

Öneri, Cilt 7, Yıl 13, Sayı 27, Ocak 2007

ENSTİTÜ ADINA SAHİBİ : Prof. Dr. Zafer KESEBİR (Enstitü Müdürü)

YAYIN KURULU :

Doç. Dr. Deniz BÖRÜ (Müdür Yrd.)
 Prof. Dr. Mustafa FAYDA (Enstitü Yönetim Kurulu Üyesi)
 Prof. Dr. Haluk SÜMER (Enstitü Yönetim Kurulu Üyesi)
 Prof. Dr. Bülent VARDAR (Enstitü Yönetim Kurulu Üyesi)

Anabilim Dalı Başkanları

Prof. Dr. Zekeriya KURŞUN	Prof. Dr. Acar SEVİM
Prof. Dr. Pınar TINAZ	Prof. Dr. Osman ALTUĞ
Prof. Dr. Osman GÜRBÜZ	Prof. Dr. Serap HELVACI
Prof. Dr. Haldun AKPINAR	Prof. Dr. Kasım TURHAN
Prof. Dr. Günay Gökse ÖZDOĞAN	Prof. Dr. Şengül ÖZERKAN
Prof. Dr. Nur CENTEL	Prof. Dr. Suut DOĞRUEL
Prof. Dr. Rona TURANLI	Prof. Dr. İbrahim DOĞAN
Prof. Dr. Ömer Faruk BATIREL	Prof. Dr. Esra BİRYILDIZ
Prof. Dr. Celal ERBAY	Prof. Dr. Ziya KAZICI
Prof. Dr. Ali Vahit TURAN	Prof. Dr. Serhat KUTLAN
Prof. Dr. Halis AYHAN	Prof. Dr. Filiz Balta PELTEKOĞLU

SBE ile Koordineli Çalışan Enstitülerin Müdürleri

Prof. Dr. Tiğınçe OKTAR	Prof. Dr. Muzaffer DARTAN
Prof. Dr. Nurten GÜNAL	Prof. Dr. Betül AYDIN
Doç. Dr. Bülent VARDAR	Prof. Dr. Emel KEFELİ

DANIŞMA KURULU:

Prof. Dr. Sudi APAK (Trakya Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dekanı)
 Prof. Dr. Taner BERKSOY (Bahçeşehir Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dekanı)
 Prof. Dr. M.Şakir ERSOY (Galatasaray Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dekanı)
 Prof. Dr. Tamer KOÇEL (Kültür Üniversitesi, Rektörü)
 Prof. Dr. M.Şükrü TEKBAŞ (İstanbul Üniversitesi, İşletme F. Dekanı)

EDİTÖR (Sorumlu Yazı İşleri Müdürü) : Prof. Dr. Uğur YOZGAT
YAYINA HAZIRLAMA SORUMLUSU : Arş.Gör.Hande GÜRSOY

İLETİŞİM BİLGİLERİ

ADRES : Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
 Ressam Namık İsmail Sok. No:1 34180 Bahçelievler – İSTANBUL
TEL : (212) 506 47 12/13 – 506 47 24
FAKS : (212) 506 88 61
e-mail : oneridergisi@marmara.edu.tr

Hakemli “ÖNERİ” Dergisi; Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Akademik yayınıdır. Altı ayda bir yayınlanır. Dergide yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu tarafından benimsendiği anlamına gelmez. Yayınlanması uygun bulunmayan yazılar geri verilmez. Yayın Kurulu, yazının özüne dokunmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma hakkını saklı tutar. Dergiden yapılan alıntılarda kaynak göstermek mecburidir.

Baskı Tarihi: Şubat 2007

HAKEMLERİMİZ

Yalçın ACAR	Uludağ Üniversitesi	Banu BAYBARS	Kadir Has Üniversitesi	Zeki DİNÇER	İstanbul Üniversitesi
Erhan ADAL	Ege Üniversitesi	Mahmut BAYHAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Binali DOĞAN	Marmara Üniversitesi
Zeki ADAL	İstanbul Üniversitesi	Ferit H. BAYKAL	Marmara Üniversitesi	İbrahim DOĞAN	Marmara Üniversitesi
Coşkun AK	Uludağ Üniversitesi	Ayşecan BAYSAL	Haliç Üniversitesi	Muammer DOĞAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Uğur Selçuk AKALIN	Marmara Üniversitesi	Selim BEKÇIOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi	Zafer DOĞAN	Marmara Üniversitesi
Gülsüm AKALIN	Marmara Üniversitesi	Aziz BENER	Yıldız Teknik Üniversitesi	Suna DOĞANER	İstanbul Üniversitesi
Güneri AKALIN	Hacettepe Üniversitesi	Güneş Nazire BERBEROĞLU	Anadolu Üniversitesi	Suut DOĞRUEL	Marmara Üniversitesi
Ömer AKAT	Uludağ Üniversitesi	Niyazi BERK	Marmara Üniversitesi	Hatice DOĞUKANLI	Çukurova Üniversitesi
Ali AKDEMİR	Kocaeli Üniversitesi	A. Ümit BERKMAN	Bilkent Üniversitesi	Recai DÖNMEZ	Anadolu Üniversitesi
Şükrü AKDOĞAN	Erciyes Üniversitesi	Sevda BERKMAN	Boğaziçi Üniversitesi	Nuran DOYRANGÖL	Marmara Üniversitesi
İşit AKGÜL	Marmara Üniversitesi	Taner BERKSOY	Bilgi Üniversitesi	İ. Hakkı DÜĞER	Dumlupınar Üniversitesi
Fahamet AKIN	Uludağ Üniversitesi	Turgay BERKSOY	Marmara Üniversitesi	Salih DURER	Yıldız Teknik Üniversitesi
H. Besim AKIN	Marmara Üniversitesi	Zeynep BİLGİN	Marmara Üniversitesi	Durmuş DÜNDAR	Kültür Üniversitesi
Özdemir AKMUT	Ankara Üniversitesi	Orhan BİLGİN	Marmara Üniversitesi	Lale DURUİZ	Bilgi Üniversitesi
Haldun AKPINAR	Marmara Üniversitesi	Fahri BİLGİNOĞLU	İstanbul Üniversitesi	Ferhat ECER	Niğde Üniversitesi
A. Şinasi AKSOY	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Cüneyt BİNATLI	İstanbul Ticaret Üniversitesi	İsmail EFİL	Uludağ Üniversitesi
Ahmet AKSOY	Selçuk Üniversitesi	Dursun BİNGÖL	Atatürk Üniversitesi	Nazım EKREN	Marmara Üniversitesi
Ekrem AKSOY	Hacettepe Üniversitesi	Selçuk BİRİCİK	Marmara Üniversitesi	Yücel ELMAS	Marmara Üniversitesi
İkbal AKSULU	Dokuz Eylül Üniversitesi	Esra BİRYILDIZ	Marmara Üniversitesi	Nazım ENGİN	Marmara Üniversitesi
Sina AKŞİN	Ankara Üniversitesi	Muzaffer BODUR	Boğaziçi Üniversitesi	Aysel ERÇİŞ	Atatürk Üniversitesi
Ayhan AKTAR	Marmara Üniversitesi	Mehmet BOLAK	Gahtasaray Üniversitesi	İsmail ERDEM	Başkent Üniversitesi
Müfit AKYÜZ	Marmara Üniversitesi	Eser BORAK	Boğaziçi Üniversitesi	İnci ERDEM ARTAN	Marmara Üniversitesi
Hilmi ALACAĞLI	Marmara Üniversitesi	Cemil BOYACI	Akdeniz Üniversitesi	Deniz ERDEN	Boğaziçi Üniversitesi
M. Ceyhan ALDEMİR	Dokuz Eylül Üniversitesi	Ünal BOZKURT	İstanbul Üniversitesi	Sema ERDER	Celal Bayar Üniversitesi
Emre ALKIN	Kültür Üniversitesi	Tulay BOZKURT	Marmara Üniversitesi	Oya ERDİL	Gezce Yüksek Teknoloji Enstitüsü
Kerem ALKIN	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Veyisel BOZKURT	Uludağ Üniversitesi	Cevdet ERDOST	Hacettepe Üniversitesi
Sezgin ALSAN	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Nejat BOZKURT	Marmara Üniversitesi	Tunç EREM	Marmara Üniversitesi
Nuray ALTUĞ	Marmara Üniversitesi	Gönül BUDAK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Erol EREN	Beykent Üniversitesi
Osman ALTUĞ	Marmara Üniversitesi	Gülşay BUDAK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Esin ERGİN	İstanbul Üniversitesi
Doğan ALTUNER	Yeditepe Üniversitesi	Birol BUMİN	Gazi Üniversitesi	Hüsnü ERKAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
İbrahim ANIL	Marmara Üniversitesi	Emre BURÇKIN	Marmara Üniversitesi	Hatuk ERLAT	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Sudi APAK	Trakya Üniversitesi	Nedret KURAN BURÇOĞLU	Yeditepe Üniversitesi	İbrahim EROL	Celal Bayar Üniversitesi
Simone Luise ARLUK	Marmara Üniversitesi	Nuri BURHAN	Uludağ Üniversitesi	İhsan ERSAN	İstanbul Üniversitesi
İ. Hakkı ARMUTLULU	Marmara Üniversitesi	Şahamet BÜLBÜL	Marmara Üniversitesi	Büşra ERSANLI	Marmara Üniversitesi
Tamer ARPACI	Gazi Üniversitesi	Kamil BÜYÜKİRZA	Gazi Üniversitesi	Ayla ERSOY	Marmara Üniversitesi
Müge ARSLAN	Marmara Üniversitesi	Halil CAN	Hacettepe Üniversitesi	Şakir ERSOY	Gahtasaray Üniversitesi
Sinan ARTAN	Marmara Üniversitesi	Serpil CANBAŞ	Çukurova Üniversitesi	Ebru ERTAŞ	Uludağ Üniversitesi
Çelik ARUOBA	Ankara Üniversitesi	Emrah CENGİZ	İstanbul Üniversitesi	Sacit ERTAŞ	Uludağ Üniversitesi
Burak ARZOVA	Marmara Üniversitesi	Ayşe Özgül CEMALCILAR	Anadolu Üniversitesi	Halis ERTÜRK	Uludağ Üniversitesi
Nurdan ASLAN	Marmara Üniversitesi	Tankut CENTEL	İstanbul Üniversitesi	Mürmin ERTÜRK	Erciyes Üniversitesi
Alaeddin ASNA	Marmara Üniversitesi	Ali CEYLAN	Uludağ Üniversitesi	Ali ERYILMAZ	Atılım Üniversitesi
Salih Sabri ASTARLIOĞLU	Uludağ Üniversitesi	Nurgül CHAMBERS	Marmara Üniversitesi	Bilal ERYILMAZ	Sakarya Üniversitesi
Nevzat AŞIK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Nalan CİNEMRE	Mimar Sinan Üniversitesi	Aydın ESEN	Maltepe Üniversitesi
Hasan Rıza AŞIKOĞLU	Afyon Üniversitesi	Jale CİVELEK	Marmara Üniversitesi	Şükran ESEN	Marmara Üniversitesi
İnal Cem AŞKUN	Anadolu Üniversitesi	Adem ÇABUK	Balikesir Üniversitesi	Öner ESEN	İstanbul Üniversitesi
Beyhan ATAÇ	Anadolu Üniversitesi	Serap ÇABUK	Çukurova Üniversitesi	Murat FERMAN	Işık Üniversitesi
İbrahim ATALAY	Dokuz Eylül Üniversitesi	Uğur ÇAĞLI	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Ergun GEDİZLIOĞLU	İstanbul Teknik Üniversitesi
Mansur ATALAY	Erciyes Üniversitesi	İsmail Lütfi ÇAKAN	İstanbul Üniversitesi	Ercan GEZEZ	Marmara Üniversitesi
Gökse ATAMAN	Marmara Üniversitesi	Ahmet ÇAKMAK	Marmara Üniversitesi	Mehmet GENÇELİ	Yıldız Teknik Üniversitesi
Ümit ATAMAN	Marmara Üniversitesi	Yurdakul ÇALDAĞ	Gazi Üniversitesi	Nurullah GENÇ	Atatürk Üniversitesi
Başak ATAMAN AKGÜL	Marmara Üniversitesi	Bengü ÇAPAR	Başkent Üniversitesi	Güneş GENÇYILMAZ	Kültür Üniversitesi
Davut AYDIN	Anadolu Üniversitesi	Peyami Sefa ÇARIKÇIOĞLU	Kültür Üniversitesi	Güliz GER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Nurhan AYDIN	Anadolu Üniversitesi	Huriye ÇATALCA	İstanbul Üniversitesi	Semra GERMANER	Mimar Sinan Üniversitesi
Ramiz AYDIN	Marmara Üniversitesi	Hasan Fuat ÇELEBİOĞLU	Gahtasaray Üniversitesi	Ramazan GEYLAN	Anadolu Üniversitesi
A. Kürşat AYDOĞAN	Bilkent Üniversitesi	Feray ÇELİKÇAPA	Uludağ Üniversitesi	Deniz GÖKÇE	Boğaziçi Üniversitesi
Doğan Yaşar AYHAN	Hacettepe Üniversitesi	Canan ÇETİN	Marmara Üniversitesi	Gürbüz GÖKÇEN	Marmara Üniversitesi
Burhan AYKAÇ	Gazi Üniversitesi	Canan ÖETİNKANAT	Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Ahmet GÖKÇEN	İstanbul Üniversitesi
Serpil AYTAÇ	Çukurova Üniversitesi	Mustafa ÇIKRIKÇI	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Ümit GÖKDENİZ	Marmara Üniversitesi
Mustafa AYTAÇ	Uludağ Üniversitesi	Recai ÇINAR	Atatürk Üniversitesi	Mübeccel GÖNEN	Hacettepe Üniversitesi
Semra AYTUĞ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Ahmet Mete ÇİLİNGİRTÜRK	Marmara Üniversitesi	Korel GÖYMEN	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Muazzez BABACAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Sadık ÇÖKELEZ	Pamukkale Üniversitesi	Selami GÖZENÇ	İstanbul Üniversitesi
Ömur BABAĞLU	Kocaeli Üniversitesi	Muzaffer DARTAN	Marmara Üniversitesi	Naci GÖÇHAN	Anadolu Üniversitesi
Şemseddin BAĞIRKAN	Marmara Üniversitesi	Şayeste DAŞER	Koç Üniversitesi	Uğur GÜLLÜLÜ	Atatürk Üniversitesi
Atilla BAĞRIAÇIK	Marmara Üniversitesi	Nevin DENİZ	Marmara Üniversitesi	Şefkati GÜLTEN	Atatürk Üniversitesi
Refika BAKOĞLU	Marmara Üniversitesi	Ömran DERKUNT	Marmara Üniversitesi	Hüseyin GÜMÜŞ	Marmara Üniversitesi
Hasan BAL	Gazi Üniversitesi	Güney DEVREZ	Ankara Üniversitesi	Murat GÜMÜŞ	Onsekiz Mart Üniversitesi
Erdal BALABAN	İstanbul Üniversitesi	Yalçın DEMİR	Anadolu Üniversitesi	Şevkinaz GÜMÜŞOĞLU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Mehmet BARCA	Sakarya Üniversitesi	Hilal DİCLE	Marmara Üniversitesi	Funda SAVAŞ GÜN	Marmara Üniversitesi
Koray BAŞOL	Dokuz Eylül Üniversitesi	Mustafa DİLBER	Boğaziçi Üniversitesi	Ayşe GÜNER	Marmara Üniversitesi
Ömer Faruk BATIREL	Marmara Üniversitesi	Şener DİLEK	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Gulruh GÜRBÜZ	Marmara Üniversitesi
Doğan BAYAR	Anadolu Üniversitesi	Ömer DİNÇER	Marmara Üniversitesi	Sahavet GÜRDAL	Marmara Üniversitesi

HAKEMLERİMİZ

Ersin GÜREDİN	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Ayşe KURUÖZÜM	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Jale SARMAŞIK	<i>Istanbul Ticaret Üniversitesi</i>
Yaşar GÜRGEN	<i>Çukurova Üniversitesi</i>	Aslı KÜÇÜKASLAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Fulya SARVAN	<i>Akdeniz Üniversitesi</i>
Selahattin GÜRIŞ	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Osman KÜÇÜKAHMETOĞLU	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Kemali SAYBAŞILI	<i>Yıldız Teknik Üniversitesi</i>
Tanju GÜRKAN	<i>Ankara Üniversitesi</i>	Fatma KÜSKÜ	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Hikmet SEÇİM	<i>Akdeniz Üniversitesi</i>
Gonca GÜROL	<i>Istanbul Ticaret Üniversitesi</i>	Ömer LALIK	<i>Maltepe Üniversitesi</i>	Vildan SERİN	<i>Fatih Üniversitesi</i>
Necmi GÜRSAKAL	<i>Uludağ Üniversitesi</i>	Barış MATER	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Ahmet SERPİL	<i>Yeditepe Üniversitesi</i>
Cudi Tuncer GÜRSOY	<i>Doğuş Üniversitesi</i>	Fermani MAVIŞ	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Belkıs SEVAL	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
Ali GÜZEL	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Mustafa MAZLUM	<i>Çağ Üniversitesi</i>	Mustafa SEVÜKTEKİN	<i>Uludağ Üniversitesi</i>
Rüstem HACİRÜSTEMOĞLU	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>	İsmet MUCUK	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Hali SEYİDOĞLU	<i>Doğuş Üniversitesi</i>
Vasfi HAFTACI	<i>Kocaeli Üniversitesi</i>	Güven MURAT	<i>Zonguldak Üniversitesi</i>	Zeki SEZER	<i>Dicle Üniversitesi</i>
Yusuf HALAÇOĞLU	<i>Gazi Üniversitesi</i>	Naci Birol MUTER	<i>Celal Bayar Üniversitesi</i>	Orhan SEZGİN	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Fethi HEPER	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Selçuk MÜLAYİM	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Selime SEZGİN	<i>Bahçeşehir Üniversitesi</i>
Bülent HİMMETOĞLU	<i>Boğaziçi Üniversitesi</i>	Mahir NAKIP	<i>Erciyes Üniversitesi</i>	Muhan SOYSAL	<i>Orta Doğu Teknik Üniversitesi</i>
A.Coşkun İÇÖZ	<i>Gazi Üniversitesi</i>	Karun NEMLIOĞLU	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Haluk SOYUER	<i>Ege Üniversitesi</i>
Zeynep İNANKUR	<i>Mimar Sinan Üniversitesi</i>	Rauf NIŞEL	<i>Marmara Üniversitesi</i>	İsmail Hakkı SÖNMEZ	<i>Erciyes Üniversitesi</i>
Ahmet İNCEKARA	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Bora OCAKÇIOĞLU	<i>Kadir Has Üniversitesi</i>	Halim SÖZBİLİR	<i>Afyon Üniversitesi</i>
Aysu İNSEL	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Yavuz ODABAŞI	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Metin SÖZEN	<i>Istanbul Teknik Üniversitesi</i>
Mehmet İPŞİRLİ	<i>Fatih Üniversitesi</i>	Sedefhan OĞUZ	<i>Yeditepe Üniversitesi</i>	Yaşar SUCU	<i>Trakya Üniversitesi</i>
Ahmet Hamdi İSLAMOĞLU	<i>Kocaeli Üniversitesi</i>	Nesihhan OKAKIN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Mehmet SÜMER	<i>Yıldız Teknik Üniversitesi</i>
Müge İŞERİ	<i>Kültür Üniversitesi</i>	Osman OKKA	<i>Gazi Üniversitesi</i>	Fevzi SÖRMELİ	<i>Anadolu Üniversitesi</i>
Tamer İŞGÜDEN	<i>Doğuş Üniversitesi</i>	Cengiz OKMAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Haluk ŞAHİN	<i>Bilgi Üniversitesi</i>
Yüksel İŞYAR	<i>Çukurova Üniversitesi</i>	Suat OKTAR	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Hüseyin ŞAHİN	<i>Uludağ Üniversitesi</i>
Erol İYİBOZKURT	<i>Uludağ Üniversitesi</i>	Mete OKTAV	<i>Hacettepe Üniversitesi</i>	Fevzi ŞAHLANAN	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
Hayat KABASAKAL	<i>Boğaziçi Üniversitesi</i>	Ertan OKTAY	<i>Maltepe Üniversitesi</i>	Münir ŞAKRAK	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Sibkat KAÇTIOĞLU	<i>Atatürk Üniversitesi</i>	Ali Rıza OKUR	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Cemal ŞANLI	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
Yasemin KAHRAMANER	<i>Istanbul Ticaret Üniversitesi</i>	M.Engin OKYAY	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Ali ŞEN	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>
Ersin KANDEMİR	<i>Atatürk Üniversitesi</i>	Güngör ONAL	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Hüner ŞENCAN	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
İbrahim KAPLAN	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	M. Tuba ONGUN	<i>Gazi Üniversitesi</i>	Ümit ŞENESEN	<i>Istanbul Teknik Üniversitesi</i>
Kaptan KAPTANGİL	<i>Abant İzzet Baysal Üniversitesi</i>	Oğuz ONARAN	<i>Ankara Üniversitesi</i>	Necdet ŞENSOY	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Ali İhsan KARAAALP	<i>Pamukkale Üniversitesi</i>	Osman Z. ORHAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Levent ŞENYAY	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>
Mehmet KARAFKIOĞLU	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	eyran ORHUNBİLGE	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Emel ŞIKLAR	<i>Anadolu Üniversitesi</i>
Taner KARAHASANOĞLU	<i>Istanbul Ticaret Üniversitesi</i>	Ünsal OSKAY	<i>Beykent Üniversitesi</i>	Şerif ŞİMŞEK	<i>Selçuk Üniversitesi</i>
Sekine KARAKAŞ	<i>Ankara Üniversitesi</i>	İlber ORTAYLI	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>	Hülya TALU	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
Nihat KARAKOÇ	<i>Balıkesir Üniversitesi</i>	Suat ÖKSÜZ	<i>Ege Üniversitesi</i>	Tuna TANER	<i>Celal Bayar Üniversitesi</i>
Rıdvan KARALAR	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Mehmet ÖLMEZ	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Aysıt TANSEL	<i>Orta Doğu Teknik Üniversitesi</i>
Rıdvan KARLUK	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Günal ÖNCE	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Necati TAŞKIRAN	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>
İlkay KASATURA	<i>Istanbul Ticaret Üniversitesi</i>	Türkan ÖNCEL	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Rezzan TATLIDİL	<i>Ege Üniversitesi</i>
Murat KASIMOĞLU	<i>Onsekiz Mart Üniversitesi</i>	Semra ÖNCÜ	<i>Celal Bayar Üniversitesi</i>	Ömer Baybars TEK	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>
Mahmut KAŞKARLI	<i>Trakya Üniversitesi</i>	İzzettin ÖNDER	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	M. Şükrü TEKBAŞ	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
Erol KATIRCIOĞLU	<i>Bilgi Üniversitesi</i>	Acar ÖRNEK	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Erdal TEKARSLAN	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
Hasan KAVAL	<i>Gazi Üniversitesi</i>	İnan ÖZALP	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Hasan TEKELİ	<i>Akdeniz Üniversitesi</i>
İsmail KAYA	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Mahmut ÖZDEMİR	<i>Kırıkkale Üniversitesi</i>	Edip TEKER	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>
İlhan KAYAN	<i>Ege Üniversitesi</i>	Mehmet ÖZER	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Nejdet TEKİN	<i>Istanbul Ticaret Üniversitesi</i>
Muhteşem KAYNAK	<i>İnönü Üniversitesi</i>	Mina ÖZEVREN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Birol TENEKECİOĞLU	<i>Anadolu Üniversitesi</i>
Tuğray KAYNAK	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Hüseyin ÖZGEN	<i>Çukurova Üniversitesi</i>	Müjgan TEZ	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Metin KAZANCI	<i>Ankara Üniversitesi</i>	Murat ÖZGEN	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Mehmet TIĞLI	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Hasan KAZDAĞLI	<i>Pamukkale Üniversitesi</i>	Ali ÖZGÜVEN	<i>Kültür Üniversitesi</i>	Alaeddin TİLEYLİOĞLU	<i>Orta Doğu Teknik Üniversitesi</i>
Rıdvan KARALAR	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Enver ÖZKALP	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Hikmet TIMUR	<i>Hacettepe Üniversitesi</i>
Rıdvan KARLUK	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Mehmet ÖZKAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Necdet TIMUR	<i>Anadolu Üniversitesi</i>
İlkay KASATURA	<i>Istanbul Ticaret Üniversitesi</i>	Ömür ÖZMEN	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Ömür TİMURCANDAY	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>
Murat KASIMOĞLU	<i>Onsekiz Mart Üniversitesi</i>	Şule ÖZMEN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	M. Sefa TİNİÇ	<i>Koç Üniversitesi</i>
Mahmut KAŞKARLI	<i>Trakya Üniversitesi</i>	Tayfur ÖZŞEN	<i>Mersin Üniversitesi</i>	Barlas TOLAN	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>
Erol KATIRCIOĞLU	<i>Bilgi Üniversitesi</i>	M.Yaman ÖZTEK	<i>Akdeniz Üniversitesi</i>	Mehmet TOMANBAY	<i>Gazi Üniversitesi</i>
Hasan KAVAL	<i>Gazi Üniversitesi</i>	Ali ÖZTEKİN	<i>Akdeniz Üniversitesi</i>	Aykut TOP	<i>Marmara Üniversitesi</i>
İsmail KAYA	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Ahmet ÖZTÜRK	<i>Uludağ Üniversitesi</i>	Nuri TORTOP	<i>Başkent Üniversitesi</i>
Şükran KILBAŞ	<i>Çukurova Üniversitesi</i>	Fikri ÖZTÜRK	<i>Ankara Üniversitesi</i>	Yılmaz TULUNAY	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
Tanıl KILINÇ	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Hasan ÖZYURT	<i>Karadeniz Teknik Üniversitesi</i>	Yusuf TUNA	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
İbrahim KIRCOVA	<i>Yıldız Teknik Üniversitesi</i>	Mahmut PAKSOY	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Nihal TUNCER	<i>Istanbul Üniversitesi</i>
Gülay KIROĞLU	<i>Mimar Sinan Üniversitesi</i>	Ali Bülent PAMUKÇU	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>	Münevver TURANLI	<i>Istanbul Ticaret Üniversitesi</i>
Hasan KIRMANOĞLU	<i>Bilgi Üniversitesi</i>	İşıl PEKDEMİR	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Rona TURANLI	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Cemil KIVANÇ	<i>Yeditepe Üniversitesi</i>	Recep PEKDEMİR	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Hasan TÜREDİ	<i>Karadeniz Teknik Üniversitesi</i>
Tuncay KOCAMAZ	<i>Marmara Üniversitesi</i>	M.Yaşar PINAR	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Aydın TÜRKBAL	<i>Dicle Üniversitesi</i>
Tamer KOÇEL	<i>Kültür Üniversitesi</i>	Serdar PİRTİNİ	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Asuman TÜRKEL	<i>Yeditepe Üniversitesi</i>
Asaf KOÇMAN	<i>Ege Üniversitesi</i>	Necla PUR	<i>Marmara Üniversitesi</i>	R. Metin TÜRKÖ	<i>Atatürk Üniversitesi</i>
Aziz KONUKMAN	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Gültekin RODOPLU	<i>Kocaeli Üniversitesi</i>	Nurçay TÜRKÖĞLU	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Gürel KONURALP	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Zeyyat SABUNCUOĞLU	<i>Uludağ Üniversitesi</i>	Sema UĞURCAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Celil KOPARAL	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Dündar SAĞLAM	<i>Maltepe Üniversitesi</i>	Ahmet ULU	<i>Adnan Menderes Üniversitesi</i>
Esfender KORKMAZ	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	Hüseyin SALMAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	İlhan ULUDAĞ	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Meral KORZAY	<i>Boğaziçi Üniversitesi</i>	Bedriye SARAOĞLU	<i>Kırıkkale Üniversitesi</i>	Osman UNUTULMAZ	<i>Erciyes Üniversitesi</i>
Serdar KURT	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Nihal SABAN	<i>Kocaeli Üniversitesi</i>	Oğuz URAS	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Kemal KURTULUŞ	<i>Istanbul Üniversitesi</i>	A. Selami SARGUT	<i>Başkent Üniversitesi</i>	Alpaslan USAL	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>

HAKEMLERİMİZ

Aypar	USLU	Marmara Üniversitesi	Çağatay	ÜNÜSAN	Sağlık Üniversitesi	Ekrem	YILDIZ	Kırıkkale Üniversitesi
Mehmet Zeki	USLU	Çukurova Üniversitesi	Behlül	ÜSDİKEN	Sabancı Üniversitesi	Rifat	YILDIZ	Erciyes Üniversitesi
Cavide	UYARGIL	Istanbul Üniversitesi	Füsun	ÖSTEL	Marmara Üniversitesi	Dilek	YILMAZCAN	Marmara Üniversitesi
Ercan	UYGUR	Ankara Üniversitesi	Ateş	VURAN	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	M. Kemal	YOĞURTÇUGİL	Mimar Sinan Üniversitesi
Ölül	UZUNÇARŞILI	Marmara Üniversitesi	Asuman	YALÇIN	Marmara Üniversitesi	Ahmet	YÖRÖK	Kadir Has Üniversitesi
Erol	ÜÇDAL	Kadir Has Üniversitesi	Erol	YARIZ	Marmara Üniversitesi	Konca	YUMU	Istanbul Ticaret Üniversitesi
Hayri	ÜLGEN	Istanbul Üniversitesi	Duygun	YARSUVAT	Galatasaray Üniversitesi	Süleyman	YÜKÇÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Güliden	ÜLGEN	Istanbul Üniversitesi	M.Fuat	YAŞAR	Istanbul Üniversitesi	Öznur	YÜKSEL	Çankaya Üniversitesi
H. İbrahim	ÜLKER	Abant İzzet Baysal Üniversitesi	Şefik	YAŞAR	Anadolu Üniversitesi	Cemal	YÜKSELEN	Mustafa Kemal Üniversitesi
H.Targan	ÖNAL	Istanbul Üniversitesi	Gönül	YENERSOY	Doğuş Üniversitesi	Merih	ZİLLİLOĞLU	Galatasaray Üniversitesi
M. Mithat	ÖNER	Gazi Üniversitesi	Oya	YILDIRIM	Dokuz Eylül Üniversitesi	Mehmet	ZELKA	Beykent Üniversitesi
Artun	ÖNSAL	Galatasaray Üniversitesi	İbrahim	YILDIRIM	Cumhuriyet Üniversitesi			
Pınar	ÖNSAL	Istanbul Teknik Üniversitesi	Turan	YILDIRIM	Marmara Üniversitesi			

YABANCI HAKEMLERİMİZ

Ramon A.	AVILA	Ball State University	Svend	HOLLENSEN	University of Southern Denmark	Randi L.	SIMS	Nova Southeastern University
Katharina J.	SRNKA	University of Vienna	Beverly T.	VENABLE	Columbus State University			

Öneri



İÇİNDEKİLER

SUNUŞ: "BİLİMSEL İLERLEME SÜRECİNDE AKADEMİK DERGİLERİN ÖNEMİ"	Zafer KESEBİR	ix
EDİTÖR'DEN	Uğur YOZGAT	xi
İŞLETME		
Mobbing / İş Yerinde Duygusal Taciz: Ulusal ve Uluslararası Boyutu İle Çatışma Yüklü Bir İletişim Biçimi	Ülkü UZUNÇARŞILI Nurhayat YOĞLU	1 - 8
İşletme Koşullarının Örgüt İçi Bilgi Paylaşım İklimine Etkisi	Özcan YENİÇERİ Yavuz DEMİREL	9 - 21
Kısıtlar Teorisi ve Süreç Muhasebesinin Yönetim Muhasebesi Açısından Önemi	Elif N. ÜNAL Veyis Naci TANIŞ Nihat KÜÇÜKSAVAŞ	23 - 35
Stratejik Yönetim Alanında Vizyon Kavramının İçeriği Üzerine Bir Çalışma	Binali DOĞAN	37 - 47
Güven: Bir Anket Geliştirme Çalışması	Deniz BÖRÜ Güler İSLAMOĞLU Melek BİRSEL	49 - 59
Esenlik (Well-Being) ve Çatışmayı Ele Alış Tarzı	Güler İSLAMOĞLU Deniz BÖRÜ	61 - 82
Sosyal Sorumluluk Kampanyalarının Genç Tüketicilerin Marka Farkındalığı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma	Mehmet TİĞLİ Serdar PİRTİNİ Candan ÇELİK	83 - 93
Pazarlama Ahlâkının Pazar Bilgisiyle İlişkisi ve Pazarlama Performansına Etkisi: Pazarlama Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma	Cevahir UZKURT Ömer TORLAK Müjdat ÖZMEN	95 - 102
Öğrenen Organizasyonların Yapısal Özellikleri	İbrahim PINAR	103 - 114
Tekstil Sektöründe Altı Sigma (Six Sigma) Yaklaşımı	Hakan YILDIRIM Melike DEMİR	115 - 127
Dağıtım Stratejilerinin Oluşturulmasında Tamsayı Amaç Programlama: Türkiye Genelinde Bir Uygulama	Halim KAZAN Ahmet ERGÜLEN	129 - 140

Riskten Korunmak (Hedging) İçin Döviz Kuru Üzerine Vadeli İşlem (Futures) Sözleşmesinin Firmalarda Uygulanması	E. Şule AYDENİZ	141 - 150
Sosyal ve Hukuki Boyutu İle İşletmelerin Çevreye Karşı Sorumluluğu	Nihat GÜLTEKİN Abdullah ÇELİK Şuayıp AYKANAT	151 - 158
Finans Etiği	Serpil ALTINIRMAK GÖKBEL	159 - 164
Müşteri İlişkilerinde İletişimin Rolü	Gökhan YOLAÇ	165 - 169
Bilişim Sistemlerinin Geliştirilmesinde Doğru Yaşam Döngüsü Modelinin Seçimi	Yücel YILMAZ	171 - 176
Yönetici ve Çalışanların ISO 9000 Sertifikasını Algılamaları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma "Bir İmalat İşletmesi Örneği"	Dilek DÖNMEZ	177 - 185
Örgüt Kültürü ve Strateji Uyumu	Nevzat DEMİR	187 - 192
Bankacılık Sektöründe İnsan Kaynakları Yönetimi Alanında Dış Kaynaklardan Yararlanma Uygulamalarındaki Değişime Yönelik Boylamsal Bir Araştırma	Fulya AYDINLI	193 - 200
KAMU YÖNETİMİ		
A Three-Dimensional Approach To Managing Social And Intellectual Capital	Hayrettin ÖZLER N. Derya ERGUN ÖZLER	201 - 207
Performance Review and Best Value: Emergences From The Implementation of The New System	Yüksel DEMİRKAYA	209 - 216
İKTİSAT		
Gelişmiş ve Gelişen Ülkelerde Uluslararası Ticaret - Ücret İlişkisi ve Türkiye Uygulaması	Nurdan ASLAN Nuray TERZİ	217 - 233
Türkiye İmalat Sanayisinde Verimlilik ve Bölüşüm	Ahmet YILMAZ	235 - 248
Finansal Serbestleşme, Politika Hataları ve Krizler	Zeki İlker GÖRENEL	249 - 258
MALİYE		
Türkiye'nin Mali Kriz Riskini Azaltabilecek Vergi Politikaları	M. Mustafa ERDOĞDU	259 - 279
Basit Usulde Vergilendirmenin Ekonomik Etkileri	Abdulkerim GÖK	281 - 290
EKONOMETRİ		
Karar Ağacı Yardımıyla Suçluların Özelliklerinin Belirlenmesi	Mustafa SEVÜKTEKİN Ayşe OĞUZLAR Berna AYDIN Mehmet NARGELEÇEKENLER	291 - 298
Değişkenlerin Dikotom Hale Getirilmesi ve Faktör Analizi	Ahmet Mete ÇİLİNGİRTÜRK Dilek ALTAŞ	299 - 304
Bireysel Emeklilik Fonlarının Scheffé, Ridge ve Çoklu Regresyon Modelleri İle İncelenmesi	Nursel Selver RÜZGAR	305 - 317
Öğrencilerin Eğitim Kalitesini Algılamaları: SERVQUAL Boyutlarının Analitik Hiyerarşi Süreci İle Önceliklendirilmesi	Fatma ACAR	319 - 328
Farklılıkların İstatistiksel Analizi: AB Ülkeleri, Aday Ülkeler ve Türkiye	Ayşe OĞUZLAR	329 - 334
Reel Döviz Kurunun Asimetrik Davranışı	Ebru ÇAĞLAYAN	335 - 340

İLETİŞİM

Post Modern Reklamların Etkisi

Nurhan Babür TOSUN 341 - 349

Medikal Eğitim Filmlerinin Üretiminde Belirleyici Olan Faktörler
Üzerine Bir Model Önerisi

Serhat BAŞTAN 351 - 363

YABANCI DİLLER

Antoine De Saint Exupery'nin *Küçük Prens*'inde Evrensel ve Mitsel
Yaklaşımlar

Halil Aytekin 365 - 375

Almanca'da Yapılan Dil Reformlarının Kısa Bir Tarihçesi ve Avrupa
Birliği Ortak Dil Programları Sırasında Alman Dil Reformunun
10. Yılındaki Durumuna Genel Bir Bakış

Ahmet GÜNEŞER 377 - 381

COĞRAFYA

Van Gölü'nde Seviye Değişiklikleri ve Erciş Şehri

Necmettin ELMASTAŞ 383 - 392
Selahattin POLAT

SUNUŞ:

BİLİMSEL İLERLEME SÜRECİNDE AKADEMİK DERGİLERİN ÖNEMİ

Prof. Dr. Zafer KESEBİR

Enstitü Müdürü

Bilimsel ilerleme; bilimsel bilginin artması ve güncellenmesi ile doğrudan ilişkilidir. Ancak bu ilerlemenin sağlanabilmesi açısından bilimde yaşanan güncel gelişmelerin kayıt altına alınarak gelecek kuşaklara aktarılması gerekmektedir. Yapılan her yeni araştırma, ortaya koyduğu sonuçlarla bilimin ilerlemesine katkıda bulunmaktadır. Bu araştırmaların kayıt altına alınarak bilim dünyası ile paylaşılması ise aynı alanda araştırma yapan diğer bilimcilerin kendilerinden önce ilgili alanda neler yapıldığını bilmelerini kolaylaştırmaktadır. Dolayısıyla bilimsel bilginin paylaşımı bilimsel ilerleme için son derece önem taşıyan bir konu olarak dikkat çekmektedir.

Bilimin günümüzde geldiği nokta insanlık tarihinin milyon yılları bulan serüveninin neticesinde ulaşılmış ve türlü güçlükler aşılarak gelinmiş bir noktadır. Geçmişten günümüze gelen ve dünya durdukça devam edecek olan bu yolculukta, binlerce yıl önce duvarlara kazınmış kayıtlar bile büyük önem taşımaktadır. Aynı mantıktan hareketle, bugün akademik dergilere, kitaplara ve sanal ortamlara kaydedilen bilgiler de hem günümüzde hem de gelecekte büyük öneme sahip olacaktır. Büyük bilgin Isaac Newton bu durumu “*daha ileriye görebildiysem bunu omuzlarımdan baktığım devlere borçluyum*” ifadesi ile dile getirmektedir. Elbette Newton’un omuzlarından baktığı devler kendisinden önceki bilimsel bilgi birikimini sağlayan araştırmacılarıdır ve elbette Newton, bu araştırmacıların bilimsel çalışma bulgularını kitaplardan ve diğer akademik kayıtlardan elde etmiştir.

İçinde bulunduğumuz 2000’li yıllarda, bilimsel çalışmalara yer veren çok sayıda akademik dergi bulunmaktadır. Buna ek olarak internet aracılığı ile iletişimde sınırların ortadan kalkması, akademik dergilerin fiziksel olarak elde edilmesi zorunluluğunu da ortadan kaldırmıştır. Günümüzde pek çok akademik dergiye internet üzerinden ulaşarak içeriği hakkında bilgi sahibi olmak, makale özetlerine ya da tam metinlerine ulaşmak mümkün olmaktadır.

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 12 yıldır düzenli olarak yayınladığı, sosyal bilimler alanında yapılmış olan güncel bilimsel çalışmalara yer veren ve bu şekilde bilimsel bilginin ilerleyişine katkı sağlamayı amaçlayan Öneri dergimiz de çağın gereklilikleriyle yüzleşerek bilimsel bilginin ilerleme sürecinde yapılan araştırmaların duyurulması ve kayıt altına alınması misyonunu yerine getirmeye çalışmaktadır. Bu anlamda dergimizin 2004 yılına kadar olan tüm sayılarında yer alan makalelerin özetlerine ve yazar bilgilerine web sitemiz üzerinden ulaşılabilir.

Bu kısa sunuş yazısı vesilesiyle tüm bilim camiasının yeni yılını içtenlikle kutlar, ülkemizin 2007 yılında bilim adına önemli gelişmelere imza atmasını dilerim.

EDİTÖR'DEN

Prof.Dr. Uğur YOZGAT

Değerli Öneri Dergisi Dostları,

Kısa bir moladan sonra sizlere “*yeniden merhaba*” derken “*mutluluk ve başarılarla dolu bir yıl*” dilerim.

Bu sayımızda sizlere bir hikaye ile seslenmek istiyorum;

Ormanda bir ayıya boğa yılanı musallat olmuştu. Beline sarılmış sıkıştırıyordu. Ayı can havliyle bağıyor, yardım istiyor, çırpınıyordu. Bu sırada oradan geçmekte olan bir adam bağırtıyı duyarak geldi; kılıcını çekerek yılanı öldürdü. Ayı rahat bir soluk aldı. Ve kendisine iyilik yapan adamın peşini bırakmadı.

“Hayatımı kurtardın, seninle dost olmak ve hizmetine girmek istiyorum”, dedi.

Adam istemedi ama üstelemesi karşısında mecbur kaldı,

“İyi o halde...”, dedi. “Gel!”

Ayı artık adamın evinin eşiğinden ayrılmıyordu. Konu komşusu uyardı adamı,

“Ayıdan dost olmaz. Ahmak dosttansa akıllı düşmanın olsun. Başına bir bela geleceğinden endişe ediyoruz. Defet gitsin!”

Lakin adam artık ayının bağlılığını görerek farklı düşünmeye başlamıştı. Bu yüzden, “Beni kandırıyorlar. Onun gibi güçlü bir yardımcım olduğu için çekemiyorlar”, diye düşündü ve uyarıları dikkate almadı.

Günlerden bir gün ormana odun kesmeye gitti. Tabi ayı da yanındaydı.. Zaten ne zaman ayrılıyordu ki.

Adam hayli çalıştı, ağaç kesti, istifledi, yorulunca da soluklanmak üzere bir ağacın gölgesine uzandı. Ayı da yanına çöktü.

Biraz sonra bir sinek gelerek adamın yüzüne kondu. Ayı, efendisine iyilik olsun diyerek sineği kovdu. Sinek kaçtı fakat az sonra yine kondu. Yine kovdu ayı. Yine kondu. Derken ayı kızdı ve sineği öldürmekten başka çare olmadığını düşündü.

Koşarak gitti. İri, yassı bir taş kapıp geldi. Olanca gücüyle adamın yüzüne indirdi. Başından ağır yaralanan adam oracıkta öldü. ((2005).Mesnevi'den Hikayeler. (Haz.: Yalsızuçanlar, S.). İstanbul: TİMAŞ Yayınları, 19-20).

“Doğru işi doğru şekilde” yapmak için geceli gündüzlü çalışan tüm dostlarım adına “tüm güzelliklerin sizlerle” olmasını dilerim.

Saygılarımla

MOBBING / İŞ YERİNDE DUYGUSAL TACİZ: ULUSAL VE ULUSLARARASI BOYUTU İLE ÇATIŞMA YÜKLÜ BİR İLETİŞİM BİÇİMİ

Ülkü UZUNÇARŞILI¹, Nurhayat YOLOĞLU²

¹Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., Almanca İşletme Bölümü, Profesör Dr.

²Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., Almanca İşletme Bölümü, Öğretim Görevlisi Dr.

MOBBING / EMOTIONAL ABUSE AT WORKPLACE: NATIONAL AND INTERNATIONALE PRECAUTION STRATEGIES AND CONFLICT LOADED COMMUNICATION

Abstract: "Mobbing" work place harassment/abuse became one of the most important and discussed terminology and issue in today s globalize and competitive work life. The term mobbing as a destructive behavior pattern is far beyond from daily work place conflicts and can be defined as continued hostile and discriminative mistreatment on a selected victim or victims.

Thus, the relevant negative impact of mobbing can have severe effects both on victims and work productivity as well. Therefore it necessitates and seems utmost important to take radical and ethical precautions and measurements against mobbing.

This article focuses on mistreatment, work abuse, segration (social isolation) and harassment to personal rights which can generate a serious threat against physical and psychological integrity of the employees and the stereotypical causes of mobbing process comes out as losing job satisfaction and productivity. Also, special emphasize is given on preventive and intervening suggestions for solutions developed by European Union concerning mobbing.

Keywords: Emotional Harassment, Bullying At Work, Social Segregation, Emotional Abuse.

MOBBING / İŞ YERİNDE DUYGUSAL TACİZ: ULUSAL VE ULUSLAR ARASI BOYUTU İLE ÇATIŞMA YÜKLÜ BİR İLETİŞİM BİÇİMİ

Özet: Küreselleşmenin yaygınlaştığı ve rekabetin arttığı günümüzde Mobbing/Duygusal Taciz, medyada çok sık ve geniş bir biçimde söz edilen bir olgu haline gelmiştir. Bu olgu ile özellikle iş yerlerinde günlük normal çatışma ve sürtüşmelerin ötesinde, sürekli hale getirilen, düşmanca tacize ve ayrımcılığa hizmet eden bir davranış biçimi ifade edilmektedir. Buna göre mobbing hem mobbing'e uğrayan kişiyi, hem yapılan iş yerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu yüzden demokratik bir toplumda mobbing konusuna sabırla değil, köklü ve etik çözümlerle karşı çıkılmalıdır.

Bu makalede, iş yaşamında çalışanların karşılaştıkları kişilik haklarına saldırı, ayrımcılık gibi çalışanın ruhsal sağlığını doğrudan tehdit eden, dolayısıyla iş huzurunu ve memnuniyetini ortadan kaldırarak iş veriminin düşmesine neden olan, iş yerinde "Mobbing / Duygusal Taciz" sorununa dikkat çekilmiş ve özellikle Avrupa Birliği tarafından Mobbing konusunda geliştirilen önleyici ve müdahale edici çözüm önerileri üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Taciz, Yıldırma Eylemi, Duygusal Zorbalık, İş Yerinde Ayrımcılık.

I. GİRİŞ

"Hande, bir şirkette çalışıyordu. İşyerinde, aylarca yeterli bilgisi olmadan kararlar vermeye zorlandı. Aldığı kararlar sorgulanıyor ya da bozuluyordu. Bilinmezden geldiği toplantılara katılmak zorunda kaldı. Gerçekçi olmayan son teslim tarihleri ve aşırı iş yüküne boğuldu. Çalıştığı yerdeki insanlar otoritesini küçümsedi. Bu psikolojik baskılar nedeniyle ağlama nöbetlerine girdi, sakinleştirici reçeteli ilaçlar kullanmaya başladı ve sonunda iş verimi düşük gerekçesiyle işten çıkarıldı. Bugün, geçmişe baktığı zaman, mobbing eylemcisine karşı deliller toplayıp, psikolojik baskı altında olduğunu belirten raporlar alıp, mücadele etmediği için pişmanlık duymaktadır."

"Joan, kendisine yapılan psikolojik tacizler nedeniyle 7 sene çalıştığı işyerinden ayrılmak zorunda kaldı. Ama ayrılmadan önce işini kaybetme korkusu ile

kendisine yapılan aşağılayıcı davranışları uzun süre sineye çekmişti.

İşyerinde onu sürekli aşağılayan, başkalarının yanında zor duruma sokmak için çeşitli oyunlar oynayan kişinin, aslında iş için yeterli eğitimi yoktu, şirket için somut bir başarı sağlamamıştı, buna rağmen üst pozisyonlara kadar yükselmiş ve her sene çevresindeki eğitimli 10-15 kişinin işten çıkarılmasını sağlayarak, hiçbir özelliği olmayan kendi adamlarını çevresinde işe yerleştirmişti."

Yukarıdaki iki örnek, her gün internet sitelerinde yer alan birçok okuyucu mektubu arasından seçilerek derlenmiştir [1,2]. Günümüzde kavram olarak pek bilinmeyen ancak çalışma ortamında pek çok insanın başından geçen eylemler, bu çalışmanın konusudur.

Özellikle işten çıkarmaların yoğunlaştığı, rekabet

ortamının arttığı küreselleşme sürecinde, Türkiye’de ve dünyada, çalışanlar üzerinde sistemli bir biçimde baskı yaratılarak, çalışanları bunaltma, korkutma gibi taktikler uygulanarak işten istifa ettirilme süreci oldukça artmıştır. Çalışanların iş verimini ve ruh sağlığını etkileyen bu eylemler, yönetimler ve işletmeler açısından da önemli bir sorun haline gelmiştir.

Bu makalede sorunun ana çizgileri çizilerek, çözüm önerileri üzerinde durulacaktır.

II. “MOBBİNG” NEDİR?

Endüstrileşme olgusu ile birlikte hayatımıza giren birçok yeni kavramdan birisi de “Duygusal Taciz”, “Zorbalık”, “Yıldırma Harekatı,” Psiko-Terör olarak adlandırabileceğimiz, İngilizcede “Bullying” sözcüğü ile birlikte anılan “Mobbing” kavramıdır. “Mobbing” kavramı, kanun dışı şiddet uygulayan düzensiz kalabalık anlamına gelen “mob” kökünden ve Latince’de “kararsız kalabalık” anlamına gelen “mobile vulgus” dan türetilmiştir [2].

Bu olguya yönelik batı literatüründeki terminoloji sorunu Türkçe literatür için de geçerlidir. Konu uzmanları bu olguyu tek bir sözcükle ifade etmekte zorlanmaktadırlar. Bu nedenle biz de yazımızda “Mobbing” ve “Duygusal Taciz” kavramlarını birlikte kullanmanın daha uygun olacağını düşündük. Buna göre, bir işyerinde, bir şahsa karşı sistemli olarak uygulanan düşmanca baskı ve rahatsız edici bütün davranışlar “Mobbing / Duygusal Taciz” kavramı altında değerlendirilebilir.

