15.00
A6 İşletme Faaliyetleri Varlık ve Yabancı Kaynaklardaki Değişimlere İlişkin Nakit Girişi	0.00
A7 İşletme Faaliyetleri Varlık ve Yabancı Kaynaklardaki Değişimlere İlişkin Nakit Çıkışı	0.00
A8 Dönem Karı Yükümlülüğü Nakit Çıkışı	0.00
B1 Yatırım Faaliyetleri Nakit Girişi	0.00
B2 Yatırım Faaliyetleri Nakit Çıkışı	0.00
C1 Finansman Faaliyetleri Nakit Girişi	0.00
C2 Finansman Faaliyetleri Nakit Çıkışı	0.00
D1 Kur Farklarının Olumlu Etkileri	0.00
D2 Kur Farklarının Olumsuz Etkileri	0.00

329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR hesabında bulunan tutarlara ait açıklama,

- $([VADESİNE\ 90\ GÜN\ VE\ AZ\ KALAN] + [VADESİNE\ 91-365\ GÜN\ ARASI\ OLAN] + [KDV + ÖTV + DİĞER\ VERGİLER]) = [DİĞER\ TİCARİ\ BORÇLAR]$  diğer bir deyişle,  $150.00TL + 220.00TL + 66.60TL = 436.60TL$ 'dir.
- $[Esas\ Faaliyet\ Geliri\ Nakit\ Girişi] + [Diğer\ Gelir\ Nakit\ Girişi] + [İşletme\ Faaliyetleri\ Varlık\ ve\ Yabancı\ Kaynaklardaki\ Değişimlere\ İlişkin\ Nakit\ Girişi] + [Yatırım\ Faaliyetleri\ Nakit\ Girişi] + [Finansman\ Faaliyetleri\ Nakit\ Girişi] = [VADESİNE\ 90\ GÜN\ VE\ AZ\ KALAN]$  diğer bir deyişle,  $0 - 90.00TL + 0 - 45.00TL - 15.00TL + 0 - 0 - 0 + 0 - 0 + 0 - 0 + 0 - 0 = -150.00TL$ 'ye eşittir. eşittir. Bu bölüm Nakit akış tablosunun oluşumu için kullanılacaktır.

VUK'na göre düzenlenen Bilançoda 329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR Hesabına yönelik veriler kullanılarak yapılan çevrim sonucu şöyledir.

Tdhp<sup>1</sup> ticari borçlar hesap grubunun Tfrs 1<sup>1</sup>'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

<b>329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR:</b>	<b>436.60:</b>
AAE DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK)	-150.00
CCD DİĞER TİCARİ BORÇLAR	286.60
CCE TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI	-17.00
FDL DİĞER KAR YEDEKLERİ	17.00

33

Şekil:5: Yeni TTK Çerçevesinde **329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR HS.**'nin TFRS 1<sup>34</sup> 'e Göre Açılış Finansal Tablolarına Aktarılması

- [VADESİNE 90 GÜN VE AZ KALAN] olarak gösterilen 150.00TL'lik tutar İNDİRİM KALEMİ olarak **AAE DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK)** hesabına,
- [VADESİNE 91–365 GÜN ARASI OLAN] + [KDV + ÖTV + DİĞER VERGİLER] hesabıyla (220.00TL + 66.60TL) = 286.0TL olarak **CCD DİĞER TİCARİ BORÇLAR** hesabına,
- 220.00TL tutarındaki [VADESİNE 91–365 GÜN ARASI OLAN] diğer ticari borcun net değerlerine getirilmesi için içinde bulunan ertelenmiş finansman kaybı, (( [VADESİNE 91–365 GÜN ARASI OLAN] / (1 + ([ORTALAMA FAİZ ORANI YILLIK (%)] / 100)) ^ (( [91–365 GÜN ARASI ORTALAMA VADE(GÜN)] - 90) / 365))- [VADESİNE 91–365 GÜN ARASI OLAN] ) hesabıyla, ((220.00TL / (1 + (15 / 100)) ^ ((300 - 90)/365)) - 220.00TL) = -17.00TL olarak **CCE TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI (-)** hesabına,
- 220.00TL tutarındaki [VADESİNE 91–365 GÜN ARASI OLAN] borçlara ait ertelenmiş finansman tutarı 17.00TL olarak **FDL DİĞER KAR YEDEKLERİ** hesabına aktarılmıştır.

## 5.Sonuç

VUK'na göre hazırlanmış olan Bilançoda

- 320 SATICILAR Hesabında yer alan tutar, TFRS Açılış Finansal Durum Tablosunda, DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK), SATICILAR, TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI (-) ve DİĞER KAR YEDEKLERİ hesaplarına;
- 321 BORÇ SENETLERİ Hesabında yer alan tutar, TFRS Açılış Finansal Durum Tablosunda, DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK), 321 BORÇ SENETLERİ, TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI (-) ve DİĞER KAR YEDEKLERİ hesaplarına;
- 322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-) Hesabında yer alan tutar, TFRS Açılış Finansal Durum Tablosunda, DİĞER KAR YEDEKLERİ hesabına;
- 326 ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR Hesabında yer alan tutar, TFRS Açılış Finansal Durum Tablosunda, 326 ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR hesabına;
- 329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR Hesabında yer alan tutar, TFRS Açılış Finansal Durum Tablosunda, DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK), DİĞER

<sup>33</sup> www.MUMEYEK.org adresinde bulunan MOMTOS (Mumeyek Online Mali Tablo Oluşturma Sistemi) yazılımı aracılığı ile yapılan 329 DİĞER TİCARİ BORÇLAR HS. çeviri sonuç görüntüsü.

<sup>34</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34

M.ERDOĞAN

TİCARİ BORÇLAR, TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI (-) ve DİĞER KAR YEDEKLERİ hesaplarına aktarılmaktadırlar.

Özetle VUK'na göre hazırlanan bir bilançoda bulunan TİCARİ BORÇLAR Hesap Grubu, TFRS yapısı gereği sadece TFRS Açılış Finansal Durum Tablosuna değil

- Şekil:6'de gözüktüğü üzere Özkaynaklar Değişim Tablosuna;
- Şekil:7'de gözüktüğü üzere Solo Nakit Akış Tablosunun tüm bölümlerine;
- Şekil:8 ve Şekil:10'da gözüktüğü üzere Solo Finansal Durum Tablosunun birden fazla hesap grubuna bilgi aktarmaktadır.

TDHP (32* TİCARİ BORÇLAR) HESAP GRUBU					
TFRS İLE UYUMLU					
SOLO 'ÖNCEKİ' ÖZKAYNAK DEĞİŞİM TABLOSU ( - ) * 1 TL					
	Sermaye	Sermaye Yedekleri	Kar	Kar YDK	TOPLAM
Özkaynak	0.00	0.00			0.00
Muhasebe Politikalarındaki Değişimin Etkileri				-85.33	-85.33
Tarihi itibarıyla düzeltilmiş Özkaynak					-85.33
Doğrudan Özkaynaklarda Raporlanan Net Gelir				0.00	0.00
Dönem Net Kar				0.00	0.00
Toplam Gelir ve Giderler					0.00
Temettü Ödemeleri					0.00
Sermaye Arttırmaları	0.00				0.00
<b>TOPLAMLAR</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>-85.33</b>	<b>-85.33</b>

35

Şekil:6: Yeni TTK Çerçevesinde 32\* TİCARİ BORÇLAR Hesap Grubunun TFRS 1<sup>36</sup> 'e Göre Açılış Finansal Tablolarına Aktarılması Sonucunda oluşan SOLO ÖZKAYNAK DEĞİŞİM TABLOSU

<sup>35</sup> www.MUMEYEK.org adresinde bulunan MOMTOS (Mumeyek Online Mali Tablo Oluşturma Sistemi) yazılımı aracılığı ile yapılan. çeviri sonucunda oluşan SOLO ÖZKAYNAK DEĞİŞİM TABLOSU görüntüsü.

<sup>36</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34

Tdhp<sup>1</sup> ticari borçlar hesap grubunun Tfrs 1<sup>1</sup>'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

TDHP (32* TİCARİ BORÇLAR) HESAP GRUBU		
TFRS İLE UYUMLU		
SOLO NAKİT AKIŞ TABLOSU ( - ) * 1 TL		
	CARİ	ÖNCEKİ
A. İŞLETME FAALİYETLERDEN KAYNAKLANAN NAKİT AKIMLARI		
A2 Esas Faaliyet Gideri Nakit Çıkışı	0.00	-558.00
Esas Faaliyet Sonucu Sağlanan Net Nakit Akışı (1-2)	0.00	-558.00
A4 Diğer Gider Nakit Çıkışı	0.00	-279.00
A5 Finansman Gideri Nakit Çıkışı	0.00	-93.00
İşletme Faaliyetlerinden sağlanan/kullanılan net nakit akışı	0.00	-930.00
B. YATIRIM FAALİYETLERİNE İLİŞKİN NAKİT AKIŞLARI		
Yatırım Faaliyetlerinden Sağlanan/Kullanılan Net Nakit Akışı	0.00	0.00
C. FİNANSMAN FAALİYETLERİNE İLİŞKİN NAKİT AKIŞLARI		
Finansman Faaliyetlerinden Sağlanan/Kullanılan Net Nakit Artış/Azalış	0.00	0.00
A + B + C	0.00	-930.00
E. NAKİT VE NAKİT BENZERLERİNDE MEYDANA GELEN NET ARTIŞ (+) AZALIŞ (-)	0.00	-930.00
F. DÖNEMBAŞI NAKİT VE NAKİT BENZERLERİ MEVCUDU	0.00	0.00
G. DÖNEM SONU NAKİT VE NAKİT BENZERLERİ MEVCUDU	0.00	-930.00

37

Şekil:7: Yeni TTK Çerçevesinde 32\* TİCARİ BORÇLAR Hesap Grubunun TFRS 1<sup>38</sup>'e Göre Açılış Finansal Tablolarına Aktarılması Sonucunda oluşan SOLO NAKİT AKIŞ TABLOSU

<sup>37</sup> www.MUMEYEK.org adresinde bulunan MOMTOS (Mumeyek Online Mali Tablo Oluşturma Sistemi) yazılımı aracılığı ile yapılan, çeviri sonucunda oluşan SOLO NAKİT AKIŞ TABLOSU görüntüsü.

<sup>38</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34

TDHP (32* TİCARİ BORÇLAR) HESAP GRUBU			
TFRS İLE UYUMLU			
SOLO FİNANSAL DURUM TABLOSU ( ) * 1 TL			
<b>UFRS (**DÖNEN VARLIKLAR)</b>			
Hesap Kodu	Hesap Adı	CARI	ÖNCEKİ
A**	DÖNEN VARLIKLAR	-930.00	-930.00
AA*	NAKİT ve NAKİT BENZERİ VARLIKLAR	-930.00	-930.00
AAE	DİĞER NNBV (90 gün içinde NAKDE ÇEVİRİLEBİLECEK)	-930.00	-930.00
<b>UFRS (**DURAN VARLIKLAR)</b>			
Hesap Kodu	Hesap Adı	CARI	ÖNCEKİ
<b>UFRS (**KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR)</b>			
Hesap Kodu	Hesap Adı	CARI	ÖNCEKİ
C**	KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	6,436.52	6,436.52
CC*	TİCARİ BORÇLAR	1,436.52	1,436.52
CCA	SATICILAR	310.00	310.00
CCB	BORÇ SENETLERİ	916.00	916.00
CCD	DİĞER TİCARİ BORÇLAR	286.60	286.60
CCE	TİBO ERTELENMİŞ FİNANSMAN KAYBI	-76.08	-76.08
CF*	DİĞER BORÇLAR	5,000.00	5,000.00
CFA	ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR	5,000.00	5,000.00
CJ*	DÖNEM KARI VERGİ BORCU	0.00	0.00
CJA	DÖNEM KARI VERGİ VE DİĞER YASAL YÜKÜMLÜLÜK KARŞILIKLARI	0.00	0.00
<b>UFRS (**UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR)</b>			
Hesap Kodu	Hesap Adı	CARI	ÖNCEKİ
<b>UFRS (**AZINLIK PAYLARI)</b>			
Hesap Kodu	Hesap Adı	Cari	Önceki
<b>UFRS (**ÖZ KAYNAKLAR)</b>			
Hesap Kodu	Hesap Adı	CARI	ÖNCEKİ
F**	ÖZ KAYNAKLAR	-85.33	-85.33
FD*	KAR YEDEKLERİ	-85.33	-85.33
FDL	DİĞER KAR YEDEKLERİ	-85.33	-85.33
FE*	DÖNEM NET KARI (ZARAR)	0.00	0.00
FEA	DÖNEM NET KARI (ZARAR)	0.00	0.00
<b>AKTİF TOPLAM</b>		<b>-930.00</b>	<b>-930.00</b>
<b>PASİF TOPLAM</b>		<b>6,351.19</b>	<b>6,351.19</b>

39

Şekil:8: Yeni TTK Çerçevesinde 32\* TİCARİ BORÇLAR Hesap Grubunun TFRS 1<sup>40</sup> 'e Göre Açılış Finansal Tablolarına Aktarılması Sonucunda oluşan SOLO FİNANSAL DURUM TABLOSU

<sup>39</sup> www.MUMEYEK.org adresinde bulunan MOMTOS (Mumeyek Online Mali Tablo Oluşturma Sistemi) yazılımı aracılığı ile yapılan, çeviri sonucunda oluşan SOLO FİNANSAL DURUM TABLOSU görüntüsü.

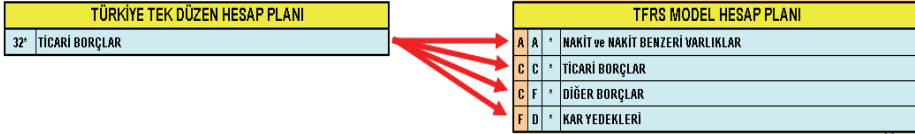
<sup>40</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34

Tdhp<sup>1</sup> ticari borçlar hesap grubunun Tfrs 1<sup>1</sup>'e göre açılış finansal tablolarına aktarılması

VUK (**Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar)			
Hesap Kodu	Hesap Adı	CARİ	ÖNCEKİ
3**	KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	7,281.19	7,281.19
32*	TİCARİ BORÇLAR	7,281.19	7,281.19
320	SATICILAR	590.00	590.00
321	BORÇ SENETLERİ	1,416.00	1,416.00
322	BORÇ SENETLERİ REESKONTU (-)	-161.41	-161.41
326	ALINAN DEPOZİTO VE TEMİNATLAR	5,000.00	5,000.00
329	DİĞER TİCARİ BORÇLAR	436.60	436.60

Şekil:9: VUK esaslarına göre 32\* TİCARİ BORÇLAR Hesap Grubu

Şekil:9'da Yeni TTK Çerçevesinde 32\* TİCARİ BORÇLAR Hesap Grubunun TFRS 1'e Göre Açılış Finansal Tablolarına Aktarılması Sonucunda oluşan SOLO FİNANSAL DURUM TABLOSU Aktif ve Pasif toplamları arasındaki farkın (-930.00 – 6,351.19 = -7,281.19TL), VUK Bilanço pasifine (-7,281.19TL) eşit olduğu gözden kaçmamalıdır. Bu beklenen bir sonuç olur, VUK Bilançosu hesap gruplarının UFRS Finansal sonuç Tablosuna çevrilmesi gereğidir.



Şekil:10: Yeni TTK Çerçevesinde 32\* TİCARİ BORÇLAR Hesap Grubunun TFRS 1<sup>41</sup>'e Göre Açılış Finansal Tablolarına Aktarılması

Şekil-8 ve Şekil:10 incelendiğinde VUK'na göre hazırlanmış olan Bilançoda TİCARİ BORÇLAR Hesap Grubunda yer alan tutarlar, TFRS Açılış Finansal Durum Tablosunda, NAKİT ve NAKİT BENZERİ VARLIKLAR, TİCARİ BORÇLAR, DİĞER BORÇLAR ve KAR YEDEKLERİ Hesap Gruplarına aktarılmaktadır. Yeni TTK'nun dolayısıyla TFRS'nin 01 Temmuz 2012 tarihi itibarıyla uygulanmaya başlamasıyla muhasebe kesiminin yorum yönünün ön plana geçeceği gerçeği bir kez daha ortaya çıkmaktadır.

## KAYNAKÇA

- 1) Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34
- 2) 1 Sıra No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği
- 3) Finansal Tabloların Hazırlanma ve Sunulma Esaslarına İlişkin Kavramsal Çerçeve Hakkında Tebliğ, (Sıra No:1)

<sup>41</sup> Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının İlk Uygulamasına İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 1) Hakkında Tebliğ, Sıra No:34

- 4) Finansal Tabloların Sunuluşuna İlişkin Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 1) Hakkında Tebliğ, (Sıra No:2)
- 5) Nakit Akış Tablolarına İlişkin Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 7) Hakkında Tebliğ, (Sıra No:4)
- 6) Maddi Duran Varlıklara ilişkin Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 16) Hakkında Tebliğ, (Sıra No:15)
- 7) Kur Değişiminin Etkilerine İlişkin Türkiye Muhasebe Standartları (TMS 21) Hakkında Tebliğ. (Sıra No:13)
- 8) Finansal Araçlar: Muhasebeleştirme ve Ölçmeye İlişkin Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 39) Hakkında Tebliğ (Sıra No:41)
- 9) Finansal Araçlar: Sunuma İlişkin Türkiye Muhasebe Standardı (TMS 32) Hakkında Tebliğ (Sıra No:40)
- 10) KOBİ'ler İçin Türkiye Finansal Raporlama Standardı Hakkında Tebliğ Sıra No:208
- 11) Finansal Araçlara İlişkin Türkiye Finansal Raporlama Standardı (TFRS 9) Hakkında Tebliğ (Sıra No:172)
- 12) Stoklara ilişkin Türkiye Muhasebe Standardı Hakkında tebliğ (TMS 2), Sıra No:.,
- 13) Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar Hakkında Tebliğ,(TMS 37) Sıra No:
- 14) www.MUMEYEK.org adresinde bulunan MOMTOS (Mumeyek Online Mali Tablo Oluşturma Sistemi) yazılımı.
- 15) [http://www.mumeyek.org/CD\\_icerik/UFRS\\_HP.pdf](http://www.mumeyek.org/CD_icerik/UFRS_HP.pdf)

#### KISALTMALAR

- a.g.t. : Adı geçen tebliğ  
MDV : Maddi Duran Varlık  
MODV: Maddi Olmayan Duran Varlık  
KOBİ : Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme  
TDHP : Tekdüzen Hesap Planı  
TFRS : Türkiye Finansal Raporlama Standartları  
TMS : Türkiye Muhasebe Standartları

# Açıköğretim eğitiminde dershaneye giden öğrencilerin dersane tercih ve memnuniyetlerinde rol oynayan etmenlerin çok değişkenli istatistiksel yöntemlerle incelenmesi

Hüseyin Besim Akın<sup>1</sup>

Recep Minga<sup>2</sup>

## Özet

Eğitim hayatını herhangi bir nedenle örgün eğitimde devam edememiş öğrenciler için önemli bir alternatif oluşturan açık öğretim sistemi eğitim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak kendini yenilemiş ve eğitim teknolojileri konusunda birçok örgün üniversiteye de model olmuştur. Ülkemizde açık öğretim eğitiminin son yıllara kadar tek uygulayıcısı olan Anadolu Üniversitesi, kurulduğu yıldan bu güne on binlerce öğrencinin üniversite mezunu olmasını sağlayarak alanında önemli bir boşluğu doldurmuştur. Önceleri radyo ve televizyon aracılığıyla öğrencisi ve öğreticisini buluşturan açık öğretim fakültesi son yıllarda çevrimiçi olarak da öğrencilerine hizmet imkanlarını genişletmiştir.

Ülkemizde Lise ve Üniversiteye hazırlıkta kurumsallaşan dershanecilik eğitimi açık öğretim sistemine paralel olarak eğitim hayatımızda yerini almıştır. Uzun yıllar birkaç özel kurum bu hizmeti yaparken 2000 yılından sonra açık öğretim dershanelerinin sayısı geometrik olarak artış göstermiştir. Son birkaç yılda ise bu dershaneler Dikey Geçiş Sınavı (DGS), Kamu Personel Seçme Sınavı (KPSS), Akademik ve Lisans Üstü Eğitim Sınavı (ALES) eğitimlerini de vermeye başladıklarından “AKADEMİK EĞİTİM MERKEZLERİ” genel ismi çerçevesinde yeniden yapılanmaktadır. Ülkemizde çoğunluğu büyük şehirlerde olmak üzere bu yönde eğitim veren dersane sayısı 300-350 civarındadır.

Bu çalışmanın temel amacı, her yıl ortalama 200.000-300.000 öğrencinin akademik eğitim gördüğü açık öğretim dershanelerinin öğrenci tarafından tercih edilme kriterlerinin ve memnuniyet durumunun tespit edilmesidir. Bununla birlikte öğrenci profilinin çıkarılması da amaçlanmaktadır.

Araştırmada, Açık öğretim eğitimi veren İstanbul'daki 5 dershaneden gerekli izinler alınarak toplamda 385 adet öğrenciyle yüz yüze görüşülerek anket uygulanmıştır. Anket formu 5'li likert ölçeği kullanılarak geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Açıköğretim, uzaktan eğitim, dersane memnuniyeti, AÖF

<sup>1</sup> Prof.Dr.H.Besim Akın, İstanbul Aydın Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi,Endüstri Mühendisliği Bölümü, Florya/ İstanbul.

<sup>2</sup> Recep Minga, recep@ikonarastirma.com



## **The investigation of the factors playing a role in the preference and the satisfactions of the students going to the training center in the open learning education with the multivariate statistical methods.**

### **Abstract**

The open learning system constituting an important alternative for the students who could not continue their education life in formal education for any reason has renewed itself in parallel with the developments in education technologies and it has been a model to many formal education universities about the subject of education technologies. The only applier of open learning in our country in recent years Anadolu Üniversitesi (Anatolian University) has completed a significant space in its field by providing the university graduation of ten of thousands of students until today since the day it was established. The open learning faculty meeting its student with its teacher thorough the radio and television in the beginning has expanded the service facilities also as online to its students.

The education of training center running institutionalized in the preparation to High School and University in our country has taken its place in our education life in parallel with open learning system. While some certain private institutes were providing this service for long years the number of the open learning training centers has increased geometrically after the year 2000. As for the recent years since these training centers have started providing Dikey Geçiş Sınavı (DGS) (External Transfer Exam), Kamu Personel Seçme Sınavı (KPSS) (Public Personnel Selection Examination), Akademik ve Lisans Üstü Eğitim Sınavı (ALES) (Academic and Postgraduate Education Exam) educations, they are being structured again within the frame of the general name "AKADEMİK EĞİTİM MERKEZLERİ" (ACADEMIC TRAINING CENTERS). The number of the training center providing education in this direction is around 300-350 being the majority in the big cities.

The basic purpose of this study is the determination of the preference criteria and the satisfaction condition by the students of the open learning training centers where every year 200.000-300.000 students in average receive academic education. However, also the student profiling is intended.

**Keywords:** *Open education, online education, satisfactory of training centre*

### **Giriş**

Bilgisayar ağlarının kiralık telefon hatlarıyla birbirlerine bağlanmasıyla kurulan ve genellikle bilimsel çevrede yaygın bir kullanım alanı bulan Internet, 1990'lı yıllarda hızlı bir genişleme sürecine girmiştir. Yeni bir medya türü olarak 1990'lı yıllara damgasını vuran Internet, bir çok alanda yeni olanaklar sunduğu gibi, eğitim alanında da yeni yönelimleri gündeme getirmiştir. Internet "bilgi" toplumuna geçişte en önemli araç, hatta demokratikleşmede bir çözüm olarak tanımlanmaktadır.<sup>3</sup> Internet'e dahil olan ağların çoğalması, bilgisayar destekli eğitimin yeni bir safhası olan Internet destekli eğitim kavramını oluşturmuştur.<sup>4</sup>

Uzaktan eğitim ortamı, öğrenci merkezli paradigmayı destekleme potansiyeline sahiptir. Soruları olduğu zaman, öğrenciler, öğretmenleriyle e-posta ya da elektronik sohbet ortamlarıyla iletişime

<sup>3</sup>S.Organer, *E-learning and Democratisation Using the Internet*, <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpon005833.pdf> (3 Ağustos 2010)

<sup>4</sup> Badrul Khan, s.6.

geçerler. Gerektiğinde, öğrenme deneyimlerini kontrol ederek tartışma gruplarında bir tartışma başlatabilirler. Bu şekilde öğrencilerin öğrenme sürecinde daha fazla sorumluluk ve inisiyatif almaları beklenir. Öğrenciler bilgiyi arayan, sorgulayan ve üreten bireyler haline gelirler.<sup>5</sup> Diğer yandan, öğrencilerin uzaktan eğitim ortamında desteklenmeleri gereken özel ihtiyaçları olabilir. Bazı öğrenciler, öğrenme biçimleri yüzünden farklı anlatım tarzlarına gereksinim duyabilirler.<sup>6</sup> Ülkemizde Açık öğretim sistemini kullanan Anadolu Üniversitesi Radyo, TV, İnternet yoluyla öğrencilerine en etkin eğitimi vermeye çalışmaktadır. Ayrıca diğer devlet üniversitelerinde hafta sonları açık öğretim öğrencilerine yönelik ücretsiz ders anlatımları da düzenlenmektedir. Ancak yine de öğrenciler sadece Anadolu Üniversitesinin sunduğu imkânlarla yetinmeyip Açık öğretim sınavlarına hazırlık derslerine ve yayınlarına yoğun bir ilgi göstermektedirler. Açık öğretim dersaneleri ve yayınları her yıl açık öğretim eğitimi yanında diğer (KPSS, ALES, DGS) devlet sınavları eğitimi de verdiklerinden öğrenci potansiyelleri hayli yüksektir.

Bu çalışmada Açık öğretim sınavlarına destek dersleri veren dersanelerin öğrenci tarafından hangi kriterler göz önünde bulundurularak tercih edildiği ve dersane de aldığı eğitimden memnuniyet göstergeleri ortaya konmaya çalışılacaktır.

Son yıllarda sayıları hayli artan vakıf üniversitelerinin sağladığı burs imkanları ve maddi kolaylıklar ile birlikte AÖF öğrencilerinin sayılarının azaldığı, buna bağlı olarak ta açıköğretim dersanelerinin öğrenci sayılarının da azaldığı bir gerçektir.<sup>7</sup>

Açık öğretim Fakültesi (AÖF) eğitimi veren özel eğitim kurumlarının öğrencilerini yeterince tanımadığı ve tam olarak isteklerini de yerine getiremediği eğitim uzmanlarınca gözlemlenmekte ve çeşitli ortamlarda dile getirilmektedir. Ancak bu sorunun bilimsel bir çalışmayla ortaya konması şu ana kadar mümkün olamamıştır.

Bu çalışma ile açık öğretim dersanelerinde eğitim alan öğrencilerin bu dersaneler hakkında kapsamlı bir değerlendirmesi istatistiksel yöntemlerle incelenecek ve ayrıntılar ile ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

## 1.Yöntem

### 1.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma tarama modelinde yapılmıştır. Tarama modelleri, geçmişte veya halen var olan durumu, var olduğu haliyle betimlemeyi amaçlayan çalışmalardır. Tarama modellerinde, araştırmacının araştırma konusu olan birey, grup veya objeye müdahalesi söz konusu değildir.<sup>8</sup>

Bu çalışmada, Açık öğretim fakültesine kayıtlı ve Açık öğretim dersanelerinden eğitim almakta olan öğrencilerin, özel dersanelere gitme nedenleri ile özel dersanede aldıkları eğitime ilişkin görüşleri ve memnuniyetleri belirlenerek bu görüşlerin bazı değişkenlere göre betimlenmesi ve Öğrencilerin memnuniyetinin hangi değişkenlerle değişim gösterdiğinin modellenmesi amaçlanmıştır. Araştırma için gerekli veriler, bu amaçla geliştirilen ölçme aracından elde edilmiştir.

### 1.2. Çalışma Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul'un ekonomik yapı açısından farklılık arz eden üç ilçesi olan Bakırköy, Kadıköy ve Ümraniye ilçelerindeki 2009/2010 eğitim-öğretim yılında özel Açık öğretim dersanelerine giden öğrenciler oluşturmaktadır.

<sup>5</sup> Laurie P. Dringus.

<sup>6</sup> Laurie P. Dringus

<sup>7</sup> <http://www.osym.gov.tr/belge/1-12038/2009-2010-ogretim-yili-yuksekogretim-istatistikleri-kit-.html>

<sup>8</sup> Niyazi Karasar, **Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Yöntemler, Teknikler**, 6.Basım, Ankara: 3A Araştırma Eğt. Dan.,1994, s.75

Açıköğretim eğitiminde dershaneye giden öğrencilerin dershane tercih ve memnuniyetlerinde rol oynayan etmenlerin çok değişkenli istatistiksel yöntemlerle incelenmesi

Yapılan çalışma ile 2009/2010 eğitim-öğretim yılında Bakırköy, Kadıköy ve Ümraniye ilçelerindeki Açık öğretimde dershanelere giden öğrenci sayısı yaklaşık 10.000 olarak tespit edilmiştir.

Küme örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bunu yaparken bu ilçelerdeki Açık öğretim dershane yetkilileri ile görüşülmüş ve Murat, İlkumut, Kervan, İrde ve İletişim dershanelerinden olumlu yanıt alınmıştır. Her bir ilçe bir küme kabul edilerek ilçedeki dershaneye giden öğrenci sayısı ile orantılı olarak dershanelerden örneklem alınmıştır. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde aşağıdaki formülden yararlanılmıştır. N: Anakütle büyüklüğü, n: Örneklem büyüklüğü, d: Anakütle ve örneklem arasındaki kabul edilebilir maksimum fark ( 0,05), t: Güven düzeyinin tablo değeri (1,96), PQ: Maksimum örneklem büyüklüğü için örneklem yüzdesi (0,5 x 0,5 =0,25)

$$n = \frac{t^2 \cdot \frac{PQ}{d^2}}{1 + \left(\frac{1}{N}\right) \cdot t^2 \cdot \frac{PQ}{d^2}} \quad n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,25)/(0,05)^2}{1 + (1/10000) \cdot (1,96)^2 \cdot (0,25)/(0,25)^2} = 370$$

Bu formül kullanılarak 10.000 öğrenci olarak kabul edilen çalışmada alınacak maksimum örneklem büyüklüğü,  $\alpha = 0.05$  hoşgörü düzeyi için (%95 güven düzeyinde ) 370 öğrenci olarak hesaplanmıştır.

## 1.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın amacı çerçevesinde, Açık öğretim dershanesine devam eden öğrencilerin dershanelere gitme nedenlerine ilişkin görüş ve memnuniyetlerini belirlemeye yönelik, üç bölümden oluşan bir ölçek geliştirilmiştir.

Bu bölümler; Kişisel Bilgiler (10 soru), Dershane Eğitimi ile ilgili görüş ve Memnuniyetleri ölçeği (45 soru), Eğitim aldığı dershaneyi seçme nedenleri (10 soru) ile ilgilidir.

## 2. Bulgular ve Analiz

### 2.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 1. Demografik özellikler

		n	Yüzde (%)
<b>Kurum</b>	İletişim	72	18,8
	Murat	99	25,9
	Kervan	68	17,7
	İRde	75	19,5
	İlkumut	69	18,1
	Total	383	100,0
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	212	55,3
	Erkek	172	44,7
	Total	384	100,0
<b>Medeni durum</b>	Bekar	334	86,9
	Evli	50	13,1
	Total	384	100,0
<b>Gelir durumu</b>	1000 TL ve daha az	132	34,4
	1001-2000 TL	153	39,8
	2001-3000 TL	62	16,1
	3001-5000 TL	27	7,0
	5001TL ve üzeri	10	2,7
	Total	384	100,0
<b>İş</b>	Muhasebe-banka	69	17,9
	Ara eleman	174	45,3
	Öğenci-çalışmıyor	97	25,3
	Memur	29	7,4
	İşçi	16	4,2
	Total	385	100,0
<b>Sektör</b>	Devlet	67	17,4
	Özel	318	82,6
	Total	385	100,0
<b>Yaş</b>	17-19	40	10,5
	20-22	144	37,5
	23-25	109	28,2
	26-30	48	12,6
	30 ve üstü	43	11,2
	Total	384	100,0
<b>Lise türü</b>	Düz Lise	256	66,5
	Meslek Lisesi	129	33,5
	Total	385	100,0
<b>Lise aidiyeti</b>	Devlet	374	97,2
	Özel	11	2,8
	Total	385	100,0

Açıköğretim eğitiminde dershaneye giden öğrencilerin dersane tercih ve memnuniyetlerinde rol oynayan etmenlerin çok değişkenli istatistiksel yöntemlerle incelenmesi

Tablo 2. Memnuniyet ölçeği için faktör analizi ve güvenilirlik katsayıları

Faktör	Faktör maddeleri	Faktör Ağırlığı	Faktör açıklayıcılığı %	Faktör güvenilirliği
Memnuniyet	Dershanemin dökümanları dersi kavratmada yeterlidir	,758	21,343	,912
	Dershane hocaları branşlarında çok başarılıdır	,717		
	AÖF dersaneleri aldıkları parayı hak etmektedir	,713		
	Dershanemin eğitiminden genel olarak memnunum	,711		
	Dershanemde beklediğim eğitim kalitesini buldum	,682		
	Dershanemin verdiği ders materyalleri yeterlidir	,680		
	Dershanemi diğer öğrencilere tavsiye ediyorum	,629		
	Bu dershaneye geldiğim için çok şanslıyım	,619		
	Dershaneye geldiğim paranın karşılığını alıyorum	,506		
Aldığım notlarda dershanemin payı çok fazladır	,504	13,022	,842	
Fayda	AÖF bitene kadar dershaneye gitmeyi düşünüyorum			,707
	Dershaneler AÖF 'de okumayı kolaylaştırmaktadır			,700
	Dershaneler AÖF 'nin öğrenci sayısını arttırmıştır			,595
	Dershane ders çalışma disiplini kazandırıyor			,566
	Dershane ders çalışma azmi ve heyecanı veriyor			,559
	Dershaneden aldığım dersleri daha iyi öğreniyorum	,543		
Kişisel Gelişim	Bu dershaneye geldikten sonra ufukum açıldı	,728	12,196	,787
	Bu dershaneye geldikten sonra hedeflerim büyüdü	,719		
	Dershaneye gelmem sosyalleşmemi sağladı	,708		
	Dershanemin öğrenci ortamı sayesinde yeni dostlarım oldu	,655		
Gereklilik	AÖF dersaneleri olmasaydı , mezun olmam gecikirdi	,764	11,921	,770
	Dershaneye gelmeseydim notlarım daha düşük olurdu	,742		
	Dershaneye gitmeyenlere göre bilgi düzeyim yüksektir	,619		
	AÖF öğrencisinin dershaneye gitmesi gereklidir	,616		
	Dershaneye gitmeseydim , bilgi düzeyim daha düşük olurdu	,558		
TOPLAM			58,482	

\*KMO değeri ; 0,933 ve Bartlett's test için p değeri :0,00 bulunmuştur

KMO testi ile hesaplanan değer 0,933, verilerin faktör analizine uygunluğunun mükemmel olduğunu göstermektedir. Bartlett's testinde ise (p) olasılık değeri 0,05 'ten küçük olduğundan faktör analizi yapılabilir.

AÖF öğrencilerinin dershanelerini değerlendirdikleri ölçekte faktör analizinde 5 madde oluşmuştur. İlk faktör 10 alt maddeden oluşan **Memnuniyet** adı verilen faktördür. Memnuniyet faktörü bu ölçeğin % 21,34 'ünü açıklar. Ayrıca güvenilirlik katsayısı Cranbanc's Alpha en yüksek (0,912) bu maddededir. **Memnuniyet** olarak adlandırılan faktör AÖF öğrencisinin dershaneden genel memnuniyetini ifade amaçlı kullanılacaktır

AÖF öğrencilerinin dershanelerini değerlendirdikleri ölçekte faktör analizinde ikinci faktör 6 alt maddeden oluşan **Fayda** adı verilen faktördür. **Fayda** faktörü bu ölçeğin % 13,022 'sini açıklar. Ayrıca güvenilirlik katsayısı Cranbanc's Alpha değeri 0,842 bulunmuştur. **Fayda** olarak adlandırılan faktör, alınan dersane eğitiminin AÖF eğitimi için sağladığı yararları ifade amaçlı kullanılacaktır

AÖF öğrencilerinin dershanelerini değerlendirdikleri ölçekte faktör analizinde üçüncü faktör 4 alt maddeden oluşan **Kişisel Gelişim** adı verilen faktördür. **Kişisel Gelişim** faktörü bu ölçeğin %12,196'sını açıklar. Ayrıca güvenilirlik katsayısı Cranbanc's Alpha değeri 0,787'

bulunmuştur. **Kişisel gelişim** olarak adlandırılan faktör ,dershane eğitimi sayesinde AÖF öğrencisinin sağladığı sosyal leşme imkanları ve bu eğitimin öğrenciye kattığı kişisel anlamdaki gelişimi ifade amaçlı kullanılacaktır.

AÖF öğrencilerinin dershanelerini değerlendirdikleri ölçekte faktör analizinde dördüncü faktör 5 alt maddeden oluşan **Gereklilik** adı verilen faktördür. **Gereklilik** faktörü bu ölçeğin %11,921'sini açıklar. Ayrıca güvenilirlik katsayısı Cranbanc's Alpha değeri 0,770 bulunmuştur. **Gereklilik** adı verilen bu faktör, dershane eğitiminin AÖF için olmazsa olmaz bir katkı sağladığına inanma düzeyini ifade amaçlı kullanılacaktır.

### 2.3. Korelasyon ve Regresyon Analizi

Korelasyon analizi değişkenler arasındaki ilişkinin veya bağımlılığın şiddetini belirlemeye yönelik bir analiz tekniğidir. Anketimizde 4 farklı değişken arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon değerleri verilmiştir.

Tablo 3. Değişkenler arasındaki korelasyon değerleri

Bağımsız Değişkenler	Memnuniyet	Fayda	Kişisel Gelişim	Gereklilik
Memnuniyet	-	,724(**)	,571(**)	,537(**)
Fayda		-	,604(**)	,519(**)
Kişisel Gelişim			-	,445(**)
Gereklilik				-

\*\*anlam düzeyi  $p < 0,05$  olan korelasyon değerleri

Kullandığımız değişkenlerden **Memnuniyet** ile **Fayda** arasındaki korelasyon değeri 0,724 en yüksek korelasyon değeridir. **Memnuniyet** ile **Kişisel Gelişim** arasındaki korelasyon değeri 0,571, **Memnuniyetle Gereklilik** arasındaki korelasyon değeri 0,537 bulunmuştur

Tablo 4. Regresyon analizi tablosu

Çoklu Korelasyon Katsayısı R	Belirlilik Katsayısı $R^2$	Düzeltilmiş $R^2$ Belirlilik Katsayısı	Standart Hata
,833	,694	,675	,39976

Determinasyon Katsayısı  $R^2$  bağımlı değişkendeki değişimin % kaçının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstergesidir. Bu modelde **Dershane Memnuniyeti** değişkeninin bağımsız değişkenler tarafından yaklaşık % 69,4' ünün açıklandığı görülmüştür.

Tablo 5. Regresyon katsayıları tablosu

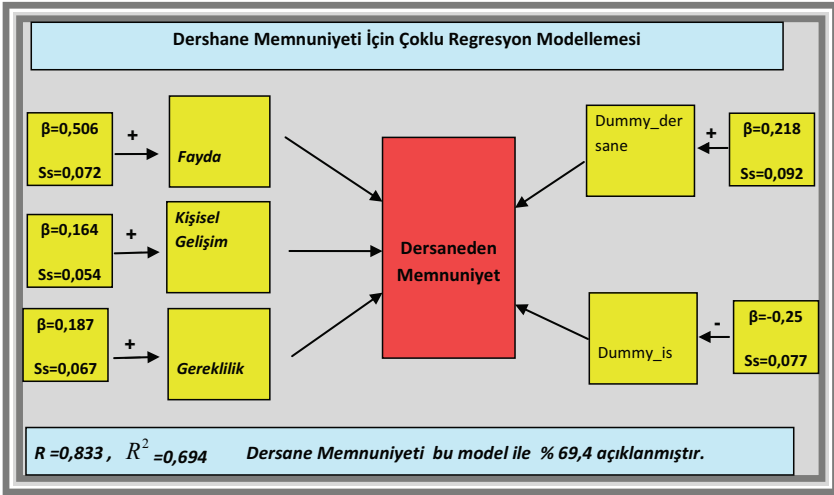
Bağımsız Değişkenler	Regresyon Katsayısı -B	Standart Sapma	Standartlaştırılmış Regresyon Katsayısı - Beta	t	Önem düzeyi
Fayda	,506	,072	,529	7,034	,000
Kişisel Gelişim	,164	,054	,217	3,041	,003
Gereklilik	,187	,067	,178	2,794	,006
Dummy_dershane	,218	,092	,141	2,374	,019
Dummy_is	-,252	,077	-,180	-3,271	,001

Açıköğretim eğitiminde dershaneye giden öğrencilerin dershane tercih ve memnuniyetlerinde rol oynayan etmenlerin çok değişkenli istatistiksel yöntemlerle incelenmesi

Bu modele göre; **Dershane Memnuniyeti** değerini Bağımsız değişkenlerin üçü de etkilemektedir. Bağımsız değişkenlerde beta katsayısı en yüksek (0,506) olan **Fayda** değişkenidir. **Kişisel Gelişim** değişkeninin ise beta katsayısı 0,164, **Gereklilik** değişkeninin ise beta katsayısı 0,187 'dir.

Ankette yer alan demografik değişkenlerden Gelir, yaş, cinsiyet, dershane, iş, sektör, sınıf, bölüm, mezuniyet lisesi, lise aidiyeti, master yapma düşüncesi, ÖSS hazırlığında dershaneye gitme gibi değişkenler dummy (kukla) değişken olarak regresyon analizine dahil edilmiş anca sadece dershane ve iş değişkenlerinin etkisinin olduğu görülmüştür.

Dummy değişkenlerden gidilen dershane değişkeninde frekansı en yüksek olan Murat desanesine gidenler "1" diğerleri "0" şeklinde kodlanmıştır. Murat dershanesine gitme dummy değişkeninin beta katsayısı 0,218 bulunmuştur. Dummy değişkenlerden çalışılan iş değişkeninde frekansı en yüksek olan Ara eleman "1" diğerleri "0" şeklinde kodlanmıştır. Murat dershanesine gitme dummy değişkeninin beta katsayısı -0,252 bulunmuştur.

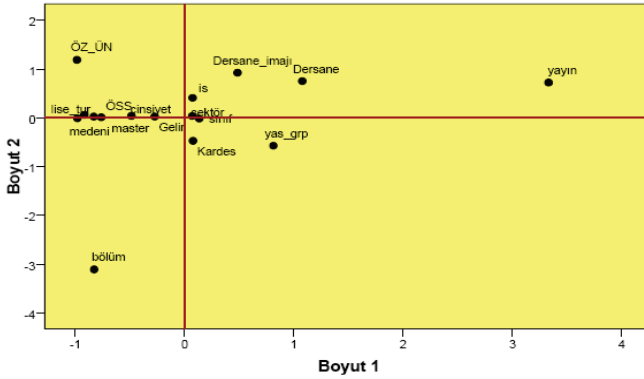


Şekil 1: Dershane memnuniyeti için regresyon modellemesi

Şekilde görüldüğü Fayda, Kişisel Gelişim, Gereklilik faktörleri memnuniyeti pozitif etkileyen faktörlerdir. Yani dershanelerde öğrenciye yansıtılabilen fayda artırılabilir, dershanelerde öğrenciye verilebilecek Kişisel Gelişim hedefleri ve eğitimleri artırılabilir, dershanelerin gerekliliği artırılabilir, dershanelerin gerekliliği artırılabilir, dershanelerin gerekliliği artırılabilir, dershanelerin gerekliliği artırılabilir. Modelde kullanılan dummy değişkenlerden İş değişkeninden "ara eleman" olarak çalışan öğrencilerin dershane memnuniyeti ters yönde etkilenmektedir. Devam edilen dershane kukla değişkeninde ise Öğrencinin Murat dershanesinde okuması memnuniyeti artırıcı bir etken olarak tespit edilmiştir.

## 2.4. Çok Boyutlu Ölçkleme (ÇBÖ) Analizi Sonuçları

Uygulanan ÇBÖ analizinde Kruskal Stres katsayısı 0,10 ve modelin uzaklıkları doğrusal bir model ile % 96 doğru konumlandırmasının mümkün ( $RSQ = 0,96$ ) olduğundan elde edilen sonuçların elimizde bulunan veri kümesini orta uyum ölçüde yansıttığını söyleyebiliriz.



Şekil2. Öklid uzaklık modeline gafiği

Öklid uzaklık modeline ilişkin grafikte birbirine yakın olarak nitelendirilebilecek değişkenlerden dersane değişkeninin yer aldığı çeyrektir. Buna göre öğrencinin dershaneyi seçme durumu dershanenin yayınları, dershanenin yarattığı imaj, öğrencinin işi maddeleri en etkili olan değişkenlerdir.

### Sonuç ve Öneriler

Ülkemizin ekonomik şartları göz önüne alındığında ailesine yük olmadan, bir işte çalışarak üniversite eğitimini de sürdürmek isteyen öğrencilerimiz için Açık öğretim Fakültesi çok önemli bir alternatiftir.

Uzaktan eğitim şeklinde eğitim veren Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi öğrencilerinin eğitim hayatı boyunca en büyük yardımcısı Açık öğretim dershaneleri ve yayınlarıdır. Açık öğretim dershaneleri öğrencilerin çalışma saatlerine göre ayarlanan hafta sonu ve hafta içi ders programları ile Açık öğretim öğrencisi için vazgeçilmez bir konumdur. Ancak birkaç dersane dışında Açık öğretim dershaneleri kurumsallaşmasını tamamlayamamıştır.

- Dershaneden memnuniyet dershanenin, öğrenciye sağladığı sosyal ortam ve kişisel gelişimine katkısıyla doğru orantılıdır. Öğrencilerinin memnuniyetlerinin arttırmak isteyen dershaneler öğrenci kulüpleri, sinema günleri, kariyer günleri yaparak dershanenin sosyal ortamlarını geliştirmelidir.
- AÖF eğitimi ile paralellik ve sınavlarda çıkabilecek sorulara yönelik sınav faydasını artırıcı olarak atılacak adımlar öğrencinin dershaneden memnuniyetini de arttırmaya katkı sağlayacaktır.
- Öğrencinin aldığı iyi notların dersane eğitiminin bir sonucu olduğu bu yüzden dershanelerin gerekliliği öğrenciye anlatılabildiği oranda dershaneden duyulan memnuniyetin de artacağı çok açıktır.



Açıköğretim eğitiminde dershaneye giden öğrencilerin dersane tercih ve memnuniyetlerinde rol oynayan etmenlerin çok değişkenli istatistiksel yöntemlerle incelenmesi

- Çok boyutlu ölçekteleme çıkan sonuçlara göre birbirine okunulan dersane ve dershanenin imajı en yakın kavramdır. Açık öğretim öğrencisi “ucuz dersane ” peşinde değildir. Öğrenci sayısını arttırmak isteyen dersaneler kadrolarını flaş hocalarla takviye etmeli, eğitiminin kalitesini yükseltmelidir.

## Kaynaklar

- Aksöz, Z. (2001). Yeniden Üretim Kuramı Açısından Dershanedeki Farklılaşmalar. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimler Enstitüsü
- Alpan, H. (2004). Özel Öğretim ile İlgili Mevzuatlar. Ankara: Seviye Yayıncılık
- Broad, M. C.(1999). The Dynamics of Quality Assurance.[Electronic Version] *Online Distance Education* 3. <http://www.usq.edu.au/electpub/eiist/docs/old/vol3nol/article2/v3nla2.pdf> (1 Ağustos 2010)
- Büyüköztürk Ş. (2002). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pagem Akademi.
- Özdoğan, F.B. ve İ.K.Tüzün,(2007). Öğrencilerin Üniversitelerine Duydukları Güven Üzerine Bir Araştırma, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15.2.
- Crossman D.M. (1997) 2: The Evolution of the World Wide Web as an Emerging Instructional Technology Tool in *Web-Based Education*, B. Khan.(Ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Educational Technology Publications
- Demiray, U.(1999). AÖF Mezunlarının Sektördeki Konumları, *Uzaktan Eğitim*, 3- 22.
- Dringus, L. P.(1999). Connecting Resources in Online Learning Environments <http://www.westga.edu/~distance/dringus22.html> (4 Ağustos 2010)
- Duman, T. (1984). Özel Dershaneler ve İşlevleri. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.SBE, Ankara..
- Ergün, M.(1998). İnternet Destekli Eğitim, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1.
- Erol H.(2010) *SPSS Paket Programı ile İstatistiksel Veri Analizi*, Adana: Nobel Kitabevi.
- Girginer, N. (25 Mayıs 2002). Uzaktan Eğitime Geçiş İçin Kurumsal Yapılanma. 1. *Açık-Uzaktan Eğitim Sempozyumu*. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Gökdağ, D. (25 Mayıs 2002). Türk Yüksek Öğretim Kurumlarının Yararlanmadığı Güç: Uzaktan Öğretim. 1. *Açık-Uzaktan Eğitim Sempozyumunda Sunulan Bildiri*. Eskişehir:Anadolu Üniversitesi, 20-22.
- İşman, A.(1998). *Uzaktan Eğitim Genel Tanımı Türkiye'deki Gelişimi ve Proje Değerlendirmeleri*. Sakarya: Değişim Yayınları
- Kalaycı Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* , Ankara: Asil Yayın Dağıtım
- Khan, B. (1997) 1: What Is It and Why Is It?, B. Khan (Ed.). in *Web-Based Instruction* Englewood Cliffs, New Jersey: Educational Technology Publications, 5.
- Kesim, M. ve Özkul, A.E.( 13-15 Mayıs 2002). Bilişim Teknolojilerinin Açık öğretimde Kullanılması *Bilişim Teknolojileri Işığında Eğitim Konferansı'na Sunulan Bildiri*. Ankara:ODTÜ.
- Koçer, H.A., (1991). Türkiye'de Modern Eğitimin Doğuşu ve Gelişimi (1773-1923) *Araştırma ve İnceleme Dizisi*. İstanbul: MEB Yayınları.
- Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C., Postel, J., Roberts, L. G. ve Wolff, S. A Brief History of the Internet. <http://www.isoc.org/internet/history/brief.shtml> (2Ağustos 2010)
- Mclsaac,S.M.and Gunawardena,S.L.(1996).Distance Edu. D.H.Jonassen.(Ed.)in *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*.New York:Simon and Schuster,403-437.
- MEB. (2004). *Milli Eğitim Sayısal Veriler 2005*, <http://www.osym.gov.tr/BelgeGoster.aspx?DIL=1&BELGEBAGLANTIANAH=2000> (15 Ağustos 2010).
- Moore, M. G. ve Kearsley, G.(1996). Distance Education: A Systems View, United States of America: Wadsworth Publishing Company.
- Nasseh, B. (1997). A Brief History of Distance Education. <http://www.seniornet.org/edu/art/history.html> (12 Ağustos 2010)

- O'Malley, J. (1999). Students Perceptions of Distance Learning. *Online Learning and the Traditional Classroom*. <http://www.westga.edu/~distance/omalley24.html>. (1 Ağustos 2010).
- Oliver, R. (1999). On-line Teaching and Learning: Changing Roles for the Participants. <http://elrond.scam.ecu.edu.au/oliver/docs/99/ACE.pdf> (6 Ağustos 2010)
- Organer, S.(2003). E-learning and Democratisation Using the Internet. <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpon005833.pdf> (3 Ağustos 2010)
- Özünlü, A., Özfırat, A. ve Yürüker, S. (16-18 Ekim 2002). Uzaktan Eğitimde İşitsel Materyalin Önemi ve Yapım Özellikleri, Açık İlköğretim ve Açık öğretim Lisesi Örnekleri, *II. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Sempozyum ve Fuarı'nda sunulan bildiri*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.
- Özsoy, M. (2003). Özel Öğretim Kurumları Olarak Dershaneler ve Sorunları (Denizli İli Uygulaması). *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kütahya: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Öztürk, A. (2001). Üniversite Sınavını Kazanamayan Özel Dershane Öğrencilerinin Ortak Özellikleri ve Özel Dershanelerin Bu Öğrencilere ÖSS'deki Puan Getirisi (Kayseri Örneğinde). *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Reeves, T. C. (1994). Evaluating What Really Matters in Computer-Based Education. <http://www.educationau.edu.au/archives/cp/reeves.htm> (10 Ağustos 2010)
- Rivera, J.C. (2002). A Comparison of Student Outcomes, *Satisfaction Between Traditional Web Badsed Course Offerings*. <http://www.wesga.edu/%7Edistance/oidla/fall53/rivera53.html> (3 Ağustos 2010)
- Sipahi B, Serra Y. ve Murat Ç.(2006). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri analizi* , İstanbul: Beta Yayınları.
- TED. (2005). *Hayat=180dk.? Türkiye'de Üniversiteye Giriş Sistemi Araştırması ve Çözüm Önerileri*. Ankara: TED Yayını
- Telia, S.(2003). The Poor Relation of the Education System? Aspects of Distance Education and Open and Distance Learning. <http://www.edu.helsinki.fi/media/mep6/Tella.pdf> (12 Ağustos 2010).
- Tunay, U. (1992). Lise Öğrencilerini Özel Dershanelere İten Faktörler. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türkoğlu, R.(2001). Online Eğitim. <http://www.teknoturk.org/docking/vazilar/tf000042-yazi.htm> (6 Ağustos 2010)
- Türkoğlu, R.(2002). İnternet Tabanlı Uzaktan Eğitim Programı Geliştirme Süreçleri. <http://www.toiet.sakarya.edu.tr/current%20articles/turkoglu.htm> (2 Ağustos 2010)
- Youngblood, P., Trede, F ve Corpo, S. D.(2001). Facilitating Online Learning: a Descriptive Study [Electronic Version] *Distance Education*. 22, No.2, 264-284.

# Küçülen dünyada büyüme

Ali İhsan ÖZEROĞLU<sup>1</sup>

## Özet:

Küreselleşme olgusu rakibinin hemen yanı başında faaliyet göstermesine izin vermiştir. Bu durum geleneksel iş ve ticaret anlayışını değişikliğe zorlamaktadır. Ayrıca iş dünyasında kullanılan terimlere ortak anlam yüklenmesi de gerekmektedir. Bu kapsamda Pazarlamadan, müşteriye, rekabetten yenilikçiliğe kadar tüm terminolojide yeni tanımlar yapılması ve bu tanımların ortak dil olarak kullanılması gerekmektedir.

Bu çalışma Türk firmalarının küresel rekabet güçlerini artırmaya yönelik bir çalışmadır.

**Anahtar Kelimeler:** Rekabet, müşteri, pazarlama, yenilikçilik

## Abstract:

The concept of globalization have let the competitor run its own firm near yours. This situation forces traditional understanding of business & commerce to change. Within this context, common meaning must be given to the words in the sector. For this reason; from marketing to customer, and from competition to innovation, all word have been re defined for common understanding.

In this study, I have aimed to increase the competition power of Turkish SME's.

**Key Words:** Competition, customer – consumer, marketin, innovation

## Giriş:

Ülkelerarası ticari işbirliği ve beraberinde birbirine bağımlılık arttıkça uluslararası ticaretin sınırları ortadan kalkmakta ve isteyen kurum veya girişimci istediği yerde ticari faaliyetini sürdürme imkanına kavuşmaktadır. Bu durum 2000 yılında Çin'in dünya Ticaret Örgütüne (WTO) üye olması ile başlamış ve günümüze kadar hızlı bir seyir izlemiştir.(WTO,2000)

Bu durum ülkelerin geleneksel “iş”, “ticaret” anlayışlarında değişikliğe ve daha farklı bir anlayışın gelişmesine neden olmuştur. Örneğin ülkemizde ticari faaliyet “ahi” kültürünün etkisinde yürümekte ve günümüzde hala kendine yer bulabilmektedir. Bu ticaret kültüründeki “siftah yapan dükkanın kendisine gelen ikinci müşteriyi siftah yapmayan komşusuna yönlendirmesi” bize özgü bir “iş” veya “ticari” gelenek iken, yeni uluslararası rekabet koşulları “ikinci müşteriyi komşusuna gönderene şans tanımamaktadır. İşte daha farklı anlayış burada yatmaktadır. Bu farklı olguyu anlayabilmek ve o'na karşı duruş belirleyebilmek için işletme, yönetici, müşteri, tüketicisi, iş grupları, ürün, rekabet, pazarlama gibi kavramları yeni anlayışa göre tanımlamak gerekmektedir.