“Mobbing / Duygusal Taciz” kavramı ilk olarak 1958 yılında Konrad Lorenz tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Ancak 1980 li yılların başında, bu konudaki çalışmalarını derinleştiren, Alman kökenli İsveçli iş psikoloğu Heinz Leymann, modern “Mobbing / Duygusal Taciz” araştırmalarının babası sayılmaktadır.

Leymann, “Mobbing / Duygusal Taciz”in iş dünyasında sistemli bir biçimde nasıl yürütüldüğünü bilimsel olarak tanımlamıştır [3]. Leymann’a göre, “Mobbing / Duygusal Taciz” sayılan davranışlar beş kategori altında toplanabilir:

Kendini İfade Etmeyi Engelleyici Saldırıları

Sosyal İlişkilere Yapılan Saldırıları

Sosyal İtibara Saldırıları

Yaşam ve İş kalitesine Yönelik Saldırıları

Doğrudan Sağlığı etkileyen Saldırıları

1. Kendini İfade Etmeyi Engelleyici Saldırıları: Bir çalışanın kendini ifade etmesinin, işveren veya diğer çalışanlar tarafından sürekli engellenmesi, sınırlandırılması, çalışana bağırılması, yüksek sesle hakaret edilmesi, iş ve özel hayatının sürekli eleştirilmesi, telefonla rahatsız edilmesi, sözlü ve yazılı tehdit edilmesi, küçümseyen hareketlerde bulunulması.

2. Sosyal İlişkilere Yapılan Saldırıları: İlgili kişi ile konuşmamak, onunla konuşulmasını yasaklamak, ona bir şey sormamak, iş arkadaşlarından uzak bir yere yerleştirmek, o yokmuş gibi davranmak.

3. Sosyal İtibara Saldırıları: İlgili kişinin arkasından kötü konuşmak, dedikodu yaymak, onunla alay etmek, onun psikolojik rahatsızlığı olduğu şüphesini uyandırmak, psikolojik muayene olması için zorlamak, bir engeli ile alay etmek, onu taklit ederek gülünç duruma sokmak, ulusal kimliği ve özel yaşamıyla alay etmek, iş donanımını yanlış ve kırıcı bir biçimde eleştirmek, ilgili kişiyi küfürlü veya alçaltıcı ifadelerle çağırmak.

4. Yaşam ve İş Kalitesine Yönelik Saldırıları: İlgili kişiye görev verilmemesi, kendi işiyle ilgili olmayan bütün uğraşların ona havale edilmesi ve bu suretle onun gerçek işini düşünemez oluşu, ona anlamsız, yapabileceğinin dışında, onu rencide edici, yeterliliğini aşan görevler verilmesi, zarara uğratmak için masraflar çıkartılması.

5. Doğrudan Sağlığı Etkileyen Saldırıları: Fiziksel olarak zor bir görev yapmaya zorlama, Hafif şiddetle tehdit edilme gibi fiziksel kötü davranış örnekleri [2].

Ancak bütün bu davranışların “Duygusal Taciz” kapsamında değerlendirilebilmesi için, bu davranışların belirli bir süreyi içermesi (haftada en az 1 kez gerçekleşmesi ve bunun da en az 6 ay boyunca süregelmesi), belirli bir hedefe yönelik olması ve tacize uğrayan kurbanın durumu baş etmekte zorlanıyor olması gerekmektedir [4].

III. “MOBBİNG / DUYGUSAL TACİZ” SÜRECİ VE BU SÜRECİN GELİŞİMİNE NEDEN OLAN ETKENLER

Yapılan olay incelemelerinde olayların farklı olmasına karşın, benzer bir süreci takip ettiği görülmüştür. Leymann’a göre “Mobbing / Duygusal Taciz” süreci şöyle gelişmektedir:

1.Aşama: Tek tük çatışmalar, saygısız davranışlar

2.Aşama: Çatışmaların psikoterör boyutuna gelmesi

3.Aşama: Personel yönetiminin olay hakkında

yanlış bilgilenmesi

4.Olaylara yanlış fiziksel ve psikolojik teşhis konulması

5.İş dünyasından kopma, dışlanma.

Bu sürecin alternatifi başka bir süreç ise şöyledir:

0. Aşama: normal bir başlangıç durumu, göze çarpmayan ilişkiler

1. Aşama: Eylemci- kurban rollerinin oluşumu

2. Uydu oluşumu, kutuplaşma

3. Grubun çatlaması, kamplaşma

4. Sorunun genişlemesi, sorunun sistem dışına taşması, örneğin aileye, işyerindeki diğer birimlere taşması,

5. Formalleşme, tarafsızlaşma, resmileşme

6. Resmi karar, resmi kararın uygulanması, yeni düzenleme

Yukarıda sözü edilen süreçlerin gelişiminde rol oynayan neden olan etkenler çok çeşitli olabilir. Buna göre “Mobbing / Duygusal Taciz” eyleminin, organizasyondan, işletmeden, toplumdan ve sosyal nedenlerden kaynaklandığını söylemek mümkündür [5]. Örneğin, farklı ülkelerde incelenen 600 den fazla olay, organizasyonel etkenlerin “Mobbing / Duygusal Taciz” olgusunda önemli bir faktör olduğunu göstermiştir. Bu etkenler, psikosomatik rahatsızlıkların incelendiği stress tıbbının da konuları arasında bulunmaktadır. Ayrıca, sistem ve gruptan, kurbanın kendinden veya eylemcinin karakterinden kaynaklanan, ya da işin organizasyonu, görev oluşumu, yönetimi, düşmanca çevre de bu etkenler arasında sayılmaktadır. Bazen bu etkenlerin bir kaçını aynı anda görülebilir. Bunların yanı sıra işletme kültüründen kaynaklanan nedenler de sürecin gelişiminde rol oynarlar. İşletme kültüründen kaynaklanan etkenler arasında; işletmede veya iş grubundaki sağlıksız, abartılmış rekabet yapısı, meslektaşların ve başkanın eksik sosyal desteği ve koruması ya da herşeye hakim olma düşüncesi, azarlama kültürü, kıskançlık ve başkalarından farklı olma ihtiyacı (sosyal kişilik kuramı) gibi konulardan da söz edilebilir [4]. Bunların dışında, iş organizasyonu ve yönetim davranışlarından kaynaklanan problemleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür:

Kronik personel eksikliği

Daha verimli olma baskısı

Tam olarak belirlenmemiş yetki dağılımı

Eksik iş tanımı

Eksik ve yetersiz enformasyon akışı

Kararlardaki şeffaflık eksikliği

Dostluk havasının olmadığı bir çevre ortamı

Kuralların oluşturulmaması

İstikrarsız iş yükü

Yüklü iş saatleri

Yönetim problemi

Yönetim stilineki açıklar, eksikler

Sorumluluğun sürekli başkalarının üzerine atılması [6].

Mobbing/Duygusal Taciz Sürecinin gelişimine neden olan bütün bu etkenleri önlemenin en önemli yolu, işletmelerde etik değerlerin belirlenmesi, işletme içi iletişimde yazılı kuralların geçerli olması, görev ve iş tanımlarının açık, net ve yazılı bir biçimde hazırlanıp, uygulanması, işe personel alırken, onun eğitim ve iş tecrübesi yanında, işletme kültürüne uygunluğunun da araştırılmasıdır [1].

IV. “MOBBİNG / DUYGUSAL TACİZ” ETKİSİ ALTINDAKİ KURBANDA GÖRÜLEN DEĞİŞİKLİKLER

Belli bir “Mobbing / Duygusal Taciz” kurban tipinden söz edilemez. Her yaştan, her meslekten, her cinsten insan bu eylemlere kurban olabilir. Ancak yapılan bazı çalışmalar, erkeklerin çoğunlukla “Mobbing / duygusal Taciz” eylemcisi, kadınların ise kurban olduğunu göstermiştir. Örneğin, Alman Sağlık Bakanlığı'nın yayınlanan son mobbing raporunda, erkeklerin %59,3 oranında, kadınların ise %40,7 eylemci olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca rapor sonuçlarına göre, %81,7 oranında erkekler, erkeklere, %57,3 oranında kadınlar, kadınlara “Mobbing / Duygusal Taciz” uygulamaktadır. Buna göre, erkekler daha çok erkeklerden, kadınlar ise, hem erkeklerden, hem de kadınlardan duygusal taciz görmektedirler [7].

İş veriminin zayıf veya kuvvetli olması da kurban olunmasında etken değildir. İş verimi yüksek kişiler de tehlikeli bulunup, saldırılarla karşılaşabilir ve başlangıçta üretim ve sosyal alanda belli bir düzeyi olan, normal bir kişilik gösteren “Mobbing / Duygusal Taciz” kurbanının, mobbing sürecinde kişiliğinde önemli değişiklikler

gözlenmeye başlar. Buna göre;

1.Aşama: Tekrarlayan, sürekli yoğunlaşan, düşmanlık

2.Aşama: Tehdit

3.Aşama: Duygusal reaksiyonlar

4.Aşama: Mücadele denemeleri

Durumu değiştirmek için harekete geçme

Kendi değerini ve konumunu değiştirmek

5.Aşama: Mücadele yöntemlerinin başarısızlıkla sonuçlanması

6.Aşama: Yukarıda sözü edilen beş aşamada köklü değişiklikler

Araştırmalar göstermektedir ki, iş yerindeki duygusal taciz, tüm stres kaynaklarından daha yoğun ve yıkıcı bir etki yapmaktadır. Buna göre, duygusal tacize maruz kalan çalışanlar, uykusuzluk, öfke, apati, konsantrasyon bozukluğu, depresyon, işe yabancılaşma, iş arkadaşlarıyla uyumun ve üretkenliğin düşmesi, sürekli gerginlik, kaygı, çaresizlik duygusu, psikosomatik yakınmalar, kendini suçlama, iş arkadaşlarına yada yöneticilerine karşı güvensizlik, işten ayrılma eğilimi, motivasyonun ve üretimin düşmesi gibi özellikler göstermektedirler [8].

V. "MOBBİNG / DUYGUSAL TACİZ"LE MÜCADELE STRATEJİLERİ

En önemli mücadele faktörleri olarak, iyi bir fiziksel ve psikolojik yapı, kendine güven, çevreden gelen sosyal destek, istikrarlı ekonomik ilişkiler, problem çözme ve toplumu yönlendirme yeteneği sayılabilir. Ancak bütün bu faktörlerin bazıları daha çok, bazıları daha az önemli olabilir. Bunlar her şeyden önce sosyal çevre ve "Mobbing / Duygusal Taciz" sürecinin nasıl algılandığı konusu ile bağlantılıdır. Bunun dışında, kişilerin mücadele yeteneğinin ne kadar büyük veya yetersiz oluşu "Mobbing / Duygusal Taciz" süreciyle, durum faktörlerinin etkisine bağlıdır. Bu durum faktörleri problemi daha az veya daha çok keskinleştirebilir. Durum faktörleri şu sorularla ortaya çıkarılabilir [4]:

"Mobbing / Duygusal Taciz" durumu yeni mi ortaya çıkmıştır?

Önceden sezilebilir miydi?

Olayların bir açıklaması var mıdır?

Güvensizliği çağırıyor mu?

Gerçekleştikten bir süre sonra tekrar değerlendirildiğinde, aynı etkiyi yaratıyor mu?

Başkalarıyla günlük ilişkileri etkileyip, zorlaştırıyor mu?

Bu sorulara verilen cevaplara göre, eğer bu olaylar yeni gerçekleşmiş, kurbanın önceden tahmin edemeyeceği, açıklamakta zorlandığı ve iş yerindeki bu problemle mücadele edecek kuvveti kendinde bulamadığı eylemler ise, bir "Mobbing /Duygusal Taciz" durumundan söz edilebilir. Bu durumda, kurbanın kendini büyük bir psikolojik baskı altında hissetmesi ve yaşam kalitesinin bozulması kaçınılmaz bir sonuçtur.

Alman İş Güvenliği ve İş Tıbbı Kuruluşunun (Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin) 2002 yılında yaptığı bir araştırmanın sonucuna göre, "Mobbing / Duygusal Taciz" kurbanlarının, özellikle sürecin başında "Mobbing / Duygusal Taciz"e karşı çeşitli savunma yöntemleri ve stratejileri geliştirdikleri saptanmıştır. Bu araştırmaya katılan deneklere "Mobbing / Duygusal Taciz"e karşı ilk tepkilerinin ne olduğu, iş yerinde bu konuyu kimlerle konuşup, kimlerle konuşmadıkları, "Mobbing / Duygusal Taciz" olayı konusunda çevrelerinden gördükleri eleştiri ve destekler, kendi içlerinde geliştirdikleri mücadele yöntemleri ve geriye dönüp baktıklarında, uyguladıkları strateji ve formüllerini bugün doğru bulup bulmadıkları yönünde sorular sorulmuştur [7]. Buna göre araştırmaya katılan kurbanların % 74.3'ü "Mobbing / Duygusal Taciz" in ilk aşamasında eylemci ile konuşmayı denemişlerdir. %46 sı "Mobbing / Duygusal Taciz" yapan kimseye davranışının nedenini sormuştur, % 44.4'ü "Mobbing / Duygusal Taciz" eylemcisinden bu davranışlarına son vermesini talep etmiş, % 1.6'sı ise vücut dilini kullanarak kendilerini savunmak istemişlerdir [9].

Yine bu araştırmanın sonuçlarına göre, mobbing kurbanlarının % 68.7 si bu konuyu iş yerindeki iş danışmanı veya personel danışmanı ile, % 46'sı amirleriyle görüşmüş, % 77 si korunma, desteklenme talep etmiştir. Bir iş doktoru veya iş psikoloğuyla konuşan kurban sayısı ise % 3'tür. Alman İş Güvenliği ve İş Tıbbı Kuruluşunun araştırmasına göre, araştırmaya katılan her dört kişiden biri işini kaybetmek, güveneceği kimseyi bulamamak veya "Mobbing / Duygusal Taciz" eylemcisinin güçlü konumundan dolayı bu konuyu iş yerinden birisiyle konuşmayı tercih etmemişlerdir [10]. Buna göre "Mobbing / Duygusal Taciz" kurbanları daha çok iş dışından kimselerle bu sorunu konuşmayı ve onlardan destek almayı tercih etmektedirler. İş dışında konuşulan grubun başında % 76.4 ile birlikte olduğu kişi veya aile gelmekte, bunu sırasıyla % 59.4 ile tanıdık arkadaşlar, % 52 ile aile hekimi, % 38.6 ile bir psikologla konuşma takip etmektedir.

Bu araştırmaya göre, “Mobbing / Duygusal Taciz” kurbanının, kendine göre gerçekleştirdiği bir takım mücadele yöntemleri bulunmaktadır. Bunların başında, %18.5 ile sorunu görmezden gelme, %18.5 ile işine daha fazla konsantre olma, %16.8 ile “Mobbing / Duygusal Taciz” eylemcisinden uzak durma, %8.8 spora yönelme, %2.9 yeni bir iş arama, %1.8 çalıştığı bölümü değiştirmeye çalışma gibi yöntemler gelmektedir. Araştırmanın ortaya çıkardığı çarpıcı sonuçlardan biri de, katılımcıların %46 sının, eğer bu olaylar bugün gerçekleşseydi, daha farklı tepki göstereceklerini açıklamaları olmuştur. Bunların büyük çoğunluğu “Mobbing / Duygusal Taciz” olayına daha erken ve daha yoğun bir tepki vereceklerini söylemişlerdir. Buna göre araştırmaya katılanların %25 i işsiz kalma düşüncesine rağmen “Mobbing / Duygusal Taciz” olayının başında işi bırakmadıklarına pişman olduklarını söylemişlerdir. Katılımcıların %25 i ise hukuki yollara başvurmadıklarından dolayı pişman olduklarını belirtmişlerdir.

1. Dr. Klaus Niedl, Alman psikosomatik ve psikoterapi kliniğinde on “Mobbing / Duygusal Taciz” kurbanı üzerinde yaptığı araştırma sonucunda, dört adımlik reaksiyon olasılığı tezini geliştirmiştir:

2. Sesini Çıkarma: (Durumu iyileştirme): “Mobbing / Duygusal Taciz”e uğrayan kişi ilk aşamada çevresindekilerle veya amirleriyle görüşerek, durumu iyileştirmeye çalışır. Bunun için aktif bir çaba gösterir.

3. Sadakat: (İşletmeye güvenme): Mobbing kurbanı sabırlı bir umutla durumun düzeleceğini düşünür.

4. Önem vermeme: Kurban işletmeye güvenini kaybeder.

5. Çıkış: İşini bırakır.

Bu araştırmaya göre olumlu yaklaşım ve durumun kendiliğinden düzeleceğine dair umut taşınması doğru değildir. Çünkü bir iş yerinde etik kurallar uygulanmadığı sürece dördüncü reaksiyon durumu her koşulda kaçınılmazdır.

V.1. “Mobbing/Duygusal Taciz”e karşı hukuki mücadele

“Mobbing / Duygusal Taciz”i hukuki olarak tanımlamak ve sınırlandırmak çok zordur. Çünkü “Mobbing / Duygusal Taciz” zaman süreciyle bağlantılı bir kavramdır. İş yerindeki bir olayın duygusal taciz olarak belirlenebilmesi için haftada en az bir kez sıklıkta gerekmektedir [10]. Bu süreç konunun hukuki açıdan önem kazanması için zorunlu bir süreçtir. Olayın hukuki

olarak tanımlanması için özellikle beş ana başlık altında toplanabilen problem ve soruların cevaplarının da aranması gerekmektedir:

1. “Mobbing / Duygusal Taciz” eyleminin sunuş ve ispat problemi: Olay nasıl olmuştur ve olayın oluş biçimiyle ilgili olarak belgeler ve tanıklar var mıdır?

2. Olayların sınıflandırılması problemi: Hangi olaylar gerçekleşmiştir? Bir hukuk kuralı çiğnenmiş midir?

3. Nedenleştirme problemi: Davalının herhangi bir hareketi sonuç üzerinde etkili midir? Ya da hangi diğer etkenler olayın oluşunda etkin rol oynamaktadır?

4. Hesaplama problemi: Davalı olayın sonucunu hesaplamak zorunda kalmış mıdır? Davalı olaydan önce şikâyetçi tarafından kışkırtılmış mıdır? Bu olaylarda işletmenin kurallarına, standartlarına aykırı bir durum var mıdır?

5. Hukuk öncesi bütün yolların tüketilmesi: şikâyetçi, hukuk yoluna başvurmadan önce diğer bütün anlaşma ve uzlaşma yollarını denemiş midir?

6. Şikâyetin amacı: Ne üzerine şikâyet yapılmaktadır? Şikâyet neyi amaçlamaktadır? Cezalandırma mı? tazminat mı? Kaçınma mı?

Ne yazık ki hukuki terminolojide kesin bir “Mobbing /Duygusal Taciz” kavramı yoktur. Ancak, Anayasada, Medeni Kanunda, Ceza -, Borçlar - ve İş hukukunda bu konuda bazı düzenlemeler görülmektedir. Örneğin, İsviçre’de Borçlar Hukukunun (Obligationenrecht) 328. maddesinde ve İş Kanununun (Arbeitsgesetz) 6. maddesinde, iş yerinde çalıştığı kişilerin kişiliklerinin korunmasının, işverenin görevi olduğu belirtilmektedir [11]. 1998 Ekim ayında çıkarılan Alman yasasına göre, eğer işveren iş yerindeki “Mobbing / Duygusal Taciz”i engellemezse, işveren veya yöneticinin bu görevini yerine getirmedeğinin varsayılacağı ifade edilmektedir.

Tazminat ve tacizle ilgili konuları düzenleyen ve 1 Ağustos 2002 tarihinde yürürlüğe giren kanun hükümlerinde, taciz hükümleri daha fazla sertleştirilmiştir. Buna göre, iş yerinde “Mobbing / Duygusal Taciz”i engellemeyen işverenin hukuki sorumluluğu artırılmış, tacize dayalı tazminat hakları genişletilmiştir [12]. Eğer işverenin kendisi iş görene yanlış davranışta bulunursa, işgörenin tazminat talep hakkı bulunmaktadır. Anayasanın 1, 2 ve 12. Maddeleri, işletmeler yasasının (BetrVG) 75, 87 ve 104. Maddelerinde, vatandaşlık yasasının (BGB) 242, 253, 611 a, 618, 823, 825 ve 826. Maddelerinde işgörenin iş yerinde korunması, temel hakların ve işverenin, işgörenin sosyal sorumlulukları üzerine durulmaktadır. Ceza usul kanunu düzenlemelerinin (Stpo) 380, Ceza kanununun 185,

186, 187, 223, 225, 229, İş güvenliği yasası (ArbSchG) 4, 15,17. Maddelerinde iş yerinde vücutsal veya ruhsal yaralanmalar ve tazminat talepleri konusunda açıklamalar bulunmaktadır.

Mobbing / Duygusal Taciz konusunda verebileceğimiz en somut hukuki örnek, Thüringen İş Mahkemesinin bu konuda aldığı karardır. Buna göre, “Genel kişilik haklarını yaralamaktan” açılan davada, işveren, iş yerinde mobbing’e karşı önlemler almamaktan dolayı ceza görmüştür [13]. Bu yargı, özellikle somut belge sıkıntısı çekilen “Mobbing / Duygusal Taciz” eylemlerinde, eylem kurbanına delil göstermesi bakımından önemlidir.

Türkiye’de Hukuki Durum

Ülkelerin en önemli ve öncelikli konularından biri insan sağlığının korunması ve geliştirilmesidir. Çünkü beden ve ruh sağlığı yerinde olmayan bir kimse, ülkesine, ailesine ve çalıştığı iş yerine faydalı olamaz. İşletmelerimizin sağlıklı yapılanması, çalışanların fiziksel ve ruhsal yapılarının korunması ve geliştirilmesi, iş sağlığı ve güvenliği kavramlarına gereken önemin verilmesiyle mümkündür.

Bu kapsamda, çalışan kişinin iş sağlığını ve verimini etkileyen “Mobbing / Duygusal Taciz” konusunda, Türk Kanunlarında açık ve net bir tanım bulunmadığı söylenebilir. Ancak Anayasada, Borçlar Kanununda ve İş Kanununda yer alan, çalışma hayatı, çalışanların hak ve görevleri ile ilgili bazı söylemleri içeren maddeler, kısmen bu bağlamda ele alınabilirler. Örneğin, 743 sayılı Medeni Kanunun 23. maddesi, kimsenin medeni haklardan ve onları kullanmaktan engellenemeyeceği, 7.11.1982 tarihinde kabul edilen 2709 sayılı Anayasanın 50. maddesi de, kimsenin yaşına, cinsiyetine ve gücüne uymayan işlerde çalıştırılmayacağını belirtmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının Medeni kanununun 4.5.1988 tarihli değişik 24 ve 24a maddeleri de, hukuka aykırı olarak şahsiyet hakkına tecavüz edilen kişinin, tecavüzde bulunanlara karşı korunma ve bu konudaki tazminat istemlerine vurgu yapmaktadır. 818 sayılı ve 22.4.1926 tarihinden beri yürürlükte olan Borçlar Kanununun 49. maddesi, bu konudaki tazminat hakkını düzenlerken, aynı kanunun 55. ve 332. maddeleri ve 25134 sayılı 10.6.2005 tarihli resmi Gazetede yayınlanan 4857 sayılı İş Kanununun 77. maddesi de, işverenlerin, iş yerindeki iş sağlığı ve güvenliği konusunda çalıştırdığı kişilere karşı üstlenmek zorunda olduğu sorumluluktan söz etmektedir.

Ancak uygulamalara bakıldığında, çalışanların, “Mobbing / Duygusal Taciz” konusundaki şikayetlerinin, hukuki zeminde en fazla işten ayrılma ile sonuçlandığı görülmektedir. Bu nedenle, gerek İş Kanununda, gerekse yeni düzenlenmekte olan Borçlar Kanununda, günümüzün en önemli sorunlarından biri haline gelmekte olan

“Mobbing / Duygusal Taciz” konusunda daha net ve açık düzenlemelere gereksinim duyulmaktadır. Örneğin, 7.4.2004 tarihli, 25426 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan “Çalışanların iş sağlığı ve güvenliği eğitimlerinin usul ve esasları hakkında yönetmelik” te, çalışanların, yasal hak ve sorumlulukları hakkında bilgilendirilmesi, onların karşı karşıya buldukları mesleki risklere karşı eğitilmesi konusu, işverenlerin görevleri arasında sayılmaktadır. Ancak “Mobbing / Duygusal Taciz” eyleminin ve ona karşı alınacak önlemlerin bu riskler arasında açıkça belirtilmemiş olması, kanımızca giderilmesi gereken bir eksikliktir.

V.2. Avrupa Parlamentosunun “Mobbing / Duygusal Taciz” Sorunu İçin Çözüm Önerileri

“Mobbing / Duygusal Taciz” güncel bir konudur. Bu yüzden bu konu birçok kuruluşun gündeminde yer almaktadır. Avrupa Parlamentosu da bu kuruluşlardan biridir. Bu kuruluşun “Mobbing / Duygusal Taciz”’e karşı korunmanın iyileştirilmesi yönündeki teklifleri, önleyici tedbirler ve müdahale edici tedbirler olmak üzere iki ana başlık altında toplanmaktadır.

V.2.1. Önleyici Tedbirler

“Mobbing / Duygusal Taciz” davranışının başlamasını engelleyici birçok tedbirler alınabilir. Bu tedbirleri başlıca beş başlık altında toplayabiliriz:

1. Genel Açıklayıcı Kampanyalar: Bu tür kampanyalarla aşağıdaki hedeflerin gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır:

a. Bir işletmenin “Mobbing / Duygusal Taciz”den göreceği maddi ve manevi zararları ve işletmenin bu konudaki yapmakla yükümlü olduğu ödevler konusunda işletmeleri bilgilendirmek amacıyla, ilgililere bu konuda posterler ve brojürler dağıtılması,

b. İletişim ağlarını kullanarak, gazete ve dergilerde bu konularda makaleler yayınlanması,

c. Bu konuda video gösterileri hazırlanması

d. “Mobbing / Duygusal Taciz” üzerine konuşmalar ve konferanslar düzenlenmesi.

2. İş yerinde “Mobbing / Duygusal Taciz” ile ilgili sistemli bilgiler tutmak. Bu yöntem “Mobbing / Duygusal Taciz”le savaş için önemli bir yöntemdir. Bu amaçla iş yerindeki iş atmosferini belirlemeye yönelik anketler hazırlanmalı ve bunlar düzenli olarak analiz edilip, ilgililerle konuşulmalıdır.

3. Yöneticilerin Bilgilendirilmesi: Bu konuda bilgili olan yöneticiler, “Mobbing / Duygusal Taciz”i

erken teşhis edip, gerekli önlemleri alabilirler.

4. İşletmede Anti-”Mobbing / Duygusal Taciz”in alt yapısının oluşturulması: İşletmenin bu konudaki kararlılığı, her türlü “Mobbing / Duygusal Taciz” davranışının aktif hale gelmemesinde etkilidir. Bunun için aşağıdaki ifadeler getirilebilir:

a. “Mobbing / Duygusal Taciz” için bir yetkili atamak,

b. Olayların ihbarı için usulleri basitleştirmek,

c. “Mobbing / Duygusal Taciz”e karşı rehabilite edici veya disiplinlerarası tedbir yöntemleri geliştirmek,

d. “Mobbing / Duygusal Taciz” konusunda işletme içinde sözleşmeler yapılması,

e. “Mobbing / Duygusal Taciz” konusunda bütün iş gruplarının katılmakla yükümlü olduğu konuşmalar düzenlemek,

f. Sorumluluğun ve İş Yöntemlerinin yeniden Düzenlenmesi: İşletme içinde işin uygun olmayan organizasyonu, sorumlulukların çatışmasına neden olabilir. Bu nedenle sorumluluk ve iş yöntemlerinin açık ve net olarak belirlenmesi, “Mobbing / Duygusal Taciz”i daha olayın başında engelleyebilir.

V.2.2. Müdahale Edici Tedbirler

Müdahale edici tedbirler iki ana başlık altında incelenebilir.

1. “Mobbing / Duygusal Taciz” eylemine meydan vermemek: “Mobbing / Duygusal Taciz” suçlusunun eylemlerini önlemek, yasama yetkisinin temel görevlerinden biridir. Ancak mevcut kaynaklar incelendiğinde, varolan kanunlar çerçevesinde bu konuda göze çarpıcı bir teklif görülmemektedir. Meditasyon konuşmaları, “Mobbing / Duygusal Taciz” eylemini sona erdirmek için tavsiye edilen bir yöntemdir.

2. Kurbanın Korunması: Profesyoneller tarafından kurbanın psiko sosyal rehabilitasyonu, kendine yardım grupları ve tıbbi terapiler teklif edilmektedir. İşverenin görevi yalnızca konuşmacıyı veya uygun enformasyonu hazırlamak değil aksine, eğer “Mobbing / Duygusal Taciz” eylemcisi ve kurban eskisi gibi bir arada çalışmak zorundalarsa, duygusal tacizin olduğu bu iş gruplarını denetlemek de işverenin görevi olarak görülmektedir.

VI. SONUÇ

İş ortamı, kişinin zamanının büyük bir kısmını

geçirdiği, başarı, üretkenlik, verimlilik, yaratıcılık ve onur duygularının ortaya çıktığı ortamlardır. Bu nedenle iş hayatındaki sorunlar, çalışanlar, onların aileleri, yakın çevreleri ve çalıştıkları işletmeler üzerinde olumsuz etkiler yaratırlar. Kişinin ruhsal sağlığını ve iş verimini bozabilen bu sorunlardan biri de, bugüne kadar adı konulmamış, gizli kalmış ama yoğun bir biçimde yaşanan Mobbing, yani işyerinde sistemli zorbalık, psiko terör olarak adlandırılacak yıldırma amaçlı duygusal taciz sorunudur.

Bütün dünyada önemli bir sorun haline gelen bu konuyla ilgili olarak özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde önemli adımlar atılmış, Almanya’da Thüringen İş Mahkemesi tarafından, bir “Mobbing / Duygusal Taciz” kurbanı lehinde verilen kararda olduğu gibi, önemli hukuki kararlar da alınmıştır.

Türkiye’de Avrupa Birliğine giriş sürecinde hukukçulara ve insan kaynakları yöneticilerine bu konuda büyük görevler düşmektedir. Çünkü Avrupa Birliği “Mobbing / Duygusal Taciz”i kabul etmiş ve iş kanunları arasına, kurbanları koruyan, Mobbing eylemcisini ve gerekli durumlarda, iş yerindeki bu olayları önlemediği gerekçesiyle, işyeri sahibini de cezalandıran yasaları yerleştirmiştir. Bu nedenle kurumlar, en azından çalışanlarını seçerken; eğitim ve tecrübe gibi yetkinliklerin yanı sıra, kişilerde iletişim tarzına ve görgü kurallarına uyup uymadığına dikkat etmelidir. Kurumun etiğinin içinde Duygusal taciz olgusuna karşı tedbirler alınmalı, devletin kurumları ve kanun koyucular da milyonlarca insanı ve ailelerini etkileyen bu toplumsal yaraya karşı duyarlı davranmaya başlamalı, bir an önce tüm sektörlerde ve kamuda yapılacak araştırmaları desteklemeli ve karşı tedbir almaya kurumları teşvik edecek yasaları, Avrupa standartlarından örnek alarak oluşturmalıdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Arpacıoğlu, G. (2005). Türkiye’de Zorbalık bir Çalışma Biçimi. *İnsan Kaynakları*. (<http://www.insankaynaklari.com>). [22.11.2005].
- [2] Davenport, N.; Elliott, G.P. & Distler, R. (2003). *Mobbing: İşyerinde Duygusal Taciz*. (Çev:)İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- [3] Fairness Stiftung: Mobbing. (<http://www.fairnessstiftung.de/Mobbing.htm>). [22.11.2005].
- [4] Leymann, H. (2002). *Psychoterror am Arbeitsplatz und wie man sich dagegen wehren kann*. Hamburg: Taschenbuch Verlag.
- [5] Zapf, D. (1999). Mobbing in Organisationen- Überblick zum Stand der Forschung. *Zeitschrift für Arbeits-und Organisationspsychologie*, 43(1), 1-25.

Ocak 2007.1-8.

- [6] Institut für Arbeitswissenschaftliche Studien: Mobbing. (www.igl.bayern.de). [07.01.2007].
- [7] Bundesministerium für Gesundheit: Mobbing (www.bmgs.bund.de). [22.11.2005].
- [8] Solmuş, T. (2005). İş Yaşamında Travmalar: Cinsel Taciz ve Duygusal Zorbalık/Taciz (Mobbing). *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 7(2), Haziran. (www.Isguc.org). [22.11.2005].
- [9] Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin: Mobbing, (www.baua.de. [13.08.2005].
- [10] Langenhoff, G.; Meschkutat, B. & Stackelbeck, M. (2002). Der Mobbing Report- Eine Repräsentativstudie für die Bundesrepublik Deutschland. *Forschungsbericht Nr.: 951*, Dortmund, Berlin.
- [11] Torun, A. (2004). İşyerinde Zorbalık. *Öneri Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(22), 183-190.
- [12] Diplomarbeiten Agentur: Mobbing-Rechtliche Handlungsmöglichkeiten für den Betriebsrat. (www.diplomica.com). [16.11.2005].
- [13] Bundesministerium für Arbeit und Soziales: Wichtige Rechtsprechung zu Mobbing. (www.bmas.bund.de/BMASNavigation/Arbeitsrecht). [07.01.2007].

Ülkü UZUNÇARŞILI (ulku.u@marmara.edu.tr) is Professor in Marmara University Faculty of Economic and Administrative Sciences and Chair of Management and Organisation Division in Department of Business Administration in German Language. Her research areas are organizational behavior, human resource management and cross-cultural issues

Nurhayat YOLOĞLU (nyologlu@marmara.edu.tr) (Phd) is a lecturer in Marmara University Faculty of Economic and Administrative Sciences Department of Business Administration in German Language. Her research areas are ethic and communication.

İŞLETME KOŞULLARININ ÖRGÜT İÇİ BİLGİ PAYLAŞIM İKLİMİNE ETKİSİ

Özcan YENİÇERİ¹, Yavuz DEMİREL²

¹Niğde Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme, Profesör Dr.

²Niğde Üniversitesi, Aksaray İ.İ.B.F., İşletme, Dr.

THE IMPACT OF COMPANY CONDITIONS OVER KNOWLEDGE SHARING CLIMATE OF ORGANIZATIONS

Abstract: This study was carried out in the central branches of the banks A and B which are among the greatest banks in Turkey and these branches provide personal and commercial services. During the study, the effects of the operational conditions (management style, physical conditions, human conditions, working conditions) on the climate of knowledge sharing within the organization and the relations of the operational conditions with each other were searched. According to the analysis of the research results, it has been determined that the operational conditions are related to each other within themselves and to knowledge sharing climate and that the operational conditions affect the knowledge sharing in the organization directly. In the study, whether the level of intra-organizational knowledge sharing differs according to the styles of management has also been inquired. It has been found out that the climate of knowledge sharing in organizations with customer-oriented and employee-oriented management styles is particularly different from the organizations with other styles (such as authoritarian, participatory, guiding, and directing).

Keywords: Management, Knowledge, Knowledge Sharing, Organizational Conditions.

İŞLETME KOŞULLARININ ÖRGÜT İÇİ BİLGİ PAYLAŞIM İKLİMİNE ETKİSİ

Özet: Bu çalışma, Türkiye'nin en büyük bankaları arasına giren A ve B bankalarının bireysel ve ticari hizmet veren merkez şubelerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma konusu, bankacılık sektöründe işletme içi koşulların (yönetim biçimi, fiziki koşullar, beşeri koşullar, çalışma koşullarının) örgüt içi bilgi paylaşım iklimi üzerine olan etkileri ile işletme içi koşulların birbirleriyle olan ilişkileri araştırılmıştır. Araştırma analiz sonuçlarına göre, işletme içi koşulların kendi aralarında ve örgüt içi bilgi paylaşım iklimiyle ilişkili olduğu ve işletme içi koşulların örgüt içi bilgi paylaşımını doğrudan etkilediği tespit edilmiştir. Araştırmada ayrıca, yönetim biçimlerine göre örgüt içi bilgi paylaşımının farklılık gösterip göstermediği de ortaya konulmuştur. Özellikle Müşteri ve çalışan odaklı yönetim biçiminde, örgüt içi bilgi paylaşımı, diğer yönetim biçimlerine (otoriter, katılımcı, yol gösterici ve yönlendirici yönetim) göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim, Bilgi, Bilgi Paylaşımı, İşletme İçi Koşullar.

I. GİRİŞ

Günümüzde bilgi paylaşımı, hemen hemen her alanda çeşitli şekillerde yaygın bir biçimde yapılmaktadır. Özellikle bilişim teknolojileri aracılığıyla bilgi, zaman ve mesafe farkı gözetmeksizin bir taraftan diğer bir tarafa rahatlıkla aktarılabilen ve paylaşılabilir. Bilginin bu şekilde yaygın bir biçimde kullanıldığı alanlardan birisi de bankalardır. Ancak bilginin bankadan bankaya aktarılması ve paylaşılabilmesi için öncelikle banka içinde bilgi paylaşım ikliminin oluşturulması gerekir. Böylece işletme içi bilginin geçerliliği ve güvenilirliğini sağlanarak hem örgüt içi hem de örgüt dışı paylaşımı da kolaylaşır. Bilgi paylaşımının yaygın olmasının yanı sıra bilginin güvenilirliği de sürekli tartışılmaktadır. Bu nedenle, işletmeler ve bireyler bugün, bilginin kaynağına ve güvenilirliğine yönelik araştırmalarını daha da sıklaştırdılar.

Kurum veya kuruluşlarda, bireyler arasında bilgi paylaşımının gerçekleşmesinde işletme içi koşullar

oldukça önemlidir. Bu nedenle uygun bir bilgi paylaşım ikliminin oluşturulabilmesi için işletme içi koşulların (fiziki, beşeri, çalışma ve yönetim biçimi gibi) sürekli iyileştirilmesi gerekir. Özellikle bu iyileştirme çabaları çalışan ve yöneticilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda olmasına özen gösterilmelidir. Çalışan ve yöneticilerin bilgi paylaşımını destekleyecek koşulların oluşturulması ve sürekli iyileştirilmesi örgüt içi bilgi paylaşım ikliminin oluşmasına katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada işletme içi koşulların örgüt içi bilgi paylaşımına olan etkisini belirlemek için bankacılık sektöründe bir araştırma yapılmıştır. Bankacılık sektöründe işletme içi koşulların yönetim biçimi, fiziki koşullar, beşeri koşullar ve çalışma koşulları adı altında toplanmıştır. Bankanın fiziki yapısı (yeri, banka içi tasarım, ısı, ışık, ses, güvenlik, teknolojik alt yapısı vb), banka içi beşeri koşulların (saygı, güven, motivasyon, alınan kararlara katılım, ekip çalışması, bireyler arası ilişkilerin) ve çalışma koşullarının (iş güvenliği, ücret düzeyi, iş yükü, kurum içi sosyal ilişkiler, hizmet içi

eğitim vb.) örgüt içi bilgi paylaşım iklimi üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir.

II. BİLGİ KAVRAMI

Bilgi, deneyim, değerler, enformasyon ve uzman görüşlerine yeni bir çerçeve sağlamak için deneyim ve enformasyonun bütünleştirilmesi, anlamlı bir hale getirilmesi sürecidir [1]. “Bilgi” terimini kullanmakla genellikle üç şeyi ifade ediyoruz. Birincisi, bu terimle “bilme durumu”nu ifade ediyoruz. “Bilme durumu” derken de gerçekler, yöntemler, prensipler, teknikler vs. hakkında bilgi sahibi olmak ya da bunların farkında olmak, bunları tanımak demek istiyoruz. Bu genel kullanım çoğunlukla “Bir şey hakkında bilgisi olmakla” ifade edilen durumla eşanlamlıdır. İkincisi, “bilgi” terimini Peter Senge’in “harekete geçme kapasitesi” diye adlandırdığını ifade etmek için kullanıyoruz, yani gerçekleri, yöntemleri, prensipleri ve teknikleri bazı şeyleri gerçekleştirirken kullanmaya yetecek kadar anlamak ya da kavramak. Bu da “nasıl olduğunu bilmek” ile eş anlamlıdır. Üçüncüsü ise “bilgi” terimi ile bir araya getirilmiş, toplanmış gerçekleri, yöntemleri, prensipleri, teknikleri vs. ifade ediyoruz. “Bilgiyi bu şekilde kullandığımızda, kitaplar, makaleler, formüller, prosedür kitapçıkları vs. halinde toplanmış bilgiyi ifade ediyoruz [2].

Bilgi karmaşık bir sistem olarak görülebilir. Organize edilmiş bir sistemdir, kendine ait bir çevresi vardır. Kültür, liderlik, davranışlar ve teknoloji desteği gibi çevresel faktörlerden etkilenir. [3] Sonuç olarak, bilgi, deneyimler, değerler, kavrayışlar ve bağlamla ilişkili enformasyondur. Enformasyon yorumlandığında veya içerik kazandırıldığında ya da bir anlam katıldığında ise bilgiye dönüşmektedir [4,5].

III. İŞLETME İÇİ KOŞULLAR VE ÖRGÜT İÇİ BİLGİ PAYLAŞIM İKLİMİ

Bilgi paylaşımı, her işletmede farklı seviyelerde farklı şekillerde paylaşılır. Bilgi örgüt bireyleri arasında paylaşılacağı gibi işletmeler ve müşteriler arasında da paylaşılabilir. Bilgi paylaşımında, temel olarak bilginin belli bir kaynaktan çıkması ve bu bilginin hedefine ulaşması oldukça önemlidir. Bilgi paylaşımı bu yönüyle bilgi transferinden ayrılmaktadır. Çünkü bilgi transferinde bilginin dağıtımı söz konusudur ve hedefine ulaşım ulaşmadığı test edilmez. Ayrıca bilgi paylaşımında bilgiyi kabul edecek olan tarafın gönüllü olması gerekir.

Enformasyon ile bilgi paylaşımı arasında da bir ayrım yapabiliriz. Bilgi paylaşımı hem iletişimle hem de enformasyonun dağılımı ile ilgilidir. Çünkü bilgi karmaşık ve bağlantılı bir özellik arz eder. Bilgi, bir organizasyon içinde uygun şartlar sağlandıkça serbestçe taşınabilir. Bilgi paylaşımı, en az iki taraf arasında bir ilişkiyi ima etmektedir. Bir taraf bilgiye sahipken diğer

tarafta bu bilgiyi elde edendir [6].

Bilgi paylaşımı örgütlerde biçimsel ve biçimsel olmayan biçimlerde de paylaşılabilir. Buradaki ayrım da bilgi paylaşımı üzerinde herhangi bir kontrol sürecinin veya denetim sürecinin etkili olmasıdır. Bütün bilgi çeşitleri biçimsel veya biçimsel olmayan şekillerde paylaşılabilir. Biçimsel olmayan bilgi paylaşımı, herhangi iki birey veya çalışan arasında tesadüfen belli şartlara bağlı olmadan herhangi bir sohbet sırasında kendiliğinden gerçekleşen bilgi paylaşım şeklidir. Bu paylaşım iki birey arasında yüz yüze etkileşim sırasında gerçekleşeceği gibi e-mail ve diğer iletişim araçlarıyla da gerçekleşebilir. Biçimsel olmayan bilgi paylaşımının kontrol edilmesi oldukça güçtür. Çünkü nerede ne zaman nasıl gerçekleşeceği önceden bilinmez. Biçimsel bilgi paylaşımı ise herhangi bir organizasyonda özellikle teknoloji aracılığıyla belli şartlar altında örgütün bütün üyeleri arasında gerçekleştirilen bilgi paylaşımıdır. Biçimsel bilgi paylaşımında yönetim stratejileri etkili olmaktadır. Yönetim stratejileri, hangi iş için hangi tür bilginin kimler arasında paylaşılacağını açıkça ortaya koymaktadır. Biçimsel bilgi paylaşımının denetimi ve amaçlarına ulaşım ulaşmadığı ilgililer tarafından rahatlıkla tespit edilebilir [7].

Bilginin var olması kuşkusuz işletme içinde bu bilginin en verimli şekilde paylaşılması anlamını her zaman taşımaz. İşletmelerde bilgi paylaşımında sadece teknolojik faktörler değil aynı zamanda yönetim kararları ve beşeri faktörlerde etkileyici olmaktadır [8]. Bilgi paylaşımında, bilgi paylaşım rollerinin açıkça belirlenmesi, ilişkili bilginin paylaşımı, bilgi paylaşımı için etkileşimin devamlılığı ve derecesi, karşılıklı sorumluluk ve motivasyon gibi hususlar çok önemlidir [9]. İşletmeler bilgi paylaşımını teşvik etmek için öncelikle organizasyon düzeyinde bilgi paylaşım davranışlarının gözlenmesi ve ölçülmesinde karşılaşılabilecek güçlükleri belirlemelidir. Daha sonra ise bu güçlükler dikkate alınarak bir ödüllendirme programı geliştirilir [10].

Örgüt içi bilginin, organizasyonun bütün kademelerinde yaygın bir şekilde kullanılması ve paylaşılmasında organizasyon yapısı çok önemlidir. Örgütlenme biçimi dikey olan işletmelerde bilginin kullanımını ve paylaşımı oldukça zordur. Tepe yönetim özellikle yeni bilginin organizasyon içinde kullanılmasında ve paylaşılması sırasında çalışanlara yol göstermelidir [11]. Bir işletmede çalışanlar arasında bilgi paylaşımını artırmak veya yaygınlaştırmak için çalışanların birbirlerine kolay bir şekilde ulaşabilmelerine katkı sağlayarak uygun teknik bir altyapının oluşturulması gerekir. Bilgi paylaşımında yoğun bir şekilde kullanılan teknoloji sistemi bilişim teknolojileridir. Bilişim teknolojileri, aynı kuruluşun farklı bölgelerinde çalışan ve aralarında coğrafi mesafeleri çok uzak olan çalışanlar arasında bilgi paylaşımında önemli rol oynamaktadır.

Özellikle yüz yüze ilişkilerin ve iletişimin mümkün olmadığı zaman gerekli bilginin bir kaynaktan diğer bir kaynağa aktarılmasında bilişim teknolojilerinden yüksek düzeyde faydalanılır.

Uygun bir bilgi paylaşım ortamı oluşturmak, çalışanların ve yöneticilerin bilgi, tecrübe ve düşünme kapasitelerini artırmalarına önemli katkı sağlar. Bilgi paylaşım ortamının oluşturulmasında iki önemli faktör söz konusudur. Bunlardan birincisi, karşılıklı işbirliği ortamının sağlanması, ikincisi ise karşılıklı güven ortamının oluşturulmasıdır [12]. Örgüt içinde çalışan ve yöneticiler arasında bilgi paylaşımını geliştirmede belli bir güvenin sağlanması veya inşası için, bilginin mahremiyetine, tutarlı olmasına, zengin bir iletişim biçiminin olması, kişisel bağların güçlü olması, güven düzeyinin yüksek olması gibi hususları göz önünde bulundurmakta fayda vardır [13].

Örgüt kültürü ve iklimi, bilgi paylaşımında sosyal bir etkileşim için belli bir çevrenin oluşmasını sağlar. Sosyal etkileşimde kültürün ve iklimin etkisi üç boyutta değerlendirilebilir. Dikey etkileşim, yatay etkileşim ve bilgi paylaşım ve kullanımını destekleyen özel tutumlardır. Dikey etkileşimler, etkili bir bilgi paylaşım çevresi oluşturmada yöneticileri örgütün diğer üyelerine ulaşılabilir kılan normlar ve uygulamalardır. Kültür aynı zamanda aynı seviyeler içindeki etkileşimin düzeyini, işbirliğini, bilgi ve uzmanlık yönünü etkileyerek yatay seviye etkileşimini düzenler. Bilgi paylaşım ve kullanımını geliştirmek için sosyal etkileşim çevresini şekillendiren özel tutumlar örgüt içinde paylaşma ve öğretmeyi sağlar. Bilgi paylaşımında bireyler arasında diyalogun kurulması ve geliştirilmesi, bilgi paylaşımında en sık kullanılan sosyal bir etkileşimdir. Bireyler arasındaki bu işbirliği özellikle örtülü bilginin paylaşımında belirleyici bir rol oynamaktadır. Kültür, yeni bilginin oluşturulmasını ve benimsenmesini şekillendirir. Örgüt kültürü ve alt kültürler arasındaki ilişkiler, dış çevre hakkındaki yeni bilginin oluşturulması, biçimleştirilmesi ve organizasyon içi dağılım şeklini önemli ölçüde etkiler [6]. Diğer bir bakış açısıyla bilgi paylaşım kültürü ve ikliminin oluşumunda, çalışma planı, çalışanlar arasındaki iletişim düzeyi, çalışanların eğitim düzeyleri, motivasyonları, saygı, güven, korku, ödül, teknoloji gibi işletme içi koşulların etkili olduğu bilinen bir gerçektir. Örneğin eğitim düzeyi aynı olan iki birey arasında herhangi bir konu hakkında bilgi paylaşımı daha kolay gerçekleşirken farklı eğitim düzeylerine sahip çalışanlar arasında ise daha zor gerçekleşmektedir. Çünkü bilgi paylaşımında bilgiye doğru anlam kazandırmada bilginin her iki taraf arasında da anlaşılması gerekir. Yine çalışanlar arasında sosyal bağların oluşumunda ve geliştirilmesinde teknolojiden önemli ölçüde yararlanır. Özellikle bilişim teknolojilerinin yaygın kullanımı, çalışanlar arasındaki birebir iletişimi artıracığından bilgi paylaşımına olumlu katkı sağlar. Diğer yandan korkuya dayalı, saygı ve güven

ortamı yetersiz olan örgütlerde ise çalışanlar bilgilerini paylaşmazlar ve bilgiyi bir güç olarak görürler. Bilgiyi gelecekte için vazgeçilmez bir değer olarak korurlar.

Bilgi paylaşım kültürüyle ve iklimiyle açık bir şekilde ilişkili görünen üç örgütsel özellik vardır [14]:

1. Yüksek dayanışma ve yüksek sosyallik ilişkisine dayalı bir ilişkinin olması.
2. Eşit süreç ve eşit sonuçlara eşit vurgu yapmak. Yani benzer bilgi türlerini ve benzer bilgi paylaşım aktivitelerini her zaman aynı araç ve yöntemlerle desteklemek.
3. Bilgi paylaşım kültürü, her zaman çalışanların işine değer veren bir özelliğe sahip olmalıdır.

Örgüt içi bilgi paylaşım iklimini oluşturmak için gerekli işletme içi koşulları aşağıdaki gibi özetleyebiliriz [15]:

- Örgüt üyeleri, bilgi paylaşımını bir fırsat olarak görmelidirler. Bilgi paylaşımıyla çalışan ve yöneticilerin eğitim ihtiyaçlarının ortaya çıkarılması ve takım çalışmalarının geliştirilmesi için yeni fırsatların oluşmasına önemli katkı sağlanır. Ayrıca bilgi paylaşımı, biçimsel olmayan sosyal bağların ve kişisel ilişkilerin geliştirilmesinde çalışan ve yöneticilere önemli avantajlar sağlar.
- Bilgi paylaşımını kolaylaştırıcı fiziksel iletişim kanallarının geliştirilmesi gerekir.
- Bilgi paylaşımında bireysel beklenti ve faydaların önem taşıdığını her zaman göz önünde bulundurmak gerekir.
- Bilgi paylaşım maliyetinin tahmin edilmesi. Bilgi paylaşımı güç ve politikalarla korku içerisinde gerçekleştirilebilir. Fakat bu tür bir bilgi paylaşımı faaliyetinde istenilen düzeyde fayda sağlanamaz. Bilgi paylaşımının maliyeti bilgiyi paylaşacaklar arasında bir işbirliği olmadığı zaman ortaya çıkar. Bilginin paylaşılmadığında paylaşım için uygulanacak teşvikler bilgi paylaşımının maliyetini oluşturur.
- Çalışan ve yöneticilere bilgi paylaşımı için uygun koşullar sağlanmalıdır. Bilgi paylaşımı benzer veya aynı anlama ve kavrama gücüne sahip kişi ve takımlar arasında gerçekleştiği zaman daha olumlu sonuçlar verir.
- Bilgi paylaşımı için uygun bir motivasyon programı belirlenmelidir. Bilgi paylaşımında sadece maddi unsurlar değil aynı zamanda maddi olmayan unsurları da içerecek bir motivasyon programı oluşturulmalıdır.

IV. İŞLETME KOŞULLARININ ÖRGÜT İÇİ BİLGİ PAYLAŞIM İKLİMİNE ETKİSİ ÜZERİNE BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

Örgüt içi bilgi paylaşımı ve işletme içi koşullar arasındaki ilişkinin farklı boyutları farklı araştırmacılar tarafından ortaya konulmuştur. Connelly ve Kelloway [16]'de bilgi paylaşım kültürlerinde işletme çalışanlarının beklentilerini incelemiş ve yönetim desteği ile sosyal etkileşimin bilgi paylaşım kültürü arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuş. Lee ve Lin [17], örgüt içi bilgi paylaşım davranışının oluşturulmasında, bilgi paylaşımı niyetinin cesaretlendirilmesinde ve bilgi paylaşım tutumlarının oluşturulmasında tepe yönetiminin rolünü ortaya koymuştur. Riege [18], işletme içi bilgi paylaşımında bilgi paylaşımına yönelik işletme içi koşulları (bireysel koşullar, örgütsel koşullar ve teknolojik koşullar) üzerinde durmuş ve bu koşulların bilgi paylaşım ikliminin oluşmasını engellediğini belirtmiştir. Ardichvili vd., [19]'de Caterpillar şirketinde yaptığı bir araştırmada çalışanların bilgiyi örgüt ait gördükleri zaman bilginin paylaşımı kolaylaşırken, işletme içi güven yetersizliği, kendini eksik hissetme, tereddüt gibi nedenlerden dolayı ise bilgi paylaşımının güçleştiğini tespit etmiştir.

Bu çalışmalar paralelinde, çalışmada A ve B bankalarının bireysel ve ticari hizmet veren merkez şubelerinde banka içi koşulların (fiziki koşullar, beşeri koşullar ve çalışma koşulları) birbirleriyle olan ilişkilerini ve örgüt içi bilgi paylaşım iklimine olan etkileri ortaya konulmuştur.

IV.1. Araştırmanın Konusu

Araştırmanın konusu; A ve B bankalarının bireysel ve ticari hizmet veren merkez şubelerinde banka içi koşulların birbirleriyle olan ilişkilerini ve örgüt içi bilgi paylaşım iklimine olan etkilerini ortaya koymaktır.

IV.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı, hizmet sektörünün büyük bir kısmını oluşturan ve önemli fonksiyonları yerine getiren bankacılık sektöründe işletme içi koşullarının (beşeri, fiziki, çalışma koşulları ve yönetim biçimi) örgüt içi bilgi paylaşımındaki önemini örgütsel düzeyde vurgulamaktır.

IV.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Bu çalışmanın ana kütesini A ve B bankasının toplam 55 farklı şubesinde görev yapan çalışan ve yöneticiler oluşturmuştur. Araştırmanın birinci kısıtı, sadece iki bankanın çalışan ve yöneticilerin dahil edilmiş olmasıdır. Diğer kısıtı da araştırma kapsamına sadece merkez şubelerin ve karma hizmet veren (ticari ve

bireysel bankacılık hizmeti veren) şubelerin dahil edilmesidir. Bu iki kısıta rağmen, araştırma sonuçlarının örgüt içi bilgi paylaşımında etkili olan hususlarda tüm bankaların yönetici ve çalışanlarına bu konuyla ilgili önemli ipuçları sağlayacağı düşünülmektedir

IV.4. Örneklem Süreci

Bu çalışmada \pm %5 güvenilirlik düzeyinde ve araştırma kapsamına dahil edilen bankaların insan kaynakları profili dikkate alınarak örneklem büyüklüğü tespit edilmiştir. A bankası ve B bankasının insan kaynakları profili, tüm şubelerde çalışan ve yöneticilerin toplamından oluşmaktadır. Çalışan ve yönetici sayısı ise 12315'dir. Araştırma için örneklem büyüklüğü ana kütleye göre \pm %5 güvenilirlik düzeyinde yaklaşık 318'e denk gelmektedir [20]. Çalışmada, örneklemin büyüklüğü ise 395'dir. Örneklemin büyüklüğü ana kütle temsil etme düzeyi yeterlidir.

IV.5. Veri ve Bilgi Toplama Yöntemi

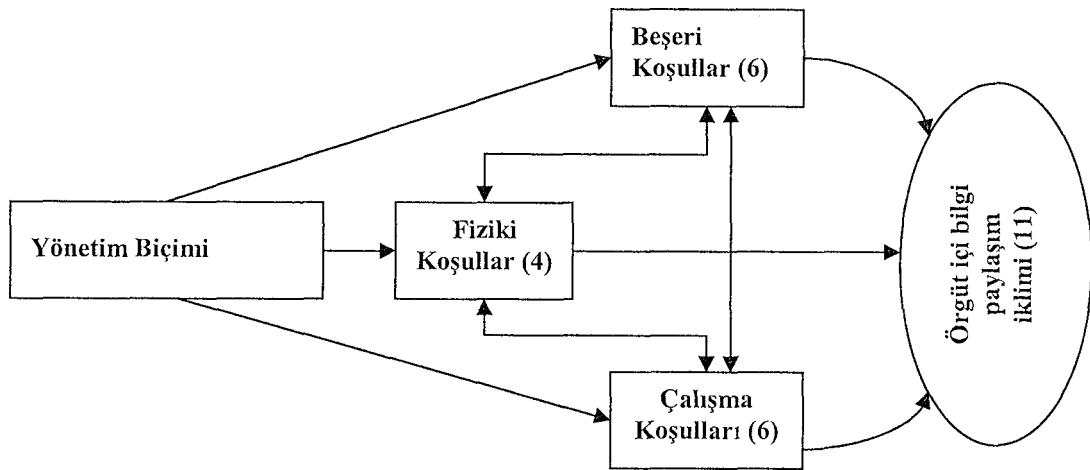
Araştırmada veri ve bilgilerin toplanmasında yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu hazırlanmadan önce konu ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Ayrıca, çeşitli banka yönetici ve çalışanlarıyla belirli aralıklarla görüşmeler yapılarak işletme koşulları ve örgüt içi bilgi paylaşım ikliminde etkili faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu görüşmeler sonucunda elde edilen temel değişkenler ise "Araştırma Değişkenleri ve Modeli" kısmında verilmiştir.

Ankete 415 çalışan ve yönetici katılmıştır. Ancak konu bütünlüğü açısından bunlardan 395'nin anketi eksiksiz doldurulduğundan analizler 395 anket üzerinden yapılmıştır. Anket formları, bankaların genel müdürlükleri vasıtasıyla karma banka hizmetleri (bireysel ve ticari banka hizmetleri) veren değişik illerdeki merkez şubelerinde uygulanmıştır. Anket formlarının dikkatli bir şekilde doldurulmasında ve geri dönüşümünde zaman açısından oldukça esnek davranılmıştır.

IV.6. Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri

Araştırma modeli Şekil.1'de yer almaktadır. Araştırma modelinde, bankanın yönetim biçimi, işletme içi koşullar (beşeri, fiziki ve çalışma koşulları) ve örgüt içi bilgi paylaşımına yönelik değişkenler yer almaktadır.

Araştırma modelinde görüldüğü gibi, her bir boyuta ilişkin alt değişken sayısı parantez içinde verilmiştir. İşletme içi koşullara ilişkin değişkenler üç boyutta ele alınmıştır. Bunlardan birincisi, fiziki koşullar, ikincisi beşeri koşullar ve üçüncüsü çalışma koşullarıdır. Örgüt içi bilgi paylaşım iklimi boyutu ise onbir alt değişkenden oluşmaktadır. Araştırmada tüm boyutların ölçümünde beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Değişkenlerin oluşturulmasında ise tablodaki kaynaklardan faydalanıldı.



Şekil.1. Araştırmanın Modeli ve Değişkenleri

Tablo.1. Örgüt Bilgi Paylaşım İklimi ve İşletme İçi Koşulların Belirlenmesinde Kullanılan Ölçeklerin Hazırlanmasında Yararlanılan Kaynaklar

Ölçekler	Değişken Sayısı	Yararlanılan Kaynaklar
Örgüt içi bilgi paylaşım iklimi	13	Nino [21], Wa Kam [22], King [24] Chen [23], Zhang [24], Nguyen [3].
İşletme içi koşullar (fiziki koşullar, beşeri koşullar ve çalışma koşulları)	16	Day ve Bulte [25]

IV.7. Araştırmanın Hipotezleri ve Hipotezlerin Test Edilmesinde Yapılan Analizler

Araştırmanın modeli ve amaçları çerçevesine bağlı olarak geliştirilen hipotezler ile hipotezlerin test edilmesinde kullanılan istatistiksel analizler aşağıdaki gibidir:

Tablo.2. Araştırma Hipotezleri ve Hipotezlerde Kullanılan İstatistiksel Analizler

Kurulan Hipotezler	İstatistiksel Analizler
1.H ₁ : İşletme içi koşullarla örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasında pozitif bir ilişki vardır.	Pearson Korelasyon Analizi
2.H ₁ : Yönetim biçimi ile işletme içi koşullar arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.	Kendall's Korelasyon Analizi
3.H ₁ : Yönetim biçimi ile örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.	Kendall's Korelasyon Analizi
4.H ₁ : Örgüt içi bilgi paylaşım iklimi yönetim biçimine göre farklılık göstermektedir.	One- Way Anova Analizi
5.H ₁ : Örgüt içi bilgi paylaşım iklimi üzerinde; işletme içi koşullar ve yönetim biçimi etkili olmaktadır.	Regresyon Analizi

IV.8. Araştırmanın Bulguları

Araştırma bulgularını bir bütün olarak daha iyi açıklayabilmek için SPSS 13.00 programı kullanılarak öncelikle sosyo-demografik özellikler belirlenmiştir. Daha sonra çalışmanın amaç ve hipotezleri doğrultusunda çeşitli analizlerden yararlanılmıştır.

Yapılan analizler; a. Yönetim biçimi ve sosyo-demografik özellikler, b. Güvenirlilik analizi, c. Faktör analizi, d. Korelasyon analizi e- Varyans analizi ve f- Regresyon analizidir.

a. Yönetim Biçimi ve Çalışan/Yöneticilerin Sosyo-Demografik Özellikleri

Tablo.3. Yönetim Biçimi

Yönetim biçimi	Frekans	Yüzde
Yol gösterici-yönlendirici yönetim	64	16.2
Katılımcı yönetim	17	4.3
Otoriter yönetim	19	4.8
Müşteri ve çalışan odaklı yönetim	284	71.9
Diğer	11	2.8
Toplam	395	100.0

Tablo.3'te görüleceği üzere, araştırma kapsamında yer alan çalışan ve yöneticilerin % 16.2'si yönetim biçiminin yol gösterici-yönlendirici yönetim, % 4'ü katılımcı yönetim, % 4.8'i otoriter yönetim, % 71.9'u müşteri ve çalışan odaklı yönetim ve % 2.8'i diğer (katılımcı, yol gösterici ve TKY gibi) yönetim biçimi olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo.4'te ise araştırma kapsamına dahil edilen banka çalışanlarının ve yöneticilerinin sosyo-demografik özellikleriyle ilgili tasviri bilgiler yer almaktadır.

Tablo.4. Çalışanların ve Yöneticilerin Sosyo-Demografik Özellikleri

Demografik özellikler	Frekans	Yüzde	t değeri
Banka adı			58.825*
A Bankası	311	78.7	
B Bankası	84	21.3	
Toplam	395	100.0	
Cinsiyet			56.957*
Bayan	232	58.7	
Erkek	163	41.3	
Toplam	395	100,0	
Eğitim düzeyi			168.067*
Lise	52	13.2	
Yüksek okul/Fakülte	308	78.0	
Yüksek lisans/Dok.	35	8.9	
Toplam	395	100,0	
Yaş düzeyi			37,78
18-25 yaş	78	19.7	
26-30 yaş	150	38.0	
31-35 yaş	93	23.5	
36-40 yaş	52	13.2	
41-45 yaş	17	4.3	
Toplam	395	100	
Bu işyerinde çalışma süresi			48.822*
1 yıldan az	42	10.6	
1-3 yıl	139	35.2	
4-7 yıl	128	32.4	
8-10 yıl	43	10.9	
10 yıldan fazla	40	10.1	
Cevapsız	3	.8	
Toplam	395	100,0	
Sektörde çalışma süresi			56.881*
1 yıldan az	21	5.3	
1-3 yıl	76	19.2	
4-7 yıl	149	37.7	
8-10 yıl	69	17.5	
10 yıldan fazla	80	20.3	
Toplam	395		

Görevi		23.918*
Gişe asistanı	107	27.1
Müşteri ilişkileri temsilcisi	37	9.4
Şube müdürü	21	5.3
Yönetici	42	10.6
Mali kontrol	3	.8
Dinamik girişimci yönetici yrd.	5	1.3
Bireysel pazarlama yöneticisi	23	5.8
Ticari pazarlama yöneticisi yardımcısı	17	4.3
Operasyon Sorumlusu	7	1.8
Uzman	8	2.0
Kredi yöneticisi	2	.5
Portföy yöneticisi	35	8.9
Nakit yönetimi	20	5.1
İş akış yönetimi	33	8.4
Yönetmen	8	2.0
Yetkili	11	2.8
Müşteri yönlendirme	6	1.5
Telefon santral	3	.8
Satış yöneticisi	7	1.8
Toplam	395	100,0

* $p < .005$

Tablo.4'ü incelediğimizde araştırma kapsamına dahil edilen banka çalışan ve yöneticilerinin sosyo-demografik özellikleri yer almaktadır. Buna göre, çalışan/yöneticilerin cinsiyetleri, eğitim düzeyleri, yaş düzeyleri, sektörde çalışma süreleri, aynı işyerinde çalışma süreleri ve görevleriyle ilgili dağılımlar ve dağılımlara ilişkin t değerleri hesaplanmıştır. t değerlerine bakıldığında söz konusu dağılımların kendi aralarında anlamlı bir farka sahip olduğu görülmektedir. Çalışmamız açısından böyle bir farkın olması oldukça önemlidir. Çünkü örneklemin ana kütleli temsilinde böyle bir farkın olması arzu edilen bir sonuçtur. Ayrıca bu farklılık, araştırılan konuya farklı göreve sahip çalışan ve yöneticilerin farklı bakış açılarının (yöneten-yönetilen) yansıtıldığının bir göstergesi olması bakımından, oldukça önemlidir.

b. Güvenirlilik Analizi

Bu çalışmada güvenilirlik analizinde Cronbach Alfa Katsayısı yöntemi kullanılmıştır. Cronbach Alfa Katsayısı, ölçekte yer alan n sorunun homojen bir yapıyı açıklamak üzere bir bütün oluşturup oluşturmadıklarını araştırır. Alfa katsayısı, bireysel puanların k soru içeren bir ölçekte sorulara verilen cevapların toplanması ile bulunduğu durumlarda soruların birbirleri ile benzerliğini ve yakınlığını ortaya koyan bir katsayıdır. Sorular

arasında güçlü bir korelasyon varsa Cronbach Alfa Katsayısı yüksek çıkar ve bu da ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğunu gösterir. Alfa katsayısının bulunacağı aralıklar ve buna bağlı olarak da ölçeğin güvenilirlik durumu $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değil, $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir, $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir, $0.80 \leq \alpha < 0.100$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir [26]. Güvenirlik analizi, 1) Kesinlikle katılmıyorum, 2) Katılmıyorum, 3) Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4) Katılıyorum ve 5) Kesinlikle katılıyorum Likert ölçeği esas alınarak yapılmış ve tablo.5’de özet olarak verilmiştir.

Tablo.5. Araştırmada Yer Alan Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Ölçeğin Alfa Katsayısı	Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı	Ölçekten Silinen Değişkenler
Örgüt içi bilgi paylaşım iklimi	.79	.91	6. ve 8. değişken
İşletme içi koşullar (fiziki koşullar, beşeri koşullar ve çalışma koşulları)	.92		

Tablo.5’te ölçeklere ilişkin alfa katsayıları yer almaktadır. Örgüt içi bilgi paylaşım boyutunu ölçmeye yönelik geliştirilen ölçeğin başlangıç katsayısı, 79 iken 2. ve 8. değişkenlerin ölçekten çıkarılmasıyla katsayısı, 91’e ulaşmıştır. İşletme içi koşullar ölçeğinin güvenilirlik katsayısı ise ,92’dir. Böylece ölçeklerin güvenilirlik değeri mükemmel düzeyde olduğunu söyleyebiliriz. Ölçeklerden çıkarılan değişkenler faktör analizine dahil edilmemiştir.

c. İşletme İçi Koşullar Boyutuna ve Örgüt İçi Bilgi Paylaşım İklimi Boyutuna Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Alan çalışmalarında çok sayıda değişkenle çalışmak araştırmacıları, zaman ve maliyet açısından zor durumda bırakabilmektedir. Bu nedenle mümkün olduğu sürece daha çok sayıda değişkeni belli değişkenlere indirgeyerek sonuca daha kısa zamanda ulaşmak alan çalışmalarında oldukça önemlidir. Faktör analizi de bu amaçla geliştirilmiş ve çok değişkenli alan çalışmalarında yaygın bir şekilde kullanılmaya başlamıştır. Faktör analizi, n değişkenli bir olayda birbiri ile ilişkili değişkenleri bir araya getirerek, az sayıda yeni (ortak) ilişkisiz değişken bulmayı amaçlar [27]. Bu çalışmada Keşfedici Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis-EFA) yapılmıştır. Analize ilişkin sonuçlar ise aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo.6. İşletme İçi Koşullar Boyutuna Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yüklü	Özdeğer	Açık. Var.%	K-M-O	Cr. Alfa
Faktör 14 Fiziki Koşullar		2.36	60.00	.738	.767
Bankanızın faaliyet gösterdiği yerin uygunluk düzeyi.	.77				
Bankamızda müşterilerin ihtiyaçlarına cevap verecek dizayn yapılmaya çalışılmıştır. Bu yüzden banka içerisinde her hizmetini verileceği yer açıkça belirtilmiştir.	.85				
Bankamızda kullanıma açık fiziki ortamın özellikleri (ısı, ışık, temizlik, ses vb.) memnun edicidir.	.80				
Bankamızda teknolojik alt yapı olanakları (internet, işletme web sitesi, güvenlik kontrol sistemi vb.) yeterli düzeydedir.	.63				
Barlett Test of Sphericity = 420.626 p<0.001					
Faktör 15 Beşeri Koşullar		3.83	64.00	.852	.885
Saygı düzeyi	.78				
Güven düzeyi	.81				
Motivasyon düzeyi	.82				
Alınan kararlara tam katılım düzeyi	.76				
Ekip çalışması düzeyi	.84				
İlişkileri sürekli iyileştirme çabaları	.79				
Barlett Test of Sphericity = 1274.154 p<0.001					
Faktör 16 İşyeri Çalışma Koşulları		3.717	62.00	.888	.871
Ortalama ücret düzeyi	.77				
İş güvenliği düzeyi	.83				
Çalışma koşullarının uygunluk düzeyi	.82				
Kurum içi sosyal ilişkilerin düzeyi	.83				
Yöneticilerin ve çalışanların iş yükü ile yetenekleri arasındaki denge düzeyi	.78				
Hizmet içi eğitim düzeyi	.68				
Barlett Test of Sphericity = 1076.763 p<0.001					

Tablo.6'da araştırma kapsamına alınan banka çalışan ve yöneticilerine uygulanan ölçeklere ilişkin değişkenlerin faktör yükü, özdeğer (eigenvalue), açıklanan varyans, güvenilirlik analizi (Cronbach Alpha), örneklem yeterlilik test (KMO) sonuçları ve Barlet testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo.6'da İşletme içi koşullar boyutu üç temel

faktörle açıklanmıştır. Faktör 1: Fiziki koşullar; bu faktör işletme içi fiziki koşulları belirlemeye yönelik toplam 4 alt değişkenden oluşmuştur. Faktör 2: Beşeri koşullar; faktörü meydana getiren değişkenler, beşeri koşulların oluşmasında etkili olabilecek 6 temel alt değişkenden oluşmaktadır. Faktör 3 ise çalışma koşulları; çalışma koşullarının ortaya çıkarılması amacıyla hazırlanan 6 temel alt değişkenden meydana gelmiştir.

Tablo.7. Örgüt İçi Bilgi Paylaşım İklimi Boyutuna Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Faktör ve Değişkenler	Faktör Yükü	Özdeğer	Açıklanan Var.%	KMO	Cr. Alfa
		5.89	53.53	.932	.911
Bankamızın tüm departmanlarında, müşterilerle ilgili paylaşılabilen müşteri bilgisi mevcuttur.	.75				
Bu bankada takım çalışması sayesinde, herkes birbirleriyle ve müşterilerle ürün ve hizmete ilişkin bilgilerini rahatça paylaşırlar.	.83				
Bu bankada güvene dayalı bir örgüt kültürü olduğu için çalışan herkes istediği bilgiyi istediği diğer bir çalışanla rahatça paylaşır.	.69				
Bu bankada üst yönetim ve çalışanlar arasında etkili bir iletişim kanalı olduğu için üst yönetimin çalışanlara ileteceği bilgi rahatlıkla hedefine ulaşır.	.77				
Bu bankada herkes sorumlu oldukları, bölüm veya departmandaki ürün ve hizmete ilişkin müşterilerin sorularına rahatça cevap verecek bilgiye sahip olduklarından bu bilgiyi müşterilerle paylaşırlar.	.80				
Banka içerisinde bilgi paylaşımını artırmak için çeşitli teşvik stratejileri (ödüllendirme, sosyal faaliyetler düzenleme vb.) mevcuttur.	.69				
Bankada çalışanlar, ürün ve hizmete ilişkin bir müşterinin herhangi bir sorununu çözemediğinde daima onlara yardımcı olabilecek bir başkasını tavsiye ediyor.	.72				
Müşterilerin eleştirilerine önem verdiğimden onların eleştirilerinden ders çıkarır, yönetici ve çalışanlarla paylaşırım.	.60				
Bankamızda yeni düşünce ve fikirler rahatlıkla paylaşılmaktadır.	.77				
Her bir bölümdeki çalışan gerekli olan müşteri bilgilerini diğer bölümlere aktarır	.61				
Bilgi paylaşımını daha etkin kılmak için bilgi paylaşımını engelleyici unsurlar kaldırılmaya çalışılmaktadır.	.79				

Barlett Test of Sphericity = 2189.857 p<0.001

Tablo.7'de ise örgüt içi bilgi paylaşım iklimine yönelik hazırlanan ölçeğe ilişkin faktör analizi yer almaktadır. Örgüt içi bilgi paylaşım iklimi tek faktör olarak açıklanmakta ve 11 alt değişkenden oluşmaktadır.

Tablo.6 ve Tablo.7'de örneklem yeterliliğini test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) kullanılmıştır. Faktör analizinin geçerliliğini gösteren değerlerden biridir. KMO bir oran olup, %60'ın üstünde olması arzulanır [28], [29]. Barlet Testi (Barlett Test of Sphericity), korelasyon matrisinin, bütün diyagonal terimlerin 1 veya diyagonal olmayan terimlerin 0 olduğu birim matris olup olmadığını test etmek maksadıyla kullanılmaktadır. Özdeğer (Eigenvalue) değeri ise her bir faktör tarafından açıklanan varyansların toplamından oluşmaktadır. Bir kolondaki ağırlıkların karelerinin ortalaması, özdeğerin kolondaki değişken sayısına bölünmesiyle bulunur. Açıklanan varyans ise her değişkenin açıkladığı varyansların toplamından oluşur. Alfa yöntemi, (Cronbach Alfa Katsayısı), Cronbach Alfa Katsayısı, ölçekte yer alan n sorunun homojen bir

yapıyı açıklamak üzere bir bütün oluşturup oluşturmadıklarını araştırır. Faktör yükleri ise bir faktördeki değişkenlerin faktörle ilişkilerinin değerini gösterir. Faktör yük değeri yüksek olursa o yapıyı ve kavramı açıklama düzeyi de o kadar yükselir. Faktör yük değerinin, 45 ya da daha yüksek olması seçim için iyi bir ölçüdür [30]. Başka bir kaynağa göre 350 ve üzerindeki veri (gözlem) sayısı için faktör ağırlığının .30 ve üzerinde olması gerekir. .50 ve üzerindeki ağırlıklar ise oldukça iyi kabul edilir [31]. Sonuç olarak, bu çalışmada işletme içi koşullar ve örgüt içi bilgi paylaşım iklimi boyutlarına ilişkin ölçeklere ait istatistikî değerlerin faktör analizine uygun bir özellikte olduğunu söyleyebiliriz.

d. Korelasyon Analizi

Araştırmanın amacına ve modeline bağlı olarak kurulan hipotezlere ilişkin korelasyon analizi sonuçları tablo.8 ve tablo.9'da verilmiştir.

Tablo.8. Örgüt İçi Bilgi Paylaşım İklimi İle İşletme İçi Koşullar Arasındaki İlişki

Faktörler	1	2	3	4
1) Örgüt İçi Bilgi Paylaşım İklimi	r 1 p . n 389			
2) Fiziki Koşullar	r ,604(**) 1 p ,000 n 388	393		
3) Beşeri Koşullar	r ,705(**) ,563(**) 1 p ,000 ,000 n 387 391	392		
4) Çalışma Koşulları	r ,631(**) ,533(**) ,753(**) 1 p ,000 ,000 ,000 n 386 390 389	392		

** Korelasyon ilişkisi $p < 0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

Tabloda araştırmanın 1.hipotezine yönelik Pearson Korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarını incelediğimizde İşletme içi koşullarla (fiziki koşullar, beşeri koşullar ve çalışma koşulları) örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Böylece araştırmanın 1. hipotezi “1.H₁: İşletme içi koşullarla örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasında pozitif bir ilişki vardır.” de desteklenmektedir. İşletme içi koşullar iyileştikçe örgüt içi bilgi paylaşım iklimi de iyileşmektedir. Doğal olarak bilgi paylaşımını kolaylaştırıcı teknik altyapı, beşeri ilişkiler ve iş güvenliği gibi işletme içi koşullar ne kadar iyileştirilirse örgüt içi bilgi paylaşım ikliminin oluşumu da o kadar kolaylaşır.

Tablo.9. Yönetim Biçimi İle İşletme İçi Koşullar ve Örgüt İçi Bilgi Paylaşım İklimi Arasındaki İlişki

	Çalışma Koşulları	Fiziki Koşullar	Beşeri Koşullar	Örgüt İçi Bilgi Paylaşım İklimi
Yönetim Biçimi	r ,180 p ,000 n 390	,150 ,001 391	,157 ,000 390	,269 ,000 389

Tablo.9’da yönetim biçimi ile işletme içi koşullar (fiziki koşullar, beşeri koşullar ve çalışma koşulları) ve örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasında anlamlı ilişki olup olmadığı görülmektedir. Kendall’s Korelasyon analizi dikkate alınarak bu ilişkinin yönü tespit edilmiştir. Tablodan da görüleceği gibi bankanın yönetim biçimi ile

Tablo.11. Anova Testi Analiz Sonuçları

	Karelerin Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.	Grup Ortalamaları (n=392)				
						1	2	3	4	5
Gruplar Arasında	18,562	4	4,641	16,837	,000					
Gruplar İçinde	106,940	388	,276			4,102	3,925	3,622	4,411	4,670
Toplam	125,502	392								

Gruplar: 1-Yol gösterici ve yönlendirici yönetim, 2- Katılımcı yönetim, 3-Otoriter yönetim, 4-Müşteri ve çalışan odaklı yönetim, 5- Diğer

işletme içi koşullar ve örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Söz konusu ilişkinin olması araştırmanın 2. hipotezi “H₁: Yönetim biçimi ile işletme içi koşullar arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.” ve 3. hipotezi “H₁: Yönetim biçimi ile örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.”lerini de doğrulamaktadır. Yönetim biçimi, bilginin elde edilmesinde, kullanımında ve paylaşımında; çalışma koşullarının, beşeri ve fiziki koşulların sağlıklı oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Yönetim biçimi, sürekli iyileşmeye, ekip çalışmasına, tam katılıma, birlikte problem çözmeye, güvene, motivasyona, iletişime ve ilişkilerin geliştirmesine yönelik strateji ve politikaları destekliyse örgüt içi bilgi paylaşım iklimi de kendiliğinden oluşur. Aksi durumda ise bunu sağlamak oldukça güçleşir.

e. Varyans Analizi

İkiden fazla grubun karşılaştırılmasında en çok kullanılan test varyans analizi olarak bilinen anovadır. Anova testinin ön koşullarından birisi her bir grubun normal dağılım sergileyen bir ana kitleden rasgele seçilmiş örnekler olmasıdır. Ayrıca her bir grubun eşit varyansa sahip olması da ön koşuldur. Bu bağlamda anova testi sadece karşılaştırma yapılan gruplar arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığı anlaşılır. Ancak hangi grup diğerinden farklıdır sorusuna cevap vermez. Bu soruya da cevap verebilmek için ise “one way anova” testi uygulanır [32]. Bu açıklamalar bağlı olarak varyans analizi ile ilgili sonuçlar tablo.10-12’de verilmiştir.

Tablo.10. Varyansların Homojenliği Testi

Levene İstatistiği	df1	df2	Sig.
2,523	4	388	,041

Tablo.10 incelendiğinde varyansların homojenliği ile ilgili test sonuçları görülmektedir. Levene istatistiği 2,523 ve sig. ise .041 olarak verilmiştir. .041 değeri .01 anlamlılık düzeyinden büyük bir değer olduğundan grupların varyansları arasında anlamlı bir farkın olmadığı yani grupların varyanslarının eşit olduğu sonucuna varılır.

Tablo.11'de Anova testi analiz sonuçları yer almaktadır. Tabloda gruplara ait f değeri, sig. değeri incelendiğinde sig. değeri olan .000 değeri 0,01 değerinden daha küçük olduğundan karşılaştırılan gruplar

arasında anlamlı bir farklılığın olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu farklılık gruplara ait ortalama değerlerden de anlaşılmaktadır.

Tablo.12. One Way Anova Testi Analiz Sonuçları

Yönetim Biçimi	Yönetim Biçimi	Ortalama Farkı	Standart Hata	P değeri
Yol gösterici-yönlendirici	Katılımcı yönetim	,177	,1432	,821
	Otoriter yönetim	,480	,1371	,017
	Müşteri ve çalışan odaklı yönetim	-,308(*)	,0726	,001
	Diğer	-,567	,1713	,029
Katılımcı yönetim	Yol gösterici-yönlendirici yönetim	-,177	,1432	,821
	Otoriter yönetim	,303	,1752	,560
	Müşteri ve çalışan odaklı yönetim	-,486(*)	,1311	,009
	Diğer	-,744	,2031	,010
Otoriter yönetim	Yol gösterici-yönlendirici yönetim	-,480	,1371	,017
	Katılımcı yönetim	-,303	,1752	,560
	Müşteri ve çalışan odaklı yönetim	-,789(*)	,1244	,000
	Diğer	-1,047(*)	,1989	,000
Müşteri ve çalışan odaklı yönetim	Yol gösterici-yönlendirici yönetim	,309(*)	,0726	,001
	Katılımcı yönetim	,486(*)	,1311	,009
	Otoriter yönetim	,789(*)	,1244	,000
	Diğer	-,259	,1613	,633
Diğer	Yol gösterici-yönlendirici yönetim	,567	,1713	,029
	Katılımcı yönetim	,744	,2031	,010
	Otoriter yönetim	1,047(*)	,1989	,000
	Müşteri ve çalışan odaklı yönetim	,259	,1613	,633

*Ortalama farkı .01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo.12'de örgüt içi bilgi paylaşımının hangi yönetim biçimlerinde aynı veya farklı olduğunu ortaya koyan one-way anova testi analiz sonuçları görülmektedir. Bu çoklu karşılaştırma testlerini içermektedir. Scheffe testi dikkate alınarak analiz yapılmıştır. .01 anlamlılık düzeyinde yol gösterici yönetimle müşteri ve çalışan odaklı yönetim arasında, katılımcı yönetimle müşteri ve çalışan odaklı yönetim arasında, otoriter yönetimle müşteri ve çalışan odaklı yönetim arasında anlamlı bir farkın olduğu görülmektedir. Sonuç olarak örgüt içi bilgi paylaşım ikliminin; müşteri ve çalışan odaklı yönetimle yol gösterici yönlendirici yönetim, katılımcı yönetim, otoriter yönetim biçimlerinden farklı olduğu görülmektedir. Araştırma açısından böyle bir farklılığın ortaya çıkması arzu edilen bir sonuçtur. Çünkü yönetim biçimi, örgüt içi bilgi paylaşım ikliminin oluşmasında önemli bir etkidir. Yönetim biçimi çalışan odaklı olan kurum ve kuruluşlarda çalışanların tatmini de yüksektir. Tatmin düzeyi yüksek olan çalışanlar arasında bilgi paylaşımı daha yaygındır. Diğer yönetim biçimlerinde ise çalışanların tatmin düzeyi düşük gerçekleşeceğinden çalışanlar arasında bilgi paylaşımı da düşük düzeyde gerçekleşecektir.

f. Regresyon Analizi

Regresyon analizi, bağımlı değişken/değişkenler ile bağımsız değişken/değişkenler arasındaki bağıntıyı incelemeye yöneliktir. Çalışmada Enter metodu kullanılmıştır. Enter metodu, modeli oluşturan değişkenlerden yola çıkarak bağımsız değişkenlerin

bağımlı değişken üzerindeki etkileri belirlenir [31]. Araştırmada bağımlı değişken örgüt içi bilgi paylaşım iklimi, bağımsız değişkenler ise, yönetim biçimi, fiziki koşullar, beşeri koşullar ve çalışma koşullarıdır. Sonuç olarak çalışmada, bağımlı değişkenle bağımsız değişken arasındaki bağıntı incelenmiş olup sonuçlar tablo.13 ve tablo.14'te verilmiştir.

Tablo.13. Anova Test Sonuçları

Model	Karelerin toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
1 Regression	67,73	4	16,933	140,163	,000
Residual	45,43	376	,121		
Toplam	113,16	380			

Tablo.13'te, modelin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığını test etmek için uygulanan anova testi sonuçları görülmektedir. Tabloda (Sig.=,000) düzeyinde 140,163 F değeri, modelimizin bir bütün olarak her düzeyde anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo.14'de ise katsayılara ilişkin sonuçlar yer almaktadır. Tabloda sabit değer, değişkenlere ilişkin B ve β Katsayıları, t değerleri, sig. düzeyleri, bağımlı değişkenin bağımsız değişkenler tarafından açıklanma oranı (R^2) ve modelde otokorelasyon olup olmadığını gösteren Durbin-Watson testi ile ilgiler sonuçlar yer almaktadır.

Tablo.14. Katsayılar Tablosu

Model 1	B	β Katsayısı	t Değeri	Sig.	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Durbin- Watson
					,774	,599	,594	1,739
(Sabit değer)	,379		2,214	,027				
Fiziki Koşullar	,250	,250	6,124	,000				
Beşeri Koşullar	,478	,462	8,971	,000				
Çalışma Koşulları	,109	,123	2,430	,016				
Yönetim biçimi	,073	,156	4,682	,000				

a- Bağımsız değişkenler: Fiziki koşullar, beşeri koşullar, çalışma koşulları ve yönetim biçimi b- Bağımlı değişken: Örgüt içi bilgi paylaşım iklimi.

Tablo.14'te bağımlı değişkenin (örgüt içi bilgi paylaşımının) yaklaşık %60'ı bağımsız değişkenler (fiziki koşullar, beşeri koşullar, çalışma koşulları ve yönetim biçimi) tarafından açıklanmaktadır. Geriye kalan %40'lık kısım ise hata terimi vasıtasıyla modele dahil etmediğimiz diğer değişkenler tarafından açıklanır. Başka bir ifadeyle işletme içi diğer koşullar sabit kalmak şartıyla örgüt içi bilgi paylaşım iklimi, doğrudan bağımsız değişkenlerden etkilenmektedir. β Katsayılarını incelediğimizde bağımlı değişken (örgüt içi bilgi paylaşım iklimi) üzerinde, en fazla beşeri koşullar faktörü etkili olurken, en az etkili olan faktör ise çalışma koşullarıdır. 0,05 anlamlılık düzeyinde t değerlerini incelediğimizde tüm faktörlerin modele dahil edilmesi anlamlı çıkmaktadır. Bağımsız değişkenlerin katsayı değerlerinin artı olması örgüt içi bilgi paylaşım iklimi ile pozitif yönde bir ilişkiyi göstermektedir. Bağımsız değişkenlerin değeri arttıkça örgüt içi bilgi paylaşım iklimi de iyileşmektedir. Ayrıca tabloda Durbin-Watson testi ile ilgili sonuç yer almaktadır. Durbin-Watson değeri 1,5-2,5 arasında ise modelde otokorelasyon olmadığını gösterir. Araştırmada bu değer 1,739 olması ile modelde otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Örgüt içi bilgi paylaşım ikliminin oluşumunda beşeri koşullar (çalışanlar arası güven düzeyi, saygı düzeyi, iletişim düzeyi, ekip çalışması, alınan kararlara katılım gibi hususlar) öncelikli sırayı almaktadır. Çalışma koşulları (çalışanların iş yükü, iş güvenlikleri ve aldıkları ücret vb.) ve fiziki koşullar (ısı, ışık, ses, teknik altyapı gibi) ise çalışanlar arasında bilgi paylaşımının oluşumunda kolaylaştırıcı rol oynarlar. Birey kendini ve çalışma ortamını ne kadar güven de hissederse bilgi paylaşım davranışını da o düzeyde sergiler.

V. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, bankacılık sektöründe işletme içi koşulların örgüt içi bilgi paylaşım iklimi üzerine olan etkileri ile söz konusu bu değişkenler arasındaki ilişkiler irdelenmiştir. İşletme içi koşulların kendi aralarında ve örgüt içi bilgi paylaşım iklimiyle ilişkili olduğu ve işletme içi koşulların örgüt içi bilgi paylaşımını doğrudan etkilediği tespit edilmiştir.

Bu araştırma, yeniliğe açık, müşteri hizmetlerini sürekli iyileştiren ve müşteri odaklı bir strateji izleyen ve

farklı sosyo-demografik özelliklere sahip farklı iki bankanın değişik şubelerinde (bireysel ve ticari hizmet veren-karma şubelerinde) yapılmıştır. Bu nedenle araştırma kapsamına görev, çalışma süresi, eğitim düzeyi bakımından birbirinden farklı çalışan ve yöneticilerin dahil edilmesi sağlanmıştır.

Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda geliştirilen beş adet temel araştırma hipotezinin test edilmesine geçmeden önce, araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır. Böylelikle araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin alfa katsayılarının bir ölçeğin güvenilir olarak kabul edilebilmesi için alt sınır olan 0.70 değerinin üzerinde olduğu görülmüştür. Araştırmamızda yer alan ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizinden sonra ölçeklerin yapısal geçerliliği, faktör analizi ile belirlenmiştir. Ölçeklerin ilgili kavram ya da kavramsal yapının tümünü ölçme yeteneğini gösterdiği görülmüştür.

Bankacılık sektöründe işletme içi koşulların (yönetim biçimi, fiziki koşullar, çalışma koşulları, beşeri koşullar) örgüt içi bilgi paylaşım iklimi üzerinde etkili olduğu ortaya çıkarılmıştır. Özellikle banka içi fiziki koşullarla (ısı, ışık, ses, teknolojik altyapı, iç tasarım) örgüt içi güven, saygı, motivasyon, ekip çalışması, katılım, iş güvenliği, iş yükü, hizmet içi eğitim düzeyi gibi koşulların örgüt içi bilgi paylaşım ikliminin oluşumunda etkili olduğunu söyleyebiliriz.

İşletme içi koşullarla (fiziki, beşeri ve çalışma koşulları) örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasındaki ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir. Analiz sonucuna göre aralarında pozitif bir ilişkinin varlığı görülmüştür. Ayrıca çalışmada araştırma kapsamına dahil edilen bankaların yönetim biçimleriyle örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasındaki ilişkinin olup olmadığı tespit edilmiştir. Kendall Korelasyon Analizi sonuçlarına göre, bankanın yönetim biçimiyle örgüt içi bilgi paylaşım iklimi arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Yönetim biçimlerine göre örgüt içi bilgi paylaşım ikliminin farklılıklarını ortaya koymak amacıyla ise one-way anova testinden faydalanılarak bu farklılıklar belirlenmiştir. Örgüt içi bilgi paylaşım iklimi; müşteri ve çalışan odaklı yönetim ve yol gösterici yönlendirici yönetiminde katılımcı yönetim, otoriter yönetim biçimlerinden farklı

olduğu görülmüştür.

Çalışmada son olarak, örgüt içi bilgi paylaşım iklimi üzerinde etkili olan faktörlerin etki düzeylerini belirlemeye yönelik uygulanan regresyon analizi yer almıştır. Regresyon modelinin geçerliliği doğrulandıktan sonra araştırmanın modeli ve değişkenleri doğrultusunda bağımsız değişkenler (yönetim biçimi, fiziki koşullar, beşeri koşullar çalışma koşulları)'in bağımlı değişken (örgüt içi bilgi paylaşım iklimi)'i açıklama oranı ve değişkenlerin ağırlıkları tespit edilmiştir. Bağımlı değişkenin yaklaşık %60'ı bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı görülmüştür. Sonuç olarak örgüt içi bilgi paylaşım iklimi üzerinde işletme içi koşulların önemli olduğunu söyleyebiliriz. Bu bağlamda bankacılık sektöründe örgüt içi bilgi paylaşımının oluşumunu geliştirmek için banka içi koşulların öncelikle iyileştirilmesi daha uygun olacaktır.

Araştırma kapsamına sadece farklı iki bankanın çalışan ve yöneticilerinin dahil edilmiş olması araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Bu nedenle sonuçları genelleştirerek yorumlamak yanlış anlamalara yol açabilir. Ancak farklı sosyo-demografik çalışan ve yöneticilerin araştırma kapsamında yer alması oldukça önemlidir. Bu çalışmada cinsiyet, eğitim, çalışma süresi, görev bakımından örneğe dahil edilen çalışan ve yöneticiler bankacılık sektörünün genel özellikleriyle uyumlu olmasına özen gösterildiği için ileride yapılacak araştırmalara önemli ipuçları verebilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Brakensiek, F.C. (2002). Knowledge Management for EHS Professionals. *Occupational Health-Safety*, January, 7(1), 72-74.
- [2] Nickols, F. (2001). *The Knowledge in Knowledge Management*. New Jersey: The Distance Consulting Company.
- [3] Nguyen, T.V. (2002). Knowledge Management: Literature Review and Findings About Perceptions Of Knowledge Transfer In Collaborative and Process-Oriented Teams. *Dissertation of Doctor*. Pepperdine University.
- [4] Davenport, T.H. & Prusak, L. (2001). *İş Dünyasında Bilgi Yönetimi*. (Çev.: Günay, G.). İstanbul: Rota Yayınları.
- [5] Tuomi, I. (1999/2000). Data is More than Knowledge: Implications of the Reversed Knowledge Hierarchy for Knowledge Management and Organizational Memory. *Journal of Management Information Systems*, 16(3), 103-118.
- [6] Ipe, M. (2003). The Praxis of Knowledge Sharing in Organizations: A Case Study. *Doctor Thesis*. The University of Minnesota.
- [7] King, J.M. (2001). Employee Participation in Organizationally-Maintained Knowledge Sharing Activities. *Master Thesis*. University of Toronto.
- [8] Yeniçeri, Ö. & İnce, M. (2005). *Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik*. İstanbul: IQ Kültür-Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- [9] Soule, D.L. (2003). Bridging Knowledge Gaps: Knowledge Sharing and Learning Practices in Virtual Development Teams. *Doctor Thesis*. Harvard University The Department of Technology and Operations Management.
- [10] Özler, H.; Ergün, D. & Gümüştekin, G.E. (2004). Organizasyonlarda Etkileşim Mekanizmaları ile Bilgi Paylaşımı İlişkisi ve Bilgi Paylaşımını Artırmaya Yönelik Bir Ödüllendirme Modeli. *Osman Gazi Üniversitesi, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 25-26 Kasım/Eskişehir, 133-140.
- [11] Sharratt, M. & Usoro, A. (2003). Understanding Knowledge-Sharing in Online Communities. *Academic Conferences Limited. Electronic Journal On Knowledge Management*, 1(2), 187-196.
- [12] Yang, J.T., (2004). Job-Related Knowledge Sharing: Comparative Case Studies. *Journal of Knowledge Management*, 8(3), 118-126.
- [13] Abrams, L.; Lesser, E. & Levin, D.Z. (2003). Nurturing Interpersonal Trust in Knowledge-Sharing Networks. *Academy of Management Executive*, 17(4), 64-77.
- [14] Smith, H.A. & McKeen, J.D. (2003). Insillig a Knowledge-Sharing Culture. *Working Paper*. Queen's University at Kingston, Ontario.
- [15] Wah, Y.C.; Menkhoff, T.; Loh, B. & Euers H.D. (2005). Theorizing, Measuring and Predicting Knowledge Sharing Behavior in Organizations-A Social Capital Approach. *Proceeding of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences*.
- [16] Connelly, C.; Kelloway, E. & Kevin, E. (2003). Predictors of Employees' Perceptions of Knowledge Sharing Cultures. *Leadership-Organization Development Journal*, 24(5), 294-301.
- [17] Lin, H.F. & Lee, G. (2004). Perceptions of Senior Managers Toward Knowledge-Sharing Behaviour. *Management Decision*, 42(1), 108-125.
- [18] Riege, A. (2005). Three-Dozen Knowledge-Sharing Barriers Managers Must Consider. *Journal of Management*, 9(3), 18-35.
- [19] Ardichvili, A.; Page, V. & Tim, W. (2003). Motivation and Barriers to Participation in Virtual Knowledge-Sharing Communities of Practice. *Journal of Knowledge Management*, 7(1), 664-67.

- [20] Bayram, N. (2004). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. Bursa: Ezgi Kitabevi, Bursa.
- [21] Nino, D. (2002). Communication Rules and Process of Knowledge Sharing in a High Technology Organization, *Doctor Thesis*, The University of Texas at Austin.
- [22] Li Kam, W.P. (2001). The Critical Success Factors of Customer Relationship Management (CRM) Technological Initiatives. *Dissertation of Doctor*. Concordia University.
- [23] Chen, L.Y. (2004). An Examination of the Relationships Among Leadership Behaviors, Knowledge Sharing, and Organization's Marketing Effectiveness in Professional Service Firms That Have Been Engaged in Strategic Alliances. *Dissertation of Doctor*, Nova Southeastern University.
- [24] Zhang, J. (2003). Cross-Boundary Knowledge Sharing: A Case Study of Bulding The Multi-Purpose Access for Customer Relations-Operations Support (Macros) System, *Dissertation of Doctor*. University at Albany, State University of New York
- [25] Day, G.S. & Bulte Van, D.C. (2002). Superiority in Customer Relationship Management: Consequences for Competitive Advantage and Performance. *Report No: 02-123*. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.
- [26] Akgül, A. & Çevik, O. (2003). *İstatistiksel Analiz Teknikleri SPSS'te İşletme Yönetimi Uygulamaları*, Ankara: Emek Ofset.
- [27] Tatlıdil, H. (1996). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*. Ankara: Cem Web Ofset.
- [28] Nakip, M. (2003). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [29] Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*. Needham Heights: A Pearson Education Company.
- [30] Büyüköztürk, Ş., (2002). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- [31] Albayrak, A.S.; Eroğlu, A.; Kalaycı, Ş.; Küçüksille, E.; Ak, B.; Karaatlı, M.; Keskin, H.Ü.; Çiçek, E.; Kayış, A.; Öztürk, E.; Antalyalı, Ö.; Uçar, N.; Demirgil, H. & İşler D.B. (2005). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. (Ed.: Kalaycı, Ş.). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- [32] Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Özcan YENİÇERİ (yeniceriozcan@hotmail.com) is a Professor at Niğde University. He is interested in Organizational Change Management, Cultural Issues, Organizational Strategies and Planning, and Knowledge Management.

Yavuz DEMİREL (ydemirel75@gmail.com) has Ph.D. degree from Niğde University. He is a research assistant in the department of Business Administration. His research areas are Organizational Culture, TQM, Knowledge Management and CRM.

KISITLAR TEORİSİ VE SÜREÇ MUHASEBESİNİN YÖNETİM MUHASEBESİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Elif N. ÜNAL¹, Veyis Naci TANIŞ², Nihat KÜÇÜKSAVAŞ³

¹ Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Araştırma Görevlisi, Dr.
^{2,3} Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Profesör Dr.