## İşletme

Bugün kime sorulsa herkes işletmenin ne olduğu konusunda fikir sahibi imiş gibi görünebilir. İşletmenin sözel tanımını yapmaya gayret edip ya organizasyon şeması ile yada “girdi -süreç- çıktı” üçlemi ile işletmeyi

<sup>1</sup> Yrd. Doç. Dr. Ali İhsan ÖZEROĞLU İst. Aydın Üniversitesi. İİBF. [alihsanozeroglu@superonline.com](mailto:alihsanozeroglu@superonline.com).

## Küçülen dünyada büyümek

tanımlamaya çalışır. Hatta yönetim ( hiyerarşik) yapılarındaki çeşitliliklerle işletmeyi anlatmaya çalışabilir. Kısmen doğruluk payı olmakla birlikte günümüz rekabet ortamında, yani ticari sınırların kalktığı, her yerde ticaret veya iş yapabilmenin mümkün olduğu, yani küçülen dünyada “işletmenin” ne olduğunu resimle tasvir edebilmekte zorlanırlar. Çünkü geleneksel ticaret kültürünün yerini acımasız uluslararası rekabet kültürünün aldığı henüz fark edilmemiştir. Uluslararası rekabette tek kural “ya sen var olursun yada rakibin” esasına dayalıdır. Bu nedenle “ sana gelen ikinci müşteriyi” sifatah için komşu işletmeye göndermek bu rekabet anlayışının tercih edilen davranışı değildir.

İşletme: **kar amacı güden ticari kuruluştur.**<sup>2</sup> Hedefi; sağlayabileceği maksimum kar’dır. Yanındaki işletme ve işletmelerin de aynı amaca yöneldiğini varsaydığımızda tüm bu işletmeleri “ bir ralli yarışında son hızla maksimum kar hedefine giden “yarış arabaları” na benzetmek doğru olacaktır. Bu arabalar kar hedefine ulaşmak için birbirini çeşitli numaralarla, yetenek üstünlükleri ile geçmeye çalışmak, hatta daha da ötesi bir diğerini ralli pistinden yani pazardan dışarı çıkmaya zorlamaktadırlar. Ralli pistindeki arabaların olduğu gibi hiçbir işletme bir diğerinin pazarda kalmasını istememektedir. Pazarda eksilen her bir işletme kendisini daha çok maksimum kar hedefine ulaştıracaktır. İşte acımasız rekabet bu anlayışta yatmaktadır. “Ya onlar var olmalı yada ben”

1. Bir işletmenin rekabetçi olabilmesi, kuruluş öncesi pazarı, rekabet koşullarını anlamak ve o’na göre yapılanmakla mümkündür. Çünkü rekabet göz önüne alındığında kuruluşların varlıklarını sürdürebilmek için başarmak zorunda oldukları üç ana hedef görülmektedir. (TTK,2011)

- A) Müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilmek,
- B) Maliyetleri azaltarak verimliliği artırmak,
- C) Yeni ürün ve hizmetleri süratle pazara sunmak.

Bu hedeflere ulaşabilmek için şirketlerin yönetim anlayışının değişmesi ve bilgi beceri ile eğitim altyapısına yatırım yapılması gereklidir.

İşletmelerin kuruluşunda egemen olan iki temel yaklaşım vardır.

- 1) Ne üretirsem satırım,
- 2) Ne satabilirim onu üretmeliyim.

Eğer bir işletme birinci yaklaşıma göre kurulmuşsa rekabetçi olamayacağı açıktır. Çünkü üretim teknolojik ilerlemelerle günümüzde “ her kişinin harcı” konumuna gelmiştir. Üretim kolaylaşmış ve aynı ürünü üreten firma sayısı çoğalmıştır.

Eğer bir işletme ikinci yaklaşıma göre kurulmuşsa bu işletme tam bir “rekabetçi” işletme konumundadır. (Porter,E.Michael, ,2000).Çünkü kuruluş öncesi kime “ne” satacağını belirlemek maksadıyla pazar araştırması yapmış ve işini şansa bırakmamıştır. Günümüzde iş dünyasına girecek firmaların bu yaklaşımla yeni Pazar düzeninde yer almaları gerekmektedir.

Bir “yarış arabası” olarak belirlediğimiz işletmenin temel olarak iki fonksiyonu vardır.

- 1) Pazarlama,
- 2) Üretim,

Rekabetçi işletmelerde ön teker “pazarlama”, arka teker “ üretim” olmalıdır.

### **Müşteri & Tüketici :**

Günümüzde işletme sahipleri ve çalışanlarınca net olmayan en önemli konulardan biri de müşteri & tüketici tanımıdır. “Kaç grup veya kaç adet müşteri var” diye sorulduğunda İş adamlarımız genellikle tüm dünya nüfusunu müşteri olarak gördükleri gibi bir cevap verirler. 6 milyar, 5 milyar, 3 milyar gibi müşteriyi milyarlarca tanımlarlar. Peki kaç adet “tüketici“ var dediğiniz de yine “ ne kadar müşteri varsa o kadar da tüketici var “ demeye getiriler. Bu yaklaşım iş adamlarımızda müşteri – tüketici bilincinin oluşmadığını göstermektedir. Sırf bu gösterge firmalarımızın rekabetçi olamayacaklarının temel göstergesini oluşturmaktadır. Çünkü müşteri- tüketici kavramını global rekabet ortamında belirginleştiremeyen bir firma müşteri dediklerine reklam duyurusu için bir sayfalık broşür bastırıp dağıtmaya kalksa gerek basım gerekse dağıtım maliyetinden dolayı gireceği kaynak israfı yüzünden daha ticarete başlamadan pazardan çekilmek zorunda kalacaktır. O halde tanımları belirginleştirmek gerekmektedir.

**Müşteri:** Bir tedarik noktasından belirli aralıklar satın alma alışkanlığında bulunan kişi,

**Tüketici:** Bir tedarik noktasından tek sefer bir ürün/hizmet satın alan kişi, dir.

Bu tanıma uygun olarak müşterileri sınıflamak gerektiğinde üç grup müşteri ile karşı karşıya geliriz: International Trade Center ( UNCTAD/WTO,2003)

- 1) **Benim müşterilerim,**
- 2) **Rakibimin/Rakiplerimin müşterileri,**
- 3) **Potansiyel müşteriler,**

Bu tanımdan sonra tekrar “yarış arabası” örneğine gittiğimizde ön teker olan pazarlama ve arka teker olan “üretim” in objektifleri daha da önem kazanmaktadır. Çünkü bir “pazarlama stratejisi” oluşturabilmek bu tanımları belirginleştirip anlamakla mümkün olabilecektir.

Pazarlama Objektifleri: (Kotler,P,1972)

- Kendi müşterine daha sık ve çok satmak,
- Rakibinin müşterisini kendine çekebilmek,
- Potansiyel müşterileri kendine çekebilmek,
- Karlı satmak,
- Olumlu firma imajı oluşturmak,
- Müşteri sadakati oluşturmak,

Olarak sıralanabilir ve bu sıralama belirlenecek öncelik sırasına göre “pazarlama stratejisini” bir kurum için daha gerçekçi ve uygulanabilir hale koyar. Yani burada altı milyar sözde müşteri için hazırlık yapılmayacak ve kaynak israfına gidilmeyecektir.

Üretim Objektifleri:<sup>3</sup>

- İstenen miktarda üretmek,

## Küçülen dünyada büyümek

- İstenen zamanda üretmek,
- İstenen (standartta) kalitede üretmek,
- Anlaşılan fiyatta üretmek,

Bu objektiflerden her birinin aksi yapılması durumunda müşteri kaybedileceği için, rekabet gücü de kaybedilecektir. Yani bu objektifler aynı zamanda rekabet gücünü oluşturan ve bir işletmeyi maksimum kar hedefine götüren ana faktörleri de oluşturmaktadır.

**Tekel Firmalar:** Pazarda iki tür “tekel” e rastlamak mümkündür. Birincisi “yapay” tekeller, ikincisi “doğal tekellerdir. ( UNCTAD/WTO. 2003)

Yapay tekeller; hükümetlerin korumacı politikaları ile oluşmuşlardır.

Doğal tekeller; serbest rekabet ortamında “tek satıcı” olabilmeyi başarmış firmalardır.

Bu firmalar, tekel konumuna gelince piyasaya; (Deming,W.Edwards,1996 )

- İsteddiği miktarda
- İsteddiği zamanda,
- İsteddiği (standartta) kalitede,
- istediği fiyatta,

mal/hizmet sürebilirler. Rekabet güçleri oldukça yüksektir. Yukardaki faktörler aynı zamanda rekabet güç faktörlerini oluştururlar.

### **Rekabetin iki ögesi:**

Günümüzde birçok iş adamı rekabeti “aynı ürünü üretmek” esasında ararlar. Yapılan en büyük yanlışlardan biri de bu anlayışa sahip olmaktır. Bu anlayışa sahip olan bir iş adamı hala ” müşteri-tüketici, rekabet, kavramlarını anlamamış, “müşteri odaklı” düşünmeyeb bir iş adamıdır. Çünkü rekabet, “aynı ürün” bazında değil, “aynı müşteri” bazında gerçekleşmektedir. Bir gömleği üretilip x pazarda satanla aynı gömleği üretilip y pazarda satan neden rakip olsun. Bu örnekten anlaşılacağı gibi rekabet üretim bazlı değil fakat “müşteri” yani hedef kitle yani “pazar bölümlenmesi” esasında gerçekleşmektedir. Eğer iki firma ürettiğini aynı hedef kitleye satmaya çalışıyorsa o iki firma arasında rekabet vardır.

Rekabet kimler arasında yapılmaktadır ? Ülkeler mi, paktlar mı, firmalar mı rekabet etmektedir?

Günümüz rekabet düzleminde en önemli konulardan biri rekabetin kimler arasında olduğudur. Bu noktada tekrar işletmeye ve onu tasvir ettiğimiz “yarış arabasına” dönelim. Eğer arabayı kullanan bir “kaptan pilot” olmazsa o arabanın hareket edebilmesi ve hedefe gitmesi mümkün müdür ? Elbette hayır. O zaman kim rekabet ediyor sorusunun cevabı açık seçik bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Yani “yöneticiler” rekabet etmektedir. Dolayısı ile bu açıdan bakıldığında “yöneticinin” iki temel görevi ortaya çıkmaktadır; (İGEME,2000)

- 1) Kendi işini iyi bilmek,
- 2) Rakibinin işini iyi bilmek,

Bir yöneticinin rakibinin işini iyi bilebilmesi, kendini rakip/rakiplerinin yerine koyarak “empati” yapması ile mümkündür. Eğer bir yönetici maksimum kar hedefine varma konusunda rakibinin aklındaki okuyarak,

onun yapacağı hamleleri hesap ederek kendi stratejilerini geliştirmese kendisini bekleyen yegane akıbet o pazardan dışlanmak olacaktır.

Rekabet hangi yöneticiler arasındadır ? iki rakip kurumdaki üst düzey iki yönetici mi yoksa kurumlarda mevkidaşlar arasında mı? Elbette doğru cevap rakip firmalar arasında mevkidaşlar arasında rekabet olmaktadır. Yani; genel müdür rakip genel müdürü izlemek ve halelerini görmek zorund, pazarlama müdürü rakip pazarlama müdürünü izlemek ve hamlelerini görmek zorundadır. Aynı şekilde bu durum her rakip mevkidaşlar arasında olmak durumundadır. Rekabet düzleminde rakibini takipten vazgeçen yarışı kaybetmeye mahkum olur.

İşletmelerin küresel koşullara ayak uydurabilmeleri anlamında veya yeniden yapılandırılmasında kritik önem taşıyan öncelikleri arasında en önemlisi şirket stratejisidir. Strateji; işletme ile çevresi arasındaki ilişkileri analiz ederek işletmenin istikametinin ve amaçlarının belirlenmesi, bunları gerçekleştirecek faaliyetlerin tesbiti ve organizasyonun yeniden düzenlenerek gerekli kaynakların tahsis edilmesidir. (Dinçer,Ömer. 1994)

**Pazarlama :**

**“Pazarlama sadece pazarlamacılara bırakılmayacak kadar önemli bir iştir”** (Drucker,Peter.,1996)

, şeklinde tarif edilerek önemi vurgulanan bu olgu, **Klasik ifadesiyle: işletme ihtiyaçlarına ulaşmayı sağlayacak mübadeleleri gerçekleştirmek üzere,malların hizmetlerin ve fikirlerin “geliştirilmesi, fiyatlandırması,tutundurulması ve dağıtılması sürecidir.** (Mucuk,İsmet.2003)

İşletmelerin maksimum kar hedefi rakip yöneticilerin birbirini yakın markaja almalarının yanı sıra “pazarlama” kavramını algılayışlarına da bağlıdır. Eğer günümüzdeki klasik pazarlama disiplinlerinin belirttiği şekilde yani:  $4p + 4C$  veya  $12g$  vs. şeklinde anlarsa bu algılama kendisini hiçbir yere götüremez. Bu formüldeki harfler ve sayıları ve onların karşılık geldiği tanımlar doğru olsada bu tanımlar sadece kitaplarda süslü durmaktadır. Günümüz rekabet alanında pazarlama: pazarda karşılanmamış istek ve ihtiyaçları tespit etmek ve bu istek ve ihtiyaçları karşılayacak ürünlerle hedef kitleyi belirlemek demektir. Bu ciddi bir Pazar araştırmasına, mevzuat incelemesine, dağıtım kanalı tespitine, kültürel incelemelere ve daha birçok ayrıntıyı tespit etmek demektir. Bu tesbitlerin bileşkesi “üründe yenilik” olarak ortaya çıkar ve firmayı “Pazar hakimiyetine” götürür. **Ancak üründe yenilik yani “innovasyon” tek başına yeterli değildir. Ürünü ve özelliklerini de bilmek gerekir.** (ITO,2004)

**Ürün :**

Ürüne bakış açısı aynen bir insana bakış açısı gibi olmalıdır. Yani ürünü bir “şahsiyet” gibi görmek gerekir. Çünkü ürüne pazarın istediği özellikler yüklenmiş yani ürün “konumlandırılmış” ve kendisini tercih edenlere söz verir hale getirilmiştir. Ürünün kendi müşterisine “sözü” vardır. Bu nedenle ürünü gerek hedef kitlenin gerek firmanın beklentilerini yerine getirecek şekilde tasarlamak gerekmektedir. Bu tasarlamayı yapmak için de ürünün “boyutlarını” yada özelliklerini gruplamak ve her bir grubu açıklamak gerekmektedir.

**Bir ürünün üç boyutu vardır.**( Barutcuğil,İsmet Sabit,1982)

- 1) Fiziki boyut; ürünün şekli,yapıldığı maddeyi, kokusunu,kimyasalını ifade eder,
- 2) Nesnel boyut; ürünle karşılanan tatmin boyutunu ifade eder,

## Küçülen dünyada büyümek

- 3) Zenginleştirilmiş boyut; ürünün imaj,fiyat ve dağıtım kanal yapısının nasıl olması gerektiğini ifade eder.

Fiziki boyut belirlenirken onu kullanacakların üründen zarar görecektir her durum belirlenmeli ve bunların önüne geçilmelidir. Kullanıcılara kolaylık,sağlık ve emniyet bu boyutta belirlenmelidir. Ayrıca fiziki boyut ve dağıtım kanal ilişkisi rasyonel bir şekilde tesbit edilmelidir.

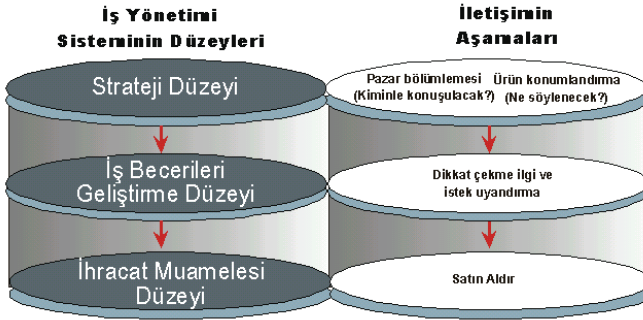
Nesnel boyut, ürünün kullanıcılarına verdiği sözdür. Bu sözle ürün, kullanıcılarına “ben sizin ihtiyacınızı karşılayacağım” demektir. Eğer kullanıcılarının eline ulaştığında ürün verdiği sözü tutamıyorsa ,kullanıcıları tarafından bir daha tercih edilmeyecek ve kullanıcılar rakip ürünlerine yöneleceği için firma ürünün nesnel boyutu açısından büyük bir risk taşımaktadır.

Zenginleştirilmiş boyut stratejik etkinliğin yoğun olduğu boyuttur. Burada hangi tür fiatlamamın olacağı, nasıl bir dağıtım kanalının kurulacağı ve ürünün mü? Firmanın mı imajı oluşturulup geliştirileceği düşünülmektedir.

### Strateji Tasarımı:

Ürünün kime satılacağına tesbiti yani bir başka ifadeyle “ürün konumlandırması” ve “Pazar bölümlendirmesi” rekabetçi olmak adına yapılması gereken son çalışmadır. Pazarlama stratejisi bu iki “bölümleme” ve “konumlama” olgularına dayanır. Pazarlama objektiflerinden öncelik sıralamasına göre belirlenmiş maddelere bağlı olarak pazarlama stratejisi tamamlanır. Strateji gerçekleştirilirken üretim objektifleri her durumda aynı kalır. Günümüz rekabet ortamında eğer bir firma “stratejisini” bilmiyorsa bu o firmanın er yada geç pazardan dışlanacağı anlamına gelmektedir. Çünkü firma nereye gideceğini bilmiyorsa yol seçmenin hiçbir anlamı yoktur. Dolayısı ile rekabetçi bir firma stratejisini oluşturarak maksimum kar yarışına ancak çıkabilir.

Şekil 1: Strateji Geliştirilecek İş Düzeyleri



Kaynak: The Business Management System (UNCTAD/ WTO 2003)

**Küreselleşme :** Modernitenin sosyal, kültürel,düşünsel ve ekonomik boyutta kendini yeniden kurmasıdır. Bu bağlamda küreselleşme ulusal sınırların önemini yitirmesi ve devletin ekonomi üzerindeki denetiminin yavaş yavaş ortadan kalkmasıdır. Bu durum uluslar arası ticaret açısından “küçülen dünya” olarak nitelenebilir.



Finansal serbestlik ve sermayenin serbest dolaşımının sağlanması küreselleşmenin en önemli özelliklerinden biridir. (Soros,George.,2003)

Dünya ekonomileri, ülkeler arasında giderek artan ticari ve finansal ilişkilerin sonucunda birbirleriyle bütünleşmektedir. Küreselleşme olarak nitelenen bu gelişme daha büyük pazarlara açılmanın avantajı ile birlikte daha kolay bir şekilde sermayeye, teknolojiye ve ucuz ithalata ulaşabilme imkanı sağlamaktadır.

Büyük pazarlar için yapılan büyük ölçekli üretim, maliyetleri aşağı çekerek, verimi ve uzmanlaşmayı artırmaktadır. Ancak küreselleşmenin dünya ekonomisine getirdiği fırsatlar ülkeler arasında eşit şekilde dağılmamaktadır. (DTM, 2005)

Konuya istihdam açısından bakıldığında ise, yatırımlara bağlı olarak gerçekleşmesi gereken istihdamın, yurt dışında olması nedeniyle, yurt içindeki işsizlik sorununun çözümü zorlaşmaktadır. Uluslar arası yatırımların iki temel avantajı vardır. Elde edilen karların yatırımcı ülkeye transferi ve politik güç kazanımıdır.

Küreselleşme sürecinde gözlemlenen bir diğer önemli husus da ulus devletlerde yoğunlaşmış olan gücün, yavaşça diğer uluslararası oyunculara kaymakta olduğu tesbitidir.(Kayacan,Murad.,s:3,2006)

Bu tesbit ulusal sürdürülebilirliği tartışma konusu haline getirmektedir.

**Uluslararasılaşma :** Uluslararasılaşma gerek iç Pazar daralması gerekse küreselleşmenin doğal sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır. Neredeyse “sürdürülebilirliğin” yegane şartını oluşturmaktadır. Bu nedenle uluslararasılaşmaya kararlı bir firma kendini aşağıda 8 grup halinde tasnif edilen sorular çerçevesinde kontrole tabi tutmalıdır.

### **“İhracata Hazırmısınız ?”**

#### **1) STRATEJİ :**

1. Ülkemizin İkili Ticari Anlaşmalar Yaptığı Ülkeleri biliyor musunuz ?
2. Ülkemizin ihracat için sağladığı destekleri biliyor musunuz?
3. Potansiyel müşterilerinizin kimler olduğunu biliyor musunuz?
4. Ürününüz fiziksel özellikleri açısından rakiplerinizin sağlamadığı avantajlar sunuyor mu?
5. Ürününüzle ilgili müşterilerin talep ettiği teknik gereklilikleri yerine getirebilecek misiniz?
6. Teslimat ve dağıtım ile ilgili bir strateji tespit ettiniz mi?
7. Ürününüz ve firmanız ile ilgili imaj yaratmaya yönelik bir Stratejiniz var mı?
8. Ürününüz ile ilgili bir fiyatlandırma stratejiniz var mı?
9. Ürününüzle ilgili uluslar arası belgeleme yükümlülüklerin yerine getirilmesi planlandı mı?

**2) PAZARLAMA :**

1. Potansiyel pazarınızı inceledinizmi? Rakiplerinizin karşılayamadığı ihtiyaçları karşılayabiliyor musunuz?
2. Uluslar arası potansiyel alıcılara reklam ve promosyon yoluyla ulaşabiliyor musunuz?
3. Fuarlar yoluyla ve bireysel olarak potansiyel müşterilerinize ulaşabiliyor musunuz?
4. Firmanız uluslar arası satış ve kontrat pazarlıklarını yürütebilir durumdamı?
5. Distribütörleri araştırdınız mı ve distribütörlük sözleşmeniz varmı?
6. Satış için tespit ettiğiniz bir INCOTERM ( teslim ve yükleme şekli) varmı?
7. Şirket literatürünü( broşür, katalog, fiyat listeleri,cd) ilgili pazara yönelik hazırladınız mı?

**3) ÜRETİM :**

1. Firmanız potansiyel ihracat taleplerini karşılamaya ne kadar hazır?
2. Ürünlerinizi düzenli olarak aynı kalitede üretecek sistemi kurduunuz mu?
3. Girdilerinizi istedik kalitede, uygun fiyatla ve istenilen zamanda tedarik edebilecek sisteminiz varmı?
4. İhracat siparişlerini zamanında yetiştirebilecek misiniz?
5. Firmanızın averaj üretim maliyeti rakiplerinizle aynı seviyede mi?

**4) DAĞITIM:**

1. Ürünlerinizin paketlemesi/ambalajı konusunda gereklilikleri biliyor musunuz ve bu konuda hazırlık yaptınız mı?
2. Firmanız ihracat işlemlerini halledebilecek durumda mı?
3. Ürünlerin teslimatı için tüm taşıma alternatiflerini gözden geçirdiniz mi?
4. Yükleme/teslimat masraflarınız rakiplerinizinkinden pahalı ise bu dezavantajı ortadan kaldıracak misiniz?
5. Depolama konusunda bir çalışma yaptınız mı?

**5) FİNANS :**

1. İhracat başlamak için ne kadar harcama yapmanız gerektiğini hesapladınız mı?
2. Finans kuruluşlarından destek alabileceğiniz mi?
3. İhracata ayıracığınız güç ve kaynaklarınız yurt içindeki pozisyonunuzu sarsarmı?
4. Farklı şartlar altında karlılığınızı hesapladınız mı?
5. Müşterinizin güvenilirliğini ölçebildiniz mi?

**6) PLANLAMA VE ANALİZ :**

1. İhracat planınız hedef pazarı niçin seçtiğinizi açık bir şekilde açıklıyor mu?
2. Ürününüzün konumlandırmasının ne olacağı planınızda belli mi?
3. Pazarla nasıl iletişim kuracağınız belli mi?
4. İhracat planınız 3-5 yıllık projeksiyonlar içeriyor mu?

**7) KOORDİNASYON :**

1. Talep ve sorulara firmanızda kimin cevap vereceği yetki ve sorumluluk sınırları ile belli mi?

2. Üretim ve dağıtımdan firmanızda kimin sorumlu olduğu tespit edildi mi?
3. İhracat için ihtiyaç duyabileceğiniz personel bulabilmişsiniz?

## 8) GELİŞİM :

1. Yapılan ve yapılacak işleri kontrol etmeye yönelik bir sistem kurdunuz mu?

Bir firmanın uluslararasılaşmaya yönelik kendini tartması anlamına gelecek bu ön hazırlık daha sonra kendini kurumsal yetkinlik değerlendirmesine bırakacaktır. Kurumsal yetkinlik değerlendirmesi Ek 1 olarak çalışma sonundaki Ekler bölümünde yer almıştır.

Uluslararasılaşma “küresel marka” yaratma hedefi ile ancak gerçekleşebilir. Marka rekabeti artık pazarlarda belirleyici olmaktadır. Küresel marka yaratamayan üretici firmalar bu yüzden uluslararasılaşmamaktadırlar. Küresel marka, küresel normların kazanılmasının ötesinde imaj destekli bir küresel kabul görme sürecidir. ( İTO,2004)

### Sonuç:

Ülkelerarası ticaret serbestisi geliştikçe, birçok firma için “aynı hedef kitleye” yöneliş artmakta ve bunun sonucunda da rekabet kendisini daha ağır hissettirmektedir. Rekabeti olabildiğince azaltmanın yollarından biri “dışa açılmak” ve bir diğeri de “üründe yenilik” yaparak hedef kitlenin tatminini artırarak daha sadık müşteri oluşturmaktır.

Firmalar, iç pazar daralmalarına karşılık yurt dışı pazarlara yönelmelidir.

Ayrıca gelişmekte olan ve dış borç yükü altındaki ülkelerde iç üretim sadece iç talep için yapılırsa bir surplus ( artı değer) oluşturulamayacağı için dış borç ödemelerine kaynak bulunmasında zorlukla karşılaşılır. Eğer iç üretim aynı zamanda dış talep için de yapılırsa dış borç ödemeleri için daha kolay kaynak bulunacağı muhakkaktır. Bu açıdan bakıldığında “rekabet gücü kazanımı” ve “dışa açılma” ülkelerin refah seviyelerini belirlemede de kilit rol oynamaktadır. Bu rol sadece surplus ( artı değer) edinme ve dış borç ödeme yeteneğinin artmasında değildir. Aynı zamanda dış talebin karşılanmasındaki süreklilik, üretim firmalarının kapasite kullanım oranlarının artmasına ve buna bağlı olarak da istihdamın artmasına neden olacaktır. Bu zincirleme etki nihayetinde ulusal kalkınmayı da beraberinde getirecektir.

Böylesi önemli bir olgu, asla tesadüflere bırakılmamalıdır. Makro planlamada ülkenin rekabetçi üstünlükleri belirlenerek ihracat eylemleri bir “ihracat stratejisine” dayandırılmalıdır. Ancak ihracat stratejisi bütünü kapsayacak ve yönlendirici olmalıdır. Verilmesi tasarlanan teşvikler stratejiye uygun ihracatçıya verilmeli ve ülkenin “niş” bir pazarda yer alması sağlanmalıdır. Eğer “niş” bir pazarda yer edinebilmiş iseniz bu zaten rekabet gücünüz olduğu anlamına da gelir. Rekabet gücü olan bir işletme, sahip olduğu mal ve hizmeti;

- a) İsteddiği pazarda,
- b) İsteddiği miktarda,
- c) İsteddiği standartta ( kalitede),
- d) İsteddiği fiyatta,

satabilen bir işletme demektir. Aynı tanım ülkeler için de geçerlidir.

## Küçülen dünyada büyümek

Rekabet gücünüz yoksa uluslararasılaşamazsınız ve uluslararasılaşamazsanız gelirini ithal ürünlere yatan bir nevi koloni ülkesi olmaya mahkum olursunuz. Dolayısıyla rekabet edebilmek “her şeydir”.

Ancak ulusal ortamın rekabet kültürünü yeterince beslememesi rekabetin tasarlanması ve yaratılması süreçlerinde imalat sektörünü birikim yetersizliğine mahkum etmektedir . Yereliktan kurtulan firmalar ulusal düzeyde modern işletmecilik teknik ve yöntemlerini uygulamadıklarından küresel pazarlara açıldıklarında küresel rakipleri karşısında dezavantajlı konuma düşmektedirler. Dezavantajdan sıyrılmanın en gerçekçi yolu ise uluslararası standartları ürün/hizmete uyarlamaktan geçmektedir.