THE IMPORTANCE OF THEORY OF CONSTRAINTS AND THROUGHPUT ACCOUNTING FOR MANAGEMENT ACCOUNTING

Abstract: Time is one of the main factors for the firms to be able to gain competitive advantage. In an increasing competitive environment, the demands of customers should be provided immediately and so products must be produced just in time to create customer satisfaction and increase market share. In this manner, theory of constraints plays a key role. Because managing of constraints which occur in the production process will decrease work in process inventory and costs, so that the production process will become more fluent and more productive. Accordingly, products can be completed and distributed to customers just in time. Consequently, firms' profitability increases. Throughput accounting which was developed through theory of constraints provide to determine product cost more accurately by allocating overhead costs to products by using throughput times. The aim of this study is exploring theory of constraints and throughput accounting importance for increasing firms' profits.

Keywords: Constraint, Throughput, Theory of Constraints, Throughput Accounting, Management Accounting

KISITLAR TEORİSİ VE SÜREÇ MUHASEBESİNİN YÖNETİM MUHASEBESİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Özet: Firmaların rekabet avantajı kazanabilmelerinde en önemli unsurlardan birisi zaman unsurudur. Çünkü artan rekabet ortamında müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi ve pazar paylarının artabilmesi için müşteri taleplerine çabuk cevap vermek ve dolayısıyla ürünleri zamanında tamamlamak gerekmektedir. Bunu başarabilmede kısıtlar teorisi oldukça büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü üretim sürecinde ortaya çıkan kısıtların yönetilmesi ile aşırı yarı mamul stokları ve dolayısıyla maliyetler azalmakta, süreç daha akıcı ve verimli hale gelmekte ve bu şekilde ürünler zamanında tamamlanıp müşterilere çabuk bir şekilde sunulabilmektedir. Bunların sonucu olarak da firmaların kârlılığı artmaktadır. Kısıtlar teorisinden yola çıkarak geliştirilen süreç muhasebesi ise genel üretim giderlerini ürünlere, süreç için gerekli zamanı dikkate alarak dağıtmak suretiyle ürün maliyetinin daha doğru olarak belirlenmesini sağlamaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı, firmaların kârlılıklarını arttırabilmesi için kısıtlar teorisi ve süreç muhasebesinin önemine ilişkin bir araştırma yapmaktır.

Anahtar Kelimeler: Kısıt, Süreç, Kısıtlar Teorisi, Süreç Muhasebesi, Yönetim Muhasebesi

I. GİRİŞ

Günümüzde işletmeler yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmek, pazar paylarını ve kârlılıklarını arttırabilmek için müşteri taleplerine kaliteli ürünlerle ve hızlı bir şekilde cevap verebilmelidirler. Çünkü rekabet avantajı kazanabilmek için, müşteri memnuniyetinin sağlanması ve firma ürünlerine olan bağlılığının arttırılması gerekir. Bu da ancak firmaların müşteri ihtiyaçlarına zamanında ve isteklerine uygun kaliteli ürünlerle cevap vermeleri ile mümkün olabilir.

Rekabet avantajı kazanmada zaman oldukça önemli bir faktördür. Bunu sağlamak için firmanın, sistemde zaman kullanımını olumsuz etkileyen iç ve dış kısıtları belirleyip ortadan kaldırması gerekir. Bu sayede, üretimin süreç zamanı kısalarak, süreç daha akıcı hale gelecek, dolayısıyla müşteri siparişleri daha çabuk karşılanabilecektir. Ayrıca sistemdeki kısıtların giderilmesi, ürün kalitesinin artmasını, kaynakların daha verimli şekilde kullanılmasını, aşırı yarı mamul

stoklarının ve maliyetlerin azalmasını sağlayacaktır. Tüm bunların sonucu olarak da firma kârlılığı artacaktır.

Üretim süreç zamanının önemini vurgulayarak, üretim sürecinde ortaya çıkan kısıtların giderilmesi ile sürecin daha verimli olmasına, dolayısıyla ürün maliyetlerinin azalmasına ve kârlılığın artmasına yardımcı olabilecek yeni bir yaklaşım olan Kısıtlar Teorisi (Theory of Constraints) 1980'li yıllarda Eliyahu M. Goldratt tarafından geliştirilmiştir. Bu teorinin temel konusu, firmaların kârlılıklarını arttırabilmesi için tüm sistemin performans ve verimliliğini sınırlayan kısıtların tespit edilip ortadan kaldırılmasına yönelik gerekli düzenlemelerin yapılmasıdır. Bu teori, firmaların temel amaçlarının kârlılıklarını arttırmak olduğunu, bu amaca ulaşabilmek için de yeni muhasebe ölçüm tekniğine ihtiyaç duyulduğunu ileri sürmektedir. Aslında bu teori her ne kadar bir yönetim muhasebesi tekniği olsa da, bazı araştırmacılar bunun ürün maliyeti hesaplamalarında da kullanılabileceğini göstermişlerdir [1]. Kısıtlar teorisinden ortaya çıkan, uluslararası literatürde Throughput

Accounting, yerli literatürde ise Süreç Muhasebesi olarak adlandırılan bu konu genel üretim giderlerini ürünlere, üretim sürecinde gerekli zamanı dikkate alarak dağıtan bir maliyet sistemi olarak tanımlanabilir [1].

Bu çalışma ile, firmaların kârlılıklarını arttırılabilmesi için kısıtlar teorisi ve süreç muhasebesinin önemine yönelik bir araştırma yapmak amaçlanmıştır. Bu çerçevede çalışmanın birinci bölümünde, öncelikle firmaların temel hedefi ve zamanın önemi ardından kısıtlar teorisi kavramı anlatılacaktır. Daha sonra kısıtlar teorisine göre performans ölçütleri, kısıtların türleri ile kısıt yönetim süreci açıklanacaktır. İkinci bölümde süreç muhasebesi kavramı anlatılarak süreç muhasebesinin ürün maliyeti hesaplanmasında kullanılması açıklanacak ardından kısıtlar teorisi ile süreç muhasebesinin avantaj ve dezavantajları incelenecektir.

II. KISITLAR TEORİSİ

Firmaların temel hedefinin kârlılıklarını arttırmak ve bu hedefi gerçekleştirmede kısıt yönetiminin önemli olduğunu ortaya koyan kısıtlar teorisi ile ilgili uluslararası literatürde birçok çalışma yer almaktadır [2-4];. Bu doğrultuda kısıtlar teorisinin birçok firmada uygulanması sonucu ile önemli kazançlar elde edilmiştir [5,6]. Bu uygulamalar sonucunda üretim çevrim zamanı, yarı mamul stokları, faaliyet giderleri düşmüş, tedarik süreleri kısalmış ve sonuçta maliyetler azalmıştır. Dolayısıyla kalite artmış ve siparişler zamanında karşılanmış, müşteri tatmini ve çalışanların yaşam kalitesi önemli ölçüde artarak firma kârlılığı artışı göstermiştir.

II.1. Firmaların Temel Hedefi ve Zamanın Önemi

Kâr amaçlı firmaların temel hedefi, “faaliyet gösterdikleri anda ve gelecekte para kazanmaktır” [7]. Yüksek kaliteli ürünler ve daha iyi müşteri hizmetleri sunmak, pazar payı kazanmak, son teknolojik ekipmanlar ve makinelere sahip olmak, maliyetleri düşürmek ve pazarda varlığı sürdürmeye çalışmak, bu hedefi başarmak için önemli araçlardır [8]. Kısaca kâr amaçlı firmaların temel hedefi kârlılıklarını arttırmak olup, firmada alınan her yönetim kararı bu temel hedefi desteklemelidir.

Firmalar, iyi tasarlanmış yüksek kaliteli ürünlerle, düşük fiyatlarla ve müşteri taleplerine daha hızlı cevap vermek yoluyla rekabet avantajı kazanabilirler [2]. Rekabet temelleri, sektörden sektöre, firmadan firmaya veya üründen ürüne değişebilmektedir ancak genellikle firmalar bu üç temel yolla rekabet avantajı kazanmaktadır [8]. Bu şekilde firmalar pazar paylarını büyütürken, satışlarını arttırabilir bu sayede temel hedeflerini gerçekleştirebilirler. Rekabet avantajı kazanmada dolayısıyla kârlılığın artmasında en önemli unsurlardan birisi hız unsurudur, çünkü artan rekabet ortamında müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi için onların istek ve ihtiyaçlarına çabuk cevap vermek gerekmektedir,

öyleki en kaliteli bir ürün bile, ihtiyaç duyulduğunda mevcut değilse müşteri için bu ürünün değeri azalır. Müşterilerin taleplerini zamanında yerine getirebilmek için ise firmada ürünlerin zamanında tamamlanması gerekmektedir. Firmaların üretim sürecinde ortaya çıkan problemleri ve gereksiz stokları ortadan kaldırması yoluyla süreç daha akıcı ve verimli hale geleceğinden, ürünler zamanında tamamlanıp müşterilere çabuk bir şekilde sunulabilecektir. Aynı zamanda firma yeni bir ürün geliştiriyorsa, bu ürünü üretmek için gereken zamanı kısaltmak ve ürünü pazara daha hızlı sunmak yoluyla rekabet üstünlüğü sağlayabilmektedir [9].

Özetle zaman unsuru rekabet üstünlüğü kazanmada dolayısıyla firma kârının artmasında önemli bir unsur olup bunu başarabilmede kısıtlar teorisi oldukça büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü kısıt yönetimi ile üretim süreci daha akıcı ve verimli hale geleceğinden talepler zamanında yerine getirilebilecek bu sayede firma daha yüksek kârlar elde ederek temel hedefini gerçekleştirebilecektir.

II.2. Kısıtlar Teorisi Kavramı ve Tanımı

Kısıtlar teorisi, 1980’lerin başında Dr. Elyahu M. Goldratt tarafından geliştirilen bir yönetim sistemi felsefesidir ve temel konusu, kısıtların bir firmanın performansını belirlediği ve her sistemin en az birkaç tane kısıta sahip olduğudur [10,11]. Goldratt, 1980’li yıllarda, üreticilerin kaynaklarını ve stoklarını kontrol etmede ve çizelgelemede başarılı olmadıklarını ortaya koymuş ve bu problemi çözmek için, firmanın çizelge oluşturma başarısını etkileyen sınırlı makine, personel, alet, malzeme gibi kısıtları dikkate alarak, üretim sürecindeki işleri çizelgeleyen bir yazılım geliştirmiştir [12]. Buna optimize üretim teknolojisi (Optimized Production Technology-OPT) denilmiştir. OPT, üretim kapasite sınırlılıkları için önlem almak amacıyla, üretim çizelgeleme yazılımı olarak geliştirilmiştir. Buradan hareketle Goldratt, birçok iş alanında uygulanabilen bir problem çözme yaklaşımı olan kısıtlar teorisini geliştirmiştir [12]. Üretim çizelgelemesinde yönetilmesi güç problemleri çözmeye çalışan Goldratt tarafından geliştirilen bu teori 1984 yılında “The Goal” kitabında ortaya konmuştur [13].

Goldratt tarafından ortaya atılan kısıtlar teorisine göre, her firmanın en az bir kısıtı vardır, çünkü birçok firmanın temel amacı para kazanmaktır ve eğer firmaların bu amacını başarmasını engelleyen herhangi bir unsur olmasaydı, firmalar sınırsız düzeyde para kazanabilirdi [13,14]. Demek oluyor ki, firmaların performansını sınırlayan kısıtlar söz konusu olup, yönetimin maliyetleri kontrol etmek yerine, tüm faaliyetlerde sürekli gelişmeyi sağlamak için kısıtların belirlenip yönetilmesine odaklanmaları gerekmektedir. Bu doğrultuda kısıt, “sistemin para kazanma hedefini başarmasını engelleyen herhangi bir unsur”, kısıtlar teorisi de “kısıtların

yönetilmesi yoluyla sürekli gelişmeye odaklanan bir yönetim yaklaşımı” olarak tanımlanabilmektedir [8,15]. Bu tanımlardan yola çıkılarak işletmelerde performans ölçütleri geliştirilmiştir. Aşağıdaki bölümde bu konu incelenmektedir.

II.3. Kısıtlar Teorisine Göre Performans Ölçütleri

Bir firmanın performansını doğru bir şekilde ölçmek için, iki tür ölçüt kullanılmalıdır; bunlar finansal ölçütler ve faaliyet ölçütleridir [12]. Finansal ölçütler; net kâr, yatırım kârlılığı ve nakit akışından oluşmakta, faaliyet ölçütleri ise; süreç (throughput), stok ve faaliyet giderlerinden oluşmaktadır.

II.3.1. Finansal Ölçütler

Para kazanmanın temel finansal ölçütleri; net kâr, yatırım kârlılığı ve nakit akışıdır [2]. Firmanın kârlılıklarını artırma hedefini gerçekleştirip gerçekleştirmediğini değerlendirmede daha anlamlı ve doğru sonuçlar elde edebilmek için, bu üç ölçütün birlikte kullanılması gerekmektedir [12]. Bunlar aşağıdaki gibi açıklanabilir [2,8,12]:

a. Net Kâr: Net kâr, “firmanın para kazanıp kazanmadığının mutlak bir ölçütüdür”.

b. Yatırım Kârlılığı: Yatırım kârlılığı, “firmanın para kazanma hedefinin oransal bir ölçütüdür”. Firmanın elde ettiği kârın yüksek ve yeterli olup olmadığını değerlendirmede, net kâr tek başına yeterli bir ölçüt olmadığından yatırım kârlılığı ölçütüne ihtiyaç vardır.

c. Nakit Akışı: Nakit akışı, “firmanın finansal yükümlülüklerini karşılayabilmesi için mevcut olan para miktarı” anlamına gelmektedir. Bir firmanın günlük faaliyetlerini yerine getirebilmesi için nakde ihtiyacı olduğundan nakit akışı oldukça önemlidir, çünkü yeterli nakde sahip olmayan firma iflas tehlikesiyle karşı karşıya kalabilir.

II.3.2. Faaliyet Ölçütleri

Net kâr, yatırım kârlılığı ve nakit akışından oluşan temel finansal ölçütler, firmanın faaliyet gösterdiği anda para kazanıp kazanmadığını göstermede yeterli ölçütlerdir. Ancak faaliyet ve yatırım kararları ile belirli faaliyetlerin firma amacı üzerindeki etkisini değerlendirmede oldukça yetersizdir [2,8]. Faaliyet ölçütleri ise firmanın kârlılık ve verimliliği üzerinde üretim faaliyetlerinin etkisini uygun, doğru bir şekilde değerlendirebilmektedir. Bu ölçütler süreç (throughput), stok ve faaliyet giderlerinden oluşmaktadır.

a. Süreç (Throughput): Süreç “firmanın satışlar yoluyla yarattığı para oranıdır” [2]. Goldratt “satışlardan hammadde maliyetlerinin çıkarılması sonucu elde edilen

miktar”ı süreç olarak tanımlamıştır [16]. Bu aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

Süreç (Throughput) = Satışlar – Hammadde Maliyetleri

“Throughput” kelimesinin Türkçe karşılığını Tanış [1] makalesinde “süreç” olarak göstermiştir, çünkü “throughput” bir süreç sonucu ortaya çıkan bir tutar olup bu çalışmada da süreç olarak dikkate alınacaktır. Süreç ile katkı payı arasında yakın bir benzerlik vardır. Ancak süreç yaklaşımında sadece direkt hammadde maliyetleri değişken gider olarak kabul edilmektedir. Oysa geleneksel katkı payı analizinde direkt hammadde, direkt işçilik, değişken genel üretim giderleri ve değişken pazarlama- satış giderleri de hesaba dahil edilmektedir [1].

b. Stok: Stok, “firmanın satmak amacıyla satın aldığı şeylere yatırdığı tüm para”yı ifade eder [2]. Elde bulundurulmuş stoklar, sadece içerdikleri hammadde maliyetiyle değerlendirilmekte, işçilik ve genel üretim giderleri dahil edilmemektedir [12]. Kısıtlar teorisine göre, bina ve makineler de stok olarak nitelendirilmektedir [7]. Bunun nedeni kısıtlar teorisine göre sistemdeki her şeyin gerektiğinde satılabilir olmasıdır.

c. Faaliyet Giderleri: Faaliyet giderleri, “firmanın stoğu sürece çevirmek için harcadığı (katlandığı) tüm para”yı ifade etmektedir [2]. Faaliyet giderleri, direkt ve endirekt işçilik, stok bulundurma giderleri, ekipman amortismanı gibi üretim maliyetleri ile yönetim maliyetlerini içermektedir. [12]. Burada direkt ve endirekt işçilik giderlerini ayırmaya gerek yoktur [12]. Özetle Goldratt hammadde maliyetleri dışındaki tüm maliyetleri faaliyet giderleri olarak nitelendirmiştir [11], [16].

Tüm firmalar finansal başarılarını net kâr, yatırım kârlılığı ve nakit akışına göre ölçmektedir [8]. Faaliyet ölçütlerindeki değişiklik, temel finansal ölçütlerde değişikliğe neden olmaktadır [17]. Sürecin artması sonucunda (stok ve faaliyet giderleri sabit iken) net kâr, yatırım kârlılığı ve nakit akışı artmaktadır [8,17]. Aynı şekilde, süreç ve stoklar değişmezken, faaliyet giderlerindeki düşüş, nakit akışı, yatırım kârlılığı ve net kârı arttırmaktadır [17]. Faaliyet giderlerinde artış veya süreçte düşüş olmaksızın, stoklardaki düşüş firmada malzemelere yapılan yatırımlarda düşüşe neden olmaktadır [8]. Dolayısıyla yatırımlar azalınca, yatırım kârlılığı artmaktadır ayrıca stoklanan malzemeye yatırılan nakitteki azalış nakit akışında artışa neden olmaktadır [8]. Stoklardaki azalış direkt olarak yatırım kârlılığı ve nakit akışını arttırmakta ancak net kâr üzerinde doğrudan bir etki yaratmamaktadır [2,17]. Stok bulundurma giderleri, faaliyet gideri olarak kabul edildiğinden, stoklardaki azalış faaliyet giderlerinde azalmaya yol açmak suretiyle net kârı dolaylı olarak etkilemektedir [8]. Kısaca, stoklar,

yatırım kârlılığı ve nakit akışı üzerinde hem doğrudan hem de dolaylı etkiye sahiptir. Ancak net kâr üzerinde sadece dolaylı etkiye sahiptir o da stokları elde bulundurma giderleri yoluyla ortaya çıkmaktadır [2].

II.4. Kısıtların Türleri

Kısıtlar, firmaların performans ve kârlılıklarını sınırlamaktadır [8]. Firmanın üretkenliği ve kârlılığını artırmak için, yönetimin, sistemin performansını sınırlayan kısıtlara odaklanması gerekmektedir. Bu yüzden firmaların kârlılıklarını arttırabilmesi için öncelikle performanslarını sınırlayan kısıt türlerini belirlemeleri gerekmektedir.

Ruhl temel olarak kısıtları içsel ve dışsal kısıtlar olarak nitelendirmiştir [10]. Kısıtlar pazar talebi veya tedarikçi kalitesi gibi dışsal kısıtlar olabileceği gibi, üretim ortamı veya tek bir makine kapasite sınırlamaları, yönetici ve işçilerin davranışları, lojistik veya yönetim politikaları gibi içsel kısıtlar da olabilir [5]. Rezaee'e göre, pazar ve malzeme kısıtları gibi dışsal kısıtlar üretilen ve satılan ürün hacmini kontrol etmekte, kapasite ve lojistik kısıtlar gibi içsel kısıtlar ise üretimi pazar talebinden daha aزیyla sınırlamaktadır [18]. Umble ve Srikanth'a göre kısıt türleri pazar, malzeme, kapasite, lojistik, yönetsel ve davranışsal kısıtlar olarak sınıflandırılmaktadır [8]. Bunlar aşağıda açıklanmaktadır:

a. Pazar Kısıtları: Pazar kısıtları, firmanın ürün üretme kapasitesini tamamen kullanmak için yetersiz pazar talebi olduğunda ortaya çıkmaktadır [15]. Pazar kısıtlı firmaların, mevcut pazar koşullarında sürece (throughput) çevrilemeyen fazla üretim kapasitesi söz konusudur dolayısıyla çıktıyı arttırmaya yönelik stratejiler doğru değildir [8]. Pazar kısıtlarının giderilebilmesi için, yönetim yeni pazarlar bulmaya, mevcut pazardaki talebi arttırmaya veya yeni ürünler geliştirmeye çalışmalıdır [19].

b. Malzeme Kısıtları: Malzeme kısıtları, dışarıdan temin edilen hammadde kaynağı sınırlandırıldığında ortaya çıkmaktadır [15]. Malzeme kısıtları, kısa veya uzun dönemli olabilir [8]. Kısa dönemlik kısıtlar, genelde, tedarikçi zamanında ürünü teslim etmediğinde veya ürün kusurlu çıktığında gerçekleşmekte, bunun sonucu olarak da üretim akışının düzgünlüğü bozulmaktadır. Uzun dönemlik malzeme kısıtları ise pazardaki malzeme sıkıntısı sonucudur. Böyle bir durumda kaliteli malzemeye ulaşabilmek ve malzemeyi elde etmedeki tedarik zamanı ihtiyacı ana konulardır ve ana çizelgenin hazırlanmasında dikkate alınmalıdır. Malzeme kısıtı, aynı zamanda, üretim süreci sırasında, yetersiz yarı mamul stokları sonucunda ortaya çıkabilmektedir [8]. Malzeme kısıtlarını giderebilmek için, yönetim, yeni tedarikçiler bulmalı veya malzemeler için tedarikçilere sunulan fiyatı arttırmalıdır [18].

c. Kapasite Kısıtları: Kapasite "üretim için mevcut zamandır" [12]. Üretim prosesindeki kısıtlar gündeme geldiğinde ilk akla gelen kısıt, kapasite kısıtı olmaktadır çünkü firmalarda, düzgün ürün akışını engelleyebilecek kapasitesi az olan belirli kaynaklar bulunmaktadır [8]. Kaynak kısıtları, firmadaki kaynakların pazar talebini tamamen karşılamak için yetersiz kapasiteye sahip olduğu durumda ortaya çıkmakta, bunun sonucunda, ürün akışında engeller ortaya çıkmaktadır [15]. Kapasite kısıtları, darboğaz yada darboğaz olmayan kaynak olabilir ki bunlar firma performansını önemli ölçüde sınırlayabilmektedir [18]. Darboğaz olmayan kaynaklar "kaynak kapasitesi, talep edilenden daha fazla olan kaynak", darboğaz kaynak ise, "kapasitesi talep edilene eşit veya daha az olan kaynaktır". Bir faaliyette darboğaz varsa, süreç (throughput) ve ürünlerin zamanında tamamlanması tehlikede demektir. Ancak bir firmada darboğaz kaynak yoksa bile, genellikle ürün akışı zamanında önemli engellemeler yaratabilecek potansiyele sahip bir veya daha fazla kaynak bulunmaktadır ki bu kaynaklar "kapasite kısıtlı kaynaklar" (Capacity Constraint Resources-CCRs) olarak adlandırılmaktadır [8]. Kapasite kısıtlı kaynak "kullanımı kapasiteye yakın olan ve doğru bir şekilde çizelgeleneceği takdirde darboğaz olabilen bir kaynaktır" şeklinde tanımlanabilir [12]. Kapasite kısıtlarının giderilmesi için, yönetimin darboğaz kaynakları belirlemesi ve bu kaynaklarda ürün akışını en yüksek yapmaya çalışması gerekmektedir [19]. Yani darboğaz kaynağın daima çalışması, hiç atıl kalmaması gerekmektedir [18]. Darboğaz kaynak belirlendikten ve en yüksek kapasitede çalışması sağlandıktan sonra diğer, darboğaz olmayan kaynakların uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir. Eğer bir üretim işletmesindeki kısıt yetersiz kapasite ise, bu kısıt, fazla mesai, destekleyici ekipmanlar, kalifiye işgücü, uzmanlık gerektiren aletler, ürün veya süreci yeniden tasarlamak ve taşerondan faydalanmak gibi yollarla ortadan kaldırılabilir [12].

d. Lojistik Kısıtlar: Lojistik kısıtlar, faaliyetleri sınırlayan belirli prosedürleri gerektiren özel, belirli işletme yöntemleri kullanıldığında ortaya çıkmaktadır [15]. Firmada kullanılan üretim planlama ve kontrol sistemindeki herhangi bir kısıt, lojistik kısıt sayılmaktadır [8]. Bu kısıtlar genelde üretim sisteminde oluşurlar ve değiştirilmeleri zordur ayrıca yöneticiler tarafından kolaylıkla farkedilemezler.

e. Yönetsel Kısıtlar: Yönetim kısıtları, tüm üretim ile ilgili kararları olumsuz olarak etkileyen yönetim stratejileri ve politikalarıdır [8]. Politika kısıtları, yönetimin, firmanın fırsatları değerlendirme şansını, gücünü sınırlayan kurallar öne sürmesi durumunda ortaya çıkmaktadır [15]. Örneğin fazla mesai ve işe almaları durdurmak ve satın almaları sınırlamak gibi. Firmada uygulanan politika ve prosedürler, firmanın performansının olması gerekenden daha az olmasına neden olabilmektedir. Çevresel koşullar değiştiğinde,

mevcut politika ve prosedürler değişmek yerine aynı kalmaktadır. Bazı politika ve prosedürler firmaya iyice yerleşmiş, gelenekselleşmiş olup, değiştirilmesi veya kaldırılması güçtür. Sonuç olarak denilebilir ki firmada uygulanan politika ve prosedürler firmanın sürekliliğini ve gelişmesini sağlamalı ve değişen çevre koşullarına göre güncelleştirilmelidir [20].

f. Davranışsal Kısıtlar: Davranışsal kısıtlar, iş alışkanlıkları, uygulamaları ve yönetici veya işçilerin davranışlarından oluşabilmekte ki bu davranışlar firma kültürünü yansıtmaktadır [8]. Davranışsal kısıtlara bir örnek, birçok çalışmada ve yöneticide görülen ve bu yöneticilerin işlerini kaybetmek endişesiyle çalışanları sürekli çalışır durumda tutma konusunda sergilediği davranıştan kaynaklanmaktadır. Aynı şekilde çalışanlarda bu endişeyle sürekli çalışmaktadırlar. Şayet firmada fazla kapasite varsa bu davranış kalıbının sonucu olarak, işler çizelgelenmediği veya gerekmediği halde yerine getirilecektir. Bu da firmanın sürecinin değil yarı mamul ve mamul stoklarının artmasına neden olacaktır [8]. Davranışsal kısıtlar, firmadaki problemlerin temel nedeni olmayabilir ancak eğer bu kısıtlar mevcutsa, giderilmeleri de zordur. Dolayısıyla davranışsal kısıtlar, üretim sürecinin iyileştirilmesinde temel bir engel olabilmektedir [8].

II.5. Kısıt Yönetimi

Kısıt yönetimi ile üretim süreci daha etkin, verimli hale gelecek, siparişler zamanında karşılanabilecek, dolayısıyla müşteri bağımlılığı ve pazar payı artabilecek, ayrıca gereksiz yarı mamul stoklarının azalmasından ötürü maliyetler düşecek ve bunların sonucunda firma kârı artabilecektir. Firmalar için oldukça önemli olan kısıt yönetimi beş aşamada gerçekleşmektedir ve bu sürekli iyileştirme süreci bir döngü biçimindedir [5]. Zira kısıtlar teorisinin temel savı her sistemin en az bir kısıta sahip olduğudur. Dolayısıyla bir kısıtın belirlenip ortadan kaldırılması sonucu yeni bir kısıt oluşmaktadır ve döngü bu şekilde devam etmektedir.

Birinci Aşama: Kısıtların Tespit Edilmesi

Üretim faaliyetlerinin uyumlu hale getirilmesi yani üretim sürecinin daha etkin ve akıcı hale getirilmesi için ilk yapılması gereken, üretim ortamındaki kısıtların tanımlanması ve belirlenmesidir [2,8]. Kapasite kısıtlı kaynak (CCR- Capacity Constrained Resource) tanımlandıktan sonra önemli olan konu, bu kaynakların kısıtlı kapasiteleri ve karşılamaya çalıştıkları pazar taleplerine uygun olarak nasıl çizelgeleneyeceğidir [2]. CCR hem atıl kalmayacak hem de kapasitesinden fazla üretmeyecek şekilde çizelgelenmeli ve müşteri siparişlerini zamanında karşılayabilecek şekilde, CCR'de üretimin sıralanması gerekmektedir.

Bir sistemdeki darboğazı bulmak için iki yol

vardır; birisi kapasite kaynak profili hazırlamak, diğeri belirli bir firmadaki bilgimizi kullanmak, sistemi incelemek ve yöneticilerle, çalışanlarla konuşmaktır [12]. Bir üretim ortamındaki kapasite problemlerinin belirlenmesinde klasik yaklaşım, kaynak yükü analizini kullanmaktır. CCR'nin belirlenmesi, yük analizi yaklaşımı kullanılarak açıklanabilir [8]. Darboğazı bulmak için, VAT üretim ortamları sınıflandırmasını kullanarak, firmada yöneticilere ve çalışanlarla yapılacak konuşmalar, görüşmeler de faydalı olacaktır [12]. Bu durumda yarı mamul stoklarının fazlaca biriktiği yerde kapasite kısıtı sözkonusu olabilmektedir zira bir kaynak, kapasite kısıtlı kaynak ise bu kaynağın önünde birçok yarı mamul stoku birikmiş olacaktır [21].

Kısıtı belirlemek için kaynak yükü analizinde, her kaynakta her bir ürün için kullanılan zaman ile haftalık talep çarpılır ve bu, tüm ürünler için hesaplanıp toplanır. Bulunan sonuç, o kaynağın tüm ürün talebini karşılamak için gereken kapasitesidir ve eğer bu gereken kapasite, mevcut kapasiteden az ise firmanın kısıtı yok demektir ve kısıtı belirleme süreci devam etmektedir.

Kısıtların yönetilmesi süreci örnek yardımıyla aşağıdaki şekilde açıklanabilir. Örneğin bir firma, birim satış fiyatı 50 YTL ve haftalık talebi 100 birim olan A ürünü ile, birim satış fiyatı 60 YTL ve haftalık talebi 50 birim olan B ürünü üretmektedir. Bu firmadaki faaliyetler 3 makineden ve en son montajdan geçmekte olup her bir iş merkezinin bir haftalık kapasitesi 2.400 dakikadır (5 gün/hafta x 8 saat/gün x 60 dakika/saat). Ayrıca firmada fazla mesai kullanımını yasaklayan yönetim kısıtı söz konusudur. Direkt işçilik gideri saatte 6 YTL olup, haftalık faaliyet giderleri 3.000 YTL'dir. Ürünle ilgili bilgiler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir [15]

Tablo.1. X Firması Ürün Bilgileri

	A Ürünü	B Ürünü
Haftalık Talep	100 br	50 br
Satış Fiyatı	50 YTL	60 YTL
İşlem Süresi		
1. Makine	10 dk	5 dk
2. Makine	15 dk	25 dk
3. Makine	10 dk	3 dk
Montaj	20 dk	2 dk
Toplam Süre	55 dk	35 dk
Hammaddeler		
1. Hammadde	6 YTL/br	----
2. Hammadde	10 YTL/br	10 YTL/br
3. Hammadde	----	3 YTL/br
4. Hammadde	4 YTL/br	----
Toplam	20 YTL/br	13 YTL/br
Direkt İşçilik	5,5 YTL/br	3,5 YTL/br
(6 YTL/saat)	(6YTL/60dkx55dk)	(6YTL/60dkx35dk)
Toplam GÜG	13,2 YTL/br	8,4 YTL/br

Kaynak: Atwater, B. & Gagne, M.L. (1997). *The Theory of Constraints versus Contribution Analysis for Product Mix Decisions*. *Journal of Cost Management*, 11(1), January/February, 14 [15].

Kısıtı belirlemek için her kaynakta her bir ürün için kullanılan zaman ile haftalık talep çarpılır ve bu, tüm ürünler (bu örnekte A ve B ürünü) için hesaplanıp toplanır. Bulunan sonuç, o kaynağın tüm ürün talebini karşılamak için gereken kapasitesidir ve eğer bu gereken kapasite mevcut kapasiteden (2.400 dk) az ise firmanın kısıtı yok demektir ve kısıtı belirleme süreci devam eder. Aşağıdaki tabloda görüldüğü gibi, 2.makinenin talebi karşılaması için 2.750 dakikaya ihtiyacı olup, mevcut kapasite 2.400 dakika olduğundan bu makine bir sistem kısıtıdır (Bkz.Tablo.2) [15].

Tablo.2. X Firmasında Gerekli Kapasitelerin Belirlenmesiyle Kısıtların Tespit Edilmesi

Kaynak	Ürün	İşlem Süresi	Haftalık Talep	Gerekli Kapasite	Kapasite %si
1. Makine	A	10 dk	100 br	1.000 dk	1.250/2.400 %52.08
	B	5 dk	50 br	250 dk	
			Toplam	1.250 dk	
2. Makine	A	15 dk	100 br	1.500 dk	2.750/2.400 %114.58
	B	25 dk	50 br	1.250 dk	
			Toplam	2.750 dk	
3. Makine	A	10 dk	100 br	1.000 dk	1.150/2.400 %47.92
	B	3 dk	50 br	150 dk	
			Toplam	1.150 dk	
Montaj	A	20 dk	100 br	2.000 dk	2.100/2.400 %87.5
	B	2 dk	50 br	100 dk	
			Toplam	2.100 dk	

Kaynak: Atwater, B. & Gagne, M.L. (1997). The Theory of Constraints versus Contribution Analysis for Product Mix Decisions. Journal of Cost Management, 11(1), January/February, 13 [15].

İkinci Aşama: Kısıtların Nasıl Düzeltileceğine Karar Verilmesi

Temel kısıtlar belirlendikten sonra bütün çalışmalar, tüm sistemin performansını arttırabilmek için kısıtların tamamen kullanılmasını sağlamak yönünde olmalıdır [15]. Diğer bir deyişle, kısıtlar teorisinin ikinci aşamasında amaç sistemin temel kısıtlarının sürecini (throughput) en yüksek düzeye çıkarmaktır yani kısıtlardan maksimum süreci elde etmeye çalışmaktır [21]. Bunun için kısıtlı kaynak kullanımı başına en çok süreci sağlayan malzemeler işlenerek firma kârı arttırılabilmektedir [15]. Bu doğrultuda bu aşamada maksimum süreci sağlayacak optimal ürün karması belirlenebilmektedir.

Optimal ürün karması belirlemede öncelikle kısıtlı kaynak kullanımı başına süreci hesaplayarak hangi ürünün üretim önceliğine sahip olduğu belirlenmektedir. Üretim önceliği belirlendikten sonra ikinci adım ne kadar miktarda üretilmesi gerektiğini belirlemektir [15].

Örnekte kısıtlı kaynağı gidermek için 2. Makine günde 8 saat aralıksız çalışacaktır Ayrıca bu kısıt, kullanılan kısıtlı kaynak zamanı için en fazla getiriye

sağlayan ürün karmasını işlemek yoluyla giderilecektir. Kısıtlı kaynak kullanımı başına süreci hesaplayarak hangi ürünün üretim önceliğine sahip olduğu belirlenecektir. Bunun için öncelikle aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere, her bir ürünün süreç değeri hesaplanmaktadır. Ardından her bir ürünün süreç değerini, kısıtlı kaynaktaki o ürün için gerekli işleme süresine bölmek yoluyla, her bir ürün için kısıtlı kaynak kullanımı başına süreç hesaplanmaktadır. En yüksek kısıtlı kaynak kullanımı başına süreç değerine sahip olan ürün üretim önceliğine sahip olacaktır. Görüldüğü üzere A ürünü en yüksek değere sahip olduğundan üretim önceliğine sahiptir (Bkz.Tablo.3).

Tablo.3. X Firması İçin Süreç Değerinin ve Üretim Önceliğinin Hesaplanması

Ürün	Satış Fiyatı	Hammadde Maliyeti	Süreç	Kıs.Kayn. İşleme Süresi	Kıs.Kayn. Kullanımı Başına Süreç
A	50 YTL	20 YTL	30YTL (50-20)	15 dk	2 YTL/dk (30/15)
B	60 YTL	13 YTL	47YTL (60-13)	25 dk	1,88 YTL/dk (47/25)

Kaynak: Atwater, B. & Gagne, M.L. (1997). The Theory of Constraints versus Contribution Analysis for Product Mix Decisions. Journal of Cost Management, 11(1), January/February, 13 [15].

Optimal ürün karmasını belirlemede, üretim önceliği belirlendikten sonra ikinci adım ne kadar miktarda üretilmesi gerektiğini belirlemektir [15]. Bu da, kısıtlı kaynağın mevcut kapasitesinden öncelikli üretilen ürün için gereken zaman çıkarılarak belirlenmektedir. Şayet kapasite kalıyorsa kısıtlı kaynağın kapasitesi kullanılabildiği kadar ikinci öncelikli ürün üretilir. Aşağıda optimal ürün karmasının hesaplanması gösterilmekte olup 100 birim A ve 36 birim B ürünü üretmek yoluyla firma toplam (100 birim x 30 YTL. + 36 birim x 47 YTL.) 4692 YTL. süreç kazanacaktır.

Tablo.4. X Firmasında Süreç Değerini Kullanarak Optimal Ürün Karmasının Hesaplanması

	A Ürünü	B Ürünü
Satış Fiyatı	50 YTL	60 YTL
Haftalık Talep	100 br	50 br
Birim İşleme Süresi	15 dk	25 dk
Gerekli Kapasite	100x15=1500 dk	50x25=1250 dk
Mevcut Kapasite	2.400 dk	2.400-500=900dk
Optimal Üretim Miktarı	100 br	36 br

Kaynak: Atwater, B. & Gagne, M.L. (1997). The Theory of Constraints versus Contribution Analysis for Product Mix Decisions. Journal of Cost Management, 11(1), January/February, 14 [15].

A= 100 birim x 15 dk = 1.500 dk (gerekli kapasite)

2.400 dk (kısıtlı kaynağın mevcut kapasitesi)

-(1.500 dk) (kısıtlı kaynağın gereken kapasitesi)

900 dk (kısıtlı kaynağın kalan kapasitesi)

$$B = (\text{Birim işleme zamanı}) 25 \text{ dk} \times B = 900 \text{ dk}$$
$$B = 36 \text{ birim}$$

$$A = 100 \text{ birim}$$

$$B = 36 \text{ birim}$$

Kısa bir şekilde özetlemek gerekirse

$$15 \times 100 + 25 \times B = 2.400$$

$$25 B = 900$$

$$B = 36 \text{ birim}$$

$$A = 100 \text{ birim}$$

100 birim A, 36 birim B ürünü üretmek elde edilecek haftalık toplam süreç 4.692 YTL. (30 YTLx 100 br + 47 YTLx 36 br), net kâr ise 1.692 YTL'dir (4.692 YTL-3.000 YTL).

Üçüncü Aşama: İlgili Herşeyin İkinci Aşamadan Uygulanması İçin Seferber Edilmesi

Sistemdeki tüm parçaların, kısıtlı olmayan kaynakların etkinliğini düşürse bile, kısıtları destekleyecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir [12]. Örneğe göre, A ürününden 100 birim, B ürününden 36 birim satılmaya karar verildikten sonra tüm her şey bu kararın uygulanması için seferber edilmelidir. Özellikle etkinlik ölçütü gibi performans ölçütleri bu kararın uygulanmasına yönlendirilmelidir. Örneğin 100 birim A, 36 birim B ürününden üretilmesi kararı verildikten sonra montaj işçisinin nasıl kullanıldığına bakalım. Bu ürün karması, montaj işçisinin 2.072 dk (100 br x 20 dk/br + 36 br x 2 dk/br) çalışmasını gerektirecek, toplam kapasite de 2400 dk olduğundan montaj işçisi (2.400-2.072) 328 dk atıl kalacaktır. Bu durumda montaj işçisinin ustabaşısı, eğer işgücü, etkinliğine (efficiency) göre değerlendiriliyorsa, etkinlik artırsın diye montaj işçisine çalışması için ek malzemeler verecektir. Ancak bu davranış, süreci (throughput) değil stokları arttıracak bu da firmanın rekabet avantajını kaybetmesine neden olacaktır. Dolayısıyla performans ölçüm sistemleri belirlenen ürün karmasına (100 birim A ve 36 birim B) göre düzenlenmelidir.

Dördüncü Aşama: Kısıtların Ortadan Kaldırılması

Kısıtların ortadan kaldırılması, kısıtlı kaynağı kısıtlı olmayan kaynağa dönüştürme çabasıdır [21]. Kısıtların ortadan kaldırılması birkaç şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Örneğin kısıtlı kaynak olan ikinci makine ile aynı fonksiyonlara sahip yeni bir makine almak, fazla mesaiden yararlanmak, vardiya sayılarını arttırmak, o makinenin ürettiği parçayı, yarı mamulü dışarıdan satın almak gibi yollarla giderilebilir.

Beşinci Aşama: Kısıtlar Kaldırıldığında İlk Aşamaya Geri Dönülmesi

Kısıt ortadan kaldırıldığında, ilk aşamaya geri dönülmesi ve sürece yeniden başlanması gerekmektedir [12]. Kısıt kaldırıldıktan sonra sürekli gelişme süreci durmayacak çünkü başka bir kısıt ortaya çıkacaktır [21]. Bu noktada firma yönetimi, tembelliğin bir sistem kısıtı olmamasını sağlamalıdır [21]. Zira tembellik, şartlar değişince değişmeye istekli olmayan yöneticileri tanımlamaktadır. Örnekte ikinci makine kısıtının yeni bir makine almak yoluyla ortadan kaldırıldığını varsayalım. Bu makine artık kısıt olmadığından firma 100 birim A, 50 birim B ürünü üretebilir ki bu şekilde toplam süreç 5.350 YTL olacaktır (100 br x 30 YTL + 50 br x 47 YTL). Tembelleğe yenilen bir yönetici, ikinci makine kısıtı kaldırıldıktan sonra da sanki bu kısıt ortadan kaldırılmamış gibi davranmaya devam etmektedir. Oysa ikinci makine kısıtı kaldırıldıktan sonra yeni kısıt pazar kısıtı olabilir ve yöneticiler bu durumda pazar taleplerini arttırmaya çalışmalıdır.

Özetle kapasite kısıtlı bir kaynak firmanın sürecini sınırladığı gibi ürünleri zamanında müşterilere sunabilme başarısını da kontrol etmektedir [2]. Dolayısıyla kapasite kısıtlı kaynağın kapasitesinden fazla üretecek şekilde çözümlenmemesi gerektiği gibi, kapasitesinin kullanılmaması yani atıl kalması da önlenmelidir. Kapasite-kısıtlı kaynağın iyi bir şekilde kullanılması, dolayısıyla sürecin artırılması için yollar; atıl zaman dönemlerini kaldırmak, birim başına hazırlık ve işlem zamanlarını azaltmak, kalite kontrolü arttırmak, iş yükünü azaltmak, ek kapasite kullanmaktır [8].

Aynı örnek doğrusal programlama modeli ile çözüldüğünde, problem aşağıdaki gibi formüle edilmekte ve çözülmektedir:

$$\text{Max. Süreç} = 30 A + 47 B$$

Kısıtlar:

$$10 A + 5 B \leq 2.400$$

$$15 A + 25 B \leq 2.400$$

$$10 A + 3 B \leq 2.400$$

$$20 A + 2 B \leq 2.400$$

$$0 \leq A \leq 100$$

$$0 \leq B \leq 50$$

Tablo.5. X Firması İçin Amaç Fonksiyonu ve Kısıtların Belirlenmesi

Variable -->	X1	X2	Direction	R. H. S.
Maximize	30	47		
C1	10	5	<=	2400
C2	15	25	<=	2400
C3	10	3	<=	2400
C4	20	2	<=	2400
LowerBound	0	0		
UpperBound	100	50		
Variable Type	Continuous	Continuous		

LP/ILP

Tablo 6: X Firması İçin Problemin Çözümü

11-22-2004 14:09:19	Decision Variable	Solution Value	Unit Cost or Profit C(i)	Total Contribution	Reduced Cost	Basis Status
1	X1	100.0000	30.0000	3,000.0000	0	basic
2	X2	36.0000	47.0000	1,692.0000	0	basic
	Objective	Function	(Max.) =	4,692.0000		

Görüldüğü gibi kısıtlar teorisi beş aşamalı süreci ile elde edilen sonuç ile doğrusal programlama kullanılarak elde edilen sonuç aynı çıkmaktadır. Her ikisinde de ürün karması (A= 100 br, B= 36 br) ve toplam süreç (4.692 YTL) aynı çıkmaktadır. Zira firmanın üretim aşamasında tek kısıt söz konusudur. Çoklu kısıt olması durumunda sonuçlar farklılık arz edebilmektedir.

III. SÜREÇ MUHASEBESİ (THROUGHPUT ACCOUNTING)

Ürün maliyeti hesaplanmasında tam maliyete göre işlem yapan geleneksel yöntemlere göre, üretim süreci sırasında ortaya çıkan veya çıkması beklenen genel üretim giderleri (GÜG), genellikle işçilik saatleri, makine saatleri veya üretim miktarı gibi üretim hacmiyle ilgili dağıtım temelleriyle ürünlere yüklenmektedir [1]. Tanış'a göre faaliyetler sonucu ortaya çıkan genel üretim giderleri şayet üretim hacmiyle doğru orantılı olarak gerçekleşmişse, bu dağıtım temelleri ile GÜG ürünlere doğru bir şekilde yüklenmektedir [1]. Ancak genellikle GÜG üretim hacmiyle doğru orantılı olarak gerçekleşmemekte, bu nedenle de GÜG'nin bu dağıtım temelleri kullanılarak ürünlere dağıtılmasıyla ürün maliyeti hesaplanmasında yanlış sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak işletmenin kârlılığı olumsuz etkilenmektedir. Bu nedenle GÜG'nin ürün maliyeti hesaplanmasında ürünlere rasgele dağıtım yerine, herbir ürün ve ürün grubunun üretim sürecinde sebep olduğu veya tükettiği zaman dikkate alınarak maliyet dağıtımını yapacak yeni bir yöntem ortaya konmuştur. Kısıtlar teorisinden doğan bu yöntem "Süreç Muhasebesi" denmektedir [1].

Taniş'a göre süreç muhasebesi (throughput accounting) "genel üretim giderlerini ürünlere, süreç için gerekli zamanı dikkate alarak dağıtan bir maliyet sistemi" olarak tanımlanmaktadır [1]. CIMA (Chartered Institute of Management Accountants)'a göre "üretim ve diğer maliyetleri süreç ile ilişkilendiren bir performans ölçüm yöntemi" olarak tanımlanmaktadır [22].

Daha önce de değinildiği üzere Goldratt süreci "satışlardan hammadde maliyetlerinin farkı" olarak ortaya koymuş ve hammadde maliyetlerini tek değişken gider kabul ederek, hammadde maliyetleri dışındaki, direkt ve endirekt işçilik dahil, tüm maliyetleri faaliyet giderleri olarak dikkate almış ve sabit kabul etmiştir [16,23]. Bu tanımlamalara göre [24]:

Süreç (throughput) = Satışlar – Hammadde Maliyeti

Net Kâr = Süreç-Faaliyet Giderleri

Yatırım Kârlılığı = $\frac{\text{Süreç} - \text{Faaliyet Giderleri}}{\text{Stok}}$

Goldratt firmaların temel hedefinin kârlılıklarını arttırmak olduğunu bunun için de yatırımlar üzerinden elde edilecek getirinin artırılması gerektiğini ortaya koymuştur [25]. Süreç muhasebesinin temelinde öncelikle sürecin artırılması yer almakta olup firmaların öncelikle süreci yükseltmeye odaklanması, ardından stok ve faaliyet giderlerini azaltmaya çalışması gerekmektedir [24].

Kısıtlar teorisinin kurucuları bu teorisinin ürün maliyeti hesaplama yöntemi olmadığını, yönetim amaçlı olarak kullanılabileceğini ileri sürmüşlerdir [1]. Ancak muhasebe araştırmacıları, bu teorisinin muhasebeye uygulanmasının mümkün olduğunu ortaya koymuşlardır [1]. Süreç muhasebesinde tek değişken gider olarak sadece hammadde maliyetleri kabul edilmekte, direkt işçilik ve genel üretim giderleri ise faaliyet giderleri olarak ele alınmaktadır. Bu yüzden ürün maliyeti içerisinde sadece direkt hammadde giderleri ile o ürün için dışarıya yaptırılan işlerin maliyetleri dahil edilmiştir [1]. Hangi ürünlerin üretileceği, hangilerinin kârı en yüksek yapacağı ve ürün fiyatı tespiti gibi yönetim kararları verebilmek için faaliyet giderlerinin de ürünlere yüklenmesi, maliyet ve yönetim muhasebesi açısından daha doğru olacaktır. Bu şekilde hesaplanacak ürün maliyeti içerisinde direkt işçilik ve genel üretim giderleri de yer alacak ve bu tutarın en aza indirilmesi amaçlanacaktır. Bu çerçevede süreç muhasebesi ve kısıtlar teorisi birçok işletmede uygulanmış ve olumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Süreç muhasebesinin ürün maliyeti hesaplanmasında kullanılması iki şekilde gerçekleşmektedir. Bunlar [1]:

a. Süreç zamanını ve kısıtların maliyetini dikkate alan yöntem

b. Süreç zamanını ve ürünlerin satış fiyatını dikkate alan yöntemdir.

III.1. Süreç Zamanını ve Kısıtların Maliyetini Dikkate Alan Yöntem

Bu yöntemde, öncelikle üretim ortamındaki kısıtlı kaynak tespit edilerek, toplam faaliyet giderlerinden bu kısıtlı kaynak kapasitesi başına maliyet hesaplanmaktadır [1,26].

Kısıtlı Kaynak Kapasitesi Başına Maliyet = $\frac{\text{Toplam Faaliyet Gideri}}{\text{Kısıtlı Kaynak Kapasitesi (dk)}}$

Buna göre ürün maliyeti;

Ürün maliyeti = Kısıtlı Kaynakta Gereken Süre x Kısıtlı Kaynak Dakikası Başına Maliyet + Hammadde Maliyeti

Bunu bir örnek yardımıyla açıklamak gerekirse, bir imalat firmasında A, B ve C ürünlerinin, 1, 2, 3 ve 4 numaralı makinelerden geçerek tamamlandığını varsayalım [26]. Aşağıdaki Tablo.7'de bu ürünlerin işlem süreleri verilmiştir.

Tablo.7: Y Firması Ürün İşleme Süreleri

Ürünler	Makinelerin İşlem Süreleri(dk)				Toplam
	1	2	3	4	
A	2	5	5	3	15
B	1	6	2	1	10
C	3	4	3	3	13

Kaynak: Dugdale, D. & Jones, T.C. (1996). *Accounting for Throughput. First Edition, London: The Chartered Institute of Management Accountants(CIMA), 17 [26].*

Eğer herbir ürün için hammadde maliyetleri aynı ise B ürünü tercih edilirdi çünkü en düşük maliyete sahip ürün olacaktır. Ancak, şayet 2. makine kısıtlı kaynak olarak tespit edilirse, süreç muhasebesine göre farklı sonuç çıkacaktır. Firmanın haftalık toplam faaliyet giderleri 12.000 YTL., kısıtlı kaynak (2. makine) kapasitesi ise haftalık 2400 dk olsun (60 dk. x 8 saat x 5 gün). Buradan;

$$\text{Kısıtlı kay.dak. başına maliyet} = \frac{\text{Topl. Faal. Gid. } 12.000 \text{ YTL}}{\text{Kısıtlı Kay. Kap. } 2400 \text{ dk}} = 5 \text{ YTL/dk}$$

olarak hesaplanacaktır. Bu verilere göre ürün maliyeti aşağıdaki Tablo.8'de hesaplanmıştır.

Tablo.8. Y Firmasında Süreç Muhasebesine Göre Ürün Maliyetleme

Ürün	Kısıtlı Kaynak Süresi	Kısıtlı Kaynak Dakikası Başına Maliyet	Ürün Maliyeti
A	5 dk	5 YTL/dk	25 YTL
B	6 dk	5 YTL/dk	30 YTL
C	4 dk	5 YTL/dk	20 YTL

Kaynak: Dugdale, D. & Jones, T.C. (1996). *Accounting for Throughput. First Edition, London: The Chartered Institute of Management Accountants(CIMA), 17 [26].*

Görüldüğü gibi süreç muhasebesine göre C ürünü en düşük maliyete sahipken B ürünü en yüksek maliyetli üründür. İşletmeler bu yöntemi kullanarak hangi ürün karmasının kârı en yüksek yapacağını belirleyebilirler.

III.2. Süreç Zamanını ve Ürünlerin Satış Fiyatını Dikkate Alan Yöntem

Bu yöntemde göre bir parti ürünün üretilmesi için

gerekli süreç zamanı, parti üretim miktarı ve ürünün pazar satış fiyatı çarpılarak her bir ürün grubu için toplam tutar ayrı ayrı hesaplanmakta, bu toplamlar tekrar kendi aralarında toplanarak dağıtılacak toplam faaliyet giderine eşitlenmektedir [1]. Kısaca her bir ürün grubu genel toplam içindeki oranlarına göre faaliyet giderlerinden pay almaktadır.

Süreç muhasebesinde ürünlerin satış fiyatını dikkate alarak ürün maliyeti hesaplama örnek yardımıyla şu şekilde açıklanabilir [1]. A ve B ürünlerini üreten bir imalat firmasının genel üretim giderleri toplamı 435.000 YTL'dir. Ürünlerle ilgili diğer bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo.9. Z Firması Ürün Bilgileri

Gerçek veya Tahmini Veriler	Ürün A	Ürün B
Satılan Birim Sayısı	10.000 br	5.000 br
Fabrika Satış Fiyatı	100 YTL/br	150 YTL br
Toplam Hammadde Maliyeti	500.000 YTL	375.000 YTL
Kullanılan Toplam Direkt İşçilik Saatleri	500 saat	1.000 saat
Toplam Direkt İşçilik Maliyeti (100 YTL/saat)	50.000 YTL	100.000 YTL
Her Standart Sipariş için Süreç Zamanı	3 gün	4 gün

Kaynak: Tanış, V.N. (1998). *Yönetim Muhasebesi Açısından Kısıtlar Teorisi ve Süreç Muhasebesi. Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8(1), 192. [1].*

Geleneksel maliyet muhasebesi yöntemine göre dağıtım anahtarı olarak direkt işçilik saati kullanıldığında genel üretim gideri (435.000 YTL.) A ve B ürünlerine şu şekilde dağıtılmaktadır.

$$\text{GÜG Dağ. Oranı} = \frac{\text{Toplam GÜG } 435.000 \text{ YTL}}{\text{Topl. Dir. İşç. Saati } (500 + 1000)\text{saat}} = 290 \text{ YTL/dir.işç.saati}$$

Tablo.10'da geleneksel yöntemde göre yapılan hesaplamalar ve toplam üretim maliyeti gösterilmiştir.

Geleneksel maliyet yöntemine göre dağıtım anahtarı olarak direkt işçilik saati kullanıldığında, A ürünü birim başına 30,5 YTL. kâr elde ederken B ürünü 3 YTL. zarar göstermektedir. Bunun nedeni ise B ürünü için, A ürününün iki katı kadar direkt işçilik saati kullanılması nedeniyle bu ürünün genel üretim giderlerinden iki kat fazla pay almasıdır. Ancak kullanılan direkt işçilik saati her zaman iki kat fazla GÜG anlamına gelmeyebilir.

Tablo.10. Z Firmasında Geleneksel Yönteme Göre Ürün Maliyeti Hesaplanması

Finansal Bilgiler	A Ürünü	B Ürünü
Direkt Hammadde (YTL)	500.000	375.000
Direkt İşçilik(YTL)	50.000	100.000
Toplam Direkt Maliyetler (YTL)	550.000	475.000
Her bir ürüne düşen toplam GÜG (YTL)	145.000	290.000
Toplam Üretim Maliyeti (YTL)	695.000	765.000
Üretilen birim sayısı (br)	10.000	5.000
Birim maliyet (YTL)	69,5	153
Satış Fiyatı (YTL)	100	150
Birim başına kâr (zarar) (YTL)	30,5	(3)

Kaynak: Tanış, V.N. (1998). Yönetim Muhasebesi Açısından Kısıtlar Teorisi ve Süreç Muhasebesi. Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8(1), 192. [1].

Az öncede değinildiği üzere, ürün satış fiyatını dikkate alan süreç muhasebesi yönteminde üretim süreç zamanının değeri şu şekilde formüle edilmektedir.

$$\sum \bar{U} \times F \times S = \text{Toplam Genel Üretim Giderleri}$$

\bar{U} = Süreç zamanında üretilen her bir ürün sayısı

F = Her bir ürünün satış fiyatı

S = Her bir ürünün süreç zamanı

Bu formüle göre toplam süreç zamanı şu şekilde hesaplanmaktadır:

$$\begin{aligned} (\bar{U}_{\text{A}}) + (\bar{U}_{\text{B}}) &= (10.000 \text{ br} \times 100 \text{ YTL/br} \times 3 \text{ gün}) + \\ & (5.000 \text{ br} \times 150 \text{ YTL/br} \times 4 \text{ gün}) \\ &= 3.000.000 \text{ YTL/gün} + 3.000.000 \text{ YTL/gün} \\ &= 6.000.000 \text{ YTL/gün} \end{aligned}$$

A ve B ürünü ayrı ayrı toplamın yarısına sahip olduğundan GÜG'ni (faaliyet giderleri) yarı yarıya paylaşacaklardır. Kısaca her bir ürün grubuna yüklenecek GÜG;

$$\begin{aligned} \text{GÜG} &= 3.000.000 \text{ YTL} / 6.000.000 \text{ YTL} \times 435.000 \text{ YTL} \\ &= 217.500 \text{ YTL} \end{aligned}$$

Süreç zamanına göre hesaplanan ürün maliyetleri Tablo.11'de gösterilmiştir (Burada işçilik giderleri direkt gider olarak düşünülerek ürünlere doğrudan yüklenmiştir).

Görüldüğü gibi geleneksel yönteme göre hesaplanan ürün maliyetleri süreç zamanı dikkate alınarak hesaplandığında oldukça farklılık göstermektedir. Geleneksel yöntemden farklı olarak süreç muhasebesi uygulandığında A ürününün birim kârlılığı azalırken B

ürünü zarardan kâra geçmiştir.

Tablo.11. Z Firmasında Süreç Zamanına Göre Ürün Maliyetlerinin Hesaplanması

Finansal Bilgiler	A Ürünü	B Ürünü
Direkt Hammadde (YTL)	500.000	375.000
Direkt İşçilik(YTL)	50.000	100.000
Toplam Direkt Maliyetler(YTL)	550.000	475.000
Her bir ürüne düşen faaliyet gideri (YTL)	217.500	217.500
Toplam Üretim Maliyeti(YTL)	767.500	692.500
Üretilen birim sayısı (br)	10.000	5.000
Birim maliyet(YTL)	76,75	138,5
Satış fiyatı(YTL)	100	150
Birim başına kâr (zarar) (YTL)	23,25	11,5

Kaynak: Tanış, V.N. (1998). Yönetim Muhasebesi Açısından Kısıtlar Teorisi ve Süreç Muhasebesi. Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 8(1), 193. [1].

III.3. Kısıtlar Teorisi ile Süreç Muhasebesinin Avantaj ve Dezavantajları

Kısıtlar teorisi ile üretim sürecinde oluşan gereksiz yarı mamul stokları azalacağından firmanın bu stoklar için katlandığı maliyetler azalacaktır. En önemlisi üretim süreci daha akıcı hale geleceğinden müşteri siparişleri zamanında karşılanabilecektir. Sonuç olarak firma kârını arttırabilecektir [27]. Kısıtlar teorisinin bir diğer avantajı, süreç muhasebesi raporlarının anlaşılır ve düşük maliyette olmasıdır [21]. Kısıtlar teorisini kullanan imalat firmalarında, üretim kısıtları belirlenmekte ve yönetilmekte; hammaddenin üretim sürecinde akışı hızlanmakta ve dolayısıyla ürünler zamanında tamamlanıp dağıtılabilmekte; süreci arttırmaya odaklanılmakta; stoklar ve üretim tedarik süreleri azalmakta; verimliliği ve kaliteyi arttırmak yoluyla insan kaynakları ve fiziksel kaynakların etkili kullanımı sağlanmakta; süreç (proses) güvenilirliği ve üretim teknolojileri açısından üretim sürecine önem verilmekte olduğu tespit edilmiştir [19].

Eleştirilerin çoğu kısıtlar teorisi ve süreç muhasebesinin kısa vadeli bir bakış açısı olmasında yoğunlaşmaktadır [4]; [21]. Bu nedenle katkı payı yaklaşımı ile aynı olduğu iddia edilmektedir [4].

IV. SONUÇ

Firmaların rekabet ortamında varlıklarını sürdürülebilirliği ve kârlılıklarını arttırabilmesi için müşteri istek ve ihtiyaçlarına zamanında cevap verebilmesi oldukça önemlidir. Müşteri taleplerini zamanında karşılayabilmek için ürünlerin zamanında tamamlanması gerekmektedir ki bu noktada kısıtlar teorisi büyük önem taşımaktadır. Kısıtlar teorisine göre her firmanın temel hedefi kârlılıklarını arttırmaktır ve firmaların sonsuz kâr elde etmesini sınırlayan en az bir kısıtı söz konusudur.

Kısıtlar teorisi beş aşamalı kısıt yönetim süreci ile kısıt belirlenip ortadan kaldırılmakta bu sayede hem gereksiz yarı mamul stoklarının ortadan kaldırılması ile maliyetlerin azalması hem de ürünlerin zamanında tamamlanıp müşterilere sunulması ile pazar paylarının dolayısıyla kârlılıklarının artması sağlanabilmektedir. Kısıtlar teorisi süreç (throughput) yaklaşımı, değişken maliyet sistemi katkı payı yaklaşımına benzemektedir ancak katkı payı yaklaşımından farklı olarak tek değişken gider olarak hammadde maliyetleri kabul edilmektedir. Ayrıca kısıtlar teorisine göre belirlenen ürün karması ile elde edilen kâr geleneksel yöntemlere göre belirlenen ürün karması ile elde edilen kârdan yüksek olabilmektedir. Kısıtlar teorisinden yola çıkarak geliştirilen süreç muhasebesi ise “genel üretim giderlerini ürünlere, süreç için gerekli zamanı dikkate alarak dağıtan bir maliyet sistemi” olarak tanımlanabilmektedir [1]. Ürün maliyeti hesaplanmasında geleneksel yöntemlere göre genel üretim giderleri, genellikle işçilik saatleri, makine saatleri veya üretim miktarı gibi üretim hacmiyle ilgili dağıtım temelleriyle ürünlere yüklenmektedir. Ancak genellikle genel üretim giderleri üretim hacmiyle doğru orantılı olarak gerçekleşmediğinden genel üretim giderlerinin bu dağıtım temelleri kullanılarak ürünlere dağıtılmasıyla ürün maliyeti hesaplamasında yanlış sonuçlar ortaya çıkmakta bu da işletmenin kârlılığını olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle her bir ürün ve ürün grubunun üretim sürecinde sebep olduğu veya tükettiği zaman dikkate alınarak maliyet dağıtımını yapan süreç muhasebesi firma kârlılığı için oldukça önemlidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Tanış, V.N. (1998). Yönetim Muhasebesi Açısından Kısıtlar Teorisi ve Süreç Muhasebesi. *Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(1), 185-198.
- [2] Goldratt, E.M. & Fox, R.E. (1986). *The Race*. First Edition, Croton-on-Hudson. New York: North River Press, Inc.
- [3] Noreen, E.; Smith, D. & Mackey, J.T. (1995). *The Theory of Constraints and Its Implications for Management Accounting*. First Edition, Great Barrington, MA: The North River Press Publishing Corporation.
- [4] Kaplan, R.S. (1990). Contribution Margin Analysis: No Longer Relevant/ Strategic Cost Management: The New Paradigm. A panel presented at the 1989 Annual Meeting of the American Accounting Association. Edited by Michael A. Robinson. *Journal of Management Accounting Research*, 2, Fall, 1-15.
- [5] Louderback, J.G. & Patterson, J.W. (1996). Theory of Constraints versus Traditional Management Accounting. *Accounting Education*, 1(2), 189-193.
- [6] Jayson, S. (1987). Goldratt & Fox: Revolutionizing The Factory Floor. *Management Accounting*, May, 18-22.
- [7] Ruhl, J.M. (1996). An Introduction to The Theory of Constraints. *Journal of Cost Management*, 10(2), Summer, 43-48.
- [8] Umble, M. & Srikanth, M.L. (1995). *Synchronous Manufacturing: Principles for World-Class Excellence*. First Edition. Wallingford, Connecticut: The Spectrum Publishing Company, Inc.
- [9] Hilton, R.W. (1999). *Managerial Accounting*. Fourth Edition. New York: Irwin, McGraw-Hill Inc.
- [10] Ruhl, J.M. (1997). Managing Constraints. *CPA Journal*, 67(1), 60-63.
- [11] Tollington, T. (1998). ABC v TOC. *Management Accounting*, 76(4), April, 44-47.
- [12] Chase, R., Aquilano, N.J. & Jacobs, F.R. (1998). *Production and Operations Management: Manufacturing and Services*. Eighth Edition. New York: Irwin, McGraw-Hill Inc.
- [13] Kroll, K. (1998). The Theory of Constraints Revisited. *Industry Week*, 247(8), 20-21.
- [14] Brinker, B.J. (1997). Big Changes, New Publications, and The Theory of Constraints. *Journal of Cost Management*, 11(1), January/February, 4-5.
- [15] Atwater, B. & Gagne, M.L. (1997). The Theory of Constraints versus Contribution Analysis for Product Mix Decisions. *Journal of Cost Management*, 11(1), January/February, 6-16.
- [16] Dugdale, D. & Jones, C. (1997). Accounting for Throughput: Techniques for Performance Measurement, Decisions and Control. *Management Accounting*, 75(11), December, 52-58.
- [17] Browne, J.; Harhen, J. & Shivan, J. (1996). *Production Management Systems: An Integrated Perspective*. Second Edition, Harlow: Addison-Wesley Publishing Company.
- [18] Rezaee, Z. (1992). Synchronous Manufacturing: The Measure of Excellence. *CMA Magazine*, 66(7), September, 21-23.
- [19] Rezaee, Z. & Elmore, R.C. (1997). Synchronous Manufacturing: Putting The Goal to Work. *Journal of Cost Management*, 11(2), March/April, 6-15.
- [20] Umble, M.M. & Spoede, C.W. (1991). Making Sense of Management's Alphabet Soup. *Baylor Business Review*, 9, Fall, 26-27.
- [21] Ruhl, J.M. (1997). The Theory of Constraints within a Cost Management Framework. *Journal of Cost Management*, 11(6), November/ December, 16-23.

- [22] Mock, T. (1995). Radical Ideas or Just a Case of The Emperor's New Clothes? *Management Accounting*, 73(9), October, 40-42.
- [23] MacArthur, J.B. (1993). Theory of Constraints and Activity-Based Costing: Friends or Foes? *Journal of Cost Management*, 7(2), Summer, 50-56.
- [24] Dugdale, D. & Jones, T.C. (1996). Accounting for Throughput. *Management Accounting*, 74(4), April, 24-30.
- [25] Bramorski, T. & Madan, S.M. (1997). Application of The Theory of Constraints in Banks. *Bankers Magazine*, 180(1), January/February, 53-57.
- [26] Dugdale, D. & Jones, T.C. (1996). *Accounting for Throughput*. First Edition. London: The Chartered Institute of Management Accountants(CIMA).
- [27] Bushong, J.G.; Talbott, J.C. & Burke, J.F. (1999). An Application of The Theory of Constraints. *CPA Journal*, 69(4), April, 53-56.

Elif N. ÜNAL (elunal@cu.edu.tr) is a Research Assistant in Business Administration Department of Çukurova University. She has a Ph.D. of Accounting at Social Science Institute of Çukurova University. Her research areas are cost accounting and management accounting.

Veyis Naci TANIŞ (veyisnaci@cu.edu.tr) is a Professor in Business Administration Department of Çukurova University. He has a Ph.D. of Accounting at University of Aberdeen in UK. His research areas are cost accounting, management accounting and financial accounting.

Nihat KÜÇÜKSAVAŞ (ksavas@cu.edu.tr) is a Professor in Business Administration Department of Çukurova University. He has a Ph.D. of Accounting at Atatürk University. His research areas are cost accounting, financial accounting and computerized accounting.

STRATEJİK YÖNETİM ALANINDA VİZYON KAVRAMININ İÇERİĞİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Binali DOĞAN

Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Doçent Dr.

A STUDY ON THE CONTENT OF VISION CONCEPT IN THE STRATEGIC MANAGEMENT

Abstract: Recently, vision becomes a widely used concept in the strategic management field. However, definitions of vision in relevant literature are usually loose and unsettled. Also in practice, messages offered by institutions and firms as their vision statements usually refer to aims and objectives formulated for improvement of existing situation rather than information about future. Moreover, contents of messages are mostly similar.

In accordance with the observations mentioned above, in this study focused on two topics. Firstly, it is aimed to clarify the content of vision concept through analyzing the theoretical background of introduction of vision concept to the strategic management field via visionary leadership approach of Entrepreneurship School. Secondly, through analyzing vision messages offered by firms and institutions in Turkey with content analysis method, existing contents and probable reasons of these contents are determined.

Keywords: Vision, Strategic Management, Visionary Leadership

STRATEJİK YÖNETİM ALANINDA VİZYON KAVRAMININ İÇERİĞİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Özet: Günümüzde stratejik yönetim alanında vizyon kavramının yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Kurum ve firmaların vizyonumuz başlığı altında yayınlamış oldukları mesajların geleceğe ilişkin bilgi vermektense çok, genellikle mevcut durumun iyileştirilmesine yönelik hedefler işaret ettiği ve çoğu firma ve kurumun mesajlarının içerik olarak birbirine benzediği görülmektedir. İlgili yazında ise vizyon kavramı tanımlarının genellikle soyut kaldığı görülmektedir.

Bu çalışmada, yukarıdaki gözlemlerden hareketle iki konu üzerinde durulmuştur. Önce, vizyon kavramının, girişimcilik okulunun vizyoner liderlik yaklaşımı ile stratejik yönetim alanına girişinin kuramsal arka planı incelenerek kavramın içeriğinin netleştirilmesi amaçlanmıştır. İkinci olarak da, Türkiye'deki firma ve kurumların yayınlamış oldukları vizyon mesajları, içerik analizi yöntemi ile incelenerek mevcut içeriklerinin neler olduğu ve bu içeriklerin kullanılmasının muhtemel nedenleri üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Vizyon, Stratejik Yönetim, Vizyoner Liderlik

I. GİRİŞ

Günümüzde stratejik yönetim alanındaki çalışmalarda vizyon kavramı konunun temel unsurlarından biri olarak ele alınmaktadır [1-3]. Vizyon kavramının stratejik yönetim alanındaki önemine paralel olarak işletmelerin imaj yaratmaya yönelik tanıtımları da "vizyonumuz", "misyonumuz" ifadeleri ile başlamaktadır. Ancak içeriği incelendiğinde kavramın genellikle olması gereken içerikte kullanılmadığı görülmektedir. Vizyon kavramı yazın ve uygulamada yaygınlığı ölçüsünde muğlâk bir içerikle karşımıza çıkmaktadır.

Vizyon sözcüğünün Türkçe sözlüklerdeki karşılığı, görme gücü, görme, ileriye görme, yaratıcılık, hayal, tasavvur olarak yer almaktadır [4,5]. Günlük dilde ise kavram, genel olarak geleceği sezinlemek ve öngörmek, gelecekteki değişimlere göre eylemler geliştirmek anlamında kullanılmaktadır. Bu özelliklere sahip kişiler de "vizyon sahibi" kişiler olarak tanımlanmaktadır. Kavramın Türkçe karşılığı bu kadar açık ve anlaşılır iken ilgili yazında aynı içerik netliğini görmek pek mümkün olmamaktadır. Kavramın muğlâklığı yalnızca ilgili yazında değil Tablo.2'de görüleceği gibi aynı zamanda

işletmeler cephesinde de görülmektedir. İşletmelerin tanıtımlarına ilişkin çalışanlara veya çevreye yönelik mesajlarında, "vizyonumuz" başlığı adı altında verdikleri mesajlarda, çoğunlukla geleceğe ilişkin hiçbir bilgi yer almamakta, ya da nadiren bir bilgiye rastlanmaktadır. Vizyonumuz başlığı altında içerik olarak geleceğe ilişkin bir perspektiften ziyade mevcut durumun iyileştirilmesine yönelik hedeflerin işaret edildiği görülmektedir. Mesajların büyük çoğunluğunda bu hedefler, gerçeklerden bağımsız ideal bir işletme, ürün ya da eylemleri işaret etmektedir [6]. Dikkati çeken bir başka nokta da, işletme veya kurumların yayınlamış oldukları vizyon mesajlarının birbirine çok yakın olması veya benzemesidir.

Vizyon mesajının stratejik yönetim açısından önemi, örgütün amaç ve temel inançlarını içeren felsefi bir rehber olma özelliği taşımasıdır [7,8]. Vizyon başlığı altında yer alan ancak geleceğe ilişkin rehberlik özelliği taşımayan mesajlar, çalışanların çoğu nezdinde kavramı anlamsız kılmakta ve geleceğe ilişkin arzulanacak kolektif bir bilinç oluşturmada yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle insan kaynakları yönetiminin geleceğe yönelik kolektif bir bilinç oluşturma işlevi de beklenen sonucu vermemektedir.

51 işletmenin yöneticileri arasında yapılan bir araştırmada, yöneticilerin % 66'sı çalıştıkları işletmenin vizyonu hatırlamadıklarını ifade etmişlerdir. Yöneticilerin % 71'i, yönetimin vizyonu ile eylemlerinin birbirine zıt olduğu ve gene aynı oranda yönetici ise, işletmelerdeki ödüllendirme sistemlerinin vizyon doğrultusundaki eylemlerin değil, çok çalışmanın, büyük risk almanın ve verimliliğin ödüllendirildiğini ifade etmiştir [9].

Türkiye'de bu konudaki durum birçok açıdan önem kazanmaktadır. Birincisi ve en önemlisi, geleceğe ilişkin bilgi içeriğinden yoksun mesajların insanlara, (girişimcilere, yöneticilere ve diğer çalışanlara) geleceğe yönelme konusunda bir rehber olmaktan ziyade, kavram kargaşası yaratmakta, yanlış ve çoğu zaman sığ içeriği nedeniyle dikkatleri başka noktalara yönelmektedir.

Girişimcilik okulunun girişimci liderlik anlayışı ile stratejik yönetim alanında yaygın olarak kullanılan vizyon kavramı, geleceğe yönelik rekabet avantajı yaratmada önemli unsurlardan biri olarak kabul edilmektedir [2,3,10]. Bu nedenle de kavramın geleceğe ilişkin açık bir içeriğinin bulunması geleceğe ilişkin kolektif bilinç oluşturmada ve eylemleri geleceğe yöneltmede temel öneme sahiptir. Kavramın yaygın kullanımı ile mevcut durumun iyileştirilmesine yönelik hedefleri işaret etmesi ya da muğlak bir içerikle kullanılması genelde tüm işletmeler, özeldir Türkiye'deki işletmelerin geleceği öngörme ve biçimlendirme çabalarını yetersiz kılmaktadır. Böyle bir durumun Türkiye açısından geleceğe yönelik stratejik davranış geliştirmelerinde bir dezavantaj olacağını ileri sürmek yanlış olmayacaktır.

Bu çalışmada, yukarıda yer alan düşünceden hareketle vizyon kavramının içeriğinin netleştirilmesi amaçlanmıştır. Bunun için önce kavramın stratejik yönetim alanına girişinin arka planı incelenmiş, bu çerçevede stratejik yönetim alanındaki girişimcilik okulunun vizyoner liderlik yaklaşımının ortaya çıkmasına kaynaklık eden başlıca gelişmeler ele alınmıştır. İkinci olarak girişimcilik okulunun vizyoner liderlik yaklaşımı, içerik olarak incelenerek kavramın içeriği netleştirilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede kavramın içerik tanımlaması esas alınarak günümüzde Türkiye'de işletmelerin vizyon kavramını hangi içerikte kullandıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun için 98 firma ve kurumun "vizyonumuz" başlığı altında yayınladıkları mesajlar, içerik analizi yöntemi ile incelenmiş ve ortaya çıkan sonuçlar yorumlanarak muhtemel nedenleri üzerinde durulmuştur.

II. VİZYON KAVRAMININ STRATEJİK YÖNETİM ALANINDA KULLANILMASININ ARKA PLANI

Vizyon kavramının stratejik yönetim alanında yaygın olarak kullanılmasını çok sayıda değişken ile açıklamak mümkündür. Ana hatları ile konuya

baktığımızda bunları iki grupta ele almak mümkündür. Birincisi, Schumpeter tarafından ortaya atılan 'ekonomik gelişme kuramı' ile ilgili görüşlerdir. İkincisi ise ekonomik ve sosyal sistemde meydana gelen değişimlerin gözlemlenmesi sonucu ortaya çıkan görüşlerdir. Bu görüşlerin ilgi çekmesi, konuyla ilgili kuram arayışlarına neden olmuş ve Schumpeter'in 1934-42 yıllarında İngilizceye tercüme edilen görüşleri "vizyoner liderlik" kavramı olarak konunun kuramsal arka planını oluşturmuştur.

Konuya çok genel olarak bakıldığında, vizyon kavramının stratejik yönetim alanındaki yaygın kullanımının yönetim alanındaki yeni bir paradigmanın sonucu olduğu ileri sürülmektedir. Eski yönetim paradigması, Tofler tarafından "ikinci dalga" olarak adlandırılan endüstri devriminin kitle üretim sisteminin işlerliğini sağlayan düz mantık, denge ve ölçüme dayanan yönetim paradigmasıdır [11]. Tofler, "üçüncü dalga" olarak adlandırdığı yeni yönetim paradigmasının ise, bilgi devrimine dayanan yenilik ve sürekli değişimde yattığını ileriye sürmektedir. Tofler'e göre, yeni paradigmanın şekillenmesinde, geleceğe yönelme en önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Yeni paradigmanın dayanakları "düş gücünü kullanma, tasarlama" [12], yeni iş kuralları, yenilik yapma koşulu, hız ve Newton'cu fizik anlayışı (deterministik) yerine "kaos" (Kaos kavramı, anlayış olarak, "herhangi bir sistemin dinamik özellikler göstererek doğrusal olmayan bir davranışla, başlangıç değerlerine aşırı hassas bir bağıllık içinde sonuç üretmesini ifade etmektedir" [13]. Kaos önemli ölçüde rastlantıya çok büyük önem veren kuantum mekaniğine dayanır. Newton'cu klasik mekanik ise, fiziksel bir sistemin belli bir zamandaki (başlangıç zamanı) durumu bildiği takdirde bu durumun zaman içinde uğradığı değişimleri ve buna bağlı olarak sistemin herhangi diğer bir zamandaki durumunun saptanabileceği (determinizm) kabulüne dayanır [15]) anlayışı olduğunu vurgulamaktadır [13].

Stratejik yönetim çerçevesinde konuya bakıldığında, yukarıdaki düşünceye paralel bir gelişmenin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. 1970'li yıllardan başlayarak kabul gören ve sürekli gelişen stratejik yönetim alanındaki düşünceler, başlangıçta "statik analiz" olarak kabul edilen bir çerçeveye oturmaktadır. Statik analiz esas olarak, mevcut ekonomik ve sektörel koşulları veri olarak ele alıp bir analiz çerçevesi sunmakta ve bu çerçeve içinde rekabete yönelik çözümler üretmeye çalışmaktadır.

II.1. Schumpeter'in Ekonomik Gelişme Kuramı ve Girişimci Liderlik

1990'lı yıllardan itibaren stratejik yönetim alanında yeni rekabet anlayışı arayışlarının ortaya çıktığı ve bu anlayışın ortaya çıkmasında birbirine bağlı bir takım gelişmelerin rol oynadığı kabul edilmektedir. Bu gelişmeler önemli ölçüde neo-klasik iktisadi düşünceye

dayanmaktadır. Klasik iktisadi düşüncenin pazar koşullarını veri alan, firmanın içinde bulunduğu koşulları değiştiremeyeceği ve tekelci rekabetin, sistemin genelini değil; istisnası olduğu biçimindeki kabuller, stratejik yönetimin statik analiz anlayışının arka planını oluşturmuştur. Buna karşılık özellikle Schumpeter'in "kapitalizmin yaratıcı yıkıcılığı" (Schumpeter'in ilk temel çalışması 1912 tarihidir. "yenilikçi girişimcilik" anlayışının girişimcilik teorisi olarak ele alınması 1930 yıllara denk gelmektedir. Eserlerinin İngilizceye çevrilmesi 1934-1936-1942 yıllarında olmuştur [18]) olarak adlandırdığı düşünce, yayınlanmasından 50 yıl sonra stratejik yönetim alanında yeni bir anlayışın ortaya çıkmasının ve rekabete ilişkin analiz çerçevesinin önemli ölçüde değişmesine neden olmuştur.

Özellikle stratejik yönetim konusundaki girişimcilik okulunun vizyoner liderlik yaklaşımı, neo-klasik iktisadi düşüncenin kaynağını Schumpeter'den alan bir rekabet anlayışına dayanarak işletmeler için stratejiler önermekte veya stratejik analizlere girmektedirler [2].

Statik analizi esas alan stratejik yönetim okullarında, oligopol rekabet koşullarının var olduğu sektörler genellikle ihmal edilmektedir. Genel kanı, oligopol sektörlerde rekabetin genellikle, yüzeysel bir biçimde ve ağırlıklı olarak dağıtım kanallarına, ambalaj ve mamul farklılaştırmaya ya da tanıtım hizmetine yönelik olduğu düşünülmektedir. Oligopol piyasa koşullarında fiyat ve maliyet ilişkisine yönelik gerçek bir rekabetin olmadığı varsayılmaktadır. Gilbert ve Strebel ile Porter'in başlangıçtaki rekabete yönelik sektör analizlerinde değer yaratma zincirinin farklı halkalarının ele alınmış olması gene statik analiz çerçevesinde düşünülmektedir [16,17]. Porter'in ilk dönemlerdeki rekabete yönelik strateji analizleri, sektörlerin hayat devreleri ilişkilendirerek ele almış olması da tam anlamı ile dinamik bir analiz olarak kabul edilmemektedir. Bunun nedeni, değer yaratma zincirinin herhangi bir halkasında teknolojik yenilikler ve yeni yöntemlerin uygulanmasının farklı bir stratejik davranış gerektirdiğinin dikkate alınmamış olmasıdır. Dolayısıyla sektörde nitelik değişmesi yerine evrimleşme biçiminde düşünmesi ve daha da önemlisi, temel anlayış olarak firma davranışlarının açık ya da üstü örtük olarak pazar koşullarına tepki veren nitelikte düşünmesidir. Stratejik yönetimin statik analiz aşamasının temel özelliği, oligopolcü sektörlerin varlığı kabul edilmekle birlikte, firmaların geleceğe yönelik olarak piyasa koşullarını belirlemeye yönelik göstermiş olduğu davranışların ihmal edilmesidir.

Ekonomik ve sosyal sistemde meydana gelen gelişmeler, devlet müdahalelerinin belli anlamda gittikçe sınırlandırıldığı buna karşılık küresel etik'in önem kazandığı, tüketici bilincinin gittikçe geliştiği, buna paralel olarak çoğulcu toplum yapısının önemli mesafe aldığı dünyamızda bütün bu gelişmeler, oligopolcü pazarlarda da rekabetin önemli ölçüde fiyat-değer ilişkisi üzerinden

yürütülmesi biçimi almış bu da firmaların varlıkları üzerinde önemli baskılar oluşturmaya başlamıştır. Diğer yönden oligopol sektörlerin genel sistem içindeki varlıkları bir istisna değil, aksine, (en azından bazı sektörlerde) geneli temsil etmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak rekabet anlayışı da, eskisine oranla farklı bir nitelikte ortaya çıkmaya başlamıştır.

Neo-klasik iktisadi düşüncenin stratejik yönetim düşüncesini etkileyen bir diğer özelliği ise analizlerin dayanmış olduğu değişkenlerle ilgilidir. Stratejik analizler sektör özellikleri ve bu sektörlerdeki rekabet biçimlerinin incelenmesi ile ilgilidir. Belirli işletme stratejilerine göre sektör koşulları ele alınırken genellikle talep yönlü bir yaklaşım ağırlık kazanır. Çıkış noktası olarak talep ve talep özellikleri ele alınır. Bu düşünce, klasik iktisadi düşüncenin arz-talep anlayışı sonucudur. Arz ise bir yönüyle talebin karşılanması diğer yönüyle giriş stratejileri ve giriş engelleri ile sınırlı olarak ele alınır. Schumpeter'in ağırlıklı olarak üzerinde durduğu nokta ise arz ile ilgilidir. Buna bağlı olarak rekabete yönelik analizlerde de arz cephesi ön plana çıkmaya başlamıştır.

Bu gün stratejik yönetimin girişimcilik okulu ve bu okulun varsayımlarına dayanan vizyoner liderlik yaklaşımının arka planını Schumpeter'in "kapitalizmin yaratıcı yıkıcılığı" düşüncesi oluşturmaktadır. Schumpeter'in ileri sürdüğü bir düşüncenin günümüzde oligopolcü sektörlerde yaygın bir gelişme olduğu, üstü örtülü olarak genel kabul görmüştür [19]. Bu kanı stratejik yönetim alanında vizyon kavramının kullanılmasına kaynaklık etmektedir [2].

Schumpeter'in "kapitalizmin yaratıcı yıkıcılığı" kuramsal düşüncesinin üç ana özelliği vardır [19]. Birincisi, kapitalizm sürekli değişen bir süreçtir. Başka bir ifadeyle kapitalizmin itici gücü kendisini değiştirebilme yeteneğinde yatar. İkincisi, ekonomik yapıdaki değişme, dışsal nedenlerle değil, bizatihi kapitalist girişimciliğin kendisi tarafından ortaya çıkarılır. Üçüncüsü ise, rekabetin kapitalizmin temel özelliği olduğu ve rekabetin birçok değişik biçimde ortaya çıkacağı biçimindeki düşüncedir. Rekabetin birçok biçimde ortaya çıkması, işletmelerin önüne rekabet konusunda çok sayıda seçenek sunar. Bu düşünceye göre kapitalist süreç, önüne birtakım engeller çıktığında eski yapıyı yıkmaya pahasına kendine çıkış yolu bulacak ve bulunan çıkış yolu sistemin gelişmesine olanak sağlayacaktır. Schumpeter'e göre rekabetçi değişme konusundaki seçeneklerin ve gelişmenin kaynağı yeni teknoloji ve yöntemlerdir. Bu düşünce şu şekilde formüle edilmektedir: "yeni şeyler veya eski şeylerin yeni yöntemlerle yapılması..." [2]. Aslında belli ekonomik ve toplumsal koşullar içinde örgütler için daima birtakım stratejik seçeneklerin mevcut olduğu, örgüt ve yönetim literatüründe üzerinde sıkça üzerinde durulan konu olmuştur [20-23].

Schumpeter'in "kapitalizmin yaratıcı yıkıcılığı" anlayışı 'girişimci lider'liğe dayanır. Schumpeter'e göre, klasik iktisat kuramının benimsediği insan tipinin aksine, girişimci liderin eylemi çok farklı niteliklere sahiptir. Yaratıcı yıkıcılık sürecinin baş aktörü girişimci liderliktir. Bunu şu şekilde ifade etmektedir [18]:

"Birçok insan ispatlanmış yollardan gündelik ihtiyaçlarını kazanmak ister. Yeni olan herhangi bir şeyi denemeye yanaşmaz. ...bunlar kitlelerdir. Daha keskin bir zekâyâ ve daha canlı bir hayal gücüne sahip bir azınlık ise sayılamayacak kadar çok bileşimin farkındadır. ...Ayrıca, çok daha küçük bir azınlık vardır ki, bunlar eylemde bulunurlar. Eylemlerinin planlarını kendilerinin tasarlaması ya da birçok plandan herhangi birini kullanması fark etmeyecektir. Hedonist dengeyi bozan ve korkusuzca riskle yüzleşen bu tiptir"

Schumpeter, girişimci liderin özellikleri arasında vizyonu (sezgi) en başa oturtmaktadır. Schumpeter'e göre "...bu insan tipi, özellikle gelecekle ilgili sınırlı bilgi karşısında üstün özellikleri ve yaratıcılığıyla cesurca davranmakta; iktisadi kaynakları beklenmedik, sıra dışı ve şaşırtıcı yönlerle sürüklemek suretiyle yenilenmenin önündeki engelleri yılmaktadır".

Görüldüğü üzere, stratejik yönetimin girişimcilik okulu, bu okulun vizyoner liderlik yaklaşımı ve sonuçta vizyon kavramının ilgili yazında yaygınlaşmasının kuramsal arka planı yukarıda açıklanan Schumpeter'ci anlayışa dayanmaktadır.

II.2. Ekonomik Sistem, Teknoloji ve Sektördeki Niteliksel Değişimler ve Vizyon

Schumpeter kaynaklı yukarıdaki düşüncüyü destekleyen ve vizyon kavramının stratejik yönetim alanında ön plana çıkarılmasını sağlayan temel nedenler arasında, çeşitli sektörlerde meydana gelen niteliksel değişimleri ile birlikte bu değişmeye dikkat çeken çok sayıda düşüncüyü saymak gerekir. Aslında, önce ekonomik ve sosyal sistemde meydana gelen değişimler dikkatleri bu yöne çekmiş, eski paradigmaların yetersizliği görülünce yeni kuram arayışlarına girilmiş ve sonuçta, 1912 yılında yayınlanan ve 1934-42 yıllarında İngilizce'ye tercüme edilen Schumpeter'ci "kapitalizmin yaratıcı yıkıcılığı" keşfedilmiştir. Bu nedenle sektörde meydana gelen niteliksel değişme, yeni yaklaşımın ortaya çıkmasında önemli rol oynamıştır.

Bu alandaki çalışmalardan biri, Thomas'ın ABD imalat sanayi ile ilgili yaptığı çalışmadır. Thomas, imalat sanayinde rekabetin statik yapıdan dinamik yapıya niteliksel bir değişme gösterdiğini, bunun da bir takım faktörlere bağlı olarak gerçekleştiğini vurgulamaktadır [24]. Bunlar, arz ve talebin özellikleri, sektörün bilgi düzeyi ve sektöre giriş koşullarıdır. Arz talep özellikleri

ile arz ve talebin birbirini iterek yeniliği beslemesi, yani işletmelerin yeni teknolojilere yönelmelerini sağlayacak yenilikleri ödüllendirecek büyüklükte talep potansiyelinin varlığı ve talebin elastik olmaması bir faktör olarak kabul edilir. Aksi durumda işletmelerin yeni teknolojiler kullanarak yeni ürünlere yönelmesi, rekabetin firma varlıkları üzerinde baskı yaratmaması nedeniyle zor olacaktır. Bununla beraber üreticilerin kullandığı teknolojilerin yeni ürünler üretilmesine olanak verecek kadar sofistike bir özellik göstermesi gerekir.

Sektördeki niteliksel değişimler genelde iki değişken ele alınarak incelenmektedir [25]. Sektörün hayat devresi ve teknolojinin değişme hızı (teknolojinin değişme hızı yalnızca yeni teknoloji değil aynı zamanda ve daha çok yöntemdir). Stratejik analizler bu çerçevede, teknolojik değişimin hızlı olduğu durumlarda, sektörün olgunlaşma dönemlerinde "yaratıcı yıkıcılık", büyüme dönemlerinde ise "vahşi, vahşi batı" (Lei ve Slocum, Sektörün hayat devresi ve teknolojinin değişme hızını esas alarak sektör özelliklerini tasnif etmekte sektörleri "hızlı büyüme, vahşi batı, istikrarlı evrimleşme ve yaratıcı yıkıcılık" biçiminde tasnif etmişlerdir. **İstikrarlı büyüme** evresinin özellikleri; durgun endüstri yapısı, donanımlı rakipler, az sayıda ürün farklılaştırma olanakları, ölçek ekonomisinin önemi, maliyet etkinliğinin belirleyiciliği ve bilinçli alıcılardır. **Hızlı büyüme** evresinin özellikleri: Temel ürün geliştirme üzerinde yoğunlaşma, farklılaşma, ölçek ve taklit edilebilir iş modelleri ve müşteri sadakatine yönelmedir. **Vahşi, vahşi batı** evresinin özellikleri; Pazar sınırlarının belirsizliği, çok sayıda rekabet eden teknolojiler ve standartlar, farklı endüstrilerden çok sayıda girişler, müşteri bağlılığı oluşturma ihtiyacıdır. **Yaratıcı yıkıcılık** evresinin özellikleri ise, teknolojik değişme hızının yüksekliği, diğer endüstrilerden yeni girişler, değeri belirleyen yeni teknolojiler, mevcut firmaların pazar payı kaybetme ile yüz yüze gelmeleridir) biçiminde niteliksel değişimler ortaya çıkardığı kabul edilmektedir. Ekonomik ve toplumsal değişimleri gözlemleyen ve bu konuda çeşitli düşünceler ileri süren düşünürler ise stratejik yönetim alanında dikkatleri geleceğe yönelterek 'vizyon'u stratejik yönetimin temel unsurlarından biri haline gelmesine katkıda bulunmuşlardır. Bunların başlıcaları aşağıda özetlenmiştir.

Geleceğin firmaların varlıklarını sürdürmedeki önemine ve çeşitli sektörlerdeki meydana gelen niteliksel değişimlere dikkati çekenlerden biri Tofler'dir. Tofler, Gelecek Korkusu adlı eserinde, dikkatleri geleceğe çekerek, yönetim anlayışı ile ilgili olarak, firmaların varlıklarını sürdürmek, rekabetle başa çıkmak için, "gelecekle uğraşırken hiç olmazsa eldeki amaçlar için yüzde yüz "doğru" olanı kovalamaktan daha önemli çabalara..." ihtiyaç olduğunu, bunun yolunun da "düş gücünü kullanma, tasarlama ve geleceği kavrama gibi" çabalar gerektirdiğini ileri sürer [12]. Yeni Güçler Yeni Şoklar adlı eserinde ise hem mevcut örgütsel

yapılanmaların yetersizliğine hem de geleceğe yönelik “nasıl” sorularının cevap olarak “yeni iş kuralları” geliştirilmesini, eski iş kurallarının ortadan kaldırılması gerektiğini söyler. Tofler’e göre yayılmayı kaçınılmaz kılan iki koşul vardır. Birincisi, yenilik koşuludur. Çünkü hiç bir piyasa payı güvenli değildir. Hiç bir ürünün ömrü sınırsız değildir. Tofler’e göre ikinci koşul ise hızdır. Yenilik yeterli değil hızlı yenilik gereklidir [13].

Geleceğe yönelik fırsatları yakalamak ve/veya yaratmak düşüncesinin yaygınlaşmasında ve dolayısıyla vizyon kavramının stratejik yönetim alanında yaygınlaşmasına katkıda bulunanlar arasında yer alan Handy ise dikkatleri özellikle firma davranışlarının niteliklerine yöneltmektedir. Firmalara geleceği tahmin etmekten kaçınmalarını bunun yerine “geleceği icat etmek”, gerektiğine ve “... Geleceği anlamlı hale getirmek için izlenecek yolun, geleceğe tepki vermek değil, geleceğin denetimini ele geçirmek...” olduğunu söyler [26]. Porter ise, rekabete ilişkin sonraki analizlerinde yarının avantajlarını yaratmaya öncelik verilmesi gerektiğini, iyi bir stratejinin ardındaki ilkelerinin ise “liderlerin endüstrinin mevcut yapısına göre tepkiler vermek yerine, endüstriyi etkilemeyi ve hatta yeniden yapılandırmayı amaçlayabilmekten...”, geçtiğini, değişimin ise yeni müşteri gereksinimleri ve bunları karşılamak için yeni teknolojiler yoluyla gerçekleştirilebileceğine dikkat çekmekte ve aynı zamanda yeniliğin tanımını “yenilik, nesnelere farklı şekillerde sunmak, yeni bileşimler yaratmak demektir. Yenilik küçük aşamalı geliştirmeler yapmak değildir” biçiminde tanımlamaktadır [27].

Vizyon’u ön plana çıkaran diğer bir çalışma ise Hamel ve Prahalad’a aittir. Yukarıdaki düşüncelere paralel bir düşünce ileri süren Prahalad, hem stratejik mimarı kavramını kullanarak vizyonun içeriğini vurgulamakta, hem de geleceğe yönelik stratejiler oluşturmada vizyonun geleceğe yönelik hangi ihtiyaçlara, hangi pazarlara, müşterilerle karşılaşma biçimlerine ve hangi yetenekleri geliştirmeye ilişkin başlıca unsurları ele almıştır [28,29]. Hamel ise hem geleceği kurmanın mümkün olduğunu, hem “...geleceği yaratmak için bilinmesi gereken her şeyin bilinebileceği” hem de bunun için hangi özellikteki örgütsel yapıların gerekeceği üzerinde durmaktadır [30].

II.3. Vizyoner Liderliğin Varsayımları

Buraya kadar olan açıklamalar çerçevesinde vizyon kavramının stratejik yönetim alanında kabul görmesinin arka planını aşağıdaki varsayımlara dayandırmak mümkündür:

a) Rekabet genel olarak işletme varlıkları üzerinde olumsuz baskı yaratır. Firmalar kar marjlarından fedakârlık etmek istemiyor iseler, mevcut koşullara mahkûm olmadan geleceğe yönelmelidirler. Kapitalist sistemin bu aşamasında firmaların, geleceğe yönelik

olarak sektör koşullarını biçimlendirme; en azından etkileme olanakları vardır [24]. Geleceğe yönelen firmalar oyunun kurallarını kendileri belirleyebilirler.

b) Geleceğe yönelik rekabet ve oyunun kurallarını belirlemek, geleceği sezinleyebilme, ön görme veya tasarlama yönelik çaba gerektirir [31].

c) Vizyon olarak tanımlanan bu çabalar en başta liderler tarafından yerine getirilebilecek eylemlerdir. Bu nedenle vizyon, liderlerin sahip olunması gereken temel özelliklerinden biridir [9,31-33].

d) Firmaların başarısı, liderlerin belirlemiş olduğu vizyon doğrultusundaki çabaya; bu da örgüt bütününde vizyon doğrultusunda kolektif bir bilinç [34] oluşturmakla mümkündür.

Stratejik yönetim alanında geleceğe yönelik fırsatların yaratılması ve vizyonun ön plana çıkması ile birlikte vizyoner liderlik, kolektif bilinç, değişim ve dünyanın geleceğine ilişkin görüşler ön plana çıkamaya başlamıştır.

III. VİZYON KAVRAMININ İÇERİĞİ

Vizyon kavramının sözlük karşılığı Türk Dil Kurumu sözlüğünde, gösterim, geniş görüş, ileri görüş ve görme sözcükleri ile açıklanmıştır. **Vizyon sahibi** kavramı ise, geniş görüşlü, ileri görüşlü, ufku geniş (kimse) olarak açıklanmıştır. Türkçe sözlüklerde benzer ya da yakın anlam içeren kavramların karşılığı aşağıdaki biçimde verilmiştir:

Tasavvur: Göz önüne getirme, hayal etme, zihinde bir kişilik kazandırma, tasarım, düşünce, amaç, niyet, maksat, plan.

Tasavvur etmek: Zihinde canlandırmak, göz önüne getirmek;

Öngörü: Bir işin ilerisini kestirme veya bir işin nasıl bir yol alacağını önceden anlayabilme ve ona göre davranma.

İleri görüş: Daha sonra olabilecekleri düşünme işi.

İleri görüşlülük: İleri görüşlü olma durumu.

Stratejik yönetim yazınında vizyon kavramının içeriğine bakıldığında ise öngörü, fikir, geleceğin tasarlanmış şekli [35]; “...bilinenden bilinmeyene doğru zihni bir bakış” [36]; “...geleceğin nasıl olabileceği ve nasıl olması gerektiğini gösteren bir resim” [37]; “...gelecekte arzu edilen bir durum [38]; “...geleceğe yönelik gerçekleştirilebilir amaç ve hedefler [39]; “...ne olmak istiyoruz sorusuna verilen cevaptır” [40].

“...mevcut durum ile gelecekteki potansiyel gelecek arasındaki açıklığı gidermek” [41]; “...örgütü arzulanan bir mesafeye ulaştırmak için açık bir yön belirleme sürecidir” [42].