### Kaynakça:

1. Dünya Ticaret Örgütü Raporu (WTO) 2000
2. TTK, Md 11
3. Deming,W.Edwards, Krizden çıkış( Out of the Crisis),Arçelik, s:7,1996
4. Porter,E.Michael,Rekabet Stratejisi, Sistem yayıncılık,s.28,2000
5. Uluslararası rekabet için İş Yönetim Sistemi, International Trade Center ( UNCTAD/WTO).s.56.2003
6. Kotler,P, Marketing Management,2.basım,Englewood Cliffs,N.J, Prentice-Hall,1972
7. Uluslararası rekabet için İş Yönetim Sistemi, International Trade Center ( UNCTAD/WTO).s.75.2003
8. Parasız,M.İlker.İktisadın ABC’si,Ezgi Yayınları, 4.Bası,s:99,2000
9. Deming,W.Edwards,Krizden Çıkış,Arçelik, s:125,1996
10. Trade Secrets,KOBİ’lerin İhracat El Kitabı, İGEME,s:30,2000
11. Dinçer,Ömer.Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası,3.baskı,İz Yayıncılık,s:9,1994
12. Drucker,Peter.Gelecek için yönetim,Çevr:Fikret Üçcan. T.İş Bank.Kültür yayn.s:17,1996
13. Mucuk,İsmet.Modern İşletmecilik.Türkmen Kitabevi,14.basım,s:229, 2003
14. Türk Şirketlerinin Küresel Şirket Haline Getirilmesi Yolları, İTO,Yayın No: 60,s:145-146,2004
15. Barutçugil,İsmet Sabit.Üretim Sistemi ve yönetim Teknikleri, 2.baskı,Uludağ Ün.v.Yayını, s:23-26,1982
16. International trade center UNCTAD/ WTO, Management Competence Programme, Guide on Enterprise Competitiveness, ITC,p: 79, 2003
17. Soros,George. Küreselleşme Üzerine,İst.Bilgi Ünvrst. Yayınları,s:2, 2003
18. DTM, Türkiye Dış Ticaret Stratejisi,( 2005-2023), 2005
19. Kayacan,Murad. Küreselleşen Dünyamızda Yeni şirket Gündemi, T.Etik Değerler Merkezi Vakfı,s:3,2006
20. Türk Şirketlerinin Küresel Şirket Haline Getirilmesi Yolları, İTO,Yayın No: 60,s:219,2004

**Ek:1 SME Diagnostic****Company Information**

Can you please fill in the following form as part of our diagnostics of your company? All information will be treated as confidential. If you are unable to answer a question please state "Not known".

(Note. Please tick boxes marked )

Company name	
Interview date	
Interviewer	
Interviewee(s)	
Title(s) of the interviewee(s)	
Chairman	
General manager	
Establishment date	
Type of company	
Where registered	
What type of product(s) or service(s) do you supply	
Structure of the legal or strategic partnerships with foreign companies (if any) and the name of the partners	
Memberships to associations (if any)	
Headquarters address	

Küçülen dünyada büyümek

Factory address	
Telephone (HQ)	
Fax (HQ)	
e-mail	
Website	
Telephone (factory)	
Fax (factory)	

**Sales**

1. What is your total sales figure for the past 12 months: \_\_\_\_\_
2. Over the past 2 years the sales of the company have
  - a. Increased significantly
  - b. Increased marginally
  - c. Stayed the same
  - d. Decreased slightly
  - e. Decreased significantly

3. Who are your top four customers?

Name	% share of your sales
<u>1</u>	
<u>2</u>	
<u>3</u>	
<u>4</u>	

4. What is your share of the market:
  - a. Local \_\_\_\_\_ %
  - b. Export \_\_\_\_\_ %
5. What percentages of your production or services are exported? \_\_\_\_\_ %
6. What regions of Turkey do you operate in:
  - a. All Areas
  - b. Only major cities
  - c. Only rural areas
7. What areas of the World do you export to:
  - a. Europe
  - b. Middle East
  - c. Africa
  - d. India

A.İ.ÖZEROĞLU

- e. Far East
  - f. North America
  - g. South America
8. Do you have your own sales force?
- a. Yes
  - b. No
- If **Yes** how many sales people do you have? \_\_\_\_\_
9. Do you use an Agent or Distributor to sale your goods?
- a. Yes
  - b. No
10. Do you sale through your own retail outlet(s)?
- a. Yes
  - b. No
- If **Yes** how many retail outlets do you own? \_\_\_\_\_
11. How many months of orders do you have?
- a. Less than 1 month
  - b. 1 to less than 3 months
  - c. 3 to less than 6 months
  - d. 6 to 12 months
  - e. Greater than 12 months
12. Who are your main competitors and what are their Strengths and weaknesses and also market share?

Name	Market share	Strengths	Weaknesses

**Marketing**

13. How do you collect marketing information?
- a. Own marketing department
  - b. External marketing source - Commercial
  - c. External marketing source - Governmental
  - d. Do not do any marketing
14. What problems do you encounter when collecting marketing information
- a. No data available for my market
  - b. Information collected is out of date
  - c. Others
- If others please specify \_\_\_\_\_
15. What are your main market sectors? (*i.e. Clothing for 0 – 5 year olds*)

Küçülen dünyada büyümek


16. What media sources do you use to promote your products or service?

- a. Radio/TV
- b. Newspaper/magazines
- c. Exhibitions/Seminars
- d. Posters
- e. Telemarketing
- f. Mail Shots
- g. Others

If others please specify \_\_\_\_\_

17. What response rate do you get from advertising and promotional activities?

- a. Less than 1%
- b. 1 to 5 %
- c. 6 to 10%
- d. Over 10%

## Business Planning

18. What are your business objectives?

19. Do have a business plan?

- a. Yes
- b. No

20. If **Yes** have often do you update your business plan

- a. Once a month
- b. Every Three months
- c. Every Six months
- d. Once a year
- e. Never update

21. What did you last use the business plan for?

- a. For your Bank
- b. For a possible Investor
- c. For a Strategic Partner
- d. To show a major customer
- e. To present to Key employees
- f. For possible Merger/Acquisition
- g. For use by Management team



**Financial**

22. Who looks after or controls your accounts?
- a. Internal accounts department
  - b. Outside accounts agency i.e. Bookkeeper
  - c. Yourself
23. Have often do you do your cash flow forecasting?
- a. Once a month
  - b. Between once a month and six months
  - c. Once a year
  - d. Never
24. Have often do you do check your profit and loss account?
- a. Once a month
  - b. Between once a month and six months
  - c. Once a year
  - d. Never
25. In the past 12 months have you made:
- a. A profit
  - b. A loss
26. What is the average time for your invoices to be paid:
- a. Within 30 days
  - b. 31 to 60 days
  - c. 61 to 90 days
  - d. Over 90 days
27. Have you any long term debtors i.e. *Over 120 days*
- a. Yes
  - b. No
- If yes how many \_\_\_\_\_
28. Does your bank help you to manage your finances?
- a. Yes
  - b. No
29. Do you have an overdraft?
- a. Yes
  - b. No
30. Do you have any outstanding loans?
- a. Yes
  - b. No
- If yes who is your loan with?
- a. A bank
  - b. Family
  - c. Friends
  - d. Other
31. How did you finance your business at the beginning
- a. A bank
  - b. Family
  - c. Friends

Küçülen dünyada büyümek

- d. Other
- e. If other please state. \_\_\_\_\_
32. Do you intend to purchase any major items of equipment within the next 12 months? Yes  No

## People

33. What is the total number of staff within the company
- a. Less than 10
- b. Between 10 and 50
- c. Between 51 and 100
- d. Between 101 and 250
- e. Great than 250
34. What is the percentage split between male and female?
- a. Male \_\_\_\_\_ %
- b. Female \_\_\_\_\_ %
35. What is the average age of your staff
- a. Less than 25
- b. Between 25 and 30
- c. Between 31 and 40
- d. Between 41 and 50
- e. Over 50
36. Who manages your personnel issue?
- a. HR Department
- b. Yourself
- c. Another member of staff
- d. External HR consultant
37. Do you have a high staff turnover
- a. Yes
- b. No
- If yes what is the reason \_\_\_\_\_
38. How do recruit staff?
- a. Through friends or staff
- b. Advertise
- c. Recruitment agency
- d. Recruitment consultant

## Customer Service

39. Do you have a customer care programme Yes  No
40. How many queries or complaints have you had about your products or services in the past 12 months? \_\_\_\_\_

41. How many complaints about your employees have you received in the past 12 months?  
 42. How many damaged or faulty goods returned have you received in the past 12 months?  
 43. What is the average time does your company take to fulfil orders? \_\_\_\_\_  
 44. How often do you carryout out customer audit checks? \_\_\_\_\_

**IT**

45. Does your company use any IT equipment? Yes  No

If **Yes** go to question 41

If **No** please explain why your company does not use any IT. \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ Then go to next section.

46. What type of IT equipment and software does your company have?

- a. Hardware
- i. PCs
  - ii. Networks
  - iii. Modems
  - iv. ADSL
  - v. ISDN
  - vi. Backup systems
  - vii. UPS
- b. Software
- i. Windows97/2000/XP
  - ii. Windows 2000 or Windows 2003 server
  - iii. Microsoft® Windows® Small Business Server
  - iv. Microsoft Office
  - v. Microsoft Access
  - vi. Microsoft Outlook
  - vii. Microsoft Exchange
  - viii. Microsoft SQL Server
  - ix. Computer Aided design software
  - x. Graphics design Software
  - xi. Anti Virus Software
  - xii. Firewall

47. Do you have a company website? Yes  No

If **Yes** what languages do you have available on the website? (Tick all available)

- a. Turkish
- b. English
- c. French
- d. Spanish
- e. German
- f. Others

**Standards**

48. Do your company have quality standards? Yes  No

Küçülen dünyada büyümek

- a. If yes which ones:
- b. TSE
- c. ISO 9000   
CE Marketing
- d. Others please state

**Training**

49. Do you have your own training department? Yes  No
50. Do you use an external training agency? Yes  No
51. Do you have a training policy for your company?
- a. Yes
- b. No

52. In the past 12 months what training courses have you provided your staff?
- a. IT
  - b. International Marketing and exporting
  - c. Strategic planning
  - d. Marketing skills
  - e. Financial management
  - f. Purchasing and supplier management
  - g. Quality control
  - h. Production management
  - i. Human resources management
  - j. Other
- If other please specify. \_\_\_\_\_

### Future Prospects

What do you consider the most important things to the growth of your company?

(Can you put the following list in order of priority – 1 is the most important 10 is the least important)

- a. Reduction in state regulation \_\_\_\_\_
- b. Increased Governmental support \_\_\_\_\_
- c. Economic stability \_\_\_\_\_
- d. Better credit facilities \_\_\_\_\_
- e. Improved company planning \_\_\_\_\_
- f. Better HR management \_\_\_\_\_
- g. Improved manufacturing processes \_\_\_\_\_
- h. Increased export markets \_\_\_\_\_
- i. Better quality management of the company products \_\_\_\_\_
- j. Improved customer service \_\_\_\_\_

### Manufacturing

(Only answer this section if you are a manufacture)

53. Where do you obtain your raw materials for manufacturing?
- a. Locally sourced
  - b. Imported.
- If you import materials what % are they of the total materials used in your product. %
54. Are the materials delivered:
- a. Just in time for production
  - b. Delivered before actually needed for production
55. Do you have spare production capacity?
- a. Yes
  - b. No

If yes what % production capacity do you have spare \_\_\_\_\_ %

56. What is the most important thing that effects your production?

(Can you put the following list in order of priority – 1 is the most important 6 is the least important)

- a. Late delivery of materials \_\_\_\_\_
- b. Equipment down time \_\_\_\_\_
- c. Capacity limit of the production lines \_\_\_\_\_
- d. Not enough skilled operators \_\_\_\_\_
- e. Escalating costs of energy \_\_\_\_\_
- f. Quality problems with finished product \_\_\_\_\_
- g. Other please specify \_\_\_\_\_

### Other Comments

Please add any further points about your business that are not included in the above questions.

---

---

---

---

---

### Exports

57. If the company hasn't actively exported to date, what are the main reasons?

- a. Local business is too good
- b. Management not interested
- c. Inadequate capital/cash flow
- d. Too risky
- e. Too busy, not enough staff
- f. Don't know how to export
- g. Not enough information
- h. Too expensive

58. If the company is now more interested in exporting what are the main reasons?

- a. Offset weak domestic market
- b. Management more keen
- c. Follow competition
- d. Have the resources to do it properly
- e. Fill unsolicited orders
- f. Know more about how to do it
- g. Increase sales/profits
- h. Diversify market base

59. Does the company management want exports to become a significant part of the company business?

- a. Definitely
- b. Perhaps
- c. Not yet

60. Is management willing to allow time to achieve export results?

- a. Willing to wait
- b. Need short term pay back

61. Has the product ever attracted unsolicited inquiries from abroad?

- a. Many
- b. Some
- c. None

**AND IF SO:**

a. Did you attempt to follow up with the inquiring firms? YES  NO

b. Did any exports result from these inquiries? YES  NO

62. In order to compete abroad would the company be willing/able to:

- a. Modify the product design YES  NO
- b. Modify the product packaging YES  NO
- c. Change the sales literature YES  NO

63. Is your product easy to transport?

YES  NO

64. Does the product require user training to assemble, install or operate?

- a. Extensive training
- b. Some training
- c. None required

65. Does the product require technical support or after sales service?

- a. Extensive support or service
- b. Some support or service
- c. None required

66. For export operations would you be willing to:

- a. Analyse the potential market for your product
- b. Develop a formal market entry plan

67. Given your current financial position how much could you commit to export development?

- c. \$1,000 - 10,000 per year
- d. \$10,001 - 500,000 per year
- e. Over \$50,000 per year
- f. No funds available

68. Could you increase production without straining resources or sacrificing existing business? YES  NO

69. Do you currently have staff with International experience?

- a. Export management
- b. Overseas marketing
- c. Academic export training
- d. Overseas travel experience
- e. Fluency in a foreign language
- f. Little or no real experience

# How World War II Shaped the Art and Literature?

Nurgül Sarsılmaz<sup>1</sup>

Kemalettin Yiğiter<sup>2</sup>

## Özet

İkinci Dünya Savaşı, kültürel alanda etkili olmasının yanı sıra özellikle sanat ve edebiyat alanında büyük değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu çalışmada, II. Dünya Savaşı'nın sanat alanında Birinci ve İkinci Kuşak Soyut Dışavurumculuk; edebiyat alanında ise *Madde-22* romanı üzerindeki temel etkileri incelenmektedir. İlk bölüm, resimlerin üretildiği ve romanın yazıldığı dönem olan İkinci Dünya Savaşının tarihi alt yapısı hakkında bilgi verir ve çalışmanın yöntemini açığa kavuşturur. Daha sonraki bölümler ise, savaş döneminin tarihi altyapısı, kültürel yönleri, insan psikolojisi ve felsefi etkilerini, Birinci ve İkinci Kuşak Soyut Dışavurumculuk ve *Madde- 22* romanı üzerinde birleştirerek ele alır. Sonuç bölümü ise, makalenin amacını sunar ve savaşın etkilerini tekrardan göstererek onun sonuçlarını sanat eserleri ve *Madde-22* romanı üzerinde sunar.

**Anahtar Kelimeler:** İkinci Dünya Savaşı, Karakter, Soyut Dışavurumculuk, Biçim, İçerik

## İkinci Dünya Savaşı Sanatı ve Edebiyatı Nasıl Şekillendirdi?

## Abstract

The Second World War led to major changes in the cultural field as well as being effective especially in the field of art and literature. In this study, the effects of World War II on art are handled by examining the First-and Second-Generation of Abstract Expressionism and also the impact of it is examined by focusing on the novel *Catch-22*. The first chapter gives information on the historical background of the World War-II period which the paintings were produced and the novel was written, and clarifies the aim and methodology of the study. The following chapters analyse the historical background, cultural aspects, human psychology, philosophical influences of the war by combining their impact on First and Second Generation of Abstract Expressionism and the novel *Catch-22*. The conclusion presents the aim of the article and depicts the impact of the war and its conclusions over the works of art and *Catch-22*.

**Keywords:** WWII, Character, Abstract Expressionism, Style, Theme

## I. Introduction

With the drop of atomic bomb in Hiroshima and Nagasaki, nothing was the same anymore all over the world. As many countries were devastated enormously, America was, probably, the only nation to get profit from the war. From blue jeans, Coca-Cola, Mcdonalds to economical, political and cultural spheres, directly or indirectly, the world was under American influence. American supremacy was also valid and suitable for the artistic arena. Europe was under the

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Nurgül SARSILMAZ, ABMYO Yabancı Diller

<sup>2</sup> Prof.Dr. İstanbul Aydın Üniversitesi Rektör Yardımcısı



dominancy of dictatorships and artists, intellectuals were not free to produce their works. Many artists and writers found salvation in flight to the United States. Thus, Paris lost its prominence and New York became the center of art. However, it was not only European artists who caused the rise of the art in America. Political, economical, cultural and philosophical developments within the nation were also forming the background of the artistic outputs. All of these developments shaped the works of artists and writers, and inspired them to create their distinctive styles. The artists called their artistic genre, generally, as “Abstract Expressionism” and divided it into many sections. First generation of Abstract Expressionism including sub-genres of Action Painting and Color-field painting was representing hardly-painted works which were carrying the traces of war heavily. Whereas, the follower of Second Generation, consisted of mostly women painters, reduced the traces of war in their works. The writers were another group that really felt the oppression of the war. Joseph Heller’s *Catch-22* created a big sensation in the country in terms of reflecting the devastating effects of WWII on people. Additions to the effects of the Second World War, traces of the Korean War were the sensational elements that changed the direction of literature and Abstract Expressionism to a sharper point. Thus, it can be put forward that after the devastating end of the Second World War, historical events, cultural developments and philosophical influences, which affected the psychology of people, gave way to the birth of a new genre in art and shaped the content of the literature. First Generation of Abstract Expressionism, with the follower of second generation was the distinctive artistic innovations that shaped the painting; *Catch 22* was also the work which reflects the effects of WWII on characters, theme and style.

## **II. BIRTH OF AMERICAN ART: first generation of abstract expressionism**

The most obvious characteristic of American painting since 1944, the end of the Second World War can be considered as the trend toward abstraction, which causes the each artist to develop a highly personal and unique style of painting. When Paris fell into the Nazism in 1940, during the Second World War, the center of the global art was suddenly cut off from the rest of the world. Leading European artist, many of them surrealist, fled to America and New York became the international art capital. “The awareness of being at the center of the international art scene gave the American modernists a sense of confidence and encouraged them to stop imitating imported traditional genres of cubism, surrealism, fauvism and impressionism. They directed American painting into new methods of exploration” (Adams 213). They turned their vision and insights in an ambition for new values. They rejected the formalist approaches, which narrowed their interpretations in terms of style and content. They assimilated themselves from the traditions, avoid repeating exhausted ideas and looked for fresh directions.

The “zeitgeist” of the post-war era was, also, influential in the birth of pure American painting, Abstract Expressionism. The younger man in the army, who saw the great collections of Europe, associated themselves with the great arts of the old times. They wanted to develop a distinctive art aftermath. The horror, waste, and tragedy of war made it difficult to glorify man and his work, therefore; American painters wanted to depict disillusion and disbelief in traditional institutions. As the American painter Barnett Newman said:

Artists of that generation felt the moral crisis of a world in shambles, a world devastated by a great depression and a fierce world war, and it was impossible at that time to paint the kind of painting that we were doing -flowers, reclining nudes, and people playing cello... This was our moral crisis in relation to what to paint. (Arnason 437)

Under the influence of Cold War paranoia and national McCarthyism hysteria, the artists faced a crisis in their works. In order not to be accused of being communists, they censored their paintings. Rather than creating concrete images, they leaned toward abstraction to reflect their messages to the masses. With the help of existentialism and sub-conscious theory of Freud, they sought to externalize their internal psychological reality via abstraction. Each artist wanted to form his own style by following his sub-conscious thoughts, ideas, feelings and motivations. The abstract expressionists left formal compositions and representation of real objects. They associated their own unique style with their individuality. They emphasized on instinctual elements and depicted the effects of the physical action of the painting on canvas. Each artists of the New York School were developing distinctive formal styles, vocabularies. For instance, as Mendelowitz says:

Jackson Pollock was forming his works by dripping paint on canvas, while Willem de Kooning was interlacking biomorphic forms. Mark Rothko invented his own signature motif of using two or more rectangular clouds of color in vertical canvas and Barnett Newman is recognized by his narrow vertical line or “zip” which transected broad fields of color. (548)

They painted their works freely; their abstractions were dictated by the natural movements of the hand, shapes of the brushes and texture of the paints. “Abstract Expressionist painters were the artists who risk spoiling a canvas to say something in their own way” (Seitz 155). They relied on their own particular experiences and visions, which they painted as directly as they could. They refused to set limits on the emotional content of their painting no matter how ambiguous, irrational and undecorative they are. They, also, rejected pictorial elements that resemble machine made works. Accurately forms that look as if they were drawn by the helps of mechanical devices such as ruler, and unpsychological colors were disregarded by the Abstract Expressionists.

In the genre of Abstract Expressionism, there is no single leading figure or pioner who painted what first. It is accepted that most significant qualities of artists’ work embody artistic identities that spring from individual’s efforts; yet there are also external factors that shape them. The Abstract Expressionists, infact, formed a loose community, meeting frequently in each others studios and homes, in certain restaurants, bars and galleries. They followed each others’ work closely and everybody knew who was painting what, why. However; they never created a consensus about how to paint. They, generally, agreed that past elements and styles were no longer valid and it was that they did not want to paint. Their distinctive styles shaped expansion of the American painting and caused the birth of two sub-tendencies of Abstract Expressionism: “action painting or gesturalism” and “color- field painting”.

### **A. Action Painting- Gesturalism**

Action Painting, one of the significant steams of Abstract Expressionism, is a product of the post-war period, in which psycho analysis and mechanical equipments were developing. The term action painting was coined by art critic Harold Rosenberg in 1952, in his article “The American Action Painters”. In this article, he mentioned that:

At a certain movement the canvas began to appear one American painter after another as an arena in which to act rather than a space in which to reproduce, redesign, analyze or express an object, actual or imagined. What was to go on the canvas was not a picture but an event. (129)

The nature of painting had shifted from a space for picturing things to an arena in which to act. "Action Painters" stress direct performance, so that the observer can respond to the movements whereby the painting was created. The medium and the tools that are used in the paintings have an important role since they facilitate, inhibit and to a degree, control the painting activity. Frequently, the action painters start out without guide or plans beyond their instincts. The painting develops from the painters' continued power to invent, improve and expand. When the painting is completed, it reflects the pure expression of the artist's creativity; reflection of his inner sight in a mixed, crazy like interactions of color, line, tone and action. As Sandler emphasized, "they believed that if, during the direct process of painting, they followed the dictates of their passions, the content would finally emerge" (93). Just as brush strokes are significant aspect of Gesture Paintings, painters developed characteristic methods of applying paint. They dripped, splattered, roled and threw paint on to their canvases; with the result that the final image reflects artist's activity in the creative process.

As a reaction to these unconventional methods of action painters, many people criticized and mocked their works. Norbert Lynton talked about those conditions with those words:

There were people who threw the paint on the canvas from a distance, rode bicycle on the fields of works; marked a bag of paint above the surface of canvas and blew up it immediately; rolled a bodily painted nude woman on the material; and used their children to drop paint on their work. (135)

However, despite all these reactions and criticisms, action painting became an admired artistic genre and was followed by many American artists such as Jackson Pollock and Willem de Kooning.

## **B. Colorfield Painting**

Another significant stream of Abstract Expressionism is the color-field painting. It refers to expansion of colors to a flat surface in contrast to the domination of lines in action painting. In order to maximize the visual impact or the immediacy of colors, the color-field painters including Mark Rothko, Bernard Newman, Clifford Still, found that they had to apply colors in large expanses to draw attention. They eliminated figuration and symbolism, simplified drawing and gesture and suppressed the contrast of light and dark colors in the paintings. They wanted to create a unified area where the chromatic intensity is equal. They asserted that "We favour the simple expression of the complex thought. We are for the large shapes because it has the impact of the unambiguity. We wish to assert the picture plane. We are for flat forms because they destroy illusion and reveal truth" (Arnason 446). Drawing was important to color-field painting. However, making so simple paintings was disadvantageous because any mistake in it was easily visible and would destroy the picture. The intentions of the color-field painters were visionary. They applied the color in an open area, which overwhelms the eye with immediacy; shocks the viewer. Simple, indefinite and large expanses produced an "effect of infinity" in the works of color-field painters. To intensify the sense of boundlessness they favoured closely valued colors, avoided a sharp transitions in drawing. Goldwater expressed his views about that situation "a simplification of technique and an omission of all detail, a deliberate suppression of nuance and overtone... (could lead to) a single, undifferentiated overwhelming emotional effect" (Sandler 153). The color-field painters carried this tendency to an extreme in the history of art. The leading member of this genre is Mark Rothko whose works can be examined from many aspects.

### III. The Second Generation Of Abstract Expressionism

With the successful arise of New York School, artists who developed distinctive styles through abstraction, New York became an important art center. From small towns and college campuses, young artists came to New York in the fifties to be near their new heroes, de Kooning and Pollock. As the leading figures of the First Generation of Abstract Expressionism were meeting frequently in the “Club”, an organization they founded in 1949, they invited the new artists to their round table discussions. The Club was male dominated; however, the wives of the artists, Lee Krasner, Elanie de Kooning and many other women, including Helen Frankenthaler, Joan Mitchell and Grace Hartigan were invited to attend. Thus, a Second Generation of Abstract Expressionism, dominated mostly by women, was ascending on the shoulders of the first. Basically influenced by the works of First Generation, these artists had different qualities. Since they were women, their works were lyrical and softer. They did not face with the brutality of the hot war as the male artists who had attended to the army and been to Europe. Thus, their works did not include a sense of angst and tragedy as the first group. They began to return to recognizable subject matters of landscape, figure and life, which are reflecting the hopeful, wishful and optimistic point of views. Their avant-garde paintings were showed at the art galleries of New York and like the First Generation, “they created cooperatives such as Jane Street, Tanager, Hansa and March to meet and discuss their art” (Rubinstein 279). Joan Mitchell was the one who primarily reflected the effects of the war on his painting.

### IV. Impact Of World War II On Literature

Apart from painting, the literature was another field that affected by the war itself. As Gray told “By the close of the Second World War, the mood had changed” (87). The U.S.A converted into the most influential nation on earth. Although other nations involved in the war invested billions to reconstruct their cities and their industry, American economy was increasing by leaps and bounds. As a consequence of those developments, war became the main subject matter in literature. As Rainer Puster expressed in his book “ It is not surprising that a war of such magnitude was very often represented in literature” (Puster 12). He also adds “In the United States alone (...) more than four hundred novels about the war published (between 1945 and 1973) (Puster 11). Some of these novels were related to adventures or propaganda; the novels did not try to give reader perspectives about life and war started to be in the focus of literary works. The use of abstract words lost their value in this new world, the writers tried to use a clear and basic language as Hemingway. Since the post-war authors noticed the existing values in literature, most of the audience thought there was a huge transformation in literature. As Jason and Graves mention in *Encyclopedia of American War*:

Post-war novels were neither formally nor thematically innovative nor did they have the wide and powerful effects on their audience that many novels about the previous war could achieve. There is some truth to this change, as the first generation of WWII authors did not feel an immediate need to look for new and adequate forms of literary discourse. (297)

Most of the writers were against the war. Instead of mentioning the war to the reader directly, they preferred to give clues, use words which remind the reader war and thus they made them realize that there was a war outside. Ellen Fitzgerald points about that in the book of *Literature at War* “On

the whole (...) the novelist of the Second World War rebelled against the war in much more limited ways than their predecessors had against the First World War (...) (Puster 12). Post-war writers dealt with every piece of problem in life. "The absurdity of every day life has had a deep impact on the narratives. This absurdity is believed to create the concept called "mass society" (Puster 40). As it is mentioned in the previous lines of the study, the "mass society" is one of the terms that occurred in post-war era and became the subject matter of the novels. It was the period that people began to buy more than they needed, which gave way to the emergence of consumer culture and mass culture. "Mass society" was first used by American social and literary critique Irving Howe in his article called "Mass Society and Postmodern Fiction" Howe explains the term "mass society":

A relatively comfortable society, half welfare and half garrison society in which the population grows passive, indifferent and atomized; in which traditional loyalties, ties and associations became lax or dissolve entirely in which coherent publics based on definite interests and opinions gradually fall apart; and in which man becomes a consumer, himself mass-produced like the products, diversions and values that he absorbs. (Howe 1992:24)

Howe also clarifies how American writers reflect the individual and mass society as follows "They preferred to reflect American life not through realistic portraiture but through fable, picaresque, prophecy and nostalgia (Howe 26). As a result of WWII, post-war writers (post-modern writers) had difficulty in comprehending the reality, time and the changing values. Thus, they produced works where there is no limitation on time, place and characters. Ronald Sukenick in his novel *The Death of the Novel and Other Stories* points out that:

Reality doesn't exist, time doesn't exist, and personality doesn't exist. God was the omniscient author, but he died; now no one knows the plot, and since our reality lacks the sanction of a creator, there is no guarantee as to the authenticity of the received version. (Sukenick 2003: 41)

The idea of "loss of faith" changed the fact that reality is a relative and questionable subject. Furthermore, what people perceive as "real" is radically shaped, exaggerated or filtered by the works of literature. As a result, loss of distinction occurred between the real and the imagination. Thus, "The real can be reproduced an indefinite number of times" (Elliott 2000:2). Second World War also affected the style of literature and fragmentation of time, structure and character became as an influential device in the literary works. Writers started to use it in order to unify the non-linear narrative. According to Peter Barry:

"Fragmentation is an exhilarating, liberating phenomenon, symptomatic of our escape from the claustrophobic embrace of fixed systems of belief. In other words, the modernist (pre-war writer) laments fragmentation while the postmodernist (post-war writer) celebrates it". (84)

Crucial historical events, shaping the American history such as World War II, The Vietnam war and the Cold War period were criticized in both alternative contexts and forms. War also led to the use of forms such as parody, pastiche, and burlesque in literature.