Vizyon kavramının yukarıdaki içeriklerine bakıldığında gerek stratejik yönetim yazını gerekse Türkçe sözlük karşılıkları birbirlerine anlam bakımından çok yakın durmaktadırlar. Sözcüğün etimolojik kökeni de aynı anlamı işaret etmektedir. Günlük dildeki anlamı itibariyle kavramın anlaşılabilirlik düzeyi yüksektir. Bu açıdan bakıldığında “vizyon” kavramı yerine Türkçe bir sözcük tercih etmek daha sağlıklı olacaktır. İleri görüşlülük, tasavvur, sözcüklerinin aynı anlamı verdiği açıktır. Kavramı Türkçeleştirmek çabasıyla daha özel olarak vizyon yerine “ülkü” sözcüğünün de kullanıldığı görülmektedir [43]. Ancak stratejik yönetim yazınında kavram yönetime ilişkin bir işlevi; daha özel olarak da belli varsayımlar altında liderliğin bir özelliğini vurgulamaktadır.

Vizyon kavramının içeriğini rekabet ve gelişme çerçevesinde ele almak gerekir. Bu anlamda vizyon, gelecekte rekabet üstünlüğü sağlamak ve rekabette oyunun kurallarını koyma işlevi görür. Vizyon kavramının stratejik yönetimle ilişkisinin önem kazanmasına katkı yapanlar arasında önemli bir yer tutan yazarlardan Hamel ve Prahalad rekabete ilişkin işletme stratejilerini teknolojik gelişmeler ve yönetim anlayışı çerçevesinde incelerken yeni strateji paradigmasının oluştuğunu vurgulamaktadırlar. Yazarlara göre yeni strateji paradigmasının ana hatları şöyledir [28]:

1.“Rekabet yarışı, örgütsel değişime değil, sektörel dönüşüme; Pazar payına değil, ağırlıklı olarak fırsat payına yöneliktir.

2.Geleceğe yönelme davranışlarında, belli konum değil, öngörü; uyum değil, gerilim ön planda gelir.

3.Öncülük düşüncesi, mevcut sektör yapısı içinde değil, geleceğin sektör yapısını biçimlendirmeye, yani sektörün var olan kuralları içinde rekabet değil, geleceğin sektörlerinde kuralları koymaya yönelik rekabet biçiminin benimsenmesi. Diğer yönden ürün liderliği için değil, temel yeteneklerde liderlik için rekabet.”

Böylesine bir düşünce kaçınılmaz olarak dikkatleri geleceğe yönelir. Geleceğe vurgu yapan kavram ise vizyon kavramıdır. Bu nedenle vizyon kavramının içeriğini yukarıdaki çerçeveye uygun bir içerik olarak düşünmek gerekir. Bu bağlamda vizyon kavramının;

a) Uzun dönemde, dünyada ve buna bağlı olarak sektörde meydana gelecek değişimleri,

b) Değişimlerin ortaya çıkaracağı ihtiyaçları,

c) Bu ihtiyaçları karşılamak için örgütün sahip olması gereken yetenekleri (teknoloji, yöntem, örgütlenme, yönetim vb) ve

d) Bu ihtiyaçların ihtiyaç sahiplerine ulaştırılmasına dair yöntem ve biçimleri içermesi gerekir.

Herhangi bir kurumun “vizyonu”nun yukarıda sayılan dört konu hakkında bilgi içermesi ve bu bilgilerin çalışanlara mesaj olarak iletilmesi gerekir. Bu tür bilgileri içermeyen vizyon mesajları geleceğe yönelik rekabet avantajı yakalamak için kurum çalışanlarında kolektif bir bilinç oluşturmayacaktır. Bir kurumun tanımlanmış bir vizyonunun olması o kurumun bir vizyona sahip olduğu anlamına gelmemektedir.

IV. TÜRKİYE’DEKİ FİRMALARIN YAYINLADIKLARI VİZYON MESAJLARININ İÇERİKLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Firma veya kurumların web sitelerinde yayınlamış oldukları vizyon mesajlarının nasıl bir içerikte olduğu; ne ölçüde geleceğe ilişkin bilgi içerdiği; eğer geleceğe ilişkin bir bilgi içermiyor iseler bunun muhtemel nedenlerini tespit etmek üzere Türkiye’deki işletmelerin web sitelerinde yayınlamış oldukları vizyon mesajları içerik itibari ile incelenmiştir. Bu amaçla, firmaların ve kurumların web sitelerinde yayınlamış olan vizyon mesajları, elektronik ortamdan temin edilmiştir. “Vizyon” anahtar sözcüğü ile arama motorunda yer alan firma ve kurum bilgilerinden ilk 100 adet vizyon mesajı ele alınmıştır. Elde edilen vizyon mesajları incelendiğinde bunlardan yedi tanesinin vizyon ile ilgili mesaj olmadığı ve üç tanesinin aynı firmaya ait mükerrer mesaj olduğu görülerek değerlendirme dışı bırakılmıştır. Geriye kalan 90 adet vizyon mesajı içerik analizine tabi tutulmuştur.

IV.1. İnceleme Konusu Vizyon Mesajı Yayınlayan Firma ve Kurumlar

İncelemeye tabi tutulan vizyon mesajı yayınlayan firma ve kurumlar aşağıda verilmiştir:

Tablo.1. İncelenen Firma ve Kurumlar

Belediye	3
Sivil Toplum Kuruluşları	6
Üniversite ve Fakülteler	24
Finans Kurumları	12
Diğer Resmi Kurumlar	5
Özel Sektör Hizmet İşletmesi	19
Özel Sektör Üretici İşletme	21

IV.2. İçerik Analizi Sonuçları

Firma ve kurumların yayınladıkları vizyon mesajlarının hangi içeriğe sahip olduklarını tespit etmek için önce vizyon mesajlarında, hangi mesaj öğelerinin yer aldığı belirlenmiştir. Mesaj öğesi olarak tümceler esas alınmıştır. Vizyon mesajlarında birbirinden farklı 55

mesaj öğesi tespit edilmiştir. İnceleme konusu olan birimler homojen bir özellik göstermediği için mesaj öğeleri firma ve grupların özellikleri itibarı ile ele alınmıştır. Farklı özelliklerdeki firma ve grupların vizyon mesajlarında yer alan mesaj öğeleri gruplar itibarı ile Tablo.2'de görüldüğü gibidir:

Tablo.2. Firma ve Kurumların Vizyon Tanımlarında Yer Alan Mesajlar

VİZYON TANIMINDA YER ALAN MESAJLAR	FİRMA VE KURUM GRUPLAR VE SAYILARILARI							Mesaj	
	BELEDİYE	DİĞER RESMİ KURUM	FİN. KUR.	Ö.S. HİZ. İŞL.	STK	ÜN. VE FAK.	Ö.S. ÜR. İŞL.		
	3	5	12	19	6	24	21	n	%
Yenilik yapmak	0	0	4	1	0	0	2	7	0,04
Müşteriye özel ürün veya hizmet üretmek	0	0	1	0	0	0	0	1	0,01
Müşteri memnuniyeti	0	0	1	2	0	0	2	5	0,03
Tecrübe kazanmak	0	0	1	0	0	0	0	1	0,01
Öncülük etmek	0	0	3	2	0	3	3	11	0,06
Ürün tasarımı	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
Süreç iyileştirme	0	0	0	0	0	0	2	2	0,01
Sürekli gelişme	0	0	0	1	1	3	1	6	0,03
Kalite iyileştirme üstün kalite	1	0	1	5	1	5	6	19	0,11
Kaynak tasarrufu	0	0	0	1	0	0	0	1	0,01
Enerji tasarrufu	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
Küresel rekabet	0	0	0	0	0	3	1	4	0,02
Dış pazar açılmak	0	0	0	0	0	0	0	0	-
Sektörde liderlik	0	0	2	3	0	2	5	12	0,07
En iyi olmak	0	0	3	4	0	3	2	12	0,07
Daha iyi olmak	1	0	0	1	1	3	1	7	0,04
Teknoloji geliştirmek	0	0	0	0	0	0	0	0	-
Teknoloji takip etmek	0	0	0	2	0	0	0	2	0,01
Teknolojide öncülük	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
İlk 10 girmek	0	0	0	0	0	1	1	2	0,01
Yaşam kalitesini artırmak	0	0	0	1	0	0	1	2	0,01
Dünya standartlarına ulaşmak	0	0	1	4	0	7	1	13	0,07
Bilgi yönetimi	0	0	0	0	0	0	0	0	-
Çözüm üretmek	0	0	2	1	0	0	0	3	0,02
Verimlilik /etkinlik	1	0	1	1	0	0	1	4	0,02
Ekip/takım geliştirmek	0	0	0	0	0	1	1	2	0,01
Çalışanların standartlarını yükseltmek	0	0	0	0	0	2	1	3	0,02
Mükemmellik kültürü	0	0	0	1	0	2	0	3	0,02
Değişime açık olmak	0	0	0	0	0	1	1	2	0,01
Çevreye duyarlı olmak	0	0	0	1	0	0	3	4	0,02
Kültürel farklılığa saygılı olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
Pazar payını artırmak	0	0	1	0	0	0	1	2	0,01
Pazarı büyütmek	0	0	0	1	0	0	0	1	0,01
Ar-Ge	0	0	0	1	0	0	0	1	0,01
Maliyet iyileştirme	0	0	0	0	0	0	2	2	0,01
Toplumsal kaliteyi geliştirmek	0	0	1	0	2	0	0	3	0,02
Sürdürülebilir bir dünya	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
Biz en iyisiyiz	0	0	0	1	0	0	0	1	0,01
Biz lideriz	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
Bilgi üretmek	0	0	0	0	0	1	0	1	0,01
Kurum kültürü geliştirmek	0	0	0	0	0	1	0	1	0,01
Saygınlığını korumak	0	0	0	1	1	1	0	3	0,02
Firma değerini artırmak	0	0	0	1	0	0	0	1	0,01
Vazgeçilmez olmak	0	0	1	0	0	0	0	1	0,01
Çalışanlara karşı şeffaf olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
Farklılıklara saygılı olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
Çalışanlara karşı güvenilir olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
Mesleki ahlak ilkelerine bağlı kalmak	0	0	1	0	0	0	0	1	0,01
Rakiplerden üstün olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	0,01
Tercih edilen bir marka olmak	0	0	1	0	0	1	0	2	0,01
Güvenilir olmak	0	0	0	0	0	0	0	0	-
Farklılık yaratmak	0	0	0	0	0	0	2	2	0,01
Muhtaçlara yardım etmek	1	0	0	0	0	0	0	1	0,01
Kişisel potansiyelin keşfedilmesine olanak	0	0	0	1	0	0	0	1	0,01
Anlaşılmayan mesaj	0	0	0	1	0	1	0	2	0,01
Kendisi hakkında tanıtım bilgisi	1	0	2	1	2	8	1	15	0,08
TOPLAM	5	0	27	39	8	49	51	179	1.00

Yukarıdaki tablo incelendiğinde ortaya çıkan sonuçlardan biri, 15 vizyon mesajının, yalnızca yayınlayan firma veya kurum hakkında tanıtım bilgisi verdiği görülmüştür. İlginç bir başka nokta ise bunlardan 8 tanesinin üniversite ve fakültelere ait olmasıdır. Mesaj ögesi frekans analizinde, frekansı en yüksek mesaj ögeleri “kalite iyileştirme, yüksek kalite” (19), “dünya standartlarına ulaşmak” (13), “sektörde liderlik” (12), “en iyi olmak” (12) ve “öncülük,etmek” (11) çıkmıştır. Burada yer alan mesaj ögeleri firma ve kurumların geleceğe ilişkin bir vizyona sahip olmadıklarını, daha çok mevcut faaliyetlerini iyileştirme hedefinde oldukları izlenimi ortaya çıkarmaktadır.

Vizyon mesajlarında yer alan mesaj ögeleri birbirine yakın veya birbirlerini tamamlayan ögeler olarak düşünülüp mesaj temaları biçiminde kategoriler oluşturulduğunda ise ortaya daha belirgin bir durum çıkmaktadır. Mesaj ögelerinin mesaj temaları biçiminde oluşturduğu kategoriler itibari ile göstermiş olduğu durum Tablo.3’de verilmiştir.

Vizyon mesajlarının içerdiği temalarda geleceğe ilişkin en azından doğrudan bir bilgi olmadığı görülmektedir. Yenilik ve teknoloji geliştirme konusuna ilişkin mesajlar ise belli bir yenilik ve teknoloji belirtmemektedir.

Yukarıdaki duruma bakıldığında, gerek firmaların gerekse resmi kurumların vizyon mesajlarının temelinde mevcut durumu iyileştirme hedeflere yönelik olduğunu göstermektedir. Firma ve kurumların “vizyonumuz” başlığı altında yer alan mesajlarda, gelecek 10–15 yıl sonra ortaya çıkacak değişimlere ilişkin bir bilgi yer almamaktadır.

V. SONUÇ

90 firma ve kurumun yayınlamış oldukları vizyon mesajlarına ilişkin yapılan içerik analizinde, gelecekte ilgili sektörlerde meydana gelecek değişimler, buna bağlı olarak müşteri ihtiyaçlarında ve müşterilerle karşılaşma biçimlerinde meydana gelecek değişimler hakkında bir bilgi yer almamaktadır. Buna karşılık mesajlar büyük bir çoğunlukla daha iyi olma arzusunu işaret etmektedir. Bu durum, vizyon tanımlarından “olmayı arzu ettiğimiz yer...” biçimindeki tanımlara uygun düşmektedir. Ancak böyle bir tanım bünyesinde öngörü, ileri görüşlülük, gibi unsurlar yer almamaktadır.

Yapılan araştırma sınırlı olmakla birlikte bazı muhtemel nedenler hakkında bir fikir vermektedir.

Stratejik yönetim perspektifinde ele alınan vizyon kavramı, özde girişimcilik okulunun vizyoner liderlik

yaklaşımına dayanmakla birlikte, işletme ve diğer kurumlar tarafından “vizyon” içeriğinden yoksun olarak kullanılmaktadır. Bu durumun muhtemel nedenlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

Birincisi, firma ve kurumların gelecek 10–15 sonra dünyada, sektörde meydana gelecek değişimler hakkında gerçekten bir bilgilerinin olmadığı savunulabilir. Ya da başka bir deyişle firma ve kurumlar ileri görüşlü liderlerden yoksundurlar. Bu nedenle de yayınladıkları vizyon mesajlarında geleceğe ilişkin bir bilgi yer almamakta ve dolayısıyla ortaya çıkacak müşteri ihtiyaçları ve müşterilerle karşılaşma biçimleri hakkında da bir bilgiye rastlanmaktadır. Araştırmanın sınırlı verileriyle böyle bir genellemeye varmak doğru olmasa da bu durum, Türk toplumunun uzun vadeli planlar yapmama konusundaki kültürel özellikle uyumlu görünmektedir [44].

İkinci muhtemel bir sonuç ise, firma ve kurum liderlerinin (veya üst yönetiminin) gerçekte bir vizyona sahip oldukları buna karşın, bunu “vizyonumuz” mesajında açıklamayı rekabet açısından, rakiplere bilgi aktarmak olarak düşünerek sakıncalı bulmaktadırlar. Ancak bu varsayımı destekleyecek araştırmalara ihtiyaç vardır.

Üçüncü muhtemel bir neden ise, firma ve kurum liderlerinin en azından bir kısmının bir vizyona sahip olduğu, ancak, bu vizyonun çalışanlar ve üçüncü kişilere mesaj olarak aktarılması konusunda ilgisiz kalmaktadırlar. Firmaların “vizyonumuz”, “misyonumuz” gibi kurumsal iletişim çabaları daha çok danışmanlık sektörünün bu firmalara satmış oldukları hizmet paketleri ile bir gereklilik olarak ortaya çıkmakta, firmanın veya kurumun vizyonu ve misyonunun yazılması görevi ise belli bir bölüme görev olarak verilmekte ve bu görevi yerine getirmenin kolay yolu da hazır örneklere başvurmak olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak böyle bir genelleme için de konuyla ilgili bir araştırmaya ihtiyaç vardır.

Bir başka muhtemel neden ise, özellikle vizyon kavramının Türkçe olmaması olarak kabul edilebilir. Yukarıda vizyon kavramının çeşitli tanımları ele alındığında net bir Türkçe karşılık yer almamaktadır. Kavramın açık, net, sınırları, içeriği ve işlevi belli bir karşılığın ulaşmak zor olmaktadır. İleri görüşlülük ve dikkatleri geleceğe çevirmek bir düşünce alışkanlığıdır. Kavramın Türkçe karşılığının olmaması bu konuda bir zorluk yaratmaktadır.

Buraya kadar sayılan nedenler muhtemel nedenler olarak düşünülmektedir. Bunlardan hangisinin ne ölçüde etken olduğu yapılacak araştırmalarla ortaya çıkacaktır.

Tablo.3. Mesajların İçerdiği Temalar

VİZYON TANIMINDA YER ALAN MESAJ TEMALARI	FİRMA VE KURUM GRUP VE SAYILARI							Mesaj	
	BELEDİYE	DİĞER RESMİ KURUM	FİN. KUR.	Ö.S. HİZ. İŞL.	STK	ÜN. VE FAK.	Ö.S. ÜR. İŞL.		
	3	5	12	19	6	24	21	n	%
ÇALIŞMA HAYATINI İYİLEŞTİRME	0	0	0	0	0	2	5	7	0,04
Çalışanların standartlarını yükseltmek	0	0	0	0	0	2	1	3	
Kültürel farklılığa saygılı olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	
Çalışanlara karşı şeffaf olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	
Farklılıklara saygılı olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	
Çalışanlara karşı güvenilir olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	
KURUM İMAJİ VE SOSYAL SORUMLULUK	0	0	3	5	3	2	8	21	0,12
Müşteri memnuniyeti	0	0	1	2	0	0	2	5	
Enerji tasarrufu	0	0	0	0	0	0	1	1	
Yaşam kalitesini artırmak	0	0	0	1	0	0	1	2	
Çevreye duyarlı olmak	0	0	0	1	0	0	3	4	
Toplumsal kaliteyi geliştirmek	0	0	1	0	2	0	0	3	
Sürdürülebilir bir dünya	0	0	0	0	0	0	1	1	
Saygınlığını korumak	0	0	0	1	1	1	0	3	
Tercih edilen bir marka olmak	0	0	1	0	0	1	0	2	
Güvenilir olmak	0	0	0	0	0	0	0	0	
MEVCUT DURUMU İYİLEŞTİRME	2	0	2	9	3	16	12	44	0,25
Tecrübe kazanmak	0	0	1	0	0	0	0	1	
Süreç iyileştirme	0	0	0	0	0	0	2	2	
Sürekli gelişme	0	0	0	1	1	3	1	6	
Kalite iyileştirme, üstün kalite	1	0	1	5	1	5	6	19	
Daha iyi olmak	1	0	0	1	1	3	1	7	
Ekip/Takım geliştirmek	0	0	0	0	0	1	1	2	
Mükemmellik kültürü	0	0	0	1	0	2	0	3	
Değişime açık olmak	0	0	0	0	0	1	1	2	
Kurum kültürü geliştirmek	0	0	0	0	0	1	0	1	
Firma değerini artırmak	0	0	0	1	0	0	0	1	
PAZAR PAYI VE LİDERLİK	0	0	10	11	0	12	17	50	0,28
Öncülük etmek	0	0	3	2	0	3	3	11	
Küresel rekabet	0	0	0	0	0	3	1	4	
Dış pazar açılmak	0	0	0	0	0	0	0	0	
Sektörde liderlik	0	0	2	3	0	2	5	12	
En iyi olmak	0	0	3	4	0	3	2	12	
İlk 10 girmek	0	0	0	0	0	1	1	2	
Pazar payını artırmak	0	0	1	0	0	0	1	2	
Pazarı büyütmek	0	0	0	1	0	0	0	1	
Biz en iyisiyiz	0	0	0	1	0	0	0	1	
Biz lideriz	0	0	0	0	0	0	1	1	
Vazgeçilmez olmak	0	0	1	0	0	0	0	1	
Rakiplerden üstün olmak	0	0	0	0	0	0	1	1	
Farklılık yaratmak	0	0	0	0	0	0	2	2	
VERİMLİLİK VE ETKİNLİK	1	0	2	6	0	7	4	20	0,11
Kaynak tasarrufu	0	0	0	1	0	0	0	1	
Dünya standartlarına ulaşmak	0	0	1	4	0	7	1	13	
Verimlilik /Etkinlik	1	0	1	1	0	0	1	4	
Maliyet iyileştirme	0	0	0	0	0	0	2	2	
YENİLİK VE TEKNOLOJİ GELİŞTİRME	0	0	7	5	0	1	4	17	0,09
Yenilik yapmak	0	0	4	1	0	0	2	7	
Müşteriye özel ürün veya hizmet üretmek	0	0	1	0	0	0	0	1	
Ürün tasarımı	0	0	0	0	0	0	1	1	
Teknoloji geliştirmek	0	0	0	0	0	0	0	0	
Teknoloji takip etmek	0	0	0	2	0	0	0	2	
Teknolojide öncülük	0	0	0	0	0	0	1	1	
Çözüm üretmek	0	0	2	1	0	0	0	3	
Ar-Ge	0	0	0	1	0	0	0	1	
Bilgi üretmek	0	0	0	0	0	1	0	1	
KENDİNİ TANITIM	1	0	2	1	2	8	1	15	0,08
Kendisi hakkında tanıtım bilgisi	1	0	2	1	2	8	1	15	
DİĞER MESAJ TEMASI	1	0	1	2	0	1	0	5	0,03
Bilgi yönetimi	0	0	0	0	0	0	0	0	
Mesleki ahlak, ilkelere bağlı kalmak	0	0	1	0	0	0	0	1	
Muhtaçlara yardım etmek	1	0	0	0	0	0	0	1	
Kişisel potansiyelin keşfedilmesine olanak sağlamak	0	0	0	1	0	0	0	1	
Anlaşılmayan mesaj	0	0	0	1	0	1	0	2	
								179	1,00

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Bezold, C. (1996). On Future Thinking: Trends, Scenarios, Visions, and Strategies. *QualityProgress*, July, (29)7, 81-83.
- [2] Mintzberg, H.; Ahlstrand, B. & Lampel, J. *Strategy Safari: A Guide Tour Through The Wilds of Strategic Management*. New York: The Free Press.
- [3] Kırım, A. (1998). *Yeni Dünyada Strateji ve Yönetim*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- [4] *Türkçe Sözlük*. (<http://www.TDK.org.tr/TR/SozBul>). [26.09.2006].
- [5] (1982). *Büyük Sözlük*. İstanbul: Ansiklopedik Yayıncılık.
- [6] Awamleh, R. & Gardner, W.L. (1999). Perception of Leader Charisma and Effectiveness: The Effects of Vision Content, Delivery, and Organizational Performance. *The Leadership Quarterly*, 10(3), 345-373.
- [7] Kirkpatrick, S.A.; Wofford, J.C. & Baum, J.R. (2002). Measuring Motive Imaginary Contained in The Vision Statement. *The Leadership Quarterly*, 13,(2), 139-150.
- [8] Berson, Y.; Shamir, B.; Ayalio, B.J. & Popper, M. (2001). The Relationship Between Vision Strength Leadership Style, and Context. *The Leadership Quarterly*, 12(1), 53-73.
- [9] Domn, D.R. (2001). Strategic Vision: Sustaining Employee Commitment. *Business Strategy Review*, 12(4), 39-48.
- [10] Wheelen, T. & Hunger, D.J. (1998). *Strategic Management and Business Policy*. Amsterdam Addison-Wesley Longman Inc.
- [11] Tofler, A. & Tofler, H. *Önsöz, Geleceği Yeniden Düşünmek*. (Der.: Gibson, R.). (Çev.: Gül, S.). İstanbul: Sabah Kitapları.
- [12] Tofler, A. (1981). *Gelecek Korkusu: Şok*. (Çev.: Sargut, S.). 3. Baskı. İstanbul: Altın Kitaplar Yay.
- [13] Tofler, A. (1992). *Yeni Güçler Yeni Şoklar*. (Çev.: Çorakçı, B.). İstanbul: Altın Kitaplar Yay.
- [14] Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği*. 10. Baskı. İstanbul: Arkan Yayınevi.
- [15] Ruelle, D. (1995). *Rastlantı ve Kaos*. (Çev.: Yurtören, D.). Ankara: Tubitak Yay.
- [16] Gilbert, X. & Strelbel, P. (1988). *Developing Competitive Advantage, The Strategy Process: Concepts, Contexts and Cases*. (Der.: Quinn, J.B.; Mintzberg, H. & James, R.M.). London: Prentice-Hall.
- [17] Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- [18] Kızılkaya, E. (2005). Joseph A. Schumpeter'in Girişimcilik Fikrine Dair Bir Not. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, Kasım, 10, 26-45.
- [19] Craig, T. (1996). The Japanese Beer Wars: Initiating and Responding to Hypercompetition in New Product Development. *Organization Science*, 7(3), 302-321.
- [20] Child, J. (1973). Predicting and Understanding Organization Structure. *Administrative Science Quarterly*, 18(2), 168-185.
- [21] Child, J. (1997). Strategic Choice in The Analysis of Action, Structure, Organizations and Environment: Retrospect and Prospect. *Organization Studies*, 18(1), 43-76.
- [22] Oliver, C. (1988). The Collective Strategy Framework: An Application to Competing Predictions of Isomorphism, Administrative. *Science Quarterly*, 33(12), 543-561.
- [23] Hrebiniak, L.G.; William, F.J. (1985). Organizational Adaptation: Strategic Choice and Environmental Determinism. *Administrative Science Quarterly*, 30(3), 336-349.
- [24] Thomas, L.G. (1996). The Two Faces of Competition: Dynamic Resourfulness and the Hypercompetitive Shift. *Organization Science*, 7(3), 221-242.
- [25] Lei, D. & Slocum, J.W. (2005). Strategic and Organizational Requirements of Competitive Advantage. *Academy of Management Executive*, 19(1), 31-45.
- [26] Handy, C. (1997). Belirsizlikte Anlam Bulmak, *Geleceği Yeniden Düşünmek*. (Der.: Gibson, R.). (Çev.: Gül, S.). İstanbul: Sabah Kitapları.
- [27] Porter, M. (1996). *Yarının Avantajlarını Yaratmak, Geleceği Yeniden Düşünmek*. (Der.: Gibson, R.). (Çev.: Gül, S.). İstanbul: Sabah Kitapları.
- [28] Hamel, G. & Prahalad, C.K. (1996). *Geleceği Kazanmak*, İstanbul: İnkılâp Kitapevi.
- [29] Prahalad, C.K. (1997). Büyüme Stratejileri, *Geleceği Yeniden Düşünmek*. (Der.: Gibson, R.). (Çev.: Gül, S.). İstanbul: Sabah Kitapları.
- [30] Hamel, G. (1997). Rekabet Tabanını Yeniden Yaratmak, *Geleceği Yeniden Düşünmek*. (Der.: Gibson, R.). (Çev.: Gül, S.). İstanbul: Sabah Kitapları.
- [31] Ireland, R.D. & Hitt, M.A. (2005). Achieving and Maintaining Strategic Competitiveness in the 21st Century: The Role of Strategic Leadership. *Academy of Management Executive*, 19(4), 63-77.
- [32] Humphreys, J. (2004). The Vision Thing. *MIT Sloan Management Review*, 45(4), 96-97.

- [33] Strange, J.M. & Mumford M.D. (2005). The Origin Of Vision: Effects of Reflection, Models, and Analysis. *The Leadership Quarterly*, 16(1), 121-148.
- [34] Pruzan, P. (2001). The Question of Organizational Consciousness: Can Organizations Have Values, Virtues and Visions? *Journal of Business Ethics*, 29(3), 271-284
- [35] Akgemci, T.; Çelik, A. & Ertuğrul, Ü.G. (2004). Vizyon Sahibi Örgütlerin Özellikleri: Konya Sanayi İşletmelerinde Yapılan Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11,1-28.
- [36] Yılmaz, A. & Akdemir, S. (2005). *Örgütlerde Vizyon ve Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık..
- [37] Karaman, A. (2005). *Vizyon Yönetimi*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yay.
- [38] Ülgen, H. & Mirze, S.K. (2004). *İşlemelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Literatür Yay.
- [39] Aktan, C. (2005). *Geleceği Kazanmanın Yolu: Stratejik Yönetim*. (http://www.canaktan.org/canaktan_personal/canaktan-arastirmalari/toplam-kalite/aktan-stratejik-yonetim.pdf). [29.08.2006].
- [40] David, F.R. (1999). *Strategic Management: Concepts*. New Jersey: Prentice Hall.
- [41] Shepard, G.S. & Podolny, J. (2001). *Strategic Management*. New York: John Willey and Sons Inc.
- [42] Lewis, B.C. (1999). The Right Question Lead to The Right Vision. *Journal of Management in Engineering*, 15(5), 6-7.
- [43] Titiz, Tınaz, (<http://www.tinaztitiz.com/hizmet.php4>) [29.08.2005].
- [44] Hampden, C.T. & Trompenaars, A. (1995). *Kapitalizmin Yedi Kültürü*. (Çev.: Doruker, F.). İstanbul: Sabah Kitapları.

Binali DOĞAN (binalidogan@marmara.edu.tr) has a Ph.D. of Business Administration at Marmara University Institute of Social Sciences. He is a lecturer of Management and Organization at Marmara University. His research areas are organizational theory, business ethics, and organizational culture.

GÜVEN: BİR ANKET GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

Deniz BÖRÜ¹, Güler İSLAMOĞLU², Melek BİRSEL³

¹Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Doçent Dr.

²Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İngilizce İşletme Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

³Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İngilizce İşletme Bölümü, Dr.

TRUST: A SCALE DEVELOPMENT

Abstract: Studies related with trust reveal that trust has been analyzed at different levels and in different dimensions. There are various scales developed for measuring these different dimensions. However, all these scales take trust as a single dimension and they are mostly translated from other languages. Trust might mean different things when analyzed in terms of trust toward the organization, toward the manager and toward the peers. On the other hand, those scales that have been developed through translation might not reflect the trust in Turkish culture. As a result, this study aimed to develop a scale to find out different dimensions of trust that lead to trust toward the manager, organization and the peers. The analyses conducted have revealed that trust toward the manager has been collected under 10 factors including 40 items, trust toward the peers is collected under 9 factors including 38 items and trust toward the organization is collected under 2 factors including 38 items.

Keywords: Trust, Trust Scale, Trust Toward Managers, Trust Toward Peers, Trust Toward Organization

GÜVEN : BİR ANKET GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

Özet: Güven konusunda yapılan çalışmalar, çalışan açısından güvenin farklı düzeylerde ve farklı boyutlar içerisinde ele alınabileceğini ortaya koymaktadır. Literatürde bu boyutların ortaya konmasında kullanılacak farklı güven ölçeklerinin bulunmaktadır. Ancak, bu ölçekle incelendiğinde güvenin bütüncül bir yaklaşım içerisinde ele alındığı ve çoğunun yabancı literatürden tercüme edildiği dikkat çekmektedir. Oysa güven; yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven, kuruma güven açısından farklı anlamlar ifade edebilir. Diğer yandan literatürdeki güven anketlerinin tercüme yolu ile literatüre katılan güven ölçekleri Türk kültürü içerisinde güveni tam olarak ortaya koyamayabilir. Bu noktadan hareketle bu çalışmada çalışanlar açısından farklı düzeylerde (yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven, kuruma güven) güven duymada gerekli olan unsurlar ortaya konmaya çalışılarak, bir güven anketi geliştirilmeye çalışılmıştır. Yapılan analizler sonucunda yöneticiye güvenin 10 faktör başlığı altında toplanan 40 ifade ile, çalışma arkadaşlarına güvenin 9 faktör altında toplanan 38 ifade ile ve kuruma güvenin 10 faktör başlığı altında toplanan 38 ifade ile ölçülebildiği bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Güven, Güven Anketi, Yöneticiye Güven, Kuruma Güven, Çalışma Arkadaşlarına Güven

I. GİRİŞ

Sosyal psikoloji alanında yapılan araştırmalar güven konusuyla 40 seneden uzun bir süredir ilgilenmektedir. Orijinal olarak güven, grup içindeki birlikteliği nasıl harekete geçirdiği veya nasıl engellediği konusunda grup ortamını etkileyen diğer unsurlar arasına girmiştir. Daha sonra, güven farklı alanlarda da incelenmiş, örneğin öğretmenlere güven, doktorlara güven, politikacılara güven gibi konularla sık sık gündeme gelmiştir. Referans listelerine baktığımızda güven konusu ile ilgili 1997 yılına kadar 797 adet basılmış yayın bulunmaktadır [1]. Buna ilaveten, son incelemeler gösteriyor ki güven sosyal psikologların ilgi odağı olmaya hala devam etmektedir [1,2].

Son yıllarda güven tanımı yapılırken kişinin niyet veya hevesinden çok davranış biçimlerine bakılmaktadır. Örneğin, Hosmer (1995) güveni "Tehlikeye maruz kalma veya itimat etme durumunda karar verirken kişinin karşı

tarafın davranışları hakkında iyimser beklentiler içine girmesi" olarak tanımlamıştır [3]. Başka bir tanıma göre güven, bir kişinin veya kurumun tehditkar olmaması, adil olması, güvenilir ve ahlaklı olması, işinin ehli olması sonucunda ona itimat etmek ve inanç göstermektir [4]. Robinson (1996) ise güveni "kişinin karşı taraftan gelecek davranışların kendisi için yararlı, olumlu en azından zararlı olmayacağı konusunda beklenti içinde olması, varsayması ve inanması" olarak tanımlamaktadır [5].

Yönetim alanında yapılan çalışmalarda güven kavramı çoğunlukla yöneten ve yönetilen arasındaki ilişki açısından ele alınmaktadır. Yönetim ve örgüt kuramı alanında güvenle ilgili yapılan çalışmalar birbirini destekler biçimde birtakım sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Güven, çoğunlukla bir bireyin başka bir birey ya da bir olayın sonucu hakkında sahip olduğu olumlu beklentiler olarak göz önüne alınmalıdır. Güven, isteğe bağlı bir işbirliğinden ve bu işbirliğinden doğacak olumlu sonuçlardan meydana gelmektedir. Bu sonuçlar ışığında

güven paylaşılan beklentiler dizisi olarak düşünülebilir. Bu da kurum içerisinde güven faktörünü ortaya çıkarmaktadır [6].

Güven kurum içerisinde "bireyler arası güven", "üst yönetime ya da kuruma duyulan güven", "kurumlararası güven", "müşterilerin kuruma güveni", "yöneticinin astına güvenmesi", "astın yöneticiye güvenmesi" ve "çalışma arkadaşlarının birbirine güvenmesi", "departmanlararası ve ekiplerarası güven" şeklinde farklı düzeylerde incelenebilir.

Bu çalışmada **kurum içinde güven** kavramı "yöneticiye güven", "çalışma arkadaşına güven" ve "kuruma güven" boyutları altında incelenerek bir güven ölçeği geliştirilmiştir.

Literatürde "yöneticiye güven", "çalışma arkadaşına güven" ve "kuruma güven" çeşitli şekillerde ele alınmakla birlikte, yapılan çalışmalarda bu üç güven tipinin iç içe geçtiği ve kesin sınırlar içerisinde tanımlanamadığı görülmektedir. Zira güvene yol açan açıklık, dürüstlük, tutarlılık, adalet, yetkinlik ve yardımseverlik her üç kavramın tanımlanmasında kullanılan özellikler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Mishra ve Morrissey (1990) kurumsal güveni "bir çalışanın, kurumun sağladığı desteğe ilişkin algıları, liderin doğru sözlü olacağına ve verdiği sözü tutacağına olan inancı olarak" tanımlamaktadır [7]. Bu bağlamda güven, hem yatay hem de dikey boyutta tüm kurum içi ilişkilerin temelini oluşturmaktadır[8]. Tanımdan görüldüğü gibi kuruma güven ve yöneticiye güven iç içe ele alınmaktadır. Mayer ve arkadaşları'na göre (1995) çalışanlar ancak olumlu beklentiler içinde oldukları zaman karşı tarafa güvenirler ve beklentilerinin karşılanmaması riskini gönüllü olarak üstlenirler [9]. Aynı zamanda bu beklentileri yerine getirmeleri için karşı tarafı zorlayamaz ve kontrol altına alamazlar [10]. Lewicki ve arkadaşları (1998) ise kurumsal güveni, riskin söz konusu olduğu durumlarda kurumun elemanlarının ihtiyaçlarını göz önüne alan politikalar uygulayacağı konusunda çalışanın olumlu beklentilere sahip olması şeklinde tanımlamaktadır [11].

Kurumsal güven kavramı bir diğer tanımlamada, "çalışanların yönetime olan güvenleri ve yönetimin kendilerine söylediklerine olan inançlarının derecesi" olarak belirtilmektedir [12]. Bu tanımlamaya göre kurumsal güvenin kaynağı, üst kademe yöneticileri ile ara kademe yöneticilerinin davranışlarıdır [13].

Bir çalışanın duyduğu güven düzeyi bir bütün olarak kurum ve yöneticisi arasında değişmektedir. Çalışanlar, yönetimin kararlarına ve eylemlerine dayanarak kurum hakkında bir öngörü taşıdıklarından, kurumlarda güvenin oluşması, başarılı ilişkilerin kurulması açısından da son derece gereklidir. Güvenin

oluşması için yöneticiler ve çalışanlar, birbirlerine dürüst ve etik davranışlarda bulunmalıdır. Yöneticiler çalışanların meşru eylemlerini desteklemeli ve kurum amaçlarını gerçekleştirmek adına bilgi kısıtlayarak ya da kendi çıkarlarını koruyarak çalışanlardan yararlanmamalıdır [14]. Ayrıca, yöneticinin kolay ulaşılabilir olması, lider olarak kabul edilmesi, olumlu pekiştiricileri tercih etmesi, ast ile üstü arasındaki ilişkinin rahatlatıcı, dostça, üretken gibi olması, çalışanlarda kuruma karşı güven duygusunu oluşturmaktadır [15].

Daha önce belirtildiği gibi kurum ortamında, sorunlar ve sorulara değişik açılardan bakmak gerekir. Güven aynı kurum içinde çalışma arkadaşları, astlar ve üstler, işveren ve çalışan arasında ve hatta kurumlar arasında veya bir kuruma karşı duyulduğunda değişik anlamlar ifade edebilir. Ancak kavramın tanımına bakıldığında ortak olan nokta güven duyulabilmesi için güvenilen ve güvenen kişinin belirli özellikler taşıması gerektiğidir.

Kurumsal güven seneler boyunca değişik şekillerde tanımlanmıştır. Yapılan güven tanımlarında ortak olan nokta karşısındaki kişiye güvenerek risk alan kişinin karşısındaki kişiden gelecek davranışların kendisi için zararlı değil yararlı olacağına inanmasıdır. Gilbert ve Tang (1998) güvenin çalışan için bir destek ve itimat olduğunu savunurlar [16].

Kurumun uzun dönemde istikrarı için, kurum içinde bireyler ve gruplar arasında oluşan güven oldukça önemli bir unsur olarak görülmektedir. Kurumsal güven alanında çalışma yapanlar, güvenin kişilerarası ilişkilerin önemli bir parçası olduğu ve kariyer gelişimine temel teşkil ettiği konusunda aynı görüşü paylaşmaktadırlar [17].

Kurumsal güvenin derecesi kişinin içinde bulunduğu duruma göre değişen beş farklı bileşene ayrılmaktadır. Bu beş bileşen [18]:

• **Yetkinlik**, kurum içinde verilen görevleri yerine getirebilmek için gerekli olan teknik ve kişisel becerileri ifade etmektedir.

• **Tutarlılık**, inanılabilirlik ve kişinin davranışlarının tahmin edilebilirliğidir.

• **Açıklık**, düşüncelerin ve bilgilerin özgürce diğerleriyle paylaşılmasıdır.

• **Bütünlük**, güven duyulacak kişi ya da grubun doğruluk ve dürüstlüğü adına sahip olduğu ündür. Kurumsal güven çerçevesinde bütünlük, kabul edilmiş değerler ve normlar olarak belirtilmektedir.

- **Bağlılık**, kurumu ve kurum üyelerini koruma, destekleme ve diğerlerini cesaretlendirme şeklindedir. [3]

Diğer araştırmalarda ele alınana güvene yol açan özellikler ise [19]

- **Yardımseverlik**, güvenilen kişinin güvenen kişinin iyiliğini düşünmesi

- **Dürüstlük**, doğruluk, karşılıklı saygı duyulan değerlere bağlılık ve verilen sözleri tutulması

- işten çıkarmaların sayısı ve yöneticilerin işten ayrılma sıklığıdır.

Whitener ve arkadaşları [20] yönetsel güvenilirlik modeli olarak ifade ettikleri modellerinde, astların yöneticilerine güven duymalarını sağlayan unsur olarak yöneticilerde bulunması gerektiğini düşündükleri 5 unsur tanımlamışlardır:

- **Davranışlarda Tutarlılık** (geçmişte benzer durumlara verdiği tepki gelecekte yöneticinin davranışlarının tahmin edilebilir olmasına yardımcı olacaktır),

- **Davranışlarda Dürüstlük** (yöneticinin davranışları ile sözleri arasındaki uyum, doğruyu söyleme, sözlerini yerine getirme durumu),

- **Kontrolün Paylaşımı ve Dağılımı**,

- **Doğru ve Açıklayıcı İletişim** (kararlara ilişkin doğru, yeterli ve zamanında bilgi verilmesi ile fikirlerin açıkça ifade edilebilme özelliği),

- **İlgi ve Özenin Gösterilmesi** (çalışanların istek ve ihtiyaçlarına duyarlılık ve ilgi gösterilmesi, çalışanların çıkarlarının korunması, çalışanların istismar edilmemesi).

Genelde değişmez ve her durumda aynı kaldığı kabul edilen güvene yol açan özellikler *Yetenek*, *Yardımseverlik*, *Dürüstlük*, *Açıklık* olarak sayılmaktadır [18, 21-25]. Bu özelliklerin bazen farklı kelimelerle ifade edildiği, ancak kapsamlarının aynı olduğu görülmektedir. Ayrıca, bu özelliklerin bazı araştırmalarda kültürel değer ve özelliklere de bağlı olarak daha alt başlıklarla ifade edildiği de görülmektedir. Örneğin, bu faktörlerin Türk toplumu içerisinde yapılan araştırmalarda kendi aralarında bölünerek “Özgüven”, “Diğerkamlık”, “Uyumluluk”, “Dürüstlük”, “Sevecenlik”, “Açıklık”, “Tutarlılık”, “Bilgili Olmak” ve “Dedikodu Yapmamak” başlıkları altında toplandığı görülmüştür [26].

II. YÖNTEM

Bu çalışmanın temel amacı, kurum içinde güven kavramının “yöneticiye güven”, “çalışma arkadaşlarına güven” ve “kuruma güven”, boyutları ile ilgili bir ölçek geliştirmektir. Bu amaçla ilk olarak “yöneticiye güven”, “çalışma arkadaşlarına güven” ve “kuruma güven” kavramlarının çalışanlarca ne anlama geldiğine ilişkin ifadeler toplanmıştır. Daha sonra bu ifadeler çalışanlara verilerek “yöneticiye güven”, “çalışma arkadaşlarına güven” ve “kuruma güven” duyabilmek için ne kadar gerekli olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. Çalışmada izlenen aşamalar ve elde edilen sonuçlar aşağıda ayrıntılı olarak sunulmaktadır.

II.1. Birinci Aşama : İfadelerin Toplanması

Çalışmanın birinci aşamasında Marmara Üniversitesi Türkçe ve İngilizce İşletme Bölümünde Yüksek Lisans ve Doktora programlarına devam etmekte olan ve bir işyerinde çalışmakta olan toplam 80 kişiden “yöneticiye güven”, “çalışma arkadaşlarına güven” ve “kuruma güven” ifadeleri toplanmıştır.

Bu ifadelerin toplanmasında kişilere üzerinde;

- “beraber çalıştığımız yöneticiye güvenmeniz için aradığımız özellikler nelerdir?”

- “beraber çalıştığımız çalışma arkadaşınıza güvenmeniz için aradığımız özellikler nelerdir?”

- “çalıştığımız kuruma güvenmeniz için aradığımız özellikler nelerdir? ”

Şeklinde açık uçlu soruların bulunduğu anket formları dağıtılmıştır. Deneklerden her bir soru için 5 örnek verilmesi istenmiştir. Toplanan anket formlarında yer alan ifadeler bir araya getirildiğinde yöneticiye güven için 272 tane, çalışma arkadaşlarına güven için 249 tane ve kuruma güven için 256 tane ifade elde edilmiştir.

II.2. İkinci Aşama: İfadelerin Değerlendirilmesi

Çalışmanın bu aşamasında açık uçlu olarak sorulan sorulardan elde edilen ifadeler araştırmacılar tarafından ayrıntılı olarak incelenmiştir. İnceleme sonucunda çoğu ifadenin tekrar ettiği, kimilerinin farklı sözlüklerle aynı anlamı ifade ettiği, bazı ifadelerin ise belli bir duruma yönelik gerekli olan özelliği ifade etmekten çok durumu tasvir ettiği ortaya çıkmıştır. Araştırmacılar çalışmanın amacına yönelik olarak benzer ifadeleri birleştirmiş, tekrarlanan ve ilgisiz olanları kapsam dışında bırakmışlardır.

Yapılan değerlendirme sonucunda toplam 101 ifade yöneticiye güven, 62 ifade çalışma arkadaşlarına güven ve 70 ifade ise kuruma güven duyulmasına neden olan özellikler olarak elde edilmiştir. Elde edilen bu ifadelerin çalışmaya ilişkin yapılan literatür incelemesinde karşılaşılan ve konuyu tanımlayıcı olarak verilen özelliklerle benzerlik gösterdiği görülmüştür.

Elde edilen bu ifadeler çalışmanın bir sonraki aşamasına hazırlık olmak üzere, farklı kurumlarda çalışan 50 kişilik bir grup üzerinde uygulanarak güvenilirliğine bakılmıştır. Bu amaçla deneklere herhangi bir demografik soru yönelmeden, yöneticisine, çalışma arkadaşlarına ve çalıştıkları kuruma güvenmek için bu ifadelerin ne derece gerekli olduğu sorulmuştur. “Tamamen gerekli (5)” den “hiç gerekli değil (1)” e doğru uzanan ölçek üzerinde yöneltilen soruların güvenilirliklerine cronbach alpha ile bakılmıştır. Elde edilen sonuçlardan tüm sorulara ilişkin olarak ortalamaların “biraz gerekli”nin üzerinde olduğu (3,5 ve üzeri) ve güvenilirliklerinin de 0.70’in üzerinde (yöneticisine güven α : ,701 - çalışma arkadaşlarına güven α : ,817 - kuruma güven α : ,801) olduğu tespit edilmiştir.

II.3. Üçüncü Aşama: Anket Formu oluşturma

Ön uygulama sonucunda elde edilen sonuçlara dayanarak, “yöneticiye güven”, “çalışma arkadaşlarına güven” ve “kuruma güven” için toplanan ifadeler bir anket formu haline getirilmiştir. Anket formu 4 kısımdan oluşmaktadır.

Birinci kısımda çalışmanın amacını özetleyen, verilecek yanıtların gizliliğini ve akademik amaçlar için kullanılacağını belirten, ayrıca katılımcıların gönüllü katılımlarını isteyen bir açıklama ile kişisel bilgi formu bulunmaktadır. Kişisel bilgi formunda deneklerden cinsiyet, yaş, medeni durumu, çocuk sahibi olma durumu, eğitim düzeyi, çalışma hayatındaki kıdemi, halen çalışmakta oldukları kurumdaki kıdemleri, ve kurum içerisinde çalıştıkları kademeye ilişkin olarak yöneltilmiş soruları cevaplandırmaları istenmiştir.

Anketin geriye kalan ikinci kısmında “yöneticiye güven”, üçüncü kısmında “çalışma arkadaşlarına güven” ve dördüncü kısmında “kuruma güven” duyulmasına neden olan ifadeler bir yönerge ile deneklere verilmiştir. Bu yönergede deneklerden anket formunda yer alan yöneticilerle/çalışma arkadaşlarıyla/kurumlarla ilgili ifadeleri dikkatlice okumaları ve bir çalışanın yöneticisine/çalışma arkadaşına/kurumuna güvenebilmesi için bu ifadelerin ne derece gerekli olduğunu “Tamamen gerekli (5)” den “hiç gerekli değil (1)” e doğru uzanan ölçek üzerinde işaretlemeleri istenmiştir.

II.4. Örneklem ve Uygulama

Çalışmada toplam 750 anket dağıtılmış, ancak

bunların sadece % 67’si (503 tane geçerli anket) değerlendirmeye alınmıştır. Denekler, İstanbul içerisinde değişik şirket ve sektörlerde çalışan ve kolay ulaşılabilir örneklem yöntemi ile belirlenmiş kişilerden oluşmaktadır. Anket sonuçlarına göre çalışanların % 61’inin erkek ve % 39’unun kadın olduğu; ortalama 31 yaş (değişim aralığı 18-65) civarında oldukları; %40’ının evli ve %60’ının bekar olduğu (bunlar içerisinde dul boşanmış oranı %4); % 36’sinin çocuk sahibi olduğu; % 4’ünün ilkökul, %36’sının lise, % 51’inin üniversite ve %9’unun yüksek lisans ve doktora mezunu olduğu; ortalama olarak 9,22 yıl iş hayatında (değişim aralığı 1-40) ve ortalama 4,73 yıl buldukları şirkette (değişim aralığı 1-40) çalışmakta oldukları; % 22’sinin üst kademede, % 44’ünün orta kademede ve % 34’ünün alt kademede görev yaptıkları ortaya çıkmıştır.

Araştırmacılar anketi deneklere çalıştıkları kurumlara giderek dağıtmış ve daha sonra geri toplamışlardır. Anket dağıtımına 2005 yılı Kasım ayında başlanmış ve 2006 yılı Nisan ayında tamamlanmıştır.

III. BULGULAR

III.1. Güvenilirlik Analizi

Anket formunun ikinci, üçüncü ve dördüncü bölümlerinde bulunan “yöneticiye güven”, “çalışma arkadaşlarına güven” ve “kuruma güven” ifadelerinin yer aldığı ölçeklere ayrı ayrı güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Güvenilirlik analizinde cronbach alpha (α) kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlardan her üç ölçeğin de yüksek düzeyde güvenilir olduğu bulunmuştur (Tablo.1).

Tablo.1.: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

GÜVEN	A
Yöneticiye Güven	,9633
Çalışma Arkadaşlarına Güven	,9506
Kuruma Güven	,9538

III.2. Faktör Analizi Sonuçları

Anket içerisinde yer alan “yöneticiye güven”, “iş arkadaşlarına güven” ve “kuruma güven” ifadeleri ayrı ayrı faktör analizine tabi tutulmuşlardır.