#### A. *CATCH-22* by JOSEPH HELLER

*Catch 22*, which was written by Joseph Heller in 1961, is a fictional novel that reveals the perversions of the human character and society. It also addresses to the different tastes of people. As Bloom puts forward:

*Catch-22* obviously appeals to the student who beneath his complacency and hipster frigidity is very confused and afraid. It appeals to the sophisticated Professional the educator, lawyer, professor-who must work at something he cannot fully trust. It appeals to the businessman who does not really believe that his empire primarily serves the public good. It certainly appeals to all the new professionals- the advertisers, publicity men, television writers-whose world is little different from the absurd one Heller presents. (22)

It also portrays the feeling of the counter culture in America. Heller satirizes war and its values as well as using the war setting to satirize society at large in *Catch-22*. The reader can also come across with the events such as the Korean and Vietnamese Wars in the novel.

Although it is considered as one of the signature novels of the 1945s, Robert Merrill puts forward that “*Catch-22* is a novel which tells the issues of 1960s and 1970s” (Merrill 43). However, when the novel is closely read, the effects of the Second World War over people can be seen easily. He also depicts the effects of the war over people with the usage of different characters. Furthermore, Heller uses implications about the real reason of the war and wants the reader to see that WWII broke out, because of the competition between capitalism and communism. Bloom explains the reason of giving this title to this book like these:

*Catch-22* is the unwritten law which empowers the authorities to revoke your rights whenever suits their cruel whims; it is, in short, the principle of absolute evil in malevolent, mechanical and incompetent world. Because of *Catch- 22*, justice is mocked, the innocent are victimized. (4)

The Nation, which is a weekly magazine in the United States, also summarizes the book with those words “Below its hilarity, so wild that it hurts *Catch-22* is the strongest repudiation of our civilization in fiction to come out of World War II. (Bailyn, 69)

## V. Conclusion

In conclusion, American art experienced enormous changes throughout the history. Until the 1940s, it was under the pressure of European styles. However, the Second World War changed the balances and caused the birssth of a pure American art, Abstract Expressionism which is away from old traditional genres. Influenced by the “zeitgeist” of the American society, their sub-conscious feelings, social experiences, psychological conditions, each artist developed their distinguished styles. To reflect the effects of war and criticize it, they followed different methods of applying paint. First Generation of Abstract Expressionists including Jackson Pollock, Willem de Kooning, Mark Rothko and Barnett Newman used either thick layers of paint, broad fields of color or straight lines to form their works. Their paintings were carrying hard brush strokes since they felt the effects of the war more intensely in the forties. On the other hand, the Second Generation artists, Joan Mitchell and Helen Frankenthaler reflected the after math atmosphere with their softer lines, symbolic usage of colors, and shapes. Sub-conscious feelings, existentialist philosophy, alienation, distortion, escape of reality, dehumanization, loss of sense of faith, reaction, absurdity and ambiguity were the main subjects of all these already mentioned artists of Abstract Expressionism.

Toward the end of 1950s, American art of Abstract Expressionism began to lose its effectiveness. Thereafter, the literature started to reflect the effects of WWII with its content, style and characters. Every piece of literature, especially novel, put the war on the centre of their work.

There was a belief among people “For everybody after Pearl Harbour, it was a war we wanted to fight- a war we knew we had to win” (Gregson 11). While this strong belief was dominating the country, it was inevitable for the writers to mention about war. Heller supported this point of view by those words “the war is a perfect objective correlative, as it was for Hemingway in a Farewell to Arms” (Bloom 88). They tried to remind the reader that there was a war outside. They preferred to depict life through fable, picaresque, prophecy and nostalgia.

Most of the novels mention about some of the terms which gain importance after WWII. Individualism, mass society, capitalism, dehumanization, fragmentation in time, language and events, broken reality or distorted reality were some of the concepts that really changed the structure of all works of literature. In this study, Joseph Heller’s novel *Catch-22* was handled and Yossarian was chosen as the protagonist of the novel. He was one of the characters or representative of the post-war era who rejected the social norms, and tried to stay alive for the sake of him. Heller depicted him different than the conservative society of the 1950s. Shortly, he was the man who tried to create his destiny by denying the existence of God and religion. He could not dare to be one of the “mass societies”. Heller tells about that “Yossarian was willing to be the victim of anything but circumstance” (Heller 4). As well as individualism, capitalism also gained importance with the WWII. Since post-war caused the American nation develop their industrialization, the competition among the factory owners increased. The competition was defined by famous critics like “survival of the fittest”. Each factory started to present more attractive advertisements to sell their products. Heller reflected this capitalist side of the period via Milo. He was the one who marketed his products with more profit. While the individualism and capitalism were gaining importance in the country, their effects over people were negative. They caused to the birth of a new term named “dehumanization”. Most of the writers chose characters that have the characteristics of dehumanization. The soldiers in *Catch-22* are an example for this situation. They were reflected like animals or machines. In some of the chapters, Heller resembles characters to “bird, rat or snake”. Shortly, he assumes them as the “deadly creatures”. Lastly, post-war writers use fragmentation in their works. Since they believe the society or character live in a troublesome era, they could not belong to anywhere. Thus, Heller uses fragmented language, time and events to show this disconnection of these characters. In conclusion, not only the painters but also the authors of the period could not stay impotent to the destructive and negative effects of the war and reflected them to their works.

## REFERENCES

### Primary Sources

- Bailyn, Bernard. *The Great Republic: A History of the American People*. New York: Little Brown, 1977.
- Bloom, Harold Joseph. *Heller’s Catch-22*. New York: Infobase Pub, 2009.
- Heller, Joseph. *Catch-22*. New York: Simon & Schuster, 1989

### Secondary Sources

- Adams, Laurie Schneider. *A History of Western Art*. 3rd Ed. New York: The Mc Graw-Hill Companies, 2001.

How World War II Shaped the Art and Literature?

- Arnason, H. H, and Marla F. Prather. *History of Modern Art: Painting, Sculpture, Architecture, Photography*. 4th ed. New York: Harry N. Abrams, Inc pub, 1998.
- Barry, Peter. *Beginning Theory: An Introduction to Literary and Cultural Theory*. The USA: Manchester University Press, 2002.
- Elliott, Anthony. *Social Theory*. USA and Canada: Routledge, 2010.
- Gray, Richard. *A History of American Literature*. The USA: Blackwell Pub, 2004.
- Gregson, Ian. *Character and Satire in Post-War Fiction*. Great Britain: Anthony Rowe Ltd, 2006.
- Howe, Irving. "Mass Society and Post-Modern Fiction." Klein 124-41.
- Jason, Philip K and Graves, Mark A. *Enclopedia of American War Literature*. The USA: Greedwood Press, 2000.
- Lynton, Norbert. *Modern Sanatın Öyküsü*. Trans. Cevat Çapan, Sadi Öziş. 2. Basım. Ankara: Remzi Kitabevi, 1991.
- Merill, Robert. *Once More from the Beginning*. The USA: Macmillan, 1965.
- Mendelowitz, Daniel M. *A History of American Art*. USA: Holt Rinehort and Winston Inc, pub, 1961.
- Puster, Rainer. *Literature at War*. Germany: Auflage Press, 2007.
- Rosenberg, Harold. *The Tradition of the New*. The USA: Da Capo Press, 1994.
- Rubinstein, Charlotte Streifer. *American Women Artists: from Early Indian Times to the Present*. New York: G.K Hall and CO. Pub, 1982.
- Sandler, Irving. *The Triumph of American Painting: A History of Abstract Expressionism*. New York: Praeger pub, 1970.
- Seitz, William C. *Abstract Expressionist Painting in America*. The USA: Harvard University Press, 1983.
- Sukenick, Ronald. *The Death of the Novel and Other Stories*. The USA: The Dial Press, 1969.



# Meslek etiği kapsamında yazılı basındaki soruşturma haberlerine eleştirel yaklaşım

Olcaı Uçak<sup>1</sup>

## Özet

Özellikle 2007 yılından sonra basında gündeme gelmeye başlayan soruşturmalar ve soruşturmaya uğrayan kişilerle ilgili haberler, etik ilkeler, insan hakları ve basın özgürlüğü konularında tartişmalara neden olmaktadır. Bu çalışmada, yazılı basında yer alan soruşturma konulu metinlerin, etik ilkelere ve insan haklarına uygunluğunun, seçilen örneklem kapsamında araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaçla öncelikle söz konusu gazetelerden seçilen metinler kapsamında, ifade biçimleri ve haber dili özellikleri haber analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Bununla birlikte metinlerdeki ifadelerin basın özgürlüğünü sınırlayan konulardan olan insan haklarını gözeterek yazılıp yazılmadıkları araştırılmıştır. Ayrıca, insan haklarını dikkate alarak yazılan haber metinlerinin basının objektifliği konusundaki önemi vurgulanmış; insan haklarının yazılı basında gözetilmemesi durumunda ortaya çıkabilecek sonuçlar tartişılmıştır. Sonuç olarak çalışmada basının, yasalarla sahip olduğu özgürlük hakkını, etik ilkeleri ve insan haklarını gözeterek değerlendirmesinin evrensel gereği vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İnsan hakları, masumiyet karinesi, medya, etik.

## Critical approach to the inquiry news ofprint- based within the scope of professional ethics

### Abstract

Especially after 2007 the investigations which began to come on the agenda in the press and news about people who subjected to investigation, ethical principles, human rights and press freedom issues cause controversy. In this study the compliance with ethical principles and human rights of the investigation on the texts written in the press have been aimed to investigate within the scope of the selected sample. For this purpose, within the scope of the selected sample from primarily newspapers in question, forms of expression in texts and news language features have been examined, using news analysis. However, the statements in texts have been investigated whether they are written respecting human rights issues that limit the freedom of the press or not. Furthermore, news texts, typed taking the human rights into account, have been highlighted the importance about the objectivity of the press; the results that may arise in the case of not being observed human rights in the print media have been discussed. As a result, in the study , respecting the right to freedom being had by law, the ethical principles and human rights, the universal requirement of the assessment of the press, has been emphasized.

**Key Words:** Human rights, presumption of innocence, media, ethic.

<sup>1</sup> Yrd. Doç. Dr. olcayucak@aydin.edu.tr

## Giriş:

Yazılı basın haber örneklerini değerlendiren haber analizi araştırmasının amacı; metinlerde hukuk devletinin en önemli göstergelerinden biri olan ve insan haklarının hukuksal anlamda ifadesi anlamına gelen kavramların kullanılış biçimlerini tartışmaktır. Bu amaçla gazetelerdeki soruşturma metinleri, seçilen örneklem kapsamında incelendi.

Bu kapsamda Türk basınında yer alan medya gruplarını temsil edecek şekilde iki gazete, Hürriyet ve Zaman seçilerek, bu gazetelerden alınan haber örneklerinin söylem ve içerik analizi yöntemleriyle haber analizleri gerçekleştirildi. Haber analizi yapılan gazetelerin seçimi, 2008 yılında konu ile ilgili haber sayılarının tespit edilmesinden sonra en çok haber çıkan, 2008 Temmuz tarihli, gazetede ki haberlerin üç günde bir tesadüfi örneklemle seçilmesinden sonra yapıldı. Hürriyet gazetesinde 2008 Temmuz'unda konu ile ilgili 373 metin tespit edildi, bunların 239 adet haber, 128 yorum, 5 röportaj ve 1 araştırmadan oluştuğu görüldü. Zaman gazetesinde 2008 Temmuz'unda konu ile ilgili 411 metin tespit edildi, bunların 360 adet haber, 46 yorum, 4 röportaj ve 1 fotoğraf altı yazısı olduğu görüldü. Her iki gazetenin haber analizleri için W. Lawrence Neuman, "Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar" kitabında belirtildiği gibi, yaklaşık 1/5 oranında yapılan bir örneklem seçimiyle elde edilen, haber inceleme rakamı 75'er olarak sınırlandırıldı (Neuman, 2008, 466).

Yöntem uygulamaları için model olarak Editörlüğü'nü Prof. Dr. Şengül Özerkan'ın yaptığı "*Haber Analizi ve Arşiv İncelemeleriyle Türkiye'de 9 Gazete*" isimli kitap ve yapılan haber analiz çalışmaları ile Prof. Dr. Şengül Özerkan'ın "*Haber Araştırmalarında İçerik Analizi ve Söylem Çözümlemesi Uygulamaları*" makalesi dışında, çalışmada ayrıca Orhan Gökçe'nin "*İçerik Analizi Kuramsal ve Pratik Bilgiler*" kitabından, W. Lawrence Neuman'ın "*Toplumsal Araştırma Yöntemleri*" (2008), içerik analizi ölçüm kodlama ilkelerinden yararlanıldı.

Karşılaştırma Örneği: Çalışmanın niceliksel incelemesine geçmeden önce her iki gazeteden birer metin karşılaştırıldığında, gazetelerin bakış açılarındaki farklılıklar ile kullandıkları ifade tarzı ortaya çıkmaktadır.

Metin :1/ Hürriyet/Gündem/01.07.2008/ DHA- "Ergenekon'da 5 perde"

Metin :2/Zaman/ 1.7.2008/ "Şener Eruygur, Hurşit Tolon, Mustafa Balbay ve Sinan Aygün Gözaltında"

Cümle 1: Hürriyet: "*Ümraniye'de bir gecekondu da 12 Haziran 2007'de ele geçirilen el bombalarına ilişkin başlatılan soruşturma genişleyerek devam ediyor.*"

Bu cümlede seçilen temanın öznesi olayı doğrudan anlatmaya ve olayla ilgili gelişmeleri hatırlatmaya yardımcı olacak biçimde "Ümraniye'de bir gecekondu da 12 Haziran 2007'de ele geçirilen el bombalarına ilişkin başlatılan soruşturma"dır.

Cümle 1: Zaman: "*Ergenekon terör örgütü soruşturması kapsamında aralarında eski 1. Ordu komutanı emekli orgeneral Hurşit Tolon, eski Jandarma Genel komutanı emekli orgeneral Şener Erurgur, Cumhuriyet gazetesi Ankara Temsilcisi Mustafa Balbay, Tercüman Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ufuk Büyükköçbeği ile Ankara Ticaret Odası Başkanı Sinan Aygün'ün de bulunduğu 25 kişi gözaltına alındı.*"

Cümleler yüklemeleri açısından incelendiğinde; Hürriyet 1.cümlede olayı anlatmak, açıklamak amacıyla seçilen "(devam) ediyor" yüklemi geçişsizdir ve fiziksel olmayan, gözle görülmeyen, bir durumu açıklamak amacıyla kullanılan, soyut bir ifadedir. Zaman'da 1.cümlede olaydaki kişilerin özne olarak seçildiği ve o kişilerin önemi ile yüklem bağlantısının yapıldığı; "(gözaltına) alındı" yüklemi ile belirtilmiştir. Hürriyet 1.cümlede, olay okurlara hatırlatılırken, "Ergenekon" veya "soruşturma" kelimeleri seçilerek; yargılamada bulunmayan bir ifade tercih edilmiştir. Zaman'da özne ile olayı hatırlatma "Ergenekon terör örgütü" ismi kullanılarak, karara varılmış, sonuçlanmış

bir yargıya işaret edilmektedir. Haberin 1.cümlesindeki bu ifade “Ergenekon terör örgütü soruşturması” tırnak içinde yazılmamış, metnin daha sonraki cümlelerinde olan “Ergenekon soruşturması” tırnak içinde yazılmıştır. Tırnak işareti konulmaması Zaman’ın “Ergenekon terör örgütü” isimleştirmesini kendi ideolojisine ve söylemine uygun bir ifade tarzıyla ilettiğini, okuruna bu ifadenin benimsenmesi gerektiği mesajını vermiştir. Öte yandan “Ergenekon soruşturması” ifadesinin tırnak içinde verilmesi bu ifade tarzının kendi ideolojisi ve söylemine uygun olmayan sınıflamaya karşı okurunun dikkatini çekmeye çalışmakta; aynı zamanda ifadenin yabancılığına karşı okurunu uyarmaktadır. Bu yaklaşımda okurlar en azından “Ergenekon soruşturması” ifadesinin yabancı olarak değerlendirildiğinin farkına varırlar. Tırnak işareti bu söylemde ifadeyi tuhaflaştırma işlevi yanında aynı zamanda gazeteyle benzer ideolojik konumdaki diğer gazetelerle dayanışma ve bağlılığı güçlendirici etki yapmaktadır. Bu terime okurların dikkatini çekerek, gazetenin en önemli işlevi olan “halihazırın yeniden üretimine” katkıda bulunmaktadır.

Hürriyet’te “soruşturma” ve “Ergenekon soruşturması” ifadelerinin tırnak içinde yazılmadığı; gazetenin bu şekli kendi ideolojisi ve söylemine uygun bulunduğunu gösteriyor. Aynı zamanda da okurun bu ifadeleri benimsemesi gerektiği mesajını veriyor. Zaman’da “tutanakla el koydu” ve “sağlık kontrolünden geçirildi” ifadeleri olayın nasıl yapıldığıyla ilgili bilgiler içeriyor ki bu ifadeler gözaltına alınma sırasında işlemlerin prosedürlere uygun yapıldığının altını çizmeyi amaçlıyor. Sağlık kontrolünün yapıldığı bilgisi aynı metinde yedi kez tekrarlanıyor. Hürriyet’te gözaltına alınmalar “sürpriz bir gelişme” ifadesiyle belirtilerek, bunun beklenmedik bir gelişme olduğu vurgulanıyor. Zaman’da gözaltına alınanlardan bazıları “Balbay emniyete götürüldü.” Örneğinde olduğu gibi başlıklarda öne çıkartılırken, haber metninde kalan 25 kişinin isimlerinden hiç bahsedilmiyor. Hürriyet’te gözaltına alınanların listesi kısa kimlik bilgileriyle birlikte sıralanıyor. Zaman’daki haber metni İstanbul Terörle Mücadele Şube Müdürlüğü Ekipleri’nin Atatürkçü Düşünce Derneği’nde arama yaptıkları bilgisi ile sona eriyor.

Hürriyet, başlıkta “Ergenekon’da 5 perde”, ve ara başlıklarda “İkinci Perde de 25 Tutuklu”, “Üçüncü Perde Akademisyenler”, “Dördüncü Perde İşçi Partililer”, “5. Perde Açıldı” ifadeleriyle; “perde” ismini tercih ederek, bu şekilde bir tiyatro benzetmesi, metafor kullanarak, kendi ideolojisi ve okurları doğrultusunda davanın hazırlanan bir oyunun bölümleri, perdeleri gibi algılanmasına, yorumlanmasına yönelik bir ifade tarzını tercih etmektedir. Tablo 1’de görüldüğü gibi Hürriyet metinlerinde kişisel ve kurumsal isimler öne çıkmakta; Zaman Gazetesi’nde soyut isim kullanımı dikkat çekmektedir.

**1.Tablo: Tematik pozisyonda isim tipleri (bağlantısız bir metin için):**

Kişisel, kurumsal	Hürriyet	Zaman
		18
Soyut isimler	8	20

Her iki biçimin ideolojik etki ve içeriği açıktır: Hürriyet haber metnini, katılımcılar ve temel kavramların tanımlarıyla göreceli olarak spesifik düzeyde tutmaktadır. Zamanda bazı genellemeler ve öne çıkarmalar dikkat çekmektedir. Her iki metindeki isimlendirme ve fiiller listesi (Tablo 2) ikincinin somut belirgin bir içerik ifade etmediğini göstermektedir. Bunlar isimlendirmelerle ifade edilen oluşumlardır:

**Tablo 2. İsimlendirme(Nominalizations) ve her metinde yer alan fiiller:**

Cümle	İsimlendirme	Fiiller
Gazete A	el bombaları	(devam) etmek

Meslek etiği kapsamında yazılı basındaki soruşturma haberlerine eleştirel yaklaşım

	soruşturma kapsamı	alınmak
	emekli astsubay	tutuklanmak
	silahları	toplamak
	dava	istemek
	Danıştay saldırısı	öne sürmek
	devletin güvenliği	suçlanmak
	sürpriz bir gelişme	yaşanmak
	operasyon	tutuklanmak
	ek iddianame	öğrenilmek
	telefon görüşmeleri	iddia edilmek
	Türk Devleti'nin yıkılışı	beklemek
	umutsuzluk	içinde olmak

Cümle	İsimlendirme	Fiiller
<b>Gazete B</b>	terör örgütü	alınmak
	göz altılar	gerçekleşmek
	sağlık kontrolü	geçirilmek
	zanlılar	getirilmek
	savcıların talimatları	arama yapılmak
	ekipler	arama yapılmak
	sağlık kontrolü	geçirilmek
	arama	yapmak
	arama süreci	evde olmak
	çıkış	iyi olmak
	gizleyecek şey	yok olmak
	adli tıpta muayene	götürmek
	polis ve jandarma ekipleri	arama yapılmak
	yetkililer	kayıt etmek
	polisler	sürmek

Medyada konuşmacının rolü, konunun gerektirdiği ölçüde atanmış ve yeniden inşa edilmiş bir roldür. Sadece meşru konuşmacılara yer vardır. Bunlar açık bir hiyerarşi ya da hiyerarşiler içindedir ve kurumsal-kişisel eksen boyunca sıralanırlar. Kurumsal açıklamalar daha az belirgin olarak öne çıkarılır; bireysel ifadeler daha belirgin olarak öne çıkarılan ifadelerdir. Haberi yazanlar, resmi kurumların demeçlerinde, her zaman belirgin isimler belirtmezler. Bunun en çok kullanılan yöntemi haber kaynağının belirtilmemesidir. Örneğin, “Ekipler....el koydu., Emniyet Müdürlüğü ekiplerince....geçirildi., Yetkililer....kaydettiler., Terörle Mücadele.....yapıyor” gibi. Bundan sonraki kısımda haber kullanım özelliklerini somutlamak amacıyla nicel araştırma bulguları değerlendirilmektedir.

**Araştırma Bulguları:** Gazetelerin Ergenekon Soruşturması ile ilgili haberleri sayfalara nasıl taşıdığına baktığımızda, her iki gazetenin de konuyu gündemin en önemli üç haberinden biri olarak görüp, ilk sayfalarına yerleştirdikleri ve böylece kamuoyu yaratmayı amaçladıkları anlaşılmaktadır. Ancak gazetelerde özel araştırmalara dayalı, “Ergenekon Soruşturması” konulu dosya haberlerin yapılmadığı; soruşturma haberlerinin dolaylı yollardan, daha çok toplantı ve

açıklamalarda sunulan bilgilerin derlenmesiyle oluşturulduğu görülmektedir. Araştırmanın Temmuz 2008'de sınırlandırılan örnekleme kapsamında Ergenekon Soruşturması ile ilgili metinlerin Zaman'da daha büyük bir alan kapladığı (Zaman 411 metin) ve metin sayısı olarak da Hürriyet'ten fazla olduğu (Hürriyet 373 metin) tespit edilmiştir. Her iki gazetenin de metinlerinde okuyucuların duygularına seslenen ifadelerle yer verilmektedir. Haber metinlerinde olgulara dayanmayan, genel ifadeler kullanıldığı, "Ergenekon'un sivil kanadı deşifre oldu." (22.7.2008) başlık örneğinde olduğu gibi, Zaman gazetesinde kaynakların tam olarak belirtilmediği, bazı haberlerde kaynak olarak büyük oranda "polis ve soruşturma belgelerinin" kullanıldı, iddialara yer verildiği (%13,3) görülmektedir.

Metinler ile başlıkların uyumu gazetenin tutarlılığını ve inandırıcılığını arttıran önemli bir özelliktir. "Sanıkların adı darbe günlüklerinde geçiyor." (Zaman,3.7.2008) başlık örneğindeki gibi henüz hazırlık soruşturması aşamasındaki olayda varsayımlardan yola çıkılmış, başlıklara bu varsayımların taşındığı haberler yazılmış; iddiaların kanıtlanması yoluna da gidilmemiştir. Bu durum gazetenin, Basın Konseyi Basın Meslek İlkeleri 6. maddesi (haberlerin soruşturulması gereği) dışında bir habercilik anlayışına işaret etmektedir. Varsayımları kullanma, aynı zamanda TGC, Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi 1. maddesine aykırı bir gazetecilik örneğidir (TGC, 2010).

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Türkiye Gazetecileri Hak Ve Sorumluluk Bildirgesi'nin Gazetecinin Temel Görev ve İlkeleri Kısmı 3. maddesi şöyle başlamaktadır: "Gazeteci; başta barış, demokrasi ve insan hakları olmak üzere, insanlığın evrensel değerlerini, çok sesliliği, farklılıklara saygıyı savunur." İnsan haklarının en önemli unsurlarından biri olan düşünce ve ifade özgürlüğü bakımından incelenen gazetelerde bu kavramlardan söz edilme oranları, Zaman'da %16; Hürriyet'te %12 olarak bulunmuştur. Görülüyor ki her iki gazetenin de düşünce ve ifade özgürlüğünden söz etme ve metinlerinde yer verme oranları beklenen düzeyin çok altındadır.

Medya, devam etmekte olan bir soruşturmada ya da davada, yetkililerin tarafsızlığını korumak için, kamuoyunda oluşan önyargılardan kendini uzak tutma sorumluluğunu duymalıdır. Henüz delillerin toplandığı aşamada kişileri suçlu ilan edip kamuoyuna duyurmak hem Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin suçsuzluk karinesine (Masumiyet Karinesi Madde 6) hem de meslek etiği kurallarına uymamaktadır.

Yazılı metinlerde olayların nedenlerini açıklayıp, mantıklı bir sonuca varmak nesnel gazetecilik örneğidir. Zaman gazetesinde "Terör örgütü zanlısı CHP grubunda" (16.7.2008) başlıklı haber örneğinde olduğu gibi neden ve sonuç bağlantısı tam olarak kurulamayan, haber sayfasına yerleştirilen ve haber tasarımı görünümünde olan fakat içeriğinde yorum bulunan metinler kullanılmaktadır. Önyargılarla haber yazmak, insan haklarına uygun olmayan yazım biçimidir. "7 Temmuz kadar ülkeyi kana bulayacaklardı." (2.7.2008, Zaman) başlıklı haberde olduğu gibi, iddialar kanıtlanmadan haberler yazılmış ve gözaltındaki şüpheliler hakkında yorum yapılarak, yargı adına hükümler verilmiştir. Metinlerde, soruşturmanın AİHM ile ilişkilendirilerek, bu kararlara uyulması gerektiği ifadesine yer verilme oranı, Hürriyet gazetesinde %17,3, Zaman gazetesinde %4 olarak bulunmuştur.

Nur Centel, bir hukuk devletinde muhakeme hukukunun temel ilkelerine hakimlerin bağımsızlığının da dahil olduğu görüşündedir, "Hukuk devleti düşüncesinin en büyük başarısının, hakim kararlarının bağımsızlığının sağlanması olduğu belirtilir." (Centel, 1996, 7). Feyyaz Gölcüklü'ye göre, AİHS'nin Md 6/1 anlamında tarafsızlık, davanın çözümünü etkileyecek bir önyargı, tarafgirlik ve menfaatin olmaması, özellikle mahkemenin veya üyelerinden bazılarının taraflara karşı, onların leh ve aleyhinde bir duygu veya çıkara sahip olmaması demektir (Gölcüklü ve Gözübüyük, 2004, 212). Görülüyor ki bağımsız bir yargı hem uluslararası hukuk açısından hem de Türkiye'nin hukuk devleti kimliği açısından uyulması zorunlu kanun ve kurallara işaret

etmektedir. Bu zorunluluğun incelenen Zaman ve Hürriyet gazeteleri açısından yeterince yansıtılmadığı, okuyucunun yeterince bilgilendirilmediği anlaşılmaktadır. İki gazetenin yargının bağımsızlığından bahsetme oranı eşit düzeyde, %16'yı geçmemektedir. Tarafsızlığın zedelenmesi durumunda demokratik bir toplumda mahkemelerin halka vermesi gereken güven duygusu tehlikeye düşecektir (İnceoğlu, 2005, 192). Karar vericilerin tarafsızlığı konusunda ise iki gazete arasında belirgin bir fark vardır. Burada Hürriyet gazetesi büyük oranda karar vericilerin tarafsız olması gerekliliğine vurgu yapmaktadır.

Gazetecileri insan hakları açısından sınırlandıran bir durum ise delillerin toplanması ve değerlendirilmesi aşamasında her bulgunun haber yapılamayacağı maddesidir. Devam eden soruşturma sırasında haberci, verilmesinde kamu yararı olan enformasyon ile daha sonra başlayacak davanın güvenilirliğini etkileyecek, savunma hakkının gereği gibi yerine getirilmesine engel olacak, delillerin karartılması riskini doğuracak veya şüpheliyi damgalamaya sebep olarak mahkemenin tarafsızlığına gölge düşürecek ayrıntıları metinlerinde kullanmanın etik sorumluluğunu taşımaktadır. Buna göre insan hakları ve hukuk devletinin somut göstergelerinden olan soruşturmadaki delillerin kurallara uygun olması gerekliliğinden bahsetme oranı Hürriyet gazetesinde %30,7; Zaman gazetesinde %6,7; olarak bulunmuştur.

Gerek ceza ve gerekse hukuk davalarının makul sürede sonuçlandırılması adil yargılanma hakkının bir gereğidir. Her olayın kendine göre farklılığı olduğu için, yargılama süresinin makullüğü davanın özellikleri çerçevesinde değerlendirilmeye birlikte makul süreye ilişkin belli mutlak bir süre yoktur (İnceoğlu, 2005, 373). İnsan hakları ve adil yargılanma hakkının en önemli unsurlarından olan makul sürede yargılanma hakkından söz etme oranı iki gazetede de %15'i geçmemektedir. Gazetelerin makul sürede yargılanma hakkından bahsetme oranlarının düşük kalmasının sebebi Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) tarafından kesin bir sürenin belirtilmemesi de olabilir; ancak yine de gazetecilerin bu konuda okuyucularına yeterince bilgi vermedikleri görülmektedir. Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi(AİHS) 6. Madde, Suçsuzluk Karinesi ile Yakalama, Gözaltına Alma ve İfade Yönetmeliği'nin 26. maddesi gereği; soruşturma safhasındaki bir kişi "suçlu" olarak kamuoyuna duyurulamaz. Henüz soruşturma kapsamında olan bir olayın kanıtlanmamış gibi "terör örgütü" olarak sakıncalı bir uygulamadır. Buna rağmen Zaman gazetesi "terör örgütü" ismini yüksek oranda (%36) kullanmış, Hürriyet gazetesi ise bu ismi hiç kullanmamış, olayı "soruşturma" olarak adlandırmayı tercih etmiştir (%77,3).

Gazeteciler yargı haberlerinde ilgili kanun maddelerini vererek somut bilgilendirme yapmalıdır. Türk Ceza Muhakemesi Kanunu'nun 100. Maddesi gibi, tutuklama nedenlerini belirten bir madde örneğinde olduğu gibi, gözaltına alınan kişinin hukuki durumunu kanun maddeleriyle açıklamak haberin gerçeklik değeri ve nesnelliği açısından da gereklidir. Oysa araştırmadaki haber metinlerinde ilgili kanunlardan belirtilme düzeyi düşük bulunmuştur. İki gazetenin ilgili kanun maddesi oranı eşit düzeyde, % 10'un altındadır. Oranın bu kadar düşük olması, haberlerde ilgili kanunların çok az kullanıldığını gösterirken aynı zamanda okuyucu için yetersiz bilgilene (misenformation) de dikkat çekmektedir.

Zaman metinlerinde soruşturmadaki kişilerin faili meçhul olaylar, bombalama olayları gibi henüz aydınlatılmamış bazı olaylarla ilgiliymiş gibi gösterilmeleri yanlış bilgilendirmedir (dezenformation). Zaman gazetesi Ergenekon Soruşturması'nı (%33,7 oranında) faili meçhul olaylarla ilişkilendirmektedir. Hürriyet gazetesinde ise başka olaylarla ilişkilendirme oranı daha düşüktür (%1,3). Adil yargılanma hakkı kapsamındaki, "*Zamanında verilmeyen bir adalet adalet değildir*" (*Justice delayed is justice denied*), ilkesine göre, geciken iddianame konusu habercilerin önem vermesi beklenen bir başka konudur. Bu konuda Hürriyet gazetesi okurlarını bilgilendirirken (%16); Zaman gazetesi daha yetersiz bilgilendirme yapmıştır (%2,7).

Araştırmada dikkat çeken bir sonuca göre, Zaman gazetesi metinlerinde toplumdaki "ötekiler" ayrımını işaret eden ifadelerden bahsetme oranı oldukça yüksek çıkmış (%44); buna

karşılık Hürriyet gazetesinde toplumu birleştirici "biz" ifadesinin kullanılma oranı (%76) yüksek bulunmuştur. Bu oranlar, her iki gazetede haberlerin biz ve ötekiler bakış açılarıyla yazıldığını; Zaman gazetesinde "ulusalcıları ve muhalefeti" içeren "ötekiler" ayrımcılığının belirgin şekilde yüksek olduğunu; dolayısıyla gazetecileri objektiflikten uzaklaştıran bu ifadelerin aynı zamanda toplum üzerinde bölünme ve duyarsızlaşmaya sebep olacak bir tehlike içerdiğini göstermektedir.

Masumiyet (suçsuzluk) karinesi ve onun bir sonucu olarak ele alınan "şüpheden sanık yararlanır" ilkesi, yargı haberi veya yorumu yapan medya mensubunun özellikle dikkate alması gereken birinci ilkedir (Atılğan, 2010, 284). Ayrıca adil yargılamayı etkilemeye teşebbüs (Madde 288) suçuna sebebiyet doğabilir. Anayasa'nın 38. Madde 4.fıkrası da "*Suçluluğu hükmen sabit oluncaya kadar hiç kimse suçlu sayılamaz*" ifadesiyle gazetecinin uyması gereken diğer maddelerdir. Bu yükümlülükler rağmen Zaman gazetesinde oldukça yüksek oranda (%50,7), soruşturma hakkında, kesin yargı ve yorum bulunmaktadır. Suçsuzluk Karinesi gereği, hazırlık soruşturması sırasında habercilerin özellikle dikkat etmesi gereken, Yakalama, Gözaltına Alma ve İfade Alma Yönetmeliğinin 26. maddesine göre, "*Kişinin masumiyeti esastır ve hazırlık soruşturması gizlidir.*" (Atılğan, 2010, 285). Buna rağmen Zaman'da medyanın soruşturma ile ilgili yayınlarda uyması gereken bu gizlilikten hiç bahsedilmemektedir (%0).

Bilgi aktarımı açısından fotoğraf çekimleri dilsel iletişime göre net bir biçimde üstündür. Onların mesajları –metinlerin yorumlarından farklı olarak- çok karmaşık deşifreye gereksinim duymazlar. Çünkü fotoğraflar tasvir edileni açık olarak ortaya koyar ve böylece duyusal olarak algılanmaları mümkün olur (İçel, 2004, 257). Fotoğraflar sadece gerçeği kopyalamamakta, aynı zamanda gerçeği meydana getirmektedir. Bununla birlikte fotoğrafların bilgi değeri daha çok duygudan, bilinçten ve davranışlardan etkilenmenin söz konusu olduğu psikolojik alanlarda ortaya çıkmaktadır (İçel, 2004, 242). Haber fotoğraflarının bu psikolojik etkisi özellikle yargıyı etkileme noktasında önem kazanmaktadır. Buna rağmen her iki gazetenin soruşturma haberlerinde gazetecilik etiğine aykırı biçimde şüphelilerin yoğun olarak fotoğraflarının kullanıldığı görülmektedir.

Başlıklar, metin özelliklerini belirlemede ve okuyucuyu etkilemede bir diğer önemli faktörlerdendir. Araştırmada varsayımlara dayalı başlıkların aynı zamanda yönlendirme eğilimi de taşıdıkları görülmüştür. Buna göre başlık varsayımlardan oluşan bir özellik taşıyor ise, aynı zamanda yüksek oranda ( %61,6 düzeyinde) okuyucuyu etkileme ve yönlendirme eğilimi taşımaktadır. Kısaca, başlıktaki varsayım özelliği arttıkça okuyucuyu yönlendirme eğiliminin de arttığı tespit edilmiştir (Uçak, 2010, 238). Aynı şekilde başlık varsayımından oluşuyor ise, yazarın yüksek oranda (%47,9) genellemelere başvurduğu görülmektedir. Varsayımlardan oluşan başlıklar ile pozitif yönlü bir başka anlamlı ilişki ise duygu içeren ifadeler arasındadır. Varsayımlardan oluşan başlıkların kullanımı arttıkça, duygulara seslenen ifadelerin düzeyi artmaktadır (%22,2). Başlık varsayımlardan oluştuğunda ise, kaynak gösteren alıntıya yer verme düzeyi (%28,2) azalmaktadır. Buna karşılık başlıklar sadece haber veren yalın bir ifadeye sahip ise, nesnellik özelliği büyük oranda (%82,1) artmaktadır. Metinlerde kullanılan dil özellikleri de iki gazetede farklıdır. Aşağıda başlık örneklerinde görüldüğü gibi, Zaman gazetesindeki haber ve yorumlarda kullanılan dil Hürriyet gazetesine göre daha sert ve keskin özelliktedir. Ergenekon Soruşturması iddianamesi 26.7.2008'de Mahkeme tarafından kabul edilir. Zaman Başlıklarından Örnekler:

"*Karargahını Fenerbahçe Orduevi'ne kurmuş.*" 3.7.2008 (Soruşturma belgeleri yayımı)  
 "*Ergenekon'un kanlı planı deşifre oldu.*" 4.7.2008 (Soruşturma bilgileri yayımı ve kesin hüküm ile suçlama)

"*DHKP-C'nin Başbakan'a suikast planlarında Ergenekon işi.*" 4.7.2008 (Kaynak, polis soruşturması)

"*Ergenekon, Başsavcı'ya suikast planlamış.*" 5.7.2008 (İddialar gerçek olarak aktarıyor)

Meslek etiği kapsamında yazılı basındaki soruşturma haberlerine eleştirel yaklaşım

"Geri zekalı" ve "eşkıya" hakareti hukukçuları ayağa kaldırdı." 6.7.2008 (Genelleme yapılarak bütün hukukçular kastediliyor.)

"Tutuklama gerekçesi silahlı örgüt kurmak ve darbeye teşebbüs." 7.7.2008 (Duruşmalar 20 Ekim 2008'de başladı, haber duruşmalar başlamadan önce yapılmış)

"TCK darbeye teşebbüse müebbet hapis öngörüyor." 7.7.2008 (Yargıyı etkileme sakıncası)

"Ergenekon, Taksim'de bombalı eylem için tim kurmuş." 8.7.2008 (Soruşturma belgeleri yayımı)

"Hukukçulara göre, emekli askerlerin yargılanma yeri sivil mahkemeler." 11.7.2008 (Görüşülen birkaç kişi ile genelleme yapılmış, bütün hukukçular kastedilmiş.)

"Ergenekon zanlılarının tamamı arşivci çıktı." 12.7.2008 (Soruşturma belgeleri)

"İşte Orgeneral Eryugur'un fişlediği 6 bakan." 13.7.2008 (Soruşturmada elde edilen dosya içeriği)

"Taraftan şok iddia: Ergenekon'da Baykal da var" 31.7.2008

Hürriyet Başlıklarından Örnekler:

"İşte gözaltı gerekçesi: kaçabilir" 3.7.2008 (Hurşit Tolon için, adil yargılanmadaki tutuklanma nedenleri )

"Böyle şey darbelerde olur" 3.7.2008 (TOBB ve TUSİAD'ın göz altılarla ilgili açıklamaları)

"Şener Eryugur da emniyette susma hakkını kullandı" 4.7.2008

"Aygün tutuklu" 5.7.2008 (nesnel)

"2 Paşa tutuklu" 6.7.2008 (nesnel)

"Kozmik balonlar" 7.7.2008 (Darbe planları için)

"Yaşlıların yönetimindeki uyduruk örgütlenme" 7.7.2008 (Reuters'ın yorumu)

"Ne sorgu ama" 7.7.2008 (Mustafa Balbay sorgusunu anlatıyor)

"Eşimi sağlam verdim cenazesini alıyorum" 7.7.2008 (Kuddusi Okkır için eşinin ifadesi)

"İki Paşa'ya neler soruldu" 8.7.2008

"Bilgisayar bulguları delil değil" 8.7.2008

"Hukuk ve insan hakları herkes içindir" 31.7.2008

Ağırlıklı olarak sağ görüşlü kitleye hitap eden Zaman Gazetesi, Ergenekon Soruşturması haberlerinde yazım dilinde sert ifadelerle yer vermektedir. Bu durum gazetenin toplumu ayırıştırıcı, bir unsur taşımasına sebep olabilir. Batı kültürünün temsilcisi olan, yayın politikası sola yakın ve liberal çizgide olan Hürriyet haberlerinde, yumuşak ifadelerle daha birleştirici ve kamuoyunu geleceğe yönlendiren bir üslup tercih edilmektedir. Gazetelerin bu farklı yapıları ve üslupları Zaman Gazetesi Genel yayın Müdürü Ekrem Dumanlı ile Hürriyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök'ün köşe yazılarından da izlenmektedir.

İki gazetenin olaya farklı yaklaşımlarını ortaya koyan önemli özelliklerden biri de, Hürriyet gazetesinin Ergenekon Soruşturması haberlerine olan ekonomik yaklaşımıdır. Hürriyet, istikrarlı bir ülkede, yükselen bir borsa ve güçlü bir ekonomi beklentisinde olduğunu ekonomi sayfalarındaki haberleriyle desteklemekte (2.7.2008 ve 5.7.2008 Hürriyet); Zaman gazetesi haberlerinde ise, soruşturma ile ekonomi ilişkisi kurulan benzer bir habere rastlanmamaktadır.

Haber yaklaşımlarına etik açıdan baktığımızda, basın meslek etiği kurallarının fonksiyonları iki açıdan önem kazanmaktadır: gazeteci olarak çalışmanın saygınlığını arttırmak ve hukuku ihlal tehlikesini gidermek. Bu fonksiyonlardan birincisi olan çalışanların saygınlığı konusunda iç denetim önemli bir unsurdur. Kitle iletişim araçlarında okurları temsil edecek kişilerin görev yapması çalışanların etik kuralları benimsemesinde etkili olabilir.



*“Kitle iletişim araçlarında ombudsmanların görevlendirilmesi, gerek görsel gerekse yazılı basın alanında iç özdenetimi sağlayarak buna hız kazandıracak olumlu bir uygulamadır.”* (Özgen, 2006, 235). Gazetelerdeki etik uygulamalar ve denetimleri konusunda dikkate alınması gereken bir başka durum, her iki gazetede de 2008'de okur temsilcisi ya da ombudsmanlık görevini yerine getirmesi beklenen kişilerin gereken düzeyde yetkiye sahip olmamalarıdır. Hürriyet gazetesinin basın meslek etiği yaklaşımına baktığımızda, Basın Konseyi üyesi olduğunu; Basın Meslek İlkeleri'ne, kendi Kurumsal ve Mesleki Yayın İlkeleri'ne uyma sözü verdiğini ve Okur Temsilciliği'ni Faruk Bildirici'nin yaptığını görüyoruz. Öte yandan Zaman'ın basın meslek etiği kapsamında görüşlerine başvurduğumuz Okur Editörü olan Hasan Sutay, gazetenin çizdiği ahlaki ve mesleki kurallar olduğunu; fakat bunların hayata geçirilmesinde bazı zorluklar yaşanabildiğini açıklamıştır (Sutay, kişisel görüşme, 2010). Bu nedenle basında ve diğer bütün medya kanallarında, kurumları etik konusunda denetleme yetkisi bulunan uzmanların çalışması; bu kurumların çok sesliliğinin gelişmesine ve adalet yaklaşımlarının evrenselleşmesine katkıda bulunacaktır. Ayrıca medya kuruluşlarında en üst düzey yöneticilerin desteklediği bir program ile gazetecilere meslek içi eğitimde etik kodların ve meslek ilkelerinin anlatılarak benimsenmesi sağlanabilir.

### **Sonuç**

Çalışmaya göre başlıklar, metin özelliklerini belirlemede ve okuyucuyu etkilemede önemli faktörlerdendir. Araştırmada varsayımlara dayalı başlıkların aynı zamanda yönlendirme eğilimi de taşıdıkları görülmüştür. Araştırmada seçilen Hürriyet Gazetesi, Sedat Simavi tarafından 1 Mayıs 1948'de kurulan içerik olarak genelde Batı kültürünü taşıyıcı bir özelliğe sahiptir. Yaşamın her alanına seslenen bir gazete olan Hürriyet; aynı zamanda siyasi gündem oluşturmada da etkilidir. Gazete, okurlarıyla kurduğu diyalogda bireycilik, uzlaşmacılık gibi değerlerin üstünlüğünü savunmuş, devletle ya da hükümetlerle esaslı sorunlara işaret etmemiştir. Bulgular Hürriyet Gazetesinin Ergenekon Soruşturması ile ilgili metinlerinde en fazla eleştirilen grupların başında "iktidar"ın geldiğini göstermektedir. Bu durum, Hürriyet'in kurulduğu yıllardan bu yana yerleşen "uzlaşmacı" üslubunun 2008'de değişmeye başladığının; iktidarda bulunan muhafazakar parti ve liderleriyle arasında başlayan görüş ayrılıklarının işaretidir.

Türk basınında İslami sermayenin medyaya yönelmesiyle başlayan değişim, 1986'da kurulan Zaman gazetesinin 2000'li yıllara güçlenerek ve tirajını arttırarak girmesiyle belirginleşir. Gazetede bu değişim, özellikle 2000 yılından sonra okur profilini sağ muhafazakar ve liberal kitleye hitap edecek biçimde geliştirme yönündedir. Araştırma bulguları da Zaman gazetesinin bu yönelişini desteklemekte; gazetenin Ergenekon Soruşturması ile ilgili metinlerinde en fazla eleştirilen grupların "ulusalcılar" ve "darbeciler" olduğunu; kendi hedef kitesine yönelik eleştirilere ise yer vermediği göstermektedir. Böylece modernleşme ve laiklik yanlısı Hürriyet ile muhafazakar kesimin temsilcisi Zaman, Ergenekon Soruşturması olayının aktarımında soruşturma haberlerine farklı yaklaşımlarıyla kendi okuyucu kitlelerine seslenen iki taraf görünümdedir.

Oysa bilindiği gibi medya, insan haklarına ve evrensel hukuka uyma zorunluluğunu yerine getirirken şu ilkeleri dikkate almalıdır: Kamunun bilme hakkına uygunluk, ortak etik ilkelere saygı, objektif bir şekilde enformasyon iletme, kişilerin temel haklarını gözetmek, özel yaşam ve mahremiyeti dikkate almak. Gazetecilerin karşısına çıkan öldürülme tehlikesi, reklam kaygıları, gazete sahiplerinin amaçları, polisiye uygulamalar, devletin gizliliği, yasalar gibi pek çok sınırlama vardır. Ancak bu sınırlamalara rağmen gazeteci toplumsal sorumluluk boyutlarının (doğru, güvenilir, dengeli, adil habercilik yapmak, nesnel olmak, haber ve yorumları ayırmak, olgulara dayalı habercilik yapmak) gereklerini yerine getirmekle yükümlüdür. Bu yükümlülüklerle birlikte gazetecilerin hukuk devleti ilkelerinin benimsenmesinde, insan haklarının korunmasında; yargının medyadan etkilenmeden karar almasında, doğru bilgilendirilmiş devlete, yargıya ve medyaya

güvenen bir kamuoyunun oluşturulmasında etkili olmaktadır. Aksi halde gazeteciler, evrensel ilkelerin güvence altına aldığı insan hakları ilkeleri dışında davrandığında, yarattığı bilgi kirliliği ve yönlendirmelerle, ayrımcı söylemlerin kullanıldığı, güvensiz bir toplumun oluşmasında etkili faktörlerden biri olacaktır. Unutulmamalıdır ki basın, demokrasilerde halkın adına ve yararına bir gözetmen rolündedir.

Sonuç olarak çalışmada, basındaki Ergenekon Soruşturması haberlerinde en fazla AİHS'nin (6.Madde) Susızlık Karinesi ilkesine, TC Anayasası'nın 2,19, 36-38, 125, 138-142. maddelerine, TCK'nın 134. maddesine, Basın Kanunu'nun 3,14, ve 19. maddelerine ve genel olarak Basın Konseyi Meslek İlkeleri ile Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi'ne aykırı haberler yapıldığı tespit edilmiştir. Bu kanunlara ve meslek ilkelerine uygun olmayan gazete metinlerindeki belli başlı hata ve özelliklerin ise şunlar olduğu görülmüştür:

Kamuoyu için sakıncalı olan yetersiz bilgilendirme (misinformation) ve yönlendirici bilgilendirme (dezenformation) yapılmaktadır.

Ergenekon olayında adlandırmalar konusunda hatalar yapılmaktadır; dava başlamadan önce soruşturma ve dava başladıktan sonraki süreç kovuşturma olarak adlandırılmalıdır. Metinlerde geçen şüpheli, sanık, zanlı adlandırmaları da bu süreçlere uygun kullanılmalıdır.

Gazetecilerin birincil kaynakları kullanmayı tercih etmek yerine, sızdırma haber ve bilgileri tercih edip iddiaları kanıtlanmış bilgiler olarak sundukları, kaynakların tam olarak anlaşılmadığı ve açıklanmadığı durumlarda bilgileri genel ifadelerle aktardıkları, araştırmacı habercilik yerine derleme haberler yaptıkları, haber ile yorum ayırımına yeterince özen göstermedikleri, haberlerde duygusal ifadelere yer verdikleri, başlık ve metinlerde varsayımları ve önyargıları sıklıkla kullandıkları, polis ve soruşturma belgelerini kullanarak şüphelilerin özel hayatını ortaya koyan hazırlık soruşturması bilgilerini açıkladıkları, haberlerdeki olaylar arasında bütünlük kurmaya yardımcı olabilecek, daha önceki gelişmeleri içeren ardalan bilgisini vermedikleri, metinlerde neden-sonuç ilişkisini yeterince kurmadıkları, konu ile ilgili olan kanun maddelerini kamuoyunu bilgilendirecek yeterlilikte açıklamadıkları, olayları kanıtlanmayan başka olaylarla ilişkilendirdikleri, biz-ötekiler ayırımı yaptıkları, soruşturmadaki şüphelilerin fotoğraflarını yargı kararıyla "suçlu" bulunmuş kişi algısı yaratacak şekilde, yakın çekim portrelerle yayımladıkları görülmüştür.

Ayrıca gazetecilerin kişisel önyargı ve yorumları içeren başlıklar kullandıkları ve öne sürdükleri fikirler dışında hiçbir olasılığa yer vermeyecek kapalı metinler ile okuyucuları kendi görüşleri doğrultusunda etkilemeyi ve yönlendirmeyi amaçladıkları, haberlerde açık kaynaklardan gelen kanıtlanmış bilgileri varsayımlar ile karıştırarak aynı metinler içinde kullandıkları, gazetelerin haberlerdeki bazı bilgilerin kendi ideolojilerine uygun olan kısımlarını verdikleri; bazı bilgileri ise değiştirerek kullandıkları, ideolojilerini karışt görüşlü konuşmacılar aracılığıyla da aktardıkları, alıntı yapılan konuşmalarda tırnak işareti kullanmaya özen göstermedikleri, toplumu gruplara ayırma, ötekileştirme tehlikesi içeren, sert ve keskin üsluplara yer verdikleri tespit edilmiştir.

Bu tespitler sonucunda basında, adil yargılanma hakkı unsurlarından olan 'Aleniyet ve Medya Etkisi' konusunda yaygın olan, "Medya adil yargımın korunmasına yarar değil, zarar getirebilir" önyargısı yerine, etik ilkelerle çalışan, uzman gazeteciler ve doğru habercilik ile medyanın hukuk devleti ilkelerinin korunmasına katkıda bulunabileceği fikri geliştirilmelidir.

Kurumlara ve medyaya güvenin korunması amacıyla, polis, savcı, hakim gibi yetkililerin gerekli olduğunda gazetecilere özel olarak değil, ortak basın toplantısı yaparak bilgi vermeleri yaygınlaştırılmalıdır. Kısaça, toplumun bütün kesimlerine seslenen, bütünlüştirici, özgürlüklere fırsat tanyan, çok sesli bir medyanın gelişmesine olanak verilmelidir.

Son söz olarak hukuk üstünlüğüne dayalı, demokratik bir devletin korunmasında en önemli kurumlardan biri olan medya, toplumsal sorumluluğunun bilinci ile hareket etmek zorundadır. Soruşturma ya da dava haberleri üzerinde çalışan gazeteciler masumiyet karinesine, kamusal

çıkarlar ile sanığın kişisel çıkarlarını doğru değerlendirmeye ve İhsas-ı rey'e (hüküm verilmeden görüşünü belli etme) uygun davranmalıdır. Türkiye'de medya ya da dar anlamda ifade edersek basın, hukuk devletin ve meslek etiğinin gereği olarak; şüphe, soruşturma ya da dava haberlerine adil yargılanma hakkı ilkesini gözeterek yer vermekle ve kamuoyunu bu konuda bilgilendirmekle yükümlüdür.