III.2.1.Yöneticiye Güven

Yapılan Faktör analizi sonucunda yöneticiye güven için % 61,161 toplam açıklayıcılığa sahip 12 faktör elde edilmiştir. Bu faktörler “Çalışanlarını Destekleyen”, “Dürüst ve Adil”, “Takım Lideri”, “Olumlu Çalışma Ortamı Yaratan”, “Kendine Güvenen”, “Bilgi Paylaşan”, “Gerginlik Yaratmayan”, “Güven Veren”, “Yetkin”, “Tutarlı”, “Açık Ve Gelişime Önem Veren”, “Yetki Veren ve

Astım Önemseyen” olarak adlandırılmıştır. Analizler sırasında 55 ifade düşük açıklayıcılığa sahip olduğundan ya da birden çok faktör başlığı altında yer aldığından kapsam dışı bırakılmıştır. Tablo.2 incelendiğinde, faktör ortalamalarının 4’ün üzerinde olduğu (Çok gerekli ile oldukça gerekli arasında) (en yüksek Faktör 9: Yetkin) görülmektedir.

Tablo.2. Yöneticiye Güven Faktörleri

FAKTÖR 1 : Çalışanların Destekleyen			
α :	Ort. :	%VAR :	Faktör Katkısı
,8218	4,2210	7,962	
15.Çalışanlarına kurum için önemli olduklarını hissettirebilmesi			,804
14.Özel yaşantısını iş yaşamından ayırabilmesi			,696
16.Teknik açıdan donanımlı olması			,671
29.Karar alırken çalışanların görüşlerini alması			,663
5.Çalışanları her konuda desteklemesi			,561
30.İyi bir dinleyici olması			,480
FAKTÖR 2 : Dürüst ve Adil			
α :	Ort. :	%VAR :	Faktör Katkısı
,8092	4,0790	7,227	
31.Yalan söylememesi			,698
27.Adil olması			,653
23.Çalışanların kendilerini rahat hissetmelerini sağlaması			,609
33.Birlikte alınan kararlara uyması			,606
32.Samimi olması			,593
18.Sorumluluğunu aldığı işlerin hesabını verebilmesi			,512
36.Hem saygılı hem de samimi davranabilmesi			,492
FAKTÖR 3 : Takım Lideri			
α :	Ort. :	%VAR :	Faktör Katkısı
,7745	4,3191	6,584	
78.Çalışanlarının inisiyatif kullanmasına imkan tanınması			,679
79.Çalışanlarına geri bildirim vermesi			,619
77.Takım çalışmasına uygun olması			,596
9.Çalışanlarını koruması			,569
80.İletişime açık olması			,540
41.Anlayışlı olması			,469
FAKTÖR 4 : Olumlu Bir Çalışma Ortamı Yaratan			
α :	Ort. :	%VAR :	Faktör Katkısı
,7794	4,3535	5,925	
86.Huzur vermesi			,683
85.Koruyucu olması			,677
84.Yaratıcı olması			,560
95.İlkel olması			,489
83.Pozitif olması			,462
FAKTÖR 5 : Kendine Güvenen			
α :	Ort. :	%VAR :	Faktör Katkısı
,7566	4,4745	5,114	
51.Kendisi ile barışık olması			,774
50.Kendisine güvenmesi			,771
52.İnsana değer vermesi			,651
FAKTÖR 6 : Bilgi Paylaşan			
α :	Ort. :	%Var. :	Faktör Katkısı
,7149	4,3865	4,825	
58.Bilgi saklamaması			,758
57.Bilgi ve tecrübelerini paylaşması			,702
59.Çalışanların fikirlerine değer vermesi			,581
43.Yeniliklere açık olması			,360
56.Demokratik bir yönetim anlayışına sahip olması			,347
FAKTÖR 7 : Gerginlik Yaratmayan			
α :	Ort. :	%Var. :	Faktör Katkısı
,6755	4,5328	4,678	
97.Çalışanları birbirine düşürmemesi			,731
99.Karşındakinin eksikliklerinden faydalanmaması			,668
98.Kendi stresini ve iç çelişkilerini personeline yansıtmaması			,653

FAKTÖR 8 : Güven Veren			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
,6402	4,3287	4,304	
68.Güven telkin etmesi			,762
67.Deneyimli olması			,707
66.Sıcakkanlı olması			,532
FAKTÖR 9 : Yetkin			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
,6634	4,5696	3,893	
20.İyi eğitim almış olması			,795
22.Çalışanlar arasında etkin bir görev dağılımı yapabilmesi			,735
FAKTÖR 10 : Tutarlı			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
,5340	4,4960	3,678	
8.Verdigi sözleri sonuna kadar tutması			,699
11.Yaptıkları ile söyledikleri arasında tutarlılık olması			,670
FAKTÖR 11 : Açık ve gelişime önem veren			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
,6819	4,3837	3,631	
1.Çalışanların arkasından konuşmaması			,836
2.Çalışanların bireysel gelişimine önem vermesi			,811
FAKTÖR 12 : Yetki Veren ve Astım önemseyen			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
,6100	4,2396	3,375	
62.Bazı ortamlarda çalışanlarının yaptığı işi öne çıkarması			,749
60.Yapılan işi takdir etmesi			,595
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,904			
Approx. Chi-Square : 8685,457 d : 1035 Sig. : ,000			

Elde edilen bu 12 faktör bir başka faktör grubunun alt boyutlarını mı oluşturmaktadır sorusuna cevap bulabilmek amacıyla, 12 faktör kendi içerisinde faktör analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen sonuçlardan toplam % 49,086 açıklayıcılığa sahip 12 faktörün temelde 2 faktör boyutunda toplandıkları görülmüştür (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,910, Approx. Chi-Square : 1873,054, d : 66, Sig. : ,000). Ancak verilerden Faktör 9’un her iki boyut altında da yer aldığı ve oldukça düşük faktör yüküne sahip olduğu görülmüştür. Bu nedenle Faktör 9 kapsam dışı bırakılarak 2.basamak faktör analizi tekrarlanmıştır. Bu aşamada elde edilen sonuçlardan geri kalan 11 faktörün yine 2 faktör boyutunda toplandıkları ancak Faktör 11’in 2.boyutta tek başına kaldığı görülmüştür. Bu nedenle tek başına kalan Faktör 11 de kapsam dışında bırakılmıştır.

2.basamak faktör analizi sonucunda 2 faktör kapsam dışı bırakıldıktan sonra geriye kalan 10 faktör altında 42 ifade toplanmıştır. Gerçekten de bu 42 ifadenin 10 faktör başlığı altına toplanıp toplanmadığını görmek üzere faktör analizi yinelenmiştir. Yapılan bu faktör analizi sonucunda yukarıdaki tabloda Faktör 6 altında yer alan 2 ifade (Yeniliklere açık olması ve Demokratik bir yönetim anlayışına sahip olması) daha önce yer aldıkları faktör başlıkları dışında başka faktörler içerisinde de anlam kazanmaları nedeniyle kapsam dışı bırakılmıştır. Bu faktör analizi sonucunda toplam 40 ifade ile, % 60,484 açıklayıcılığa sahip 10 faktöre ulaşılmıştır (Tablo 3). Tablo.3 incelendiğinde, faktör ortalamalarının 4’ün üzerinde olduğu (Çok gerekli ile oldukça gerekli arasında) (en yüksek Faktör 9: Yetkin) görülmektedir.

Tablo.3. Yöneticiye Güven Faktörleri

FAKTÖR 1 : Çalışanları Destekleyen			
α : ,8218	Ort. : 4,2210	% Var. : 9,168	Faktör Katkısı
15.Çalışanlarına kurum için önemli olduklarını hissettirebilmesi			,786
14.Özel yaşantısını iş yaşamından ayırabilmesi			,687
16.Teknik açıdan donanımlı olması			,676
29.Karar alırken çalışanların görüşlerini alması			,664
5.Çalışanları her konuda desteklemesi			,605
30.İyi bir dinleyici olması			,515
FAKTÖR 2 : Dürüst ve Adil			
α : , 8092	Ort.: 4,0790	% Var. : 8,326	Faktör Katkısı
31.Yalan söylememesi			,705
27.Adil olması			,657
23.Çalışanların kendilerini rahat hissetmelerini sağlaması			,611
33.Birlikte alınan kararlara uyması			,607
32.Samimi olması			,600
18.Sorumluluğunu aldığı işlerin hesabını verebilmesi			,500
36.Hem saygılı hem de samimi davranabilmesi			,486
FAKTÖR 3 : Takım Lideri			
α : , 7745	Ort.: 4,3191	% Var. : 7,026	Faktör Katkısı
78.Çalışanlarının inisiyatif kullanmasına imkan tanınması			,666
79.Çalışanlarına geri bildirim vermesi			,616
77.Takım çalışmasına uygun olması			,592
9.Çalışanlarını koruması			,575
80.İletişime açık olması			,535
41.Anlayışlı olması			,466
FAKTÖR 4 : Olumlu Bir Çalışma Ortamı Yaratın			
α : , 7794	Ort.: 4,3535	% Var. : 6,751	Faktör Katkısı
86.Huzur vermesi			,700
85.Koruyucu olması			,697
84.Yaratıcı olması			,568
95.İkeli olması			,486
83.Pozitif olması			,470
FAKTÖR 5 : Kendine Güvenen			
α : , 7566	Ort.: 4,4745	% Var. : 5,744	Faktör Katkısı
51.Kendisi ile barışık olması			,781
50.Kendisine güvenmesi			,781
52.İnsana değer vermesi			,672
FAKTÖR 6 : Gerginlik Yaratmayan			
α : , 6755	Ort.: 4,5328	% Var. : 5,258	Faktör Katkısı
97.Çalışanları birbirine düşürmemesi			,732
99.Karşısındaki eksikliklerinden faydalanmaması			,675
98.Kendi stresini ve iç çelişkilerini personeline yansıtmaması			,654
FAKTÖR 7 : Bilgi Paylaşan			
α : , 7149	Ort.: 4,5328	% Var. : 5,093	Faktör Katkısı
58.Bilgi saklamaması			,773
57.Bilgi ve tecrübelerini paylaşması			,695
59.Çalışanların fikirlerine değer vermesi			,633
FAKTÖR 8 : Güven veren			
α : , 6402	Ort.: 4,3287	% Var. : 4,813	Faktör Katkısı
68.Güven telkin etmesi			,779
67.Deneyimli olması			,718
66.Sıcakkanlı olması			,513
FAKTÖR 9 : Yetkin			
α : , 6634	Ort.: 4,5696	% Var. : 4,303	Faktör Katkısı
20.İyi eğitim almış olması			,818
22.Çalışanlar arasında etkin bir görev dağılımı yapabilmemesi			,759
FAKTÖR 10 : Yetki veren & Astını Önemseyen			
α : , 6100	Ort.: 4,2396	% Var. : 4,002	Faktör Katkısı
62.Bazı ortamlarda çalışanlarının yaptığı işi öne çıkarması			,791
60.Yapılan işi takdir etmesi			,577
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,907			
Approx. Chi-Square : 7671,175 d : 780 Sig. : ,000			

Çalışmanın son aşamasında elde edilen bu 10 faktörün, farklı faktör boyutları altında toplanıp toplanmadığına ilişkin analiz tekrarlanmıştır. Bu amaçla toplam 10 faktör kendi içerisinde tekrar faktör analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen sonuçlardan tüm faktörlerin %44,651 açıklayıcılığa sahip tek bir boyut altında toplandığı görülmüştür (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,913, Approx. Chi-Square : 1602,269, d : 45, Sig. : ,000).

Sonuç olarak yöneticiye güvenin, toplam % 60,484 açıklayıcılığa sahip 10 faktör altında toplanmış (ki bu 10 faktör tek bir boyutu ifade etmektedir) 40 ifade ile ölçülebildiği ortaya çıkmaktadır.

III.2.2.Çalışma Arkadaşlarına Güven

Çalışma arkadaşlarına güven duyulmasına ilişkin ifadeler faktör analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlardan toplam % 58,420 açıklayıcılık düzeyine sahip 9 adet faktörün ortaya çıktığı görülmüştür. Bu faktörler “Bilgi ve Çabasıyla Başarmak İsteyen”, “Kendini Geliştiren”, “Dürüst ve Açık”, “Sevecen”, “İstismar Etmeyen”, “Hoşgörülü”, “Sorumluluk Sahibi”, “Politik Olmayan”, “Uyumlu” olarak adlandırılmıştır. Analizler sırasında 24 ifade düşük açıklayıcılığa sahip olduğundan ya da birden çok faktör başlığı altında yer aldığından kapsam dışı bırakılmıştır. Tablo 4 incelendiğinde, faktör ortalamalarının 4’ün üzerinde olduğu (Çok gerekli ile oldukça gerekli arasında) ve en yüksek ortalamalı faktörlerin Faktör 6:Hoşgörülü ve Faktör 7:Sorumluluk sahibi olduğu görülmektedir.

Elde edilen bu faktörlerin bir başka faktör grubunun alt boyutlarını oluşturup oluşturmadığını görmek üzere 9 faktör kendi içerisinde faktör analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen sonuçlardan toplam % 49,893 açıklayıcılığa sahip 9 faktörün tek bir boyut altında toplandığı görülmüştür (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,921, Approx. Chi-Square : 1645,971, d : 36, Sig. : ,000).

Sonuç olarak çalışma arkadaşlarına güvenin, toplam % 58,420 açıklayıcılığa sahip 9 faktör altında toplanmış (ki bu 9 faktör tek bir boyutu ifade etmektedir) 38 ifade ile ölçülebildiği ortaya çıkmıştır.

Tablo.4. İş arkadaşlarına Güven Faktörleri

FAKTÖR 1 : Bilgi ve Çabası İle Başarmak İsteyen			
α : ,8276	Ort.: 4,4085	% Var. : ,9,461	Faktör Katkısı
2.Yükselmek amacıyla arkadaşlarına zarar vermemesi			,732
3.Yükselmek için sadece bilgi ve deneyimlerini kullanması			,720
24.Samimi olması			,687
25.İş disiplinine sahip olması			,665
26.Bilgilerini paylaşması			,540
29.Zamanını etkili kullanması			,540
FAKTÖR 2 : Kendini Geliştiren			
α : ,8147	Ort.: 4,3953	% Var. : 9,269	Faktör Katkısı
62.İşini sevmesi			,733
53.İşine sahip çıkması			,705
60.Kendine güveni olması			,644
54.Öğrenmeye açık olması			,568
52.Akıllı olması			,518
58.İş ahlakına sahip olması			,487
FAKTÖR 3 : Dürüst ve Açık			
α : ,7560	Ort.: 4,4221	% Var. : 7,104	Faktör Katkısı
19.İyi iletişim kurabilmesi			,644
23.Fedakar olması			,582
22.Dürüst olması			,570
18.Esnek olması			,549
14.Kültürlü olması			,509
21.Açık olması			,421
FAKTÖR 4 : Sevecen			
α : ,7400	Ort.: 4,1942	% Var. : 6,099	Faktör Katkısı
50.Sevecen olması			,679
48.Arkadaş olması			,678
59.Huzur vermesi			,653
43.Özü sözü bir olması			,482
41.Güven telkin etmesi			,451
FAKTÖR 5 : İstismar Etmeyen			
α : ,6838	Ort.: 4,2107	% Var. : 5,939	Faktör Katkısı
46.Gereksiz yere izin almaması			,668
45.İşyeri temizliğine özen göstermesi			,619
47.Medeni olması			,597
42.Çalışma saatleri içinde özel işlerini yapmaması			,455
FAKTÖR 6 : Hoşgörülü			
α : ,6644	Ort.: 4,5865	% Var. : 5,650	Faktör Katkısı
37.Kıskanç olmaması			,724
36.Yanlışlarını konusunda beni uyarması			,618
35.Yokluğumda çıkan sorunları dışarıya yansıtmadan çözümlenmeye çalışması			,546
FAKTÖR 7 : Sorumluluk Sahibi			
α : ,6680	Ort.: 4,5136	% Var. : 5,612	Faktör Katkısı
12.Sorumluluk sahibi olması			,723
11.Yaptığı işin ya da aldığı kararın arkasında durması			,683
13.İşin gereklerini yerine getirmesi,			,547
FAKTÖR 8 : Politik Olmayan			
α : ,6382	Ort.: 4,4361	% Var. : 5,521	Faktör Katkısı
9.Takım çalışmasına yatkın olması			,605
6.İçten pazarlıklı olmaması			,605
7.Politik olmaması			,475
FAKTÖR 9 : Uyumlu			
α : ,6415	Ort.: 4,3479	% Var. : 4,990	Faktör Katkısı
16.Çalışma ortamına uyum sağlayabilmesi			,714
15.Eğitilmiş olması			,624
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,911			
Approx. Chi-Square : 7340,472 d : 703 Sig. : ,000			

III.2.3.Kuruma Güven

Çalışmada kuruma güven duyulmasına ilişkin 70 ifade faktör analizi ile değerlendirilmiştir ve toplam % 63,804 açıklayıcılık düzeyine sahip 10 adet faktör elde edilmiştir. Elde edilen faktörler “Dürüst ve Tutarlı Çalışan”, “Pozitif İmajı Sahip”, “Huzurlu ve Adil Bir Ortama Sahip”, “İşe Alım ve Oryantasyonu Önemseyen”, “Bağlılık Yaratıcı”, “Mali Güce Sahip”, “Çalışanlarına İlgili ve Saygılı”, “Objektif Performans Değerlendirme Yapan”, “Çalışanların İhtiyaçlarını Dikkate Alan” ve “Uzun Süreli İstihdam Sağlayan” olarak adlandırılmıştır. Analizler sırasında 34 ifade düşük açıklayıcılığa sahip olduğundan ya da birden çok faktör başlığı altında yer aldığından kapsam dışı bırakılmıştır. Tablo.5 incelendiğinde, faktör ortalamalarının 4’e yakın ve 4’ün üzerinde olduğu (en yüksek Faktör 1: Dürüst ve Hakkaniyetli işleyişe sahip), görülmektedir.

Sonuç olarak kuruma güvenin, toplam % 63,804 açıklayıcılığa sahip 10 faktör altında toplanmış (ki bu 10 faktör tek bir boyutu ifade etmektedir) 36 ifade ile ölçülebildiği ortaya çıkmıştır.

IV. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada “Kurum içinde güven”i ölçmek amacıyla geliştirilen ölçekte hem kuruma hem yöneticiye hem de çalışma arkadaşına güven üzerinde durulmuştur. Bunların ayrı ayrı güvenilirlik çalışması yapılmış ve .9506 ve .9633 arasında değişen çok yüksek güvenilirlik puanları elde edilmiştir.

Bu çalışmada “Kurum içinde güveni” yansıtan kuruma, yöneticiye ve çalışma arkadaşına güvenin alt boyutlarını ortaya çıkarmak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz sonuçlarına göre Yöneticiye Güven’in 10 boyutu Çalışanlarını Destekleyen”, “Dürüst ve Adil”, “Takım Lideri”, “Olumlu Çalışma Ortamı Yaratıcı”, “Kendine Güvenen”, “Bilgi Paylaşan”, “Gerginlik Yaratmayan”, “Güven Veren”, “Yetkin”, “Yetki Veren ve Astını Önemseyen”; çalışma arkadaşına güvenin 9 boyutu “Bilgi ve Çabası İle Başarmak İsteyen”, “Kendini Geliştiren”, “Dürüst ve Açık”, “Sevecen”, “İstismar Etmeyen”, “Hoşgörülü”, “Sorumluluk Sahibi”, “Politik Olmayan”, “Uyumlu”; Kuruma Güvenin ise 10 boyutu, “Pozitif İmajı Sahip”, “Dürüst ve Hakkaniyetli İşleyişe Sahip”, “Huzurlu ve Adil Bir Ortama Sahip”, “İşe Alım ve Oryantasyonu Önemseyen”, “Bağlılık Yaratıcı”, “Mali Güce Sahip”, “Çalışanlarına İlgili ve Saygılı”, “Objektif Performans Değerlendirmesi Yapan”, “Çalışanların İhtiyaçlarını Dikkate Alan”, “Uzun Süreli İstihdamı Sağlayan” ortaya çıkmıştır.

Tablo.5. Kuruma Güven Faktörleri

FAKTÖR 1 : Dürüst ve Hakkaniyetli İşleyişe Sahip			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.7745	4,6227	7,948	
27.Çalışanların özlük haklarının (ssk, tazminat vs) verilmesi			,762
26.Maaşların zamanında ödenmesi			,727
4.Verilen sözlerin zamanında yerine getirilmesi			,590
28.Yasalara uygun hareket edilmesi			,568
25.Profesyonel bir yönetim tarzı olması			,560
FAKTÖR 2 : Pozitif İmaja Sahip			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.7925	3,8966	7,890	
59.Yurtiçi ve yurtdışında ortaklıklara sahip olması			,804
58.Sektörde tanınmış bir firma imajına sahip olması			,768
61.Köklü bir geçmişe sahip olması			,732
60.Kurumsallaşmış olması			,699
FAKTÖR 3 : Huzurlu ve Adil Bir Ortama Sahip			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.7594	4,5547	7,293	
50.Çalışanlarına karşı adil davranması			,762
51.Yapılanlarla söylenenler arasında tutarlılık olması			,645
49.Huzurlu bir çalışma ortamı olması			,642
57.Çalışanlara destek olunması			,547
FAKTÖR 4 : İşe Alım ve Oryantasyonu Önemseyen			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.7605	4,3822	7,002	
46.Çalışanların konularında uzman kişiler olması			,709
45.İşe alımların objektif kriterlere dayalı olarak yapılması			,692
47.Açık ve tanımlanmış hedeflere sahip olması			,672
44.Çalışanlara yeterli düzeyde oryantasyon sağlanması			,557
FAKTÖR 5 : Bağlılık Yaratan			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.7446	4,4886	6,677	
18.Çalışanların kendilerini buraya ait hissetmeleri			,748
17.Çalışanların çalıştığı işyerinde çalışmaktan memnun olması			,710
19.Yaratıcılığın desteklenmesi			,611
16.Çalışanlara sahip çıkılması			,555
FAKTÖR 6: Mali Güce Sahip			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.7774	4,3260	6,627	
66.Finansal açıdan güçlü olması			,774
65.Yüksek karlılığa sahip olması			,674
67.Beraber çalıştığı işletmelerle ticari sürekliliğini sağlamada çaba göstermesi			,629
69.Çalışanlar için iyi bir referans olması			,478
68.Çalışanların yaptıkları işleri ortaya koymalarına olanak sağlanması			,451
FAKTÖR 7 : Çalışanlarına İlgili ve Saygılı			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.6803	4,1471	5,641	
35.Çalışanlara ihtiyaç duyduklarında kolaylıkla izin verilmesi			,734
33.Çalışanların özel hayatlarına saygı duyulması			,689
36.Çalışanların sosyal faaliyetler aracılığıyla (piknik, tiyatro, yemek gibi) bir araya getirilmesi			,678
FAKTÖR 8 : Objektif Performans Değerlendirmesi Yapan			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.5717	4,4201	5,070	
2.Objektif performans değerlendirme yapılması			,747
6.Ücretlendirmenin performansa bağlı olması			,617
1.Çalışanlar için kariyer planlaması yapılması			,593
FAKTÖR 9 : Çalışanların İhtiyaçlarını Dikkate Alan			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.7230	4,2863	5,002	
41.Açık iletişim olması			,779
42.Yönetimin çalışanların ihtiyaçlarına hassas olup, karşılamaya çalışması			,751
FAKTÖR 10 : Uzun Süreli İstihdamı Sağlayan			
α :	Ort. :	% Var. :	Faktör Katkısı
.7054	4,2535	4,635	
23.İşten ayrılma oranının düşük olması			,828
24.Çalışanların uzun süreli istihdam edilmesi			,715
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy : ,892			
Approx. Chi-Square : 7023,322 d : 630 Sig. : ,000			

Güven ile ilgili yapılmış diğer araştırmalar incelendiğinde güven unsurunun yönetsel açıdan ne ifade ettiğine dair birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarda güveni ortaya koyan farklı boyutlar bulunmuştur. Gabarro (1978) hiyerarşik basamakların belli olduğu bir üretim işletmesinde sadece üst düzey çalışanlar üzerinde uyguladığı çalışmada, asta karşı duyulan güvende dürüstlük, yeterlilik ve tutarlılık, amire karşı duyulan güvende ise dürüstlük, sadakat ve açıklığın önemli olduğunu ortaya çıkarmıştır [27]. Butler ve Cantrell (1984) Gabarro'nun çalışmasından hareket ederek, öğrenciler üzerinde hipotetik yönetici-ast ilişkileri oluşturarak, yönetici ve astların güven duymasında dürüstlük, yeterlilik, tutarlılık, sadakat ve açıklık boyutlarının önceliklerini ortaya koymaya çalışmıştır [28]. Yapılan araştırma sonucunda hem yöneticiler hem de astlar için ilk ve aynı önem derecesine sahip özellik olarak dürüstlük bulunmuştur. Schindler ve Thomas (1993) da yöneticileri ast, üst ve yatay olma durumlarına göre kişilerarası güven için dürüstlük, yeterlilik, tutarlılık, sadakat ve açıklık özelliklerinin farklı olup olmadığını incelemiştir [29]. Çalışma sonucunda hiyerarşik düzeyler arasında bir farklılık olmadığı ve her üç basamakta bulunan yöneticiler içinde özelliklere ilişkin sıralamanın dürüstlük, yeterlilik, sadakat, tutarlılık ve açıklık olarak gerçekleştiği ortaya çıkmıştır. Aynı çalışmada, aynı düzeydeki yöneticiler arasında, ast ya da üst yöneticilere kıyasla, tutarlılık ve açıklık özelliklerinin daha çok önem taşıdığı bulunmuştur.

Güvenin temel özellikleri yetenek, yardımseverlik, doğruluk ve açıklık olarak sıralanabilir

Yetenek, bir tarafın belirli bir çevre içinde etkiye sahip olmasına olanak tanıyan beceriler, yeterlilikler ve özellikler grubudur. Cook ve Wall [30], Deutsch [31], Jones, James, Bruni [32], Sitkin ve Roth [33] gibi teorisyenlerin hepsi yeteneği güvenin önemli bir unsuru olarak göz önüne almışlardır. Butler [18], Kneec & Knoz, Lieberman, Mishra [24] gibi diğer teorisyenler de benzer bir yapıyı açıklamak için yeterlilik kelimesini kullanmışlardır. Yale çalışmalarında uzmanlık, güvenilenin kritik özelliği olarak açıklanmıştır.

Yardımseverlik, ben merkezli menfaat dürtüsünden başka, güvenilenin güvenene iyi davranmayı istediğine inanılan ölçüdür. Güvenilenin yardımsever olmasının gerekmemesiyle beraber, güvenilen güvenen kişiye yardım etmek ister ve ayrıca güvenilen için herhangi bir ödül de söz konusu değildir. Yardım, güvenilenin güvenene karşı olumlu bir şekilde yönelmesidir [34].

Doğruluk ve güven arasındaki ilişki, güvenenin kabul edilir bulunduğu bir dizi kurala güvenilenin bağlı kalacağına dair güvenenin anlayışını kapsamaktadır. Hem kurallara bağlı kalmanın ve hem de kuralların kabul edilirliliğinin önemli olmasının nedeni bir dizi kurala

uymanın kişisel doğruluğu tanımlamasıdır. Tarafın geçmiş davranışlarının tutarlılığı, başka kişilerden güvenilenle ilgili güvenilir bilgiler, güvenilenin güçlü bir adalet duygusuna sahip olduğuna dair inanç ve tarafın davranışlarının söyledikleriyle benzer olma ölçüsü gibi durumlar tarafın doğruluğa sahip olduğuna ilişkin karar verme ölçüsünü etkilemektedir.

Açıklık ve güven birbirine bağlı iki olgudur. Kişinin kim olduğunu ve ne yaptığını bilmek güveni arttırmaktadır. Başlangıçta bir kişiyle samimi olmak ve ona güvenmek için insanların kişinin kendisi ile ilgili bildiklerini yanlış anlamayacağından ve bunları ona karşı kullanmayacağından emin olmak istemektedir. Açıklık olmayınca güveni korumak da oldukça güçleşmektedir [35].

İnsanlara güven duymak onlarla açık, dürüst ve gerçekçi olmak anlamına gelmektedir. Bütünlük içinde davranmak anlamına gelmektedir. Ancak kurumlar bu konuda kapalı kutu yerler olmaktadır.

Yapılan bu çalışmada da güvenin bu boyutları çıkmıştır ki bunlar yöneticiye güvende “Çalışanlarını Destekleyen”, “Dürüst ve Adil”, “Takım Lideri”, “Olumlu Çalışma Ortamı Yaratıcı”, “Kendine Güvenen”, “Bilgi Paylaşan”, “Gerginlik Yaratmayan”, “Güven Veren”, “Yetkin”, “Yetki Veren ve Astını Önemseyen”; çalışma arkadaşına güvende de “Bilgi ve Çabası İle Başarmak İsteyen”, “Kendini Geliştiren”, “Dürüst ve Açık”, “Sevecen”, “İstismar Etmeyen”, “Hoşgörülü”, “Sorumluluk Sahibi”, “Politik Olmayan”, “Uyumlu” olarak adlandırılmıştır.

Bu boyutlara bakıldığında “dürüst ve adil”, “istismar etmeyen”, geçmiş çalışmaların “Dürüstlük” boyutu ile “çalışanlarını destekleyen”, “sevecen”, “hoşgörülü”, geçmiş çalışmaların “Yardımseverlik” boyutu ile, “bilgi paylaşan”, “politik olmayan”, “kendini geliştiren” geçmiş çalışmaların “Açıklık” boyutu ile “yetkin”, “kendine güvenen” ve “sorumluluk sahibi” ise “Yetenek” boyutu ile paralellik göstermektedir.

Aynı şekilde kuruma güven için çıkan boyutlarda ise “dürüst ve hakkaniyetli”, “huzurlu ve adil bir ortama sahip”, “objektif performans değerlendirmesi yapan”, “mali güce sahip”, “çalışanlarına ilgili ve saygılı”, “çalışanların ihtiyaçlarını dikkate alan”, geçmiş çalışmaların “Dürüstlük”, “Yardımseverlik”, “Açıklık”, “Yetenek” boyutları ile benzer boyutlardır.

Türkiye’de yapılan bir ölçek çalışmasında ise okullarda örgütsel güven üzerinde durulmuş ve bu çalışmanın sonucunda dört boyut elde edilmiştir. Bu boyutlar sırasıyla “Çalışanlara Duyarlılık”, “Yöneticiye Güven”, “Yeniliğe Açıklık” ve “İletişim Ortamı”dır [36].

Bu çalışmada bulunan boyutlardan “olumlu çalışma ortamı yaratan”, “gerginlik yaratmayan”, “yetki veren ve astını önemseyen”, “işe alım ve oryantasyonu benimseyen”, “uzun süreli istihdam sağlayan” “Çalışanlara Duyarlılık” boyutu ile örtüşmektedir.

Kuruma güven için aranan özellikler arasında bu çalışmada çıkan “**Pozitif İmajı Sahip**” olma özelliği daha önceki çalışmalarda çıkmayan bir boyuttur.

Ayrıca, bu çalışmada “**takım lideri**”, “**kendine güvenen**”, yöneticiye güvene yol açan özellikler arasında çıkmıştır. “**Bilgi ve çabası ile başarmak isteyen**” ve “**uyumlu**” da çalışma arkadaşına güven için aranan özellikler arasında çıkmıştır.

Yukarıda belirtilen güven faktörleri dışında örgütsel güveni de ölçmek amacıyla kullanılmış farklı ölçekler ve bunların ölçtüğü farklı güven boyutları da görülmektedir. Courtney, Robinson’un oluşturduğu güven ölçeğini uyarlayarak yöneticiye güven ölçeğini geliştirmiştir. Bu ölçek dürüstlük, uzmanlık, güdüler ve adil olma boyutlarıyla güveni ölçmektedir [37]. Mc Allister ise “Bilişsel ve Duygusal Güven” ölçeği ile kurumlarda güven ilişkilerinin iki farklı boyutu olan bilişsel ve duygusal güveni ölçmeyi amaçlamıştır [38].

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Hans-Werner, B. & Bernd, V. (2004). *Analyse und Kritik. The Social Psychology of Trust with Applications in the Internet Wiesbaden*, 26(1), 48-63.
- [2] Kramer, R.M. (1999). Trust and Distrust in Organizations: Emerging Perspectives, Enduring Questions. *Annual Review of Psychology*, 50(1), 569-598.
- [3] Hosmer, L.T. (1995). Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics. *Academy of Management Review*, 20(2), 379-402.
- [4] Carnevale, D.G. (1995). *Trustworthy Government: Leadership and Management Strategies for Building Trust and High Performance*. San Francisco: Jossey-Bass.
- [5] Robinson, S. (1996). Trust and breach of the psychological contract. *Administrative Science Quarterly*, 41(4), 574-599.
- [6] Küskü, F. (1999). Yöneten-Yönetilen İlişkisinde Güven: Ampirik Bir İnceleme. *Amme İdaresi Dergisi*, 32(1), 137-145.
- [7] Mishra, J. & Morrissey, M.A. (1990). Trust in employee/employer relationships: A survey of West Michigan managers. *Public Personnel Management*, 19(4), Winter, 443-463.
- [8] Demircan, N. (2003). Örgütsel Güven Kavramı: Nedenleri ve Sonuçları. *Celal Bayar Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 139-150.

- [9] Mayer, R.; James, H.; Davis, F. & David, S. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-735.
- [10] Whitener, E.M. (1997). The impact of human resource activities on employee trust. *Human Resource Management Review*, 7(4), 389-404.
- [11] Lewicki, R.J.; McAllister, D. & Bies, R.H. (1998). Trust and distrust: New relationships and realities. *Academy of Management Review*, 23(3), 438-459.
- [12] Caudron, S. (1996). Rebuilding employee trust. *Training and Development Journal*, 50(8), 19-21.
- [13] Şimşek, S. & Taşçı, A. (2004). Örgütlerde "Güven" Konsepti ve Emniyet Örgütü'nde Güven Modellerinin Değerlendirilmesi. *Polis Dergisi*, 34(1), 1-8.
- [14] Nyhan, R. (1999). Increasing Affective Organizational Commitment in Public Organizations. *Review of Public Personnel Administration*, 19(3), 58-70.
- [15] Madzar, S. (2001). Subordinates' Information Inquiry: Exploring The Effect of Perceived Leadership Style And Individual Differences. *Journal of Occupational & Organizational Psychology*, 74(2), 221-233.
- [16] Gilbert, J.A. & Tang, T.L.P. (1988). An examination of organizational trust antecedents. *Public Personnel Management Washington*, 27(3), 321-338.
- [17] Hartog, D. (2003). Trusting Others in Organizations: leaders, management and co-workers. (Eds.: Nooteboom, B. & Six, F.). *Trust Process in Organizations: Empirical Studies of Determinants and The Process of Trust Development*. New York: E. Elgar Publishing, 125-145.
- [18] Butler, J.K.Jr. (1991). Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of a conditions of trust inventory. *Journal of Management*, 17(3), 643-663.
- [19] Stratton, D.; Pelton, L.E. & Tanner, J.F.Jr. (1996). Shall we gather in the garden: The effect of ingratiation behaviors on buyer trust in salespeople. *Industrial Marketing Management*, 25(2), 151-62.
- [20] Whitener, H.; Brodt, S.; Korsgaard, M.A. & Werner, J. (1998). Managers as Initiators of Trust: An Exchange Relationship Framework for Understanding Managerial Trustworthy Behaviour. *Academy of Management Review*, 23(3), 513-30.
- [21] Cummings, L.L. & Bromiley, P. (1997). *The Organizational Trust Inventory (OTI): Development and validation*. *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*. (Eds.: Kramer, R.M. & Tyler, T.R.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- [22] Mayer, R.C., Davis, J.H. & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-34.
- [23] McKnight, D.H.; Cummings, L. & Chervany, N.L. (1998). Initial trust formation in new organizational relationships. *The Academy of Management Review*, 23(3), 473-90.
- [24] Mishra, A. K. (1996). Organizational responses to crisis: The centrality of trust. (Eds.: Kramer, R.M. & Tyler, T.R.). *Trust in organizations: Frontiers of theory and research*. Thousand Oaks, CA: Sage, 261-287.
- [25] Swan, J.E.; Trawick, F. & Silva, D.W. (1985). How industrial salespeople gain customer trust. *Industrial Marketing Management*, 14(3), 203-11.
- [26] Börü, D. (2001). Örgütlerde Güvenilir İnsanın Yaratılmasında İlk Adım... Güvenilir İnsan Kim? 9. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 24-26 Mayıs, Silivri – İstanbul, 189-204.
- [27] Butler, J.K. & Cantrell, R.S. (1984). A behavioral decision theory approach to modeling dyadic trust in superiors and subordinates. *Psychological Reports*, 55(1), 19-28.
- [28] Schindler, P.L. & Thomas, C.C. (1993). The structure of interpersonal trust in the workplace. *Psychological Reports*, Oct., 73 (2), 563-574.
- [29] Svensson, G. & Wood, G. (2004). Corporate ethics and trust in intra-corporate relationships: An in-depth and longitudinal case description. *Employee Relations*, 26(3), 320-336.
- [30] Cook, J. & Wall, T.D.. (1980). New Work Attitude Measures of Trust, Organizational Commitment and Personal Need Non-fulfillment. *Journal of Occupational Psychology*, 53(1), 39-52.
- [31] Deutsch, M. (1958). Trust and suspicion. *Conflict Resolution*, 2(4), 265-279.
- [32] Jones, A.P.; James, L.R. & Bruni, J.R. (1975). Perceived leadership behavior and employee confidence in the leader as moderated by job involvement. *Journal of Applied Psychology*, 60(1), 146-149.
- [33] Sitkin, S.B. & Roth, N.L. (1993). Explaining the limited effectiveness of legalistic "remedies" for trust/distrust. *Organization Science*, 4(3), 367-392.
- [34] Hovland, C.I.; Janis, I.L. & Kelley, H.H. (1953). *Communications and persuasion: Psychological studies in opinion change*. New Haven, CT: Yale University Pres.
- [35] Cohen, D. & Prusak, L. (2001). *Kavrayamadığımız Zenginlik Kuruluşların Sosyal Sermayesi*. (Çev.: Kardem, A.). İstanbul: Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası.
- [36] Yılmaz, E. (2005). Okullarda Örgütsel Güven Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 567-580.

- [37] Morgan, R.M. & Hunt, S.D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), July, 20-38.
- [38] McAllister, D.J. (1995). Affect- and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of Management Journal*, 38(1), 24-59.

Deniz BÖRÜ (denizboru@marmara.edu.tr) is an Associate Professor Doctor in Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Management and Organization, Marmara University. Her research areas are trust, small business management and entrepreneurship.

Güler İSLAMOĞLU (gislamoglu@marmara.edu.tr) is an Assistant Professor Doctor in Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Organizational Behavior, Marmara University. Her research areas are ethics, trust, culture, team working.

Melek BİRSEL (mbirsel@marmara.edu.tr) has PhD degree in Organizational Behavior. She is working in Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Organizational Behavior, Marmara University. Her research areas are ethics at work life, trust, culture and psychological contracts.

ESENLIK (WELL-BEING) VE ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI

Güler İSLAMOĞLU¹, Deniz BÖRÜ²

¹Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İngilizce İşletme Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

²Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Doçent Dr.

WELL-BEING AND CONFLICT MANAGEMENT STYLE

Abstract: This study is conducted to investigate the relationship between conflict-management styles and well-being. Conflict management styles taken in this study are differentiated according to five dimensions: collaboration, compromise, forcing (competition), accommodation and avoidance. The study is carried out by distributing questionnaires to employees working in different departments of different corporations. A total of 330 questionnaires have been collected. Pearson correlation analysis has been conducted to test the relationship between conflict management style and well-being. The results of the analysis have revealed that there is a relationship between the two variables. Furthermore, a series of correlation analysis has been conducted to test the relationship in terms of gender, age, marital status, having a child, education, position, department, sector tenure in the current organization and total tenure.

Keyword: Well-Being Conflict Management, Conflict Management Style

ESENLIK (WELL-BEING) VE ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI

Özet : Bu çalışmada esenlik ile çatışmayı ele alış tarzları arasındaki ilişki incelenmektedir. Çatışmayı ele alış tarzları işbirliği yapma, uzlaşma, güç kullanma, uyma ve kaçınma olarak beş boyut içerisinde ele alınmaktadır. İncelemelerde beş farklı çatışmayı ele alış tarzı ile esenlik arasında bir ilişkinin olup olmadığı test edilmektedir. Bu amaçla esenlik faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzları faktörleri arasında korelasyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar iki değişken arasında anlamlı ilişkilerin olduğunu göstermektedir. Ayrıca, incelemelerde deneklerin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, çalışma hayatındaki ve iş yerindeki kıdem, görev yaptığı departman, çalıştığı sektör açısından çatışmayı ele alış tarzı ile esenlik arasındaki ilişkiye de bakılmıştır. Toplam 330 geçerli anket toplanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Esenlik, Çatışma Yönetimi, Çatışmayı Ele Alış Tarzı

I. GİRİŞ

Çatışma yönetimi konusu son zamanlarda işletme yönetimi üzerinde önemle durulan bir konu olmuştur. Konunun giderek öneminin artmasının nedeni kurum içinde çatışmanın varlığının yavaş yavaş kabul edilmesi ve yönetimin bu konudaki endişelerinin artmasıdır. Frederick Taylor'dan başlayarak bir çok yönetim uzmanı, çatışmanın yönetimin otoritesini tehdit ettiği ve bu nedenle kurum içinde kesinlikle yönetilmesi gerektiği konusunda fikir birliğine varmışlardır. Modern yönetim anlayışına göre bir kurumda çatışmalar kaçınılmaz ve engellenemez niteliktedir. Yöneticiler bu çatışmaları kurumun yaşama ve gelişmesine katkıda bulunacak yönde yönetmek zorundadırlar [1].

Kurumlarda ortaya çıkan çatışmanın yapıcı ve yıkıcı olmak üzere iki yönü bulunmaktadır. Çatışmanın bir kurum ya da grubun performansı üzerindeki yıkıcı etkileri genellikle çok iyi bilinmektedir: iletişimi geciktirmesi, bağlılığı azaltması, amaçların önemini azaltması, işbirliğini ortadan kaldırması gibi [2]. Ayrıca, çatışma kurum içinde buna taraf olan kişiler veya buna tanık olan kişiler açısından da rahatsız edici olabilmektedirler. Örneğin birbirine düşman iki iş arkadaşının bulunduğu bir ofis ortamında çalışmak o

ortamda bulunan herkes için rahatsız edici olabilir. Çatışma sonucu kişiler birbirlerine düşmanca davranmaya başladıklarında veya çatışmaya taraf kişiler herhangi bir ortak hedefte anlaşıp harekete geçemediklerinde çatışma yıkıcı olmuş demektir. Bu tip çatışma, üretimi düşürüp çalışanların iş tatminini, üretkenliğini azaltıp işe gelmeme veya işten ayrılma gibi olumsuz sonuçlar doğurabilir. Diğer yandan çatışma, taraflara bir konuya değişik açılardan bakma, gözardı edilen konuları ortaya çıkarma, yaratıcılığı ve performansı artırma gibi olumlu sonuçlar da doğurabilir. Yönetim, çalışanlara bir konuya değişik açılardan bakma ve yeni fikirler üretme fırsatı yaratmak için çatışma ortamları yaratmaya özen gösterebilir [3].

Kabul edilen bir gerçek, kurum içinde bir düzeye kadar işle ilgili çatışmanın olmasının yararlı olduğudur [4,5]. Çok uzun süre ve yoğun bir şekilde yaşanan çatışma kişi ve ekip performansını düşürmekle birlikte, orta düzeyde yaşanan çatışmanın önyargılı ve eksik bilgilerle verilen hatalı kararları engellediği yönündedir [4,6-7]. Çatışmanın bu olumlu yönlerinin ortaya çıkması, kişilerin karşılıklı olarak birbirlerini düşünüp sorun çözmeye odaklanması, düşüncelerini, görüşlerini ve inançlarını açıkça ortaya koyması [8,9] ve çatışmanın ilişkisel çatışmaya dönüşmemesi ile mümkündür [10,11].

II. ÇATIŞMA, ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI VE SONUÇLARI

Literatür incelendiğinde, çatışmaya ait ortak ve kesin bir tanımlamanın yapılamadığı görülmektedir. En genel anlamıyla çatışma, iki veya daha fazla kişi yada grup arasındaki çeşitli kaynaklardan doğan anlaşmazlık olarak tanımlanabilir. Daha geniş tanımlama ile çatışma, kişiler yada gruplar arasındaki ilgi alanlarının, amaçların, tercihlerin, değer yargıları ve algıların farklı olmasından kaynaklanarak ortaya, taraflardan birinin kazanması diğerinin kaybetmesine neden olan, huzursuzluk, stres, düşmanlık ve kavga gibi olumsuz davranışlara neden olan sosyal bir olgu olarak ifade edilebilir [12].

Eren (2004) çatışmanın tüm canlıların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için gerekli olduğuna vurgu yaparak, insanlar bakımından gerek fizyolojik ve gerekse de sosyo-psikolojik ihtiyaçlarının tatminine engel olan sıkıntıların meydana getirdiği gerginlik halleri; kurumsal açıdan bireyler ve grupların birlikte çalışma sorunlarından kaynaklanan ve normal faaliyetlerin durmasına veya karışmasına neden olan olaylar olarak tanımlamıştır [13].

Pondy (1967) çatışma yönetimi tanımı yapmanın çatışma sürecinin sadece bir evresine yönelik olacağını düşünerek öncelikle çatışma sürecinin evrelerini incelemiştir. Pondy'nin tanımladığı evreler: öncel durumlar, duygu ve düşünceler, davranış ve sonuçlardır. Çatışma yönetiminin bu dört evreden herhangi birinde yer alabileceği vurgulanmıştır [14].

Thomas (1992) öncelleri amaçların uyumsuzluğu, yargılardaki farklılık veya hedeflerdeki uyumsuzluktan dolayı yargılardaki farklılıklar olarak tanımlamıştır. Çatışma taraflarının kendi kişisel ihtiyaçlarını gidermedeki endişeleri, kendilerine verilen sorumlulukları yerine getirme veya kısıtlı kaynakları elde etme çabaları hedefler konusunda çatışmaya yol açabilir [15].

Çatışma konusundaki düşünceler ve duygular tarafların stratejik davranışları ile yakından ilgilidir [15]. Çatışmaya taraf kişinin davranışları "işbirliği" ve "iddia etme" olarak iki boyut içerisinde ele alındığında 5 ayrı çatışmayı ele alış tarzı ortaya çıkmaktadır [2,15]:

- Güç kullanma (iddia etme yüksek) : Rekabet olarak da adlandırılan bu tarzda kendi dediğini kabul ettirmek için güç kullanma söz konusudur.
- Uyuma (işbirliği yüksek) : Bu tarzda kendi istekleri yerine karşı tarafın ihtiyaçlarını karşılamaya çalışma sözkonusudur.
- İşbirliği (hem iddia etme hem de işbirliği yüksek) : Bu tarzda bütün konuları ve ihtiyaçları ortaya

koyup farklı görüşleri göz önüne alarak her iki tarafın da ihtiyaçlarını karşılama sözkonusudur.

- Kaçınma (hem iddia etme hem de işbirliği düşük) : Bu tarzda konuyu kapatmaya çalışıp açık olarak tartışmadan kaçma söz konusudur.
- Uzlaşma (orta nokta) : Bu tarzda her iki tarafın bazı şeylerden vazgeçerek orta yol bulmaya çalışması sözkonusudur.

Çatışma, bir bireyin veya bir grubun karşılıklı bağımlı olduğu kişi veya grubun çıkarlarına, inançlarına, değerlerine veya gerçek algılamasına ters geldiği durumlarda ortaya çıkar [15-18]. Sadece uyumsuzluk, gerginlik, çıkarların çatışması, algılar, değerler ve inançlar duygusal olup kişide kızgınlık, hiddet, korku, özsaygısına tehdit olarak algılanabilir ve durumla başedebilmek için bilişsel kaynaklara ihtiyaç duyulabilir [19,20]. Çatışmayı tahmin etmek veya çatışma yaşamak kişinin esenliğini - hayatının duygusal ve bilişsel yönlerini değerlendirmesini - etkiler [21-23]. Esenlik, kişinin hayattan memnuniyetinde, psikosomatik şikayetlerde, tükenmişlik ve zihinsel sağlık gibi durumlarda kendini gösterir [24]. Ayrıca, yapılan araştırmalarda çatışma ve psikosomatik şikayetler [25,26], psikolojik gerginlik [27,28] ve tükenmişlik [22,23,29-31] arasında çok az ve orta seviye ilişki bulunmuştur.

Çatışma, iş dünyasında çok önemli bir stres kaynağı olarak kabul edilmekle [32,33] birlikte esenlik ile çatışma arasındaki ilişki orta düzeydedir [16].

III. ÇATIŞMA VE ESENLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ

Aslında çatışma, sağlık ve esenlik arasındaki ilişki iki değişik bakış açısından ele alınabilir :

- sağlık ve esenlik işyerindeki çatışmanın önceli olabilir,
- sağlık ve esenlik doğal olarak işyerindeki yaşanan çatışmanın sonucu olabilir.

İşyerindeki çatışma ile hiç ilgisi olmadığı halde çalışanlar sağlık sorunları yaşayabilir veya esenlik (iyi olma) halleri kötüleşebilir, işlerinden daha az tatmin olup kuruma bağlılıkları azalmış olabilir. Bu dış faktörler kişinin sağlığını ve esenliğini etkileyerek kurum içinde çatışmaya yol açabilir. Psikosomatik şikayetler ve stres kişinin sorun çözme becerisini, işe odaklanmasını ve doğru karar verme becerilerini olumsuz etkileyebilir. Kişinin esenliğinin olmama durumunun kişilerarası ilişkiler üzerindeki etkisi en çok depresyonla ilgili çalışmalarda incelenmiştir. Araştırmalar göstermiştir ki depresyonlu kişilerle ilişkide olan kişiler bir müddet sonra

kendileri de olumsuz ruh hali içine girmekte ve kendilerini bu kişilerden uzak tutmaya başlamaktadırlar [34]. Bu tip sosyal çevreden uzaklaşma eğilimi çatışma ile yapıcı şekilde baş etme yollarından uzaklaşıp kaçınma veya uyma gibi çatışma çözme yollarına başvurmayı ve sonuç olarak ta çatışmayı içinden çıkılmaz bir seviyeye getirmeye yol açabilir. Kısaca, stres altında bir kişi çok etkili bir şekilde çalışmadığı gibi insanların çevrelerinde olmasından pek hoşlanmadıkları bir tip olacaktır. Stres altında olan, sağlık durumu kötü ve esenliği olmayan kişiler çalışma arkadaşları ile çatışma ortamı yaratabilir veya kötü performanslarından dolayı çalışma arkadaşları ve yöneticileri ile çatışmaya girme olasılıkları daha fazla olabilir. Zaman uzantısal çalışmalar da göstermiştir ki esenliğin olmadığı durumlar, çalışma şartlarını bozmakta ve daha çok çatışma ortamının oluşmasına neden olabilmektedir. Yani her zaman çatışma esenliğin düşük/kötü olmasının önceli olmayabilir [35].