#### KAYNAKÇA:

- Atılğan, E. Ü. (2010), *Yargı Haberleri, TV Haberciliğinde Etik*, Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (Ed.) Ankara: AÜİF.
- Bildirici, Faruk, Kişisel Görüşme, okur@hurriyet.com.tr, ( 13 Haziran 2010).
- Centel, N. (1996), *Hakimin Tarafsızlığı*, İstanbul: Kazancı.
- Çelik, A. (2007), *Adil Yargılanma Hakkı*, Ankara: Adalet Yayınevi.
- Gökçe, O. (2006), *İçerik Analizi, Kuramsal ve Pratik Bilgiler*, Ankara, Siyasal Kitapevi.
- Gölcüklü, F. ve Gözübüyük, Ş. (2004), *Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Uygulaması*, 5.Baskı, Ankara: Turhan Kitapevi.
- [http://www.basinkonsevi.org.tr/lang\\_tr/complaintMethods.asp](http://www.basinkonsevi.org.tr/lang_tr/complaintMethods.asp), (18 Ocak 2010)
- İçel, K. ve Yener Ünver (der.), Ali Kemal Yıldız(çev.), (2004), *Adil Yargılanma Hakkı ve Ceza Hukuku*, Ankara: Seçkin.
- İnceoğlu, S. (2005), *İnsan Hakları Avrupa Mahkemesi Kararlarında Adil Yargılanma Hakkı, Kamu ve Özel Hukuk Alanlarında Ortak Yargısal Hak ve İlkeler*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Neuman, W. L. (2008), *Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*, 2.Basım, Cilt 2, Çev. Sedef Özge, İstanbul. Yayın Odası Yayıncılık.
- Özerkan, Ş. (2007), "Haber Araştırmalarında İçerik Analizi ve Söylem Çözümlemesi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Ders Notları.
- Özerkan, Ş. (2009), (Ed.), *Haber Analizi ve Arşiv İncelemeleriyle Türkiye'de 9 Gazete*, İstanbul: Nobel Yayın.
- Özgen, M. (2006), "Gazetecinin Etik Kimliği", 3. Baskı, İstanbul: Set-Systems Yayıncılık.
- Sutay, Hasan, "Kişisel Görüşme", H.Sutay@zaman.com.tr, (13 Haziran 2010).
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti(TGC), [www.tgc.org.tr/aciklamalar](http://www.tgc.org.tr/aciklamalar) 2010
- Uçak, O. (2010), "Mesleki Etik Kapsamında Basının Adil Yargılanma Hakkı İlkesine Yaklaşımı", Marmara Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

#### Gazeteler:

- |                              |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| Hürriyet Gazetesi, 2.7.2008  | Zaman Gazetesi, 8.7.2008  |
| Hürriyet Gazetesi, 3.7.2008  | Zaman Gazetesi, 11.7.2008 |
| Hürriyet Gazetesi, 4.7.2008  | Zaman Gazetesi, 12.7.2008 |
| Hürriyet Gazetesi, 5.7.2008  | Zaman Gazetesi, 13.7.2008 |
| Hürriyet Gazetesi, 6.7.2008  | Zaman Gazetesi,16.7.2008  |
| Hürriyet Gazetesi, 7.7.2008  | Zaman Gazetesi,22.7.2008  |
| Hürriyet Gazetesi, 8.7.2008  | Zaman Gazetesi, 31.7.2008 |
| Hürriyet Gazetesi, 31.7.2008 |                           |
| Zaman Gazetesi, 3.7.2008     |                           |
| Zaman Gazetesi, 4.7.2008     |                           |
| Zaman Gazetesi, 5.7.2008     |                           |
| Zaman Gazetesi, 6.7.2008     |                           |
| Zaman Gazetesi, 7.7.2008     |                           |

## Türk tekstil sektörünün sorunları ve çözümü üzerine bazı düşünceler

Vedat ÖZYAZGAN<sup>1</sup>

### Özet

Tekstil sektörü bütün dünyada sanayinin gelişmesinin itici gücü olmuştur. Genellikle bir ülkede sanayileşme ve sanayi toplumu haline gelme, tekstil sektörü ile gerçekleşmiştir. Tekstil sektörü güç kaybetmeye başlayınca, marka yaratarak ve yaratılan bu markanın daha yüksek fiyatlarla satılması sağlanarak zararı en aza indirmek mümkün olmaktadır. Yani bir ülke tekstil sektörünü geride bırakırken dünya çapında modacılar ve marka bırakması gerekmektedir. Bunu en iyi gerçekleştiren ülkeler sırasıyla İngiltere, Fransa ve İtalya'dır. Ülkemizde sağlıklı ve de gerekli bir fizibiliteye dayanmadan yapılan kapasite yatırımları iç ve dış talebi aşmış durumdadır. Bu nedenle iç ve dış piyasa faktörlerinde küçük bir dalgalanma ya da artan rekabet, fiyatları aşağı çekerek sektörü zarara uğratmaktadır. Tekstil sektörü elyafından başlayarak iplik, dokuma, örme, boya-baskı gibi işlemleri kapsayan emek yoğun bir sektördür. Tekstil sektörümüz 1997 yılında Uzakdoğu'da başlayıp 1998 Ağustos ayında Rusya'ya sıçrayan global krizden oldukça fazla etkilenmiştir. Giderek küreselleşen dünya ekonomisinde rekabet yoğunlaşmış, düşük maliyet, yüksek kalite ve verimlilik gibi faktörler ön plana çıkmıştır. Bu çalışma da tekstil sektöründeki başlıca sorunlar ve genel çözüm önerileri ele alınmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Tekstil sektörü, Tekstilin sorunları, Tekstilde AR-GE

### Problems of the Turkish textile sector and some thoughts on the solution

#### Abstract

*The textile sector has been driving force in development of the industry all over the world. Generally, the industrialization of a country and becoming an industrial society are significantly depend on the textile industry. As the textile sector has began to lose strength, minimizing the damage can be possible by creating brand and selling them at higher prices. So a country, has to posses world-wide fashion designers and brands before leave in wake of textile industry. United Kingdom, France and Italy achive that perfectly. In our country the capacity investments, which are not based on a healthy and necessary feasibility operation, exceed domestic and foreign demand. For this reason, a small fluctuation in the internal and external market factors, or increased competition, cause lossing in the industry by pulling prices down. The textile sector is a labor-intensive sector, which cover fiber spinning, weaving, knitting and dyeing-printing operations. Textile sector in Turkey has been affected heavily global crisis which starts in Far East in 1997 and leaped in Russia by August. In world economy, the competition has increased with globalization. Suchs as low*

<sup>1</sup> Yrd. Doç. Dr. Vedat ÖZYAZGAN, İstanbul Aydın Üniversitesi, Mühendislik-Mimarlık Fakültesi, Tekstil Mühendisliği, vedatozyazgan@aydin.edu.tr

*costs, high quality and productivity factors have been appeared. In this study, problems in textile sector and appropriate solution suggestions have been assessed.*

**Keywords:** *Textile sector, Problems of textile, research and development in textile*

## Giriş

Sanayileşme sürecine damgasını vuran sektörlerden biri olan tekstil sektörü, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmasında önemli roller oynamıştır. Tekstil üretimi önce sanayileşmiş ülkelerde başlamış daha sonrada emek yoğun bir sektör olması sebebiyle gelişmekte olan ülkelere doğru kaymıştır. Tekstil sektörünün geçmişten günümüze, hem üretim hem de ihracat açısından büyük potansiyeli bulunmaktadır. Bu potansiyeli hedef pazarlar ve yenilikçi ürünlerle ileriye götürmek mümkündür. Türk tekstil sektörü teknoloji düzeyi, ekonomik etkinliği ve sosyal etkileşimi itibariyle ülkenin önde gelen sektörlerinden biridir. Tekstil sektörümüzün ürün kalitesi ve üretim teknolojisi çağdaş dünya standartlarındadır.

Sektör yaygın yan sanayi ağı ile birlikte birçok kişiye istihdam sağlamaktadır. Artık bu sektör ürünlerinin bir marka olması ve bir imaj yaratması gerekmektedir. Tekstil sektörünün bugünkü konumunu daha da güçlendirerek sürdürülebilmesi için, teknoloji çağını iyi takip edebilmesi, bilgi yoğunluğu ve katma değeri yüksek ürünlere yönelmesi gerekmektedir. Bunun içinde ÜR-GE ve AR-GE çalışmalarına önem vermesi, bu çalışmalar için de kaynak ayırması gerekmektedir. Maalesef daha birçok firmamızda hiçbir şekilde ÜR-GE ve AR-GE çalışmaları yapılmamaktadır. Bu çalışmalar angarya olarak görülmektedir. Giderek küreselleşen dünya ekonomisinde rekabet yoğunlaşmış, düşük maliyet, yüksek kalite ve verimlilik gibi faktörler ön plana çıkmıştır. Tekstil sanayi, ileri bilgi toplumu ülkelerde öncelikli sanayiler arasında yer almamaktadır. Bununla birlikte bu ülkeler; tekstil teknolojisi geliştirerek ve üreterek, özel koruma önlemleri alarak ayrıca makul faizli bol kredi imkânları, yüksek eğitim ve öğretim düzeyi ve de araştırma geliştirme çalışmaları ile kendi tekstil sanayilerine yıllardır uygun bir yapı sağlamaktan da geri kalmamışlardır.

Diğer taraftan, tekstil sektörü teknoloji ve girdiler açısından önemli ölçüde diğer sektörlerle bağımlıdır. Makine, kimya, elektrik-elektronik, mekatronik, bilişim, malzeme ve eğitim alanlarıyla etkileşim içinde sağlanabilecek bir teknolojik gelişimin yaratacağı sinerji ile tekstil sektörünün olduğu kadar diğer sektörleri de etkileyeceği kesindir. Toplumla yüksek oranda istihdam sağlayan tekstil sektöründeki gelişmenin, toplumun refahı üzerindeki pozitif etkisi yadsınamaz.

Dünyadaki serbest rekabet ortamında, sektörün rekabetçi olması ancak sektörün teknoloji düzeyinin, ilgili alanlardaki eğitimin ve inovasyon yeteneğinin yükseltilmesi, AR-GE faaliyetlerinin artırılması ve moda-marka yaratılması ile mümkün olacaktır. Türkiye'nin coğrafi konumu nedeniyle Avrupa Birliği, Rusya ve Türk Cumhuriyetleri pazarlarına yakın olması ve bu ekonomiler ile gelişen ilişkiler, ülkemizin önündeki en önemli fırsat olarak görülmektedir. ([www.dokuipek.com](http://www.dokuipek.com) 2011)

## Türk tekstil sektörünün gelişimi ve mevcut durumu

Tekstil üretimi, insanoğlunun giyinme ihtiyacı olmasından beri vardır. İlerleyen zamanlarda hızlı bir gelişim gösteren bu üretim kolu bir sanayi dalı haline gelmeye başlamıştır. Küçük birimlerden oluşan bu sektör, zaman içerisinde ihtiyacı karşılamış ve talebe uygun olarak da büyüme göstererek büyük bir sanayi dalı haline gelmiştir. Hızlı bir gelişim süreci içine girmiş olan tekstil sektörü 18.yüzyıl'da siyasi bunalımların ve kapitülasyonların etkisi ile gerilemiştir. Avrupa'da üretimin

makine ile yapılmaya başlanması ve Türk sanayisinin buna ayak uyduramaması nedeniyle sektör Avrupa'dan makine ithal eder duruma gelmiştir. (Aras, 2006)

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sanayinin temelleri Osmanlı İmparatorluğu döneminde atılmıştır. Osmanlı döneminde Saray'ın ve Ordu'nun ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik olarak devlet tarafından kurulan ve özellikle dokuma ve deri sektörlerinde yoğunlaşan Feshane (Defterdar), Basmahane (Bakırköy), Hereke ve Beykoz Fabrikaları doğrudan doğruya birer Kamu işletmesi olarak faaliyet göstermişlerdir. Osmanlı'nın bu mirası Cumhuriyet Türkiye' sine de intikal etmiştir. ([http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3\\_1.htm](http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3_1.htm)) Dokuma konusunda Denizli ve Tokat, ipeklili ürünler konusunda da Bursa bölgesinde küçük işletmeler halinde üretim yapılmıştır. 1915 yılında önde gelen 22 kamu sanayi işletmesinin 18'i, 28 anonim şirketin 10'u, 214 özel sektör işyerinin 45'i ve toplam 264 sanayi işyerinin 73'ü bu sanayide faaliyet göstermektedir. Cumhuriyetin kuruluşundan sonra Sümerbank'ın kuruluşu ile birlikte tüm tekstil ve konfeksiyon fabrikaları ve atölyeleri bu kuruluş çatısı altında toplanmıştır. Sümerbank yaptığı yatırımlar ve yetiştirdiği personelle özel sektöre öncülük etmiş Sümerbank'ta oluşan birikimin zaman içinde özel sektöre de aktarılması sağlanmıştır.

1950'li yıllarda başlayan özel sektör yatırımları zaman içinde gelişmiş, zamanla kamunun bu alanda üretici rolü azalmıştır. 1952 yılında sektör üretimi içinde yüzde 28 olan özel sektör payı 1962 yılında yüzde 62'ye, 1990 yılında ise yüzde 90'ın üzerine çıkmıştır. Günümüzde kamunun bu sektörde payı kalmamıştır. Sektörde, 1950'li yıllardan sonra özel sektörün öncülüğünde gelişim başlamış ve 1960'lardan sonra sentetik elyaf üretimine başlanmıştır. Planlı dönemde uygulanan ithal ikamesi politikası ve teşvik tedbirlerinin de katkısıyla 1960-70 yılları arasında sektörde daha ileri teknoloji kullanılmaya ve işlenmiş ürün imal edilmeye başlanmış, 1960-80 yılları arasında önemli bir teknik deneyim kazanılmıştır.

Tekstil sektörüne 1962-1972 döneminde büyük yatırımlar yapılmış ve tekstilin ilerleyen zamanlarda önemli bir sanayi kolu olacağı düşünülmüştür. İlk defa bu tarihlerde tekstil ihracatı başlamıştır. Planlı dönemde yapılan yatırımlar sektörün gelişmesine yardımcı olmakla birlikte, Türk tekstil sektörü yatırım patlamasını 1970 ve 1980'li yıllarda gerçekleştirmiştir. Türkiye 80'li yılların başında daha çok iplik, elyaf, kumaş vb. tekstil mamulleri ihraç ederken, 90'lı yıllarda ihracatta hazır giyim ağırlığı artmıştır. Sektör, 1980-1984 döneminde tekstil ve hazır giyim ihracatına yönelik, 1985-1999 döneminde ise hazır giyim ihracatına yönelik olarak büyümüştür.

1980 yılından sonra uygulanan, serbest piyasa ekonomisine dayalı dışa açılma ve ihracatı teşvik politikaları ile birlikte, özellikle 1980'li yılların ikinci yarısından itibaren tekstil ve hazır giyim ihracatı önemli oranda artmış ve ihracatın en önemli kalemi haline gelmiştir. 1990'lara gelindiğinde ise toplam ihracat içindeki sektörün payı yüzde 40'a kadar çıkmıştır. 1980'li yılların başında daha çok iplik, elyaf, kumaş gibi tekstil mamulleri ihraç eden Türkiye, 1984 yılından sonra daha fazla hazır giyim mamulü ihraç etmeye başlamış, daha uç ürün olması nedeniyle toplam katma değeri tekstil mamullerinden yüksek olan hazır giyim mamullerinin ihracatı 1990'lı yıllarda artarak devam etmiş ve sektörün üretim, ihracat ve istihdam içinde önemi artmıştır.

Türk tekstil ve hazır giyim sektörü Avrupa Birliği (AB) üyelik sürecinde en hızlı yol alan sektörlerin başında gelmektedir. İhracatının büyük bölümünü tekstilde % 45, hazır giyimde % 74 olmak üzere AB ülkelerine yapmakta ve sektör bu avantajını uyum sürecinde maksimum düzeyde kullanmaktadır. (Biol, 2005) Türk tekstil sektörünün ekonomiye kazandırdığı katma değer ve net döviz gelirinin yanı sıra istihdam konusunda da toplam imalat sanayinin % 28'sini teşkil ederek,

Türkiye'nin en ciddi sosyal problemlerinden olan işsizliğe de kısmi bir çözüm getirmektedir. (KOSGEB, 2004)

Türkiye'nin tekstil ihracatı 2007 yılından 2011 yılı sonuna kadar dalgalı bir seyirle artarak 6,6 milyar dolardan 8 milyar dolara ulaşmıştır. 2009 yılında, diğer tüm sektörlerde olduğu gibi tekstil sektöründe de ihracat kaybı yaşanması ile beraber, 2010 yılında %18,3 oranında artarak 6,5 milyar dolara yükselen ihracat 2011 yılı sonu itibariyle %21,9 artışla 8 milyar dolara ulaşmıştır.

2000'li yılların başında Türkiye genel ihracatında %9,5 pay alan tekstil sektörü yıllar içerisinde bu payını koruyamamış ve 2007 yılında payı %6,2'ye gerilemiştir. 2008 yılında söz konusu pay %5,3'e gerileyerek en düşük seviyesine inmiştir. 2009 yılında tekstil sektörünün payı %5,4 oranına yükselirken, 2010 yılı sonunda %5,7'ye çıkmış ve 2011 yılı sonu itibariyle %5,9 olmuştur. (İTKİB 2012)

#### **Fırsat alanlarımızı değerlendirmemizi sağlayacak güçlü yanlarımız**

- Sektörde gelişmiş bir alt yapı ve yeterli deneyime sahip olma,
- Uluslar arası rekabet deneyimi,
- Yeni teknolojilere ve moda uyum sağlayabilme,
- Uluslar arası şartnamelere uyum ve çevre dostu üretim konusundaki deneyim,
- Lojistik, ulaşım ve iletişim konularındaki altyapının sağlamlığı
- Gelişmiş ülkelere göre genç nüfusun yarattığı rekabetçi işgücü maliyetleri,
- Sektörün girişimci ruhu ve yetişmiş işgücü mevcudiyetidir.

#### **Üretim süreçleri, kaynaklar ve girdiler açısından güçlü yanlarımız**

- Hammadde ve malzeme zenginliği,
- Ürün ve süreç çeşitliliğindeki zenginlik,
- Esnek ve hızlı üretim, hızlı karar verebilme yeteneği,
- Kişisel talebe yönelik küçük ölçekli işlere yatkınlık,
- Toplam üretimimizin yarısından fazlasının on yaşından genç makine parkıyla gerçekleştiriliyor olması,
- Genç ve eğitilebilir ülke nüfusu olarak sıralanabilir.

#### **Zayıf bulunan ve iyileştirilmesine gerek duyulan yanlarımız**

- Öz kaynak yetersizliği, risk sermayesi noksanlığı, işletme sermayesi ve nakit akışı yönetme becerisindeki eksiklikler,
- Yüksek girdi maliyetleri,
- Küresel entegrasyonun ve küresel ağ-yapılara katılımın yetersizliği,
- Marka yaratılamaması,
- Kayıt dışı ekonominin büyüklüğü,
- Teknoloji geliştirme ve AR-GE eksikliği,
- Uluslar arası ve ulusal AR-GE fonlarından yeterince yararlanılamaması,
- Bilişim teknolojilerinin sektördeki uygulamalarının yeterli düzeyde gelişmemiş olması,
- Tekstil makineleri ve tekstil kimyası sanayilerinin zayıf olması,
- Kalite kontrol, süreç otomasyonu ve sanal üretim teknolojilerinin yeterli düzeyde gelişmemiş olması,

- Ülke içi ve dışı benchmarking (*Kıyaslama veya başkalarından öğrenmek anlamları ile ifade edilen benchmarking; bir kuruluşun, kendi sektöründen yada dışından başarılı bir kuruluşu referans alarak performansını mümkün olan tüm şekillerde karşılaştırıp mevcut olan durumdan daha iyisini oluşturmaya çalışmak için geliştirme ve iyileştirme sürecidir ve güçlü bir yönetim aracıdır.*) alışkanlıklarının olmaması,
- Bilgilendirici ve yönlendirici sektörel strateji ve politikaların eksikliği,
- Üniversite-sanayi-meslek kuruluşları arasında diyalog zayıflığı,
- Tekstil ve hazır giyim sanayileri arasında gerekli sinerjinin yaratılamaması,
- Hukuksal altyapı eksikliği ve fikri mülkiyet haklarının korunmasındaki hukuki boşluklar.

AB üyesi, bugünün bilgi toplumu ve de yeni sanayileşmiş ülkeleri, sanayileşmeye tekstil ile başlamışlardır. Zaman içinde tekstil sanayi tekstil makineleri ve tekstil kimyasalları üretimine dönüşmüş, oradan da makine, elektrik-elektronik ve kimya sanayilerinde hızlı büyümeyle gerçek sanayi ülkeleri konumunu almışlardır. Bu anlamda öncelikle tekstil sektörünün eksiklikleri ve sorunları biran önce giderilmeli, sektöre ulusal ve yerel bazda sağlıklı bir yapı kazandırılmalıdır. Tekstil sektörü hem büyümeli hem de güçlenmelidir. Ülkemizin sorunu olan ve henüz aşamadığımız markalaşmayı gerçekleştirebilmek için büyük yatırımlar gerçekleştirmek gerekmektedir. Markalaşmak için belli bir süre karlılığı unutmak ve reklam giderlerine yüksek pay ayırmak gerekmektedir. Tekstilde rakibimiz olan Çin'e karşı bizim sahip olduğumuz birçok avantajda söz konusudur. Örneğin bizim bir iletişim sorunumuz yok iken Çin'in diğer ülkelerle aşamadığı bir iletişim problemi vardır. Türk tekstil sektörü çok esnek ve hızlı çalışarak küçük parti mal yapabilmekte fakat Çin şimdilik sadece büyük parti çalışabilmektedir. ([www.butekom.com](http://www.butekom.com) 2011)

ILO Sektörel Eylem Programı raporuna göre, kota serbestisinin gerçekleşmesinden sonra tüm çalışmalar ve değerlendirmeler, Çin ve Hindistan'ın Pazar paylarını arttıracacağı, AB ve ABD'deki yerel üreticilerin Pazar paylarını azaltacağı yönünde olmaktadır. Çünkü gelişmiş olan ülkelerin maliyet açısından Çin ve Hindistan gibi ülkelerle rekabet avantajı her geçen gün azalmıştır.

ILO Sektörel Eylem Programı raporuna göre, ATC ( Tekstil ve Hazır Giyim Anlaşması) sonrasında Çin'in toplam tekstil ve hazır giyim ihracatındaki payı %30-50 arasında değişmektedir. Çin'in kota serbestisinden en fazla kazançlı çıkacak ülke olarak değerlendirilmesinin nedeni, kota sisteminden en fazla zarar gören ülke olmasındandır.

Çin, yüksek ticari engeller ile karşı karşıya kalmış bir ülke konumundadır. Ayrıca, bunun yanında Çin, daha fazla katma değer üreten endüstrilere yönelmektedir. Bu süreçte Çin üretim merkezi olarak gelişmemekte aynı zamanda dünya ihracatının yanında, kendi üretiminin büyük bir bölümünü tüketen önemli bir tüketim pazarı olarak ta büyümektedir. AB tekstil ve konfeksiyon sektörü, kota uygulamasına son verilecek kategorilerde sadece katma değeri yüksek orta-üst sınıf ürünlerde iddialı olup, ucuz alt-orta sınıf ürünler, bugün için de ithalat ve kısmen de haricte işleme ticareti yolu ile temin edilmektedir. Bu nedenle kotaların kalkması AB tekstil ve konfeksiyon sektörünü fazla etkilemeyecektir. (Tarakçıoğlu, Kasım 2004)

ILO Sektörel Eylem Programı raporuna göre, Hindistan da ihracat, kotalarla ve yerel düzenlemelerle engellenmektedir. Ayrıca Hindistan, kendi tekstil ve hazır giyim sektörünü modernize etmek zorundadır. Modernizasyon kaçınılmaz olarak şu anda kullanılmakta olan eski teknolojilerin yerine sermaye yoğun yeni teknolojilerin getirilmesine yol açacaktır. Bu nedenle kota serbestisini takip eden 3-5 yıl içerisinde, tekstil ve hazır giyim endüstrisindeki toplam istihdam sektörün kayıt dışı bölümleri de dâhil olarak, üretim ve ihracat yine de yıllık olarak %10-15



oranında artacaktır. Her durumda Hindistan'ın ihracatının reformlar olmasa bile önemli ölçüde artacağı beklenmektedir. Hindistan, Çin'in koruma önlemleri nedeniyle kaybedeceği pazar payının bir kısmını kapabilmek için faaliyetlerini sürdürmek zorundadır.

Bangladeş, hazır giyim sektöründe istihdam yaratması sorunuyla ve ihracat konusunda kendi ülkesindeki yerel düzenleme engelleri ile uğraşmaktadır. Alt yapılarının zayıf olması, limanlarının az olması, elektrik kesintilerinin fazla olması, aşırı bürokratik engeller, yüksek iletişim maliyetlerinin olması Bangladeş'in gerçek potansiyelini ortaya çıkarma konusunda engellemektedir. ABD pazarındaki payını 2005 yılı itibariyle arttırmış bulunmaktadır. (ILO 2005)

Türkiye, Romanya, Tunus, Fas gibi tekstil ve hazır giyim ihracatçıları kısa dönemde pazar paylarını Çin ve Hindistan'a kaptıracaklardır. Fakat bu kısa süreli bir dalgalanmaya sebep olacaktır. Ayrıca, teslim süresi, tasarım ve pazarlamayı da hesaba katarsak bu ülkelerden AB ve ABD'ye ihracatın kısa bir durgunluk sonrasında devam edeceğini söyleyebiliriz. Kalite unsurunun önemli olmadığı durumlarda Çin ve Hindistan pazarda önemli bir konumda olacaklardır. (Tarakçıoğlu 2005)

Kriz iplik fabrikalarını, baskı fabrikalarını ve hazır giyim atölyelerini vurmuştur. İplik fabrikalarının yarısı kapanmıştır. Finans gücü olan firmalar kurtuluşu Mısır, Sudan, Etiyopya gibi Afrika ülkelerinde veya Türkmenistan, Özbekistan gibi orta Asya ülkelerinde aramışlardır. AB'ye üye olan balkan ülkelerine yatırım yapan firmalar, bu ülkelerde işçiliğin artması üzerine fabrikalarını kapatmışlardır. Gücü olmayan firmaların makinelerinin yenileri Suriye, İran ve Orta Asya'ya müşteri bulamayan makinelerse hurdaya gitmiştir. Bundan sonra büyük üretim kapasitesine sahip boyahanelerin kurulamayacağını söyleyebiliriz. Yapılacak yatırımlar daha çok entegrasyona gitme, eksik makine tamamlama, eskiyen makinelerin daha verimli makinelerle değişimi olacaktır.

Artan küresel rekabet ve Asya kökenli düşük fiyatlı ithalat akışı ile küresel ekonomide meydana gelen dalgalanmalar ve krizler, tekstil ve hazır giyim sanayi üzerindeki baskıyı artırmakta ve değer zincirine yönelik stratejik kararlara hayati önem kazandırmaktadır. Bu doğrultuda, Türkiye'de değer zincirinde rekabet gücü üzerinde etki oluşturan operasyonlar imalat aşamasından perakendeye doğru kaymakta ve hizmet operasyonlarının stratejik önemi artmaktadır.

Üretim sürecinde teknoloji kullanımını öngören ve AR-GE yatırımlarında bulunarak inovasyonu hedefleyen firmaların rekabet güçlerinin yükseldiği görülmektedir. Aynı şekilde özellikle hazır giyim sektöründe tasarım ve markalaşma değer zincirinde öne çıkan operasyonlar olmaktadır. Perakendenin stratejik karar alma sürecinde katkı ve etkisinin artması lojistik, pazarlama, müşteri ilişkileri gibi hizmetleri rekabet açısından daha da önemli kılmaktadır. ([www.kobifinans.com.tr](http://www.kobifinans.com.tr) 2011)

Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörüne yönelik stratejilerin başında değer zincirinde markalaşma sürecine yönelik operasyonların geliştirilmesi gelmektedir. İmalatta artan küresel baskılar nedeniyle özellikle, katma değeri düşük malların rekabet gücü düşmektedir. Bununla birlikte katma değeri yüksek olan, tasarım ve yenilikçi ürünlerin küresel rekabet şansları yükselmektedir.

Avrupa'nın tekstil sektöründeki en büyük handikapı ve bu sektörden çıkmasının sebebi hammaddenin (pamuk/keten/yün) ülkelerinde yetişmemesidir. Sömürgeler 1950'lerden sonra hızla "bağımsızlaşınca" Avrupa'nın, Türkiye gibi gelişen ülkelerle rekabeti zorlaşmıştır. Ülkemizin dünya tekstil sektöründe söz sahibi olmasının en başta gelen sebebi "pamuk üreticisi" olmamızdır.

Bir zamanlar 900 bin ton üretimle dünyanın sayılı üreticilerindendik. Şimdi GAP devreye girdi, ama pamuk üretimimiz 400 bin tonlara düştü.

Otomotiv sektöründe gördüğümüz kurumsallaşma, kalite, sistem, araştırma-geliştirme, yenilikleri takip gibi kavramlar tekstil sektörümüze çok uzaktır. Sektörde Sümerbank efsanesi sona erdirilmiş, köklü sanayici ailelerin kurduğu sektörün lokomotif firmaları kapanmıştır. Profesyonel sanayici diyebileceğimiz kişi ve gruplar “kayıt dışı” ile rekabet edemeyip sektörden çekilmiştir.

Sektöre hâkim olan iş adamı tipi için şunları söyleyebiliriz: 1990-2000 yıllarında mevcut konjoktörü değerlendirip hızla büyüyen “küçük esnaf” tipidir. Gözü karartıp yatırım yapan bu iş adamları, yapıları gereği her yetkiyi kendilerinde toplamışlardır. Çoğu kökleşmemiş/kurumsallaşmamış bu firmalarda çalışan teknik kadro yukarıda saydığımız fabrikalara göre çok zayıftır. Yeni kuşak “patronlar” çokbilmiş (!) insanlarla çalışmak istemiyorlar!

Sektörün geleceğini belirleyecek; gelişimini olumlu veya olumsuz yöne sürükleyecek tek faktör BİLGİDİR. Sektör şu an için bilgiye kapalıdır. Ucuz kumaş üretimi doğal olarak Afrika, Orta Asya’ya ve Uzakdoğu’ya kaymaktadır. Pazarlarda birkaç milyona satılan ürünlerle Çin/Hindistan gibi rakiplerimizle rekabet edemeyiz. Çin’e karşı avantajımız olan pazara yakınlık, küçük partileri hızla teslim etmek, pahalı mal üretmek gibi avantajlarımızı kaybetmekteyiz. 2009 yılında AB ülkelerine yaptığımız ihracat hem adet, hem fiyat olarak düşmüştür. Rakibimiz Çin’in ihracatı adet olarak düşmüş, ama fiyat olarak yükselmiştir.

Şimdi AB’deki tekstil üreticileri hammaddesi ülke dışından gelen, çok su tüketen, çevreyi kirleten, boya ve terbiye tesislerini 80’li yıllarda bizim gibi bu sektöre girmeye meraklı ülkelere sudan ucuz sattılar. Sattılar, ama birkaç şeyi kendilerinde bıraktılar. Kendilerinde bıraktıkları; sentetik iplikler, ince pamuklu dokumalar, dokusuz yüzeyler ve teknik tekstilleri, tekstil makine sanayini. Geçen yıllarda sentetik iplik ve pamuklu dokuma üretiminde Uzakdoğu öne çıktı. Hindistan boyada, tekstil sektörüne sonradan giren Güney Kore ve Tayvan makine üretiminde söz sahibi olmuştur. Dokuma makineleri konusunda Japonya önde gelen üretici olma özelliğini korumaktadır.

Günümüze gelirsek bizim tekstil ihracatımız 20-25 milyar dolar civarında gezerken, bize “tekstil öldü, boş verin” denilirken, AB’nin ihracatı 150-200 milyar dolar civarındadır. Sadece İtalya’nın tekstil ihracatı tekstil makineleri dâhil 60 milyar dolardır. Avrupa’nın bu büyük ihracatı makine satışları, teknik tekstiller ve nano teknolojilerde üretilmiş ürünlerden oluşmaktadır.

Sektörün çoğunluğu bilgi isteyen, bilgili teknik insanların söz sahibi olması gereken yeni teknolojilerden uzak durur ve müşterilerin verdiği reçeteleri uygularsa, basic kumaş üreticileri iyice küçülecek, kapanacak veya ucuz işçiliğin olduğu ülkelere taşınacaktır. Sadece AR-GE, ÜR-GE yapan, TÜBİTAK ve üniversitelerle araştırma yapan, nispeten markalaşan firmalar, devletin kısmen destek vermesiyle teknik tekstil, nonwoven, nano teknolojiler konusunda yatırım yapan yabancı sermayeyle ortak şirketler, kurumsallaşmış, araştırmacı şirketler, Anadolu’nun çeşitli yörelerinde Avrupa’ya ucuz mal yapan az sayıda fabrika ayakta kalacaktır.

Devletin özel teşvik planı ile klasik tekstil ürünlerinin yerine teknik tekstiller geliştirilir, nano teknolojiyle üretim yapan firmalar desteklenir, firmalarımız kurumsallaşmalarını hızlandırır, firma sahipleri bilgili yöneticileriyle yetkilerini paylaşıyor, AR-GE ve ÜR-GE çalışmalarını hız kazanır, İstanbul’u dünyanın önde gelen moda merkezlerinden biri haline getirip, modacılarımızın dünyanın her tarafında defileler düzenleyip, stilistlerimiz dünyaya yayılarak sektörümüz dünya tekstil pazarındaki payını daha yukarılara taşıyabilir. ([www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr) 2011)

### Tekstil sektörünün başlıca sorunları

- ✓ Tekstil sektöründe vizyon ve strateji eksikliği vardır. Bu nedenle, sektördeki birçok işletme gelecekte çalışmalarını hangi yöne çevireceği konusunda kararsızdır. Bu durum, tekstil sektörünü gelecekte sorunlarla karşı karşıya bırakacaktır. Strateji belirleme konusunda işletmelere devletin, ticaret sanayi odalarının, üniversitelerin, ihracatçı birliklerinin ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının yardımı ve katkısı gereklidir. Dünyadaki gelişmelere göre, izlenecek stratejiler tespit edilmeli, hedef ve stratejiler sektöre aktarılmalıdır.
- ✓ Bilinçsiz yapılan yatırımlar özellikle 1995 yılından sonra devlet yatırım teşviklerinin çarpıklığı ile birlikte tekstil sektöründe kapasite fazlalığına yol açmıştır.
- ✓ Yatırımların büyük çoğunluğunun yüksek faizli ve kısa vadeli borçlanma şeklinde yönlendirilmesi işletmelerin mali yapılarını daha da bozmuştur.
- ✓ Kriz dönemlerinde plansız davranılarak yatırıma devam edilmesi sektörün genel yapısına zarar vermiştir.
- ✓ Sektördeki firmaların büyük çoğunluğunun KOBİ'lerden oluşuyor olması işletmelerin bozuk finansal yapılarının temel nedenini oluşturmaktadır.
- ✓ Öz kaynak yetersizliği ve Uzakdoğu rekabeti sektörü olumsuz etkilemektedir.
- ✓ Tekstil ürünleri ithalatının, yeterli yerli üretim ve aşırı kapasite fazlalığı olmasına rağmen büyük boyutlarda yapıyor olması, özellikle hazır giyim sektörünün ihracat şansını azaltmaktadır.
- ✓ Sektörde ciddi bir Pazar problemi yaşanmaktadır. Dünyada tekstil ve hazır giyim arzının artacağı ve hatta talepten fazla olacağı dikkate alınarak mal satabilmenin zorlaşacağı, pazarlamanın öneminin daha da artacağı sektör için sorun olarak mutlaka değerlendirilmelidir.
- ✓ Tekstil makinelerinin büyük oranda gelişmiş ülkeler tarafından üretiliyor olması ve tekstil üretiminde teknolojinin her geçen gün daha da yenilenerek üretim maliyeti içinde işçilik maliyetlerinin düşüyor olması ve miktar kısıtlamaları avantajının etkisiyle gelişmiş ülkelerin ciddi boyutlarda tekstil üretimi ve ihracatı devam etmektedir.
- ✓ Gelişmiş ülkelerin tekstil üretimi ve ticaretindeki etkinliği devam etmekte iken hazır giyim üretim ve ihracatı azalmakta, ithalat ise hızla artmaya devam etmektedir. Bu durum yapılabilecek olan yeni düzenlemelerle ülkemiz lehine çevrilebilecektir.
- ✓ Kaliteli üretim için gerekli olan işgücü verimliliği Türkiye' de son derece düşüktür.
- ✓ Toplam tekstil ürünleri ihracatımızın 2/3' ü tekstil makineleri ithalatı için döviz olarak yurtdışına geri ödenmektedir. Teknoloji üretmeyen bir ülke olduğumuz bu bağlamda asla unutulmamalıdır.
- ✓ Çin tekstilinin aşırı, acımasız ve haksız rekabeti çok önemli bir sorundur. Özellikle temel ve standart tekstil ürünlerinde Çin firmaları ile rekabet etmek mümkün değildir. Gerekli önlemler alınmaz ise, birçok işletme kapanacaktır.
- ✓ Yurt dışındaki rakiplere göre, enerji, doğal gaz, işçilik, vergi, sigorta gibi temel girdiler ülkemizde oldukça yüksektir. Dünya fiyatları seviyesine çekilmelidir.
- ✓ Diğer ihracatçılar gibi tekstilciler de kur riski ile karşı karşıyadır.
- ✓ Sağlıklı bir sektör envanteri çıkarılmalıdır.
- ✓ Tekstil, hazır giyim ve hazır giyim sektörünün en önemli sorunlarından birisi de kayıt dışılıktır. Kayıt dışı çalışan tekstil işletmeleri, rekabet ortamının bozulmasına, makine parkının bilinmemesine, istihdam bilgilerinin yetersizliğine neden olmaktadır. Yetersiz bilgiler, geleceğe ilişkin doğru tahminler yapılmasına imkân vermemektedir.

- ✓ Ülkemizde işsizlik çok ciddi boyutlarda olmasına karşın, tekstil sektöründe nitelikli eleman yetersizliği söz konusudur. Bu sektörde de üniversite sanayi işbirliği gerçekleştirilememektedir.
- ✓ Sektörün sorunu, tasarım yapamamak, marka olamamak ve moda yaratamamaktır.
- ✓ Tekstil şirketleri bir araya gelip sorunlarını ilgililere iletmemekte ve birlikte hareket edememektedirler. Bilindiği gibi, ortaya konulamayan veya birlikte dile getirilemeyen sorunlar, ilgili kurumlar tarafından dikkate alınmamaktadır.
- ✓ Sektördeki firmalar arasında dayanışma yoktur, aynı müşterileri karşısında anlamsız bir rekabet söz konusudur.
- ✓ Tekstil firmaları çalışanlarına gereken yatırımı yapmamaktadır. ([www.tubitak.gov.tr](http://www.tubitak.gov.tr) 2011)
- ✓ Tekstilde AR-GE yatırımları yeterince yapılmamaktadır.
- ✓ Küreselleşme olgusunun ve küresel etkileşimin etkilerinin, bilgi ve teknoloji üreten, bunu kullanan-satın alan toplumlar arasındaki gelişmişlik ve refah farkının artacağı bir dünyada Türk tekstil sektörünün vizyonu; katma değeri yüksek, yenilikçi, rekabetçi ve teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile dünya ticaretindeki payını ve toplumsal refahı artırmaktır.
- ✓ Özellikle dünyada son yıllarda önem kazanan küreselleşme, dünyanın tek bir pazara dönüşmesi, AB ile Gümrük Birliğine girilmesi gibi önemli gelişmeler yüzünden, bu sorunlar gittikçe Kobi'lerimize ağır gelmeye başlamış; dış pazarlara açılma aşamasında, Kobi'lere devletin ve diğer ilgili kurumların yardımlarını zorunlu hale getirmiştir. Kobi'lerin Türkiye'nin gelişmesine katkılarının sağlanabilmesi için, temel yönetim sorunlarının çözülmesi gerekmektedir.
- ✓ İşletme yöneticilerinin finansal bilgi sorunu, müşterilerde aranacak niteliklerin iyi tespit edilememesi, kredili satışlarda üstlenilecek riskin iyi değerlendirilememesi ve etkin bir tahsilât politikasının izlenememesi gibi olumsuzluklarla karşılaşmaktadır.
- ✓ Kobi'lerde finansmanla ilgili bölüm eksikliği, farklı finansman alternatiflerinin araştırılması, işletme için gerekli bir takım finansal kararlar alınması, uygulanması ve etkin finansal düzenlemelere gidilmesi imkanı ortadan kalkmaktadır. ([www.itkib.gov.tr](http://www.itkib.gov.tr) 2011)

### **Gelecek hedeflerimiz ve genel çözüm önerilerimiz**

- İlgili kurum ve kuruluşların, Tekstil Fakülteleri ve Araştırma Merkezlerine katkıda bulunmalarını sağlamak,
- Öncelikle sağlıklı bir sektör envanteri çıkarılmalı ve sorunlar masaya yatırılmalıdır.
- Bu endüstriye ilişkin kısa, orta ve uzun vadeli hedefler belirlenmeli, vizyon oluşturulmalı ve dünyadaki gelişmelere göre izlenecek stratejiler tespit edilmelidir.
- Belirlenen hedef ve stratejiler sektör bünyesindeki firmalara anlatılmalıdır.
- Ar-Ge ve eğitim yatırımları en üst düzeyde yapılmalıdır.
- Küresel rekabet gücü sağlayan uygulamaların ve tekstil teknolojilerinin araştırılması, uyarlanması ve kullanımı; sektörel ve sektörler arası bilgi alış verişi ağının ve işbirliklerinin güçlendirilmesini sağlamak,
- Küresel eğilimler ve itici güçler doğrultusunda moda/marka ve dağıtım kanalları oluşturmak,
- Tekstil sektörünün kayıt altına alınabilmesi için vergi oranları düşürülmeli, denetimler yoğunlaştırılmalı ve kapsamlı bir vergi reformu yapılmalıdır.
- Fiyatı devlet tarafından belirlenen ve sanayide kullanılan enerji giderleri dünya fiyatları seviyesine çekilmelidir.

- Pazar çeşitlendirilmesi amacıyla yeni yöntemler benimsenmeli ve hedef pazarlara ilişkin belirli program yapılmalıdır.
- Hammaddenin sanayiye dünya fiyatlarıyla ulaştırılması sağlanmalıdır.
- Tekstil hammaddesi ürünlerinde zorunlu standartların uygulanabilmesi gerekmektedir.
- Dünya pazarlarında rekabet edebilmek için kalite oluşturulmalı ve sürekliliği sağlanmalıdır.
- Belirli ürünler konusunda en yüksek teknolojik düzeyde uzmanlaşan küçük ve orta büyüklükteki işletmelere önem kazandırılmalıdır.
- Yüksek derecede kalite isteyen mamullerle teknik tekstil ürünleri üretimlerine ağırlık verilmelidir. Bütün bu çözümler paketinin yanı sıra Türk tekstili kendine özgü tasarımı, kalite, verimlilik, pazarlama ve dağıtım yeteneklerini de daha da geliştirerek yoluna devam etmelidir.
- Çok amaçlı-işlevli akıllı ve katma değeri yüksek ürünlerin ve yeniliklerin sunumunu, çevreyi koruyarak ve yüksek teknoloji kullanımını artırarak sağlamak.
- Tekstil sektörümüzün orta vadede özgün tasarım, kalite, verimlilik, pazarlama ve dağıtım yeteneklerinin geliştirilmesine, üst sınıf moda ve yönelik ürünlerin ve teknik tekstillerin üretimine; uzun vadede ise akıllı ve çok işlevli tekstil ürünlerinin araştırılmasına, geliştirilmesine ve üretimine önem verilmelidir.
- Tekstil sektörü, geliştireceği uzun dönemli stratejilerle teknoloji düzeyini yükselterek, orta ve uzun vadede Asya ve Afrika rekabeti karşısında kaybedilmesi olası olan “sıradan giysi ve tekstil ürünleri (commodity textiles)” üretimi yerine, “teknik tekstiller” ve “çok işlevli, akıllı tekstiller” olarak tanımlanan bilgi, “know-how” ve yenilik yoğun, yüksek katma değerli ürünlerin geliştirilmesine ve dünya pazarlarına sürümüne yönelmelidir.
- Tekstil terbiyesinde enerji tasarrufu sağlayan / çevre-dostu teknolojilerin kullanılmasına yönelinmelidir.
- Tekstilde her türlü veri ve bilgi akışının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır.
- Tekstil terbiyesinde kullanılan kimyasalların çevrede yarattığı etkiler nedeniyle dünyada, daha az zararlı terbiye yöntemleri (biyolojik terbiye yöntemleri, plazma ve iyon implantasyonu ve ultrasonik terbiye yöntemleri) geliştirilmektedir. Çevreye zararlı üretim yöntemleri kullanılarak üretilen ürünlere dünya pazarlarında getirilen sınırlamalardan etkilenmemek için, tekstil sektörümüzün bu alternatif terbiye yöntemlerine yönelmesi ve bunlarla ilgili teknolojileri geliştirerek kullanması öncelikli görülmektedir.
- Ayrıca, üretim tesislerindeki atık suların arıtımı ve terbiye maddelerinin geri kazanılması, enerji tasarrufu sağlayan yöntemlerin (ısı pompalı kojenerasyon vb.) kullanılması, çevreyi korumanın yanı sıra üretim maliyetlerini de düşüreceğinden, ülkemiz tekstil sektörünün önemle üzerinde durması gereken teknolojik faaliyet konularıdır. ([www.tekstilisveren.org.tr](http://www.tekstilisveren.org.tr) 2011)

## Sonuç

1 Ocak 2005 tarihinden itibaren tekstil ve hazır giyim sektörü, daha önce karşılaşmadığı bir rekabet ortamına girmiştir. Kotaların 2004 yılı sonunda tamamen kalkmasıyla birlikte, en önemli bir pazar olan Avrupa Birliği’nde rakip ülkelerle daha yoğun rekabet yaşamaktadır. Türk tekstil sektörü rakip ülkelerin düşük maliyetleri ve devlet desteğine dayalı rekabeti karşısında, dezavantajlı bir konuma sahiptir.

Bu nedenle Türk tekstil sektörü her şeyden önce verimlilik bazında yüksek ürünlerle rekabet edebilmelidir. Gerek AB, gerekse ABD pazarında daha da yoğunlaşacak bir rekabet ortamıyla karşılaşılacağından, yurt içi piyasada firmaların ne derece etkin oldukları belirlenerek performansları artırılmalıdır. Türkiye’de tekstil sektöründe gündemde olan sorunlar daha çok nitelikli ve eğitimli işgücü eksikliği ile makine teçhizatlarının AB standartlarına uygun olmaması olarak özetlenebilir.

AB hibelerinden tekstil sektörünün en yüksek payı alabilmesini sağlamak için ilk olarak mevzuata ve amaca uygun projeler üreterek gerekli alt yapı oluşturulmalıdır. Bunun için; ekipman ve makine tedariki sağlamada gerekli yatırımların yapılmasına vesile olacak projeler üretmek esas olacaktır. Maddi olmayan yatırımlar alanında; daha çok eğitim programları düzenlemek ve bu konuda KOBİ’lere danışmanlık hizmeti vermek yer alır. Örneğin kalitenin geliştirilmesi ve yeni ürünlerin üretimi (ürün çeşitliğinin artırılması) için çalışmalar (deneme üretimi, ölçüm, değerlendirme, danışmanlık, eğitim) yapılması proje hazırlanması aşamasında verim sağlayacaktır. Ayrıca sanayide çeşitli kademelerde çalışan elemanlara kurs, seminer, konferans şeklinde eğitim hizmetleri verilen projeler yapılabilir. Tekstilde üretim kapasitesini artırmaya yönelik çalışmalara hız verilmeli, oluşturulan üretim kapasitesinin kalite ve verimliliğini yükseltmek amaçlı girişimler olmalıdır.

Elimizdeki mevcut işletmemizi iyileştirmeye yönelik yenileme ve iyileştirme işlemlerini içeren projeler geliştirilebilir. Tekstil sektörü için önemli olduğu düşünülen problemler AR-GE projesi haline getirilerek daha kapsamlı bir şekilde araştırılabilir. Bu şekilde oluşan proje konularının üniversitelerde yüksek lisans ve doktora tez konuları olarak ele alınmaları teşvik edilerek sektör genelinde bir faydalanma sağlayacak projeler ortaya çıkartılabilir. İşletme laboratuvarlarında rutin ölçme (test ve analiz) çalışmaları yapılarak hatalı üretimlerde hata kaynak ya da kaynaklarının tespiti önem taşıyacaktır. Bu işe, sağlıklı ve güvenilir ölçmenin yanında, bulunan sonuçların doğru değerlendirilmesi ve sektör lehinde kullanılması açısından son derece faydalı olacak projeler kapsamına girecektir. İşletmede mevcut uzman kadrosuna ve merkez bünyesinde sürekli olarak istihdam edilecek uzman ve uzman yardımcılara ilaveten, sanayide uzun yıllar çalıştıktan sonra emekli olmuş başarılı yönetici ve teknik elemanlardan oluşacak bir uzman ekibin projeye katkısı da faydalı olacaktır.

Devletin tekstil ve hazır giyim sektörü ile ilgilenmesi ve belirli avantajları sağlaması gerekmektedir. Tekstil ve hazır giyim alanında çok iyi bir yere sahip olan Türkiye’nin bu yerini kaybetmemesi gerekmektedir. Devletin tekstil sektörünü eskisi gibi ağırlık vermediğini görmekteyiz. Devlet, sektör kuruluşları ve firmalar, İstanbul gibi büyük bir şehri “Moda Merkezi”ne dönüştürmesi, dünya çapındaki modacı ve tasarımcıların ülke dışından istihdam edilmesi ve yerli tasarımcıların yetiştirilmesi, markalaşmaya ağırlık verilmesi, dünya çapında büyük mağazalar zincirlerinin oluşturulması ve mevcut ortaklık kurulması gibi stratejiler geliştirilmelidir.

Tekstil ürünlerinin kalitesini artırmaya yönelik “ürün kalitesini geliştirme laboratuvarları” gibi laboratuvarlara sahip işletme kurmaya kaynak ve destek sağlayacak projeler yürütülmelidir. Üretilen ürünün markalaşmasını sağlayacak projeler mutlaka desteklenmelidir. Marka yaratmaya yardımcı olacak nitelikli elemanların yetişmesi için üniversiteler ile işbirliği kurularak bu kapsamda projeler üretilmelidir.

Sektörümüz bilgiye, ÜR-GE’ ye ve AR-GE’ ye gerekli yatırımı yoğun olarak yapmalıdır. İşverenlerimizin tüm yetkiyi ellerinde tutmaktansa konusunda uzman kişilere yetkilerini dağıtmaları

kendi yararlarına olacaktır. Bu şekilde kendileri de firmalarının ileriye atılım yapabilmesi için gerekli konulara yoğunlaşabileceklerdir. Firmalarımız kesinlikle çalışanlarına gerekli eğitimi vererek firmalarının vizyonunu ileriye taşıyabilirler. Sektörümüzdeki çoğu firma KOSGEB ve TÜBİTAK gibi kurumların hibelerini bilmemektedir. Bunun için üniversitelerimizle daha çok etkileşime girmelidirler.

## KAYNAKLAR

- 1) Birol EFE, “2005 Sonrasında Türk Tekstil & Hazır Giyim Sektörü Rekabet Gücünü Nasıl Koruyacak?”, *AR & GE Bülten*, Araştırma ve Meslekleri Geliştirme Müdürlüğü, İzmir Ticaret Odası Yayını, Mart, 2005, s. 8.)
- 2) KOSGEB, *Kobi Ekonomisi, (Tekstilde 2005 Stratejisi ve KOBİ'ler için Öneriler)*, Ankara, Mart, 2004, s. 2.
- 3) İTKİB Genel Sekreteri, Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi, Ocak 2012
- 4) Aras, G.,2006, “Avrupa Birliği ve Dünya Pazarlarına Uyum Açısından Türk Tekstil ve
- 5) Konfeksiyon Sektörünün Rekabet Yeteneği”, Mart Matbaası, İstanbul, s.59.
- 6) Tarakçıoğlu, I. Kasım 2004, “Tekstil Sanayii Gelecekte Nerede Üretecek?”,
- 7) <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2004/Kasim/arastirma/html>
- 8) ILO, Sektörel Eylem Programı, MFA Sonrası Dönemde Tekstil ve Hazırgiyim
- 9) Sektöründe Adil Bir Küreselleşme Ortamının Sağlanması- Cenevre 2005 Raporu-syf.13
- 10) Tarakçıoğlu, I., AB Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayini Harcıyor mu ?,
- 11) <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi>
- 12) [www.dokuipek.com](http://www.dokuipek.com), (27.09.2011)
- 13) [www.butekom.com](http://www.butekom.com), (27.09.2011)
- 14) [www.kobifinans.com.tr](http://www.kobifinans.com.tr), (30.10.2011)
- 15) [www.tekstilisveren.org.tr](http://www.tekstilisveren.org.tr), (03.11.2011)
- 16) [www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr), (03.11.2011)
- 17) [www.tubitak.gov.tr](http://www.tubitak.gov.tr), (20.11.2011)
- 18) [www.itkib.gov.tr](http://www.itkib.gov.tr), (20.11.2011)
- 19) [http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3\\_1.htm](http://www.tbmm.gov.tr/komisyon/tekstil/sonuc3_1.htm), (16.02.2012)

## **ABMYO Dergisi'nde Yayınlanacak 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.*

### **1. 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.

### **2. 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 formatı belirtilmiş yazılar dışında kalan metin Times New Roman yazı karakterinde 12 punto ile yazılmalıdır.



### 3. 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.

### 4. 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.

5. Dergide yayımlanmak üzere gönderilen yazıların, daha önce hiçbir yerde yayımlanmamış olması veya bir başka yayın organında değerlendirme aşamasında bulunmaması gerekmektedir.
6. Herhangi bir sempozyum, kongre, konferans v.b. bilimsel etkinliklerde sunulmuş veya sunulacak olan bildiri metinleri, yayımlanmamış olması koşulu ile hakem değerlendirmesine gönderilir.
7. Kısaltmalar, ilgili bilim alanının standart kısaltmaları olmalı ve metin içinde ilk geçtiği yerde tanımlanmalıdır.

### 8. 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.

### 9. 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.

## 10. Makalenin İngilizce Başlığı

Makalenin İngilizce başlığı sadece ilk harfi büyük olmak üzere Times New Roman yazı karakterinde punto ile koyu olarak yazılmalıdır.

## 11. 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.

## 12. 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.

## 13. Şekiller

Metin içinde yer alan şekiller metin sınırlarını aşmayacak şekilde ortalananarak 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.

#### **14. Resim ve Fotoğraflar**

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

#### **15. 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.

#### **16. 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.**

17. Dergi yayın Kurulu, makaleleri, üç hakem gönderir. Makaleler, en az iki hakemin olumlu görüşüyle yayımlanır.

18. Yayımlanması için düzeltilmesine karar verilen yazıların, yazarları tarafından geç(posta süresi de dahil olmak üzere) 30 gün içerisinde, yeniden Yayın Kuruluna gönderilmesi gerekir. Belirlenen sürede gönderilen makaleler bir sonraki dönemde yayımlanmak üzere sıraya konulur. Metin, değişiklikleri isteyen hakemler tarafından yeniden incelenebilir.

19. Hakem onayı alan makaleler, raporların tamamlanma tarihlerine göre sıraya konularak yayımlanır.
20. Dergiye gönderilecek yazılar, iki kopya alınarak hazırlanmalıdır. Bunlardan bir kopya posta yolu ile gönderilmeli; bir kopya ise; elektronik posta aracılığıyla iletilmelidir. Elektronik posta olarak gönderilen nüshada, yazar/yazarların adı soyadı, makalelerin tam adı, bağlı oldukları kurum ve ünvanları, iş-cep telefonları ve elektronik posta adreslerini içeren bir kapak sayfası bulunmalıdır. Kapak sayfası, posta yolu ile gönderilecek kopyaya da eklenmelidir.
21. Yazarlar, yayımlarını İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisine göndermekle, telif haklarını İstanbul Aydın Üniversitesine devretmiş sayılırlar.
22. Dergide yazısı yayımlanan yazarlara, iki adet dergi ücretsiz olarak gönderilir. Ayrıca telif hakkı ödenmez.
23. Ulusal ve uluslar arası düzeyde akademik bilgi paylaşımının sağlanması amacıyla İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi'nde yayımlanmak üzere Hakem Kurulundan geçen yazılar Üniversitenin internet sitesine bağlı olarak da yayımlanabilir.
24. Dergiye gönderilen yazılar, yayımlanmasa dahi iade edilmez

## 25. Kaynaklar

Yazı içinde atıfta bulunulan kaynaklar; ya ...Smith (1980)... şeklinde cümlenin içinde, ya ...(Smitb, 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 İtalik* 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*, 5<sup>th</sup> 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.

Aziz,A (2008). İletişime Giriş. 135, Aksu Yayınevi. İstanbul.

**- Kitap İçinde Bölüm**

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

**- Ceviri Kitap**

Ong, W.J (1995). Sözlü ve Yazılı Kültür. Sema Postacıoğlu(Çev.). 136, Metis Yayınevi. İstanbul

**- Editörlü Kitap**

Çebi, M.(Ed).(2003). Medya Etki Araştırmaları 142, Alternatif Yayınevi. Ankara.

**- Editörlü Kitapta Bölüm**

Keepinger. H,M(2003). Etki Kavramının Sınırları. Murat Çebi(Ed.), Medya Etki Araştırmaları 142, Alternatif Yayınevi. Ankara.

**- Dergiden Makale**

Gezgin, S. (2009). Medyanın Sorumluluğu( Türk Alman İlişkileri Örneğinde). İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1, 44-54

**- Basılmamış Tezler, Bildiriler**

Arvas. İ.S (2010). Cumhuriyet Döneminde Basında Etik Bağlımada Ortaya Konulan Uygulamalar ve Bir Meslek Örgütü: Basın Konseyi. (Yayınlanmamış doktora tezi.) İstanbul Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

**- İnternette Makale**

Koloğlu, O. (1999). Medya, Devlet ve Sermaye. <http://dorduncukuvvetmedya.com>

**iv) Basılmış Bilimsel Rapor**

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

v) **Mesleki Teknik Rapor**

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

vi) **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)











İşletme Yönetimi (İngilizce-Türkçe)

Programı





Dr. Mustafa AYDIN

President

Doç Dr. Murat ERDOĞAN

Transferring trade payables account group of Tucoa to opening financial statements as of Tfrs

Prof.Dr.H.Besim AKIN  
Recep MİNGA

The investigation of the factors playing a role in the preference and the satisfactions of the students going to the training center in the open learning education with the multivariate statistical methods.

Assistant Prof. Ali İhsan ÖZEROĞLU

The Grow in a shrink world

Öğr. Gör. Nurgül SARSILMAZ  
Prof.Dr Kemalettin YİĞİTER

How World War II Shaped the Art and Literature?

Assistant Prof. Olcay UÇAK

Critical approach to the inquiry news of print- based within the scope of professional ethics

Assistant Prof. Vedat ÖZYAZGAN

Problems of the Turkish textile sector and some thoughts on the solution