Sağlık ve esenliğin olmaması çatışmaya yol açmakla kalmayıp, çatışma sonucu da ortaya çıkabilir. Çatışma sinir, korku ve nefret gibi olumsuz duygular içermektedir. Çatışma içinde olmak kişinin özsaygısını tehdit edebilir ve bu durumla başedebilmek için bilişsel yöntemler kullanmak gerekebilir. Olumsuz duygular, tehdit edilen özsaygı ve bu durumla başedebilmek için gösterilen bilişsel çaba kişinin fizyolojik sistemini birçok yönden etkiler: adrenalin yükselir, kalp atışları hızlanır, ve eklem gerginliği artabilir [36]. Ayrıca çatışma tarafları birbirlerine sözel veya fiziksel zarar verebilir kişiler karşılıklı zarar görebilir (burun kanaması, kol burkulması vs). Kısaca çatışma kısa dönemde kişilerin sağlıkları ve esenlikleri açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Uzun dönemde ise durum daha da karmaşıklaşmaktadır. Araştırmalar göstermiştir ki uzun süre devam eden yüksek seviyeli stres hormonu fizyolojik sistemi bozmakta, sürekli başağrısı, mide rahatsızlıkları ve bunun gibi psikosomatik şikayetlere yol açmaktadır. Ayrıca stresin kişinin bağışıklık sistemini olumsuz etkilediği ve uzun dönemde gerçekten ciddi hastalıklara yol açtığı yönünde kanıtlar bulunmaktadır. Bağışıklık sisteminin bozulması kişinin virüslere, bakteri ve parazitlere daha açık olmasına yol açıp enfeksiyonlara ve diğer hastalıklara yol açmaktadır [37].

IV. İŞ YAŞAMINDA ESENLİK VE ÇATIŞMA

Çatışmaya uzun süreli tahammül etmek de iş ortamını ve kişinin düşünme becerisini olumsuz etkileyip alkol bağımlılığı ve uyku bozukluğu gibi sorunlara yol açabilir. Bu da kişinin sonuç olarak fiziksel ve psikolojik esenliğini olumsuz etkileyebilir [37]. Diğer bir deyişle, iş ortamında yaşanan çatışma fiziksel ve psikolojik dengeyi bozmakta ve uzun dönemde psikosomatik şikayetlere ve tükenmişliğe yol açabilmektedir. Sonuç olarak, kişinin iş tatmini ve kuruma bağlılığı da bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. İş tatmininin ve bağlılığın düşmesi de işe

geç gelme, işe gelmeme, sabotaj, hırsızlık ve işten ayrılma gibi sonuçlar doğurmaktadır [38,39].

Çatışma literatüründe yapılan meta-analiz, çatışmanın ekip tatmini ile negatif bir ilişkisi olduğunu ortaya çıkarmıştır [10]. Ekip seviyesindeki tatmin ekip üyelerinin bireysel iş tatminini de etkilemektedir. Kişilerin duygusal durumları ekip içindeki diğer üyeler tarafından duygusal bulaşıcılık denilen bir süreç yoluyla etkilenmekte, yani ekip içinde olumsuz bir hava diğer üyeleri de otomatik olarak olumsuz etkilemektedir [40]. Hatta bazı çalışmalar, ekip çalışmasından duyulan memnuniyetin iş tatmini ve esenlik ile yakından ilgili olduğunu göstermiştir [41].

Bir başka çalışmada ise, Spector, Chen, and O'Connell (2000) işyerinde yaşanan çatışma ile tedirginlik, sinirlilik arasında orta düzeyde ve olumlu bir ilişki ve çatışma ile fiziksel şikayetler arasında da çok yüksek düzeyde korelasyonlar bulmuşlardır [26]. Değişik ölçekler kullanılan diğer bir çok çalışma sonucunda ise benzer sonuçlar çıkmıştır [19,25,28,42,43]. Bir çok araştırma ise işyerinde yaşanan çatışma ile tükenmişliğin bitkinlik boyutu arasında orta düzeyde olumlu ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır [23,29-31,44].

Bütün bu çalışmalar işyerinde yaşanan çatışma ile sağlık problemleri ve esenlik arasında bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Bu çalışmalarda açık olmayan değişik tipte ki çatışmaların esenlik ile değişik ilişkilerinin olup olmadığıdır. Yani iş ile ilgili çatışma mı yoksa ilişkisel (relationship) çatışmanın mı esenlik ile ilişkili olduğu açık değildir. De Dreu and Weingart'ın (2003) yaptığı meta analiz, kişisel çatışmanın iş çatışmasından daha çok ekip tatminini olumsuz etkilediğini göstermiştir. İş ile ilgili çatışma kişiliğe veya özsaygıya daha az tehdit oluşturmakta ve ilişkisel çatışma kadar yoğun duyuların yaşanmasına yol açmamaktadır [10]. Aslında De Dreu, Van Dierendonck ve De Best-Waldhober (2002) yaptıkları bir çalışmada işyerindeki çatışma ile psikosomatik şikayetler ve tükenmişlik arasında olumlu bir ilişki olduğunu bulmuşlardır ve bu ilişkinin ilişkisel çatışmada daha güçlü olduğu ortaya çıkmıştır [36]. Bunun bir nedeni de ilişkisel çatışmanın kişinin iş arkadaşlarına olan bağlılık ve iş arkadaşlarından aldığı destek ile daha ilintili olmasıdır. Duygusal destek ve cesaretlendirme esenlik ve sağlık için çok gereklidir [45]. Bu açıdan bakıldığında yönetici ile yaşanan ilişkisel çatışma daha yıkıcı olabilir çünkü bu algılanan kurum desteğini de olumsuz etkileyecektir [46]. İş çevresinin desteğinin azaldığını algılamak da iş tatminini düşürmekte, işten ayrılma isteğini arttırmakta ve kuruma bağlılığı azaltmaktadır [47].

Literatür incelendiğinde yapılan araştırmaların, esenliği çatışmanın önceli ve sonucu olarak ele aldığı dikkat çekmektedir. Bu çalışmada ise, esenlik bir öncel ya da sonuç olarak ele alınmayıp, farklı çatışmayı ele alışı

tarzları ile esenlik arasında bir ilişkinin olup olmadığı ve hangi değişkenler açısından anlamlılık gösterdiği incelenme konusu yapılmıştır.

V. YÖNTEM

V.1. Ölçüm Araçları

Çalışmada ölçüm aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır : Birinci bölümde kişisel bilgi formu, ikinci bölümde esenlik ölçeği ve üçüncü bölümde çatışmayı ele alış tarzı ölçeği bulunmaktadır.

Kişisel bilgi formunda deneklerden cinsiyet, medeni durum, çocuk sahibi olup olmadıkları, eğitim düzeyi, çalışma hayatındaki kıdem, halen çalışmakta oldukları kurumdaki kıdem, görev yaptıkları departman, çalıştığı kurumun kamu ya da özel sektör olup olmadığı ve kurum içerisinde buldukları kademeye ilişkin olarak yöneltilmiş soruları cevaplandırmaları istenmiştir.

İkinci bölümde, bireylerin “*esenlik*” durumunu ortaya koymaya yönelik olarak Warr (1990) tarafından geliştirilen [20] ve Daniels, Brough, Guppy, Peters-Bean ve Weatherstone (1997) tarafından bazı değişiklikler yapılan “*esenlik durumu (affective well-being)*” ölçeği kullanılmıştır. Orijinal hali İngilizce olan ve 27 ifadeden oluşan ölçeğin Türkçe’ye adaptasyonu araştırmacılar tarafından önce İngilizce’den Türkçe’ye ve daha sonra Türkçe’den İngilizce’ye çevrilme kaydı ile yapılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen ifadeler yüksek lisans düzeyinde ders alan 30 kişilik bir denek grubuna dağıtılarak ön testi yapılmıştır. Bu aşamada orijinal formda yer alan bir ifadenin (comfortable) Türkçe karşılığının deneklerce yeterince anlaşılamadığı veya diğer bazı ifadelerle eşdeğer bulunduğu için değerlendirilmediği fark edilmiştir. Bu nedenle ilgili ifade çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Ön test sonucu elde edilen verilerden adaptasyonu yapılan ölçeğin güvenilir olduğu tespit edilmiştir (α : .7840). Deneklerden iş yerinde geçirilen son 2 haftayı göz önüne alarak “Çok (5)”ten “Hiç (1)”e uzanan ölçek üzerinde toplam 26 adet ifade doğrultusunda kendilerini nasıl hissettiklerini belirtmeleri istenmiştir.

Üçüncü bölümde ise, Kuşçuluoğlu (2004)’nun [48] Rahim (1983) [42], ve Dreu, Evers, Beersma, Kluwer ve Nauta (2001)’nin geliştirdikleri DUTCH testinden [49] yararlanarak yapılandırıldığı ve kendi çalışmasında kullandığı “*Çatışmayı Ele Alış Tarzı*” anket formu kullanılmıştır. Anket formunda toplam 25 ifade yer almaktadır. Bu ifadeler Rekabet, İşbirliği yapma, Uyma, Uzlaşma ve Kaçınma olarak adlandırılan çatışma yaşayan bireyin davranışlarını ifade eden 5 boyut toplamından oluşmaktadır (her boyut için 5 soru olmak üzere). İfadeler “Her zaman (6)”dan “hiçbir zaman (1)”a uzanan 6’lı ölçek ile birlikte deneklere sunulmuştur.

V.2. Örneklem

Çalışmada toplam 350 anket dağıtılmış, ancak 330 (% 94,3) anket geri dönmüştür. Geri dönen anketlerden de sadece 286 (% 81,7) adet anket formu geçerli sayılarak araştırma kapsamında değerlendirilmeye alınmıştır.

Anket dağıtılan örneklem İstanbul içinde değişik şirket ve sektörlerde, farklı departmanlarda çalışan kişilerden oluşmaktadır. Deneklerin tespitinde kolay ulaşılabilir örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre çalışanların % 56’sının erkek ve % 44’ünün kadın olduğu; % 48’inin evli olduğu; % 41’inin çocuk sahibi olduğu; büyük çoğunluğunun (% 60) üniversite ve lisans üstü mezunu olduğu, ortalama olarak 11 yıl iş hayatında ve ortalama 6 yıl buldukları şirkette kıdeme sahip oldukları; % 21’sinin pazarlama, %18’ünün üretim, % 23’inin insan kaynakları, % 17’sinin muhasebe ve finansman ve % 21’inin diğer departmanlarda çalıştıkları; % 83’ünün özel sektörde çalıştığı ve % 56’sının orta düzey yönetici olarak görev yaptığı ortaya çıkmıştır.

V.3. Uygulama

Anket formu, çalışanlara şirketlerine gidilerek elden ve internet üzerinden elektronik posta gönderimi yapılarak dağıtmıştır. Deneklere cevaplandırma için ortalama 2 haftalık bir süre tanınmıştır. Bu süre sonucunda anketler yine çalışanların iş yerlerine gidilerek elden ya da elektronik posta olarak geri toplanmıştır. Anketler sadece gönüllü katılım gösteren deneklere uygulanmıştır.

Anketin giriş bölümüne verilecek cevapların sadece araştırma amacıyla kullanılıp şirket yönetimiyle hiç bir ilgisi olmadığını belirten bir kapak sayfası eklenerek, deneklerden anket üzerine isimlerini yazmamaları ve samimi cevaplar vermeleri istenmiştir.

V.4. Kullanılan İstatistik Analizler

Anketlerin değerlendirilmesinde farklı istatistik analiz yöntemlerinden faydalanılmıştır. Bunlar, frekans dağılımı, güvenilirlik analizi (cronbach alpha) , faktör analizi, korelasyon analizi (pearson) olarak sıralanabilir. Analizlerin yapılmasında SPSS paket programından yararlanılmıştır.

VI. BULGULAR

VI.1. Güvenilirlik Analizi

Anket formunda yer alan “*esenlik*” ve “*çatışmayı ele alış tarzı*” ölçekleri için ayrı ayrı yapılan güvenilirlik analizi sonucunda her iki ölçeğin de (Tablo.1) yüksek düzeyde güvenilir olduğu görülmüştür.

Tablo.1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	α
Esenlik	,9363
Çatışmayı ele alış tarzı	,7534

VI.2. Faktör Analizi Sonuçları

Anket formunda yer alan iki ölçek -“*eselik*” ve “*çatışmayı ele alış tarzı*” - ayrı ayrı faktör analizine tabi tutulmuştur.

VI.2.1. Esenlik

Yapılan Faktör analizi sonucunda “*eselik*”e ilişkin 4 faktör bulunmuştur. Bunlar “**ŞEVKLİ**”, “**DEPRESİF**”, “**KEYİFSİZ**” ve “**HALİNDEN MEMNUN**” olarak adlandırılmıştır. Analizler sırasında 3 ifade (memnun, tatminkar, tetikte) düşük açıklıcılığa sahip olduğundan ya da birden çok faktör başlığı altında yer aldığından kapsam dışı bırakılmıştır.

Tablo.2. Esenlik Faktörleri

FAKTÖR 1 : ŞEVKLİ			
α :	Ort. :	%var :	Faktör katkısı
,9230	3,5489	22,397	
18.Enerjik			,854
17.Hevesli			,832
19.Canlı			,831
16.İstekli			,805
9.Mutlu			,675
15.İyimser			,667
7.Neşeli			,644
8.Hoşnut			,625
FAKTÖR 2 : DEPRESİF			
α :	Ort. :	%var :	Faktör katkısı
,8902	2,2095	19,511	
4.Endişeli			,820
3.Tedirgin			,783
6.Huzursuz			,711
14.Morali bozuk			,661
13.Kederli			,659
5.Gergin			,657
12.Berbat			,584
FAKTÖR 3 : KEYİFSİZ			
α :	Ort. :	%var :	Faktör katkısı
,8762	2,1900	15,468	
23.Yorgun			,767
22.Bitkin			,748
25.Sinirli			,679
24.Kızgın			,647
26.Sıkıntılı			,641
21.Ruhsuz			,557
FAKTÖR 4 : HALİNDEN MEMNUN			
α :	Ort. :	%var :	Faktör katkısı
,7918	3,1891	10,308	
1.Rahatlanmış			,768
2.Sakin			,729
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği : ,914			
Ki-kare: 6337,276 Serbestlik Derecesi : 253 Anlamlılık : ,000			

Tablo.2 incelendiğinde, toplam % 67,684 açıklıcılık düzeyine sahip dört faktörden en yüksek açıklıcılığa sahip faktörün “*şevkli*” olarak adlandırılan faktör olduğu görülmektedir. Ayrıca ortalamalar incelendiğinde deneklerin “*şevkli*” ve “*halinden*

memnun” faktörlerine" daha çok, “*depresif*” ve “*keyifsiz*” faktörlerine daha az anlam yükledikleri ortaya çıkmaktadır.

VI.2.2. Çatışmayı Ele Alış Tarzı

Çatışmayı ele alış tarzına ilişkin yapılan faktör analizi sonucunda, toplam 5 boyut olarak yapılandırılan anket formunun, 4 faktör (boyut) altında toplandığı ortaya çıkmıştır. Sonuçlardan deneklerin Uzlaşma ve İşbirliği boyutlarına ilişkin soruların tek bir faktör altında, birlikte algıladıkları görülmüştür. Toplam % 57,91 toplam açıklıcılık sahip 4 faktör “**UZLAŞMA VE İŞBİRLİĞİ YAPMA**” , “**GÜÇ KULLANMA**” , “**KAÇINMA**” , “**UYMA**” olarak adlandırılmıştır. Toplam 5 boyut olarak yapılandırılan anket formunun faktör analizi sonucunda 4 boyut olarak (Uzlaşma ve İşbirliği boyutlarına ilişkin soruların tek bir faktör altında, birlikte) algılandığı görülmüştür. Faktör analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3’de verilmektedir.

Tablo.3’e bakıldığında en yüksek açıklıcılığa ve ortalamaya sahip faktörün uzlaşma ve işbirliği olduğu görülmektedir. En düşük açıklıcılığa ve ortalamaya sahip faktörler ise kaçınma ve uyma olarak ortaya çıkmaktadır.

VI.3. Esenlik Faktörleri İle Çatışmayı Ele Alış Tarzı Faktörleri Arasındaki Korelasyon

Faktör analizi sonucu elde edilen “*eselik*” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo.4’de verilmiştir.

Yapılan analiz sonucunda ;

- “*eselik*” faktörlerinden “*şevkli*” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden “*uzlaşma ve işbirliği yapma*” arasında pozitif, “*güç kullanma*” faktörü ile negatif;
- “*eselik*” faktörlerinden “*keyifsiz*” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden “*uzlaşma ve işbirliği yapma*” arasında negatif, “*güç kullanma*”, “*kaçınma*” ve “*uyma*” faktörleri ile pozitif;
- “*eselik*” faktörlerinden “*depresif*” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden “*uzlaşma ve işbirliği yapma*” faktörü arasında negatif, “*güç kullanma*”, “*kaçınma*” ve “*uyma*” faktörleri ile pozitif;

yönlü bir ilişki bulunmuştur. Tablo.4 incelendiğinde söz konusu ilişkilerde, korelasyon katsayılarının çok yüksek olmamakla birlikte anlamlı olduğu göze çarpmaktadır. Analizlerde “*eselik*” faktörlerinden “*halinden memnun*” faktörü ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı ortaya çıkmıştır.

Tablo.3. Çatışmayı Ele Alış Tarzı Faktörleri

FAKTÖR 1 : UZLAŞMA VE İŞBİRLİĞİ YAPMA			
α: ,8855	Ort.: 4,6851	%var : 21,18	Faktör katkısı
14.Hem kendi hem de karşı tarafın hedef ve çıkarlarını tam tatmin edici bir çözüm bulmaya çalışırım.			,749
24.Beklentilerimizi karşılayan en iyi çözümü bulmak için karşı tarafla tam işbirliği yaparım.			,737
19.Bulunacak çözümün yalnızca iki taraf açısından değil, sonuçtan etkilenebilecek tüm taraflar için en iyi çözüm olmasına çabalarım.			,716
2.Her iki taraf için de kazanma ve kaybetmenin yarı yarıya olduğu bir çözüm ararım.			,706
9.Soruna herkes açısından en iyi çözümü getirebilmek için tüm görüşlerin ortaya konmasına ve tartışılmasına çalışırım.			,699
7.Uzlaşmaya varmak için karşılıklı fedakarlık yapmanın önemini vurgularım.			,673
12.Çözüm için kabul edilebilir bir orta yol bulmaya çalışırım.			,651
4.Çatışma konusu ile açıkça yüzleşip hem kendi hem de karşı tarafın isteklerini gözetererek çözüm ararım.			,593
17.Çözüm ararken karşı tarafla olan ilişkiyi de dikkate alırım, uzlaşmacı bir yaklaşım sergilerim.			,588
22.Uzlaşabilmek için biraz alıp, biraz vererek konuyu müzakere ederim.			,571
FAKTÖR 2 : GÜÇ KULLANMA			
α: ,8044	Ort.: 3,3108	%var : 14,57	Faktör katkısı
21.Kendi bakış açımın en doğrusu olduğu konusunda ısrar ederim.			,829
6.Kendi çözümümü kabul ettirmeye çalışırım.			,813
16.Ne olursa olsun çatışmadan kazançlı çıkmak için mücadele veririm.			,759
1.Görüşümü kabul ettirmek için karşı tarafa baskı yaparım.			,744
11.Sonucun benim açımdan iyi olması için karşı tarafın üstüne giderim.			,716
FAKTÖR 3 : KAÇINMA			
α: ,7566	Ort.: 3,0122	%var : 11,22	Faktör katkısı
5.Çatışma konusuna bulaşmamaya özen gösteririm.			,783
20.Karşı tarafla görüş ayrılığımı açıkça tartışmaktan kaçınırım.			,775
25.Olumsuz duygulara neden olmamak için anlaşmazlıklarımı kendime saklarım.			,756
10.Fikir ayrılıklarından mümkün olduğunca uzak dururum.			,703
15.Çatışma konusunda karşı tarafla yüz yüze gelmekten sakınırım.			,653
FAKTÖR 4 : UYMA			
α: ,7236	Ort.: 3,0046	%var : 10,94	Faktör katkısı
3. Karşı tarafın soruna getirdiği çözüme uyarım.			,755
13.Karşı tarafın arzusunu yerine getirmeye çalışırım.			,717
18.Karşı tarafın isteklerini karşılamak için kendi isteklerimden vazgeçerim.			,703
8.Karşı tarafın hedef ve çıkarlarını gerçekleştirmesine rıza gösteririm.			,694
23.Karşı tarafın beklentilerini yerine getirmeye çalışırım.			,668
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: ,812 Ki-kare : 3814,52 Serbestlik Derecesi : 207 Anlamlılık : ,000			

Tablo.4. Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ				
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyma	
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,250**	-,149**	-0,011	-0,011
		Anlam.	,000	,003	,824	,829
	Depresif	Pearson Kor.	-,167**	,209**	,209**	,170**
		Anlam.	,001	,000	,000	,001
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,170**	,193**	,156**	,113*
		Anlam.	,001	,000	,002	,026
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	0,062	-0,056	0,007	0,027
		Anlam.	,222	,269	,885	,599

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

VI.4. Demografik Değişkenler Açısından Yapılan Analizler

Tüm denekler açısından “esenlik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında yapılan korelasyon analizinden sonra, demografik değişkenler açısından yapılan incelemelere geçilmiştir. Bu aşamada cinsiyet, medeni durum, çocuk sahibi olma durumu, eğitim düzeyi, çalışma hayatındaki kıdem, halen çalışmakta oldukları kurumdaki kıdem, görev yaptıkları departman, çalıştığı kurumun kamu ya da özel sektör olup olmadığı ve kurum içerisinde buldukları kademe açısından faktörler arasındaki korelasyona bakılmıştır.

VI.4.1.Cinsiyete Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Kadınlar ve erkekler için “esenlik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında yapılan korelasyon analizi sonuçları aşağıda Tablo 5’de sunulmaktadır.

Elde edilen sonuçlardan;

- “esenlik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında hem kadınlar hem de erkekler için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı kadınlarda biraz daha yüksek)

- o “güç kullanma” arasında hem kadınlar hem de erkekler için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu,

Tablo.5. Cinsiyete Göre Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ					
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyma		
KADINLAR İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,301**	-,157*	-,025	,088	
		Anlam.	,000	,039	,743	,249	
	Depresif	Pearson Kor.	-,244**	,120	,143	,074	
		Anlam.	,001	,116	,061	,333	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,265**	,211**	,112	,023	
		Anlam.	,000	,006	,145	,763	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,154*	-,013	-,010	,196**	
		Anlam.	,043	,861	,894	,010	
	ERKEKLER İÇİN						
	ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,207**	-,158*	-,008	-,094
			Anlam.	,002	,020	,902	,169
		Depresif	Pearson Kor.	-,100	,293**	,266**	,252**
Anlam.			,145	,000	,000	,000	
Keyifsiz		Pearson Kor.	-,091	,200**	,199**	,192**	
		Anlam.	,182	,003	,003	,005	
Halinden Memnun		Pearson Kor.	-,010	-,101	,012	-,099	
		Anlam.	,881	,141	,858	,149	

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

- “esenlik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - o “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece kadınlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - o “güç kullanma”, “kaçınma” ve “uyma” arasında sadece erkekler için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu,
- “esenlik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden

- o “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece kadınlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
- o “güç kullanma” arasında hem kadınlar hem de erkekler için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- o “kaçınma” ve “uyma” arasında sadece erkekler için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu,
- “esenlik” faktörlerinden “halinden memnun” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - o “uzlaşma ve işbirliği yapma” ve “uyma” arasında sadece kadınlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

anlaşılmıştır. Hem kadınlar hem de erkekler için anlamlı ilişki gösteren analizler incelendiğinde çoğunlukla her iki grubun korelasyon katsayılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

VI.4.2. Medeni Duruma Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Deneklerin medeni durumları dikkate alınarak “esenlik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasındaki korelasyona bakılmıştır. Elde edilen sonuçlar aşağıda Tablo.6’da sunulmaktadır.

Analiz sonucu elde edilen sonuçlardan;

- “esenlik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - o “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında hem evliler hem de bekarlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - o “güç kullanma” arasında sadece evliler için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “esenlik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - o “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında hem evliler hem de bekarlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - o “güç kullanma” arasında sadece bekarlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - o “kaçınma” arasında hem evliler hem de bekarlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı bekarlarda biraz daha yüksek)

- o “uyuma” arasında sadece evliler için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

Tablo.6. Medeni Duruma Göre Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ					
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyuma		
EVLİLER İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,240**	-,165*	-,021	-,050	
		Anlam.	,001	,024	,780	,497	
	Depresif	Pearson Kor.	-,170*	,089	,149*	,211**	
		Anlam.	,021	,230	,042	,004	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,235**	,138	,134	,200**	
		Anlam.	,001	,062	,070	,006	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,057	-,066	,078	-,020	
		Anlam.	,438	,369	,292	,785	
	BEKARLAR İÇİN						
	ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,259**	-,134	,001	,023
			Anlam.	,000	,058	,986	,750
		Depresif	Pearson Kor.	-,163*	,316**	,265**	,132
Anlam.			,021	,000	,000	,062	
Keyifsiz		Pearson Kor.	-,110	,243**	,178*	,034	
		Anlam.	,120	,001	,011	,628	
Halinden Memnun		Pearson Kor.	,066	-,047	-,058	,067	
		Anlam.	,349	,509	,415	,342	

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

- “esenlik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - o “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece evliler için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - o “güç kullanma” ve “kaçınma” arasında sadece bekarlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - o “uyuma” arasında sadece evliler için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

ortaya çıkmıştır. Analiz sonucunda “esenlik” faktörlerinden “halinden memnun” ile çatışmayı ele alış

tarzı faktörleri arasında herhangi bir anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır. Hem evliler hem de bekarlar için anlamlı ilişki gösteren analizler incelendiğinde çoğunlukla her iki grubun korelasyon katsayılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

VI.4.3.Çocuk Sahibi Olup Olmama Durumuna Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Araştırmada çocuk sahibi olup olmama durumuna göre de “esenlik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasındaki korelasyona bakılmıştır (Tablo.7).

Tablo.7. Çocuk Sahibi Olup Olmama Durumuna Göre Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ					
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyuma		
ÇOCUK SAHİBİ OLANLAR İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,172*	-,148	,021	-,064	
		Anlam.	,030	,064	,792	,422	
	Depresif	Pearson Kor.	-,105	,048	,142	,221**	
		Anlam.	,189	,548	,075	,005	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,195*	,127	,129	,209**	
		Anlam.	,014	,110	,105	,008	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,019	-,067	,087	-,058	
		Anlam.	,810	,404	,275	,470	
	ÇOCUK SAHİBİ OLMAYANLAR İÇİN						
	ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,299**	-,147*	-,029	,020
			Anlam.	,000	,026	,668	,762
		Depresif	Pearson Kor.	-,203**	,322**	,256**	,143*
Anlam.			,002	,000	,000	,031	
Keyifsiz		Pearson Kor.	-,150*	,241**	,175**	,048	
		Anlam.	,024	,000	,008	,475	
Halinden Memnun		Pearson Kor.	,090	-,047	-,052	,083	
		Anlam.	,176	,479	,436	,210	

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

Tablo 7 incelendiğinde;

- “esenlik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında hem çocuk sahibi olanlar hem de çocuk sahibi olmayanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı çocuk sahibi olmayanlarda biraz daha yüksek)
 - “güç kullanma” arasında sadece çocuk sahibi olmayanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “esenlik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında çocuk sahibi olmayanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” ve “kaçınma” arasında sadece çocuk sahibi olmayanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “uyma” arasında hem çocuk sahibi olanlar hem de çocuk sahibi olmayanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı çocuk sahibi olanlarda biraz daha yüksek)
- “esenlik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği” yapma arasında hem çocuk sahibi olanlar hem de çocuk sahibi olmayanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” ve “kaçınma” arasında sadece çocuk sahibi olmayanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “uyma” arasında sadece çocuk sahibi olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

görülmektedir.

Sonuçlardan hem çocuk sahibi olanlar hem de çocuk sahibi olmayanlar için “esenlik” faktörlerinden “halinden memnun” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı anlaşılmaktadır. Hem çocuk sahibi olanlar hem de çocuk sahibi olmayanlar için anlamlı ilişki gösteren analizler incelendiğinde çoğunlukla her iki grubun korelasyon katsayılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

VI.4.4.Eğitim Düzeyine Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Tablo.8’de araştırmaya katılan deneklerin eğitim düzeylerine göre “esenlik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasındaki korelasyon sonuçları verilmektedir.

Tablo.8. Eğitim Düzeyine Göre Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ					
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyma		
İLKÖĞRETİM VE LİSE MEZUNU OLANLAR İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,161	-,190	,220*	,008	
		Anlam.	,103	,055	,026	,936	
	Depresif	Pearson Kor.	-,109	,273**	,009	,192	
		Anlam.	,274	,005	,926	,052	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,142	,245*	-,045	,131	
		Anlam.	,152	,013	,651	,187	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	-,017	-,127	,126	-,018	
		Anlam.	,864	,203	,205	,853	
	ÜNİVERSİTE VE LİSANS ÜSTÜ MEZUNU OLANLAR İÇİN						
	ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,301**	-,127*	-,105	-,016
Anlam.			,000	,032	,078	,787	
Depresif		Pearson Kor.	-,206**	,172**	,289**	,153**	
		Anlam.	,000	,004	,000	,010	
Keyifsiz		Pearson Kor.	-,215**	,150*	,211**	,083	
		Anlam.	,000	,011	,000	,162	
Halinden Memnun		Pearson Kor.	,106	-,019	-,026	,054	
		Anlam.	,074	,746	,658	,370	

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

Elde edilen sonuçlardan;

- “esenlik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

- “güç kullanma” arasında sadece üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “kaçınma” arasında sadece ilköğretim ve lise mezunu olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “esenlik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için negatif bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” arasında hem ilköğretim ve lise mezunu olanlar ve hem de üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için pozitif bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı ilköğretim ve lise mezunu olanlarda biraz daha yüksek)
 - “kaçınma” ve “uyuma” arasında sadece üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için pozitif bir ilişkinin olduğu
- “esenlik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” arasında hem ilköğretim ve lise mezunu olanlar ve hem de üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı ilköğretim ve lise mezunu olanlarda biraz daha yüksek)
 - “kaçınma” arasında sadece üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

görülmektedir. Tablo 8 incelendiğinde hem ilköğretim ve lise mezunu olanlar ve hem de üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için “esenlik” faktörlerinden “halinden memnun” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında anlamlı bir ilişkinin çıkmadığı anlaşılmaktadır. Hem ilköğretim ve lise mezunu olanlar ve hem de üniversite ve lisansüstü mezunu olanlar için anlamlı ilişki gösteren analizler incelendiğinde çoğunlukla her iki grubun korelasyon katsayılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

VI.4.5.Çalışma Hayatındaki Kıdeme Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Çalışma hayatındaki kıdem açısından yapılan incelemelerde, deneklerin çalışma hayatındaki kıdemlerinin 1 yıl ile 37 yıl arasında değiştiği (ortalama 11 yıl) görülmüştür. Geniş bir aralıkta dağılım gösteren deneklerin çalışma hayatındaki kıdemleri, bu çalışmada “1-11 yıl arası kıdeme sahip olanlar (deneklerin % 62’si)” ile “12-37 yıl arası kıdeme sahip olanlar (deneklerin % 38’i)” olarak iki gruba ayrılmıştır. Gruplara ayırmada deneklerin çalışma hayatındaki kıdem ortalaması esas alınmıştır. Bu ayırımı içerisinde yapılan “esenlik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasındaki korelasyon analizi sonuçları aşağıda Tablo.9’da sunulmaktadır.

Tablo.9. Çalışma Hayatındaki Kıdeme Göre Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ					
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyuma		
11 YIL VE ALTI KIDEME SAHİP OLANLAR İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şekli	Pearson Kor.	,244**	-,119	-,048	-,010	
		Anlam.	,000	,055	,443	,873	
	Depresif	Pearson Kor.	-,119	,239**	,215**	,161**	
		Anlam.	,053	,000	,000	,009	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,108	,200**	,177**	,087	
		Anlam.	,079	,001	,004	,157	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,079	-,054	-,067	,058	
		Anlam.	,203	,380	,279	,351	
	12 YIL VE ÜZERİ KIDEME SAHİP OLANLAR İÇİN						
	ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şekli	Pearson Kor.	,247**	-,193*	,086	-,013
Anlam.			,006	,032	,346	,884	
Depresif		Pearson Kor.	-,249**	,112	,170	,198*	
		Anlam.	,005	,217	,061	,028	
Keyifsiz		Pearson Kor.	-,292**	,157	,091	,175	
		Anlam.	,001	,084	,315	,052	
Halinden Memnun		Pearson Kor.	,015	-,047	,163	-,037	
		Anlam.	,867	,603	,071	,681	

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde

** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

Yapılan analiz sonucunda;

- “eselik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında hem 11 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 12 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” arasında sadece 12 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “eselik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece 12 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” ve “kaçınma” arasında sadece 11 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “uyuma” arasında hem 11 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 12 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “eselik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece 12 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için negatif yönlü ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” ve “kaçınma” arasında sadece 11 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

ortaya çıkmıştır. Analizlerde hem 11 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 12 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için “eselik” faktörlerinden halinden memnun ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmüştür. Hem 11 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 12 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için anlamlı ilişki gösteren analizler incelendiğinde çoğunlukla her iki grubun korelasyon katsayılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

VI.4.6.Halen Çalışılmakta Olunan Kurumdaki Kıdeme Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Anket sonuçlarından deneklerin halen çalıştıkları kurumda 1 yıl ile 32 yıl arasında kıdeme sahip oldukları (ortalaması 6 yıl) anlaşılmıştır. Geniş bir dağılım gösteren

deneklerin halen çalıştıkları kurumdaki kıdemleri, ortalama dikkate alınarak, “6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar (deneklerin % 61’i)” ile “7 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar (deneklerin % 39’u)” olarak iki gruba ayrılmıştır. Bu iki grup açısından “eselik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasındaki korelasyon analizi sonuçları aşağıda Tablo 10’da sunulmaktadır.

Tablo.10. Halen Çalışılmakta Olunan Kurumdaki Kıdeme Göre Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ				
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyuma	
6 YIL VE ALTI KIDEME SAHİP OLANLAR İÇİN						
ESELİK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,272**	-,141*	-,041	-,025
		Anlam.	,000	,021	,509	,682
	Depresif	Pearson Kor.	-,161**	,207**	,219**	,207**
		Anlam.	,008	,001	,000	,001
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,151*	,205**	,144*	,156*
		Anlam.	,013	,001	,018	,011
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,056	-,052	-,044	,013
		Anlam.	,360	,393	,470	,829
7 YIL VE ÜZERİ KIDEME SAHİP OLANLAR İÇİN						
ESELİK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,202*	-,167	,057	,023
		Anlam.	,028	,071	,542	,807
	Depresif	Pearson Kor.	-,181*	,211*	,174	,075
		Anlam.	,049	,022	,059	,421
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,212*	,166	,183*	,020
		Anlam.	,021	,073	,047	,828
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,076	-,064	,135	,065
		Anlam.	,410	,489	,145	,487

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

Tablo.10’a bakıldığında;

- “eselik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında hem 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 7 yıl

ve üzeri kıdeme sahip olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

- “güç kullanma”, “kaçınma” ve “uyma” arasında sadece 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “eselik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında hem 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 7 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” arasında hem 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de de 7 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “kaçınma” ve “uyma” arasında 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “eselik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 7 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” ve “uyma” arasında sadece 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “kaçınma” arasında hem 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 7 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

görülmektedir. Elde edilen sonuçlardan hem 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 7 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için “eselik” faktörlerinden halinden memnun ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, hem 6 yıl ve altı kıdeme sahip olanlar ve hem de 7 yıl ve üzeri kıdeme sahip olanlar için anlamlı ilişki gösteren analizler incelendiğinde çoğunlukla her iki grubun korelasyon katsayılarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

VI.4.7.Görev Yapılan Departmana Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Deneklerin görev yaptığı pazarlama, üretim, insan kaynakları, muhasebe-finance ve diğer departmanlar

düzeyinde yapılan “eselik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasındaki korelasyon analizi sonuçları Tablo.11’de toplu halde sunulmaktadır.

Analiz sonucunda ;

- “eselik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında üretim, insan kaynakları ve diğer departmanlarda görev yapanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı insan kaynakları departmanında görev yapanlarda biraz daha yüksek)
 - “güç kullanma” arasında diğer departmanlarda görev yapanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “kaçınma” arasında sadece pazarlama departmanında görev yapanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “eselik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında üretim departmanlarında görev yapanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” arasında insan kaynakları, muhasebe-finance ve diğer departmanlarda görev yapanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “kaçınma” arasında pazarlama, insan kaynakları ve diğer departmanlarda görev yapanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı pazarlama departmanında görev yapanlarda biraz daha yüksek)
 - “uyma” arasında pazarlama ve üretim departmanlarında görev yapanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “eselik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında üretim ve insan kaynakları departmanlarında görev yapanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı üretim departmanında görev yapanlarda biraz daha yüksek)

- o “güç kullanma” arasında insan kaynakları ve diğer departmanlarda görev yapanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- o “kaçınma” arasında pazarlama departmanında görev yapanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- o “uyuma” arasında pazarlama ve üretim departmanlarında görev yapanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

Tablo.11. Görev Yapılan Departmana Göre Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ					
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyuma		
PAZARLAMA DEPARTMANINDA ÇALIŞANLAR İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,118	-,119	-,268*	-,090	
		Anlam.	,348	,346	,031	,477	
	Depresif	Pearson Kor.	-,223	,053	,454**	,336**	
		Anlam.	,075	,674	,000	,006	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,136	,122	,376**	,297*	
		Anlam.	,280	,335	,002	,016	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,004	-,082	-,194	-,157	
		Anlam.	,972	,516	,122	,213	
	ÜRETİM DEPARTMANINDA ÇALIŞANLAR İÇİN						
	ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,315*	-,244	,219	-,024
			Anlam.	,022	,078	,116	,866
		Depresif	Pearson Kor.	-,430**	,202	-,006	,388**
Anlam.			,001	,148	,964	,004	
Keyifsiz		Pearson Kor.	-,419**	,260	,100	,343*	
		Anlam.	,002	,060	,477	,012	
Halinden Memnun		Pearson Kor.	,062	-,197	,269	,077	
		Anlam.	,660	,157	,052	,584	

İNSAN KAYNAKLARI DEPARTMANINDA ÇALIŞANLAR İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,480**	-,122	-,025	,150	
		Anlam.	,000	,364	,856	,265	
	Depresif	Pearson Kor.	-,220	,307*	,294*	,077	
		Anlam.	,099	,020	,027	,571	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,346**	,294*	,007	-,186	
		Anlam.	,008	,026	,957	,166	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,293*	,004	,004	,244	
		Anlam.	,027	,977	,975	,068	
MUHASEBE-FİNANSMAN DEPARTMANINDA ÇALIŞANLAR İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,255	,109	-,156	-,051	
		Anlam.	,100	,487	,317	,747	
	Depresif	Pearson Kor.	-,256	,306*	,266	-,008	
		Anlam.	,098	,046	,085	,959	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,288	,254	,237	,056	
		Anlam.	,062	,100	,126	,720	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,275	,158	,101	,244	
		Anlam.	,074	,312	,518	,115	
	DİĞER DEPARTMANLARDA ÇALIŞANLAR İÇİN						
	ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,180*	-,187*	,039	-,015
			Anlam.	,020	,015	,615	,842
		Depresif	Pearson Kor.	-,035	,213**	,173*	,112
Anlam.			,653	,006	,025	,149	
Keyifsiz		Pearson Kor.	-,028	,162*	,144	,097	
		Anlam.	,717	,036	,063	,211	
Halinden Memnun		Pearson Kor.	-,054	-,066	-,051	-,053	
		Anlam.	,484	,392	,510	,492	

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

- “esenlik” faktörlerinden “halinden memnun” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - o “uzlaşma ve işbirliği” arasında sadece insan kaynakları departmanında görev yapanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

ortaya çıkmıştır. Bu aşamadaki analizlerde bazı korelasyon katsayılarının daha önceki analizlere göre, daha yüksek çıktığı dikkat çekmiştir.

VI.4.8.Çalışıkları Sektöre Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Çalışanların görev yaptıkları sektörler dikkate alınarak da “esenlik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar aşağıda Tablo.12’de sunulmaktadır.

Tablo.12. Çalışıkları Sektöre Göre Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ				
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyma	
KAMU SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLAR İÇİN						
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,254*	-,204	-,051	,061
		Anlam.	,040	,101	,684	,627
	Depresif	Pearson Kor.	-,080	-,017	,185	,089
		Anlam.	,522	,894	,137	,479
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,187	,082	,139	,075
		Anlam.	,132	,515	,264	,548
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	-,118	-,020	,160	-,002
		Anlam.	,347	,874	,199	,984
ÖZEL SEKTÖRDE ÇALIŞANLAR İÇİN						
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,250**	-,146**	-,004	-,023
		Anlam.	,000	,009	,947	,681
	Depresif	Pearson Kor.	-,186**	,244**	,215	,186
		Anlam.	,001	,000	,000	,001
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,166**	,210**	,160**	,121*
		Anlam.	,003	,000	,004	,030
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,102	-,071	-,020	,032
		Anlam.	,069	,207	,721	,564

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

Elde edilen sonuçlardan;

- “esenlik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında hem kamu hem de özel sektörde çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (kamu

sektöründe çalışanlar için anlamlılık gösteren tek sonuç)

- “güç kullanma” arasında sadece özel sektörde çalışanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “esenlik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece özel sektörde çalışanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma”, “kaçınma” ve “uyma” arasında sadece özel sektörde çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “esenlik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında özel sektörde çalışanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma”, “kaçınma” ve “uyma” arasında sadece özel sektörde çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

ortaya çıkmıştır. Tablo.12 incelendiğinde hem kamu hem de özel sektörde çalışanlar için “esenlik” faktörlerinden “halinden memnun” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmektedir. Analizlerde kamu sektöründe çalışanlar için genelde anlamlı sonuçların çıkmadığı, buna karşılık özel sektörde çalışanlar için daha çok anlamlı sonuçlara ulaşıldığı dikkat çekmektedir.

VI.4.9.Çalışıkları Kademeye Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Yapılan incelemelerde deneklerin çalışıkları kademeler de göz önüne alınmıştır. Bu açıdan üst, orta ve alt kademede görev yapan denekler için “esenlik” faktörleri ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo.13’de sunulmaktadır.

Tablo.13 incelendiğinde;

- “esenlik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında orta ve alt kademede çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu,
 - “güç kullanma” arasında sadece üst kademede çalışanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu,

Tablo.13. Çalıştıkları Kademeye Göre Faktörler Arası Korelasyon

		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ					
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyma		
ÜST KADEMEDE ÇALIŞANLAR İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,162	-,445**	-,080	-,157	
		Anlam.	,166	,000	,497	,179	
	Depresif	Pearson Kor.	-,185	,284*	,228*	,241*	
		Anlam.	,112	,014	,049	,038	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,229*	,254*	,095	,152	
		Anlam.	,048	,028	,417	,192	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,043	-,120	,127	-,114	
		Anlam.	,712	,304	,278	,330	
	ORTA KADEMEDE ÇALIŞANLAR İÇİN						
	ESENLIK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,242**	-,058	,010	,104
			Anlam.	,000	,394	,884	,124
		Depresif	Pearson Kor.	-,184**	,072	,200**	,119
Anlam.			,007	,288	,003	,078	
Keyifsiz		Pearson Kor.	-,174**	,128	,241**	,079	
		Anlam.	,010	,059	,000	,245	
Halinden Memnun		Pearson Kor.	,091	-,012	,025	,101	
		Anlam.	,181	,855	,709	,136	
ALT KADEMEDE ÇALIŞANLAR İÇİN							
ESENLIK FAKTÖRLERİ		Şevkli	Pearson Kor.	,321**	-,148	,002	-,134
			Anlam.	,002	,156	,987	,201
		Depresif	Pearson Kor.	-,133	,423**	,190	,196
	Anlam.		,205	,000	,069	,060	
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,128	,292**	,039	,142	
		Anlam.	,221	,005	,713	,175	
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,020	-,092	-,139	-,008	
		Anlam.	,852	,383	,184	,940	

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

- “esenlik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden

- “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece orta kademe çalışanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu,
- “güç kullanma” arasında üst ve alt kademe çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı alt kademe çalışanlarda biraz daha yüksek),
- “kaçınma” arasında üst ve orta kademe çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “uyma” arasında sadece üst kademe çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “esenlik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında üst ve orta kademe çalışanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu,
 - “güç kullanma” arasında üst ve alt kademe çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu,
 - “kaçınma” arasında sadece orta kademe çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

ortaya çıkmıştır. Analizlerde “esenlik” faktörlerinden “halinden memnun” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörleri arasında hiçbir anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır.

VI.4.10.Çalıştıkları Sektör ve Kademeye Göre Faktörler Arasındaki Korelasyon

Deneklerin çalıştıkları sektör ve kademe açısından ayrı ayrı yapılan korelasyon analizleri ayrıca deneklerin çalıştıkları sektörde görev yaptıkları kademe dikkate alınarak da tekrarlanmıştır. Buna göre kamu sektöründe üst, orta ve alt kademe çalışanlar ile özel sektörde üst, orta ve alt kademe çalışanlar için yapılan korelasyon analizi sonuçları aşağıda Tablo.14’de sunulmaktadır.

Elde edilen sonuçlardan ;

- “esenlik” faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında özel sektörde orta kademe ve alt kademe çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” arasında sadece özel sektörde üst kademe çalışanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu

Tablo.14. Çalıştıkları Sektör ve Kademeye Göre Faktörler Arası Korelasyon

KAMU SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLAR		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ				ÖZEL SEKTÖRDE ÇALIŞANLAR		ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ					
		Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyma			Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyma		
ÜST KADEMEDE ÇALIŞANLAR İÇİN													
ESEN LİK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,576	-,637	-,587	,774*	ESEN LİK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,113	-,429**	-,034	-,225
		Anlam.	,105	,065	,097	,014			Anlam.	,367	,000	,785	,070
	Depresif	Pearson Kor.	-,437	,133	,268	-,159		Depresif	Pearson Kor.	-,154	,306*	,221	,272*
		Anlam.	,240	,733	,486	,683			Anlam.	,218	,012	,074	,027
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,936**	,150	,595	-,337		Keyifsiz	Pearson Kor.	-,122	,274*	,031	,199
		Anlam.	,000	,701	,091	,376			Anlam.	,330	,026	,807	,109
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	-,605	,015	,722	-,059		Halinden Memnun	Pearson Kor.	,126	-,143	,058	-,120
		Anlam.	,084	,969	,028*	,879			Anlam.	,312	,254	,643	,337
ORTA KADEMEDE ÇALIŞANLAR İÇİN													
ESEN LİK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,190	-,074	-,308	-,206	ESEN LİK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,257**	-,066	,060	,170*
		Anlam.	,235	,645	,050	,196			Anlam.	,001	,385	,425	,024
	Depresif	Pearson Kor.	,050	-,169	,333*	,281		Depresif	Pearson Kor.	-,261**	,121	,171**	,081
		Anlam.	,757	,292	,033	,076			Anlam.	,000	,109	,023	,282
	Keyifsiz	Pearson Kor.	,014	-,070	,353*	,340*		Keyifsiz	Pearson Kor.	-,230**	,170**	,221**	,023
		Anlam.	,928	,666	,023	,030			Anlam.	,002	,024	,003	,766
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	-,143	,052	-,083	-,097		Halinden Memnun	Pearson Kor.	,157*	-,039	,039	,145
		Anlam.	,372	,748	,608	,548			Anlam.	,036	,608	,603	,054
ALT KADEMEDE ÇALIŞANLAR İÇİN													
ESEN LİK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,263	-,254	,382	,412	ESEN LİK FAKTÖRLERİ	Şevkli	Pearson Kor.	,329**	-,118	-,097	-,236
		Anlam.	,326	,342	,144	,113			Anlam.	,003	,306	,403	,039
	Depresif	Pearson Kor.	-,262	,255	-,033	-,313		Depresif	Pearson Kor.	-,098	,437**	,267*	,279*
		Anlam.	,327	,341	,903	,237			Anlam.	,396	,000	,019	,014
	Keyifsiz	Pearson Kor.	-,250	,348	-,239	-,323		Keyifsiz	Pearson Kor.	-,091	,259*	,129	,223
		Anlam.	,351	,187	,373	,222			Anlam.	,432	,023	,263	,051
	Halinden Memnun	Pearson Kor.	,280	-,263	,270	,282		Halinden Memnun	Pearson Kor.	-,018	-,064	-,213	-,047
		Anlam.	,294	,324	,312	,289			Anlam.	,878	,579	,063	,686

* 0.05 Anlamlılık düzeyinde ** 0.01 Anlamlılık düzeyinde

- “uyma” ile kamu sektöründe üst kademedede (korelasyon katsayısı dikkat çekici kadar yüksektir : ,774) ve özel sektörde orta kademedede çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “eselik” faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında sadece özel sektörde orta kademedede çalışanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” arasında özel sektörde üst kademe ve alt kademedede çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı alt kademedede çalışanlarda biraz daha yüksek)
 - “kaçınma” arasında hem kamu hem de özel sektörde orta kademedede çalışanlar için (korelasyon katsayısı kamu sektöründe orta kademedede çalışanlarda biraz daha yüksek) ve özel sektörde alt kademedede çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “uyma” arasında özel sektörde üst kademedede ve alt kademedede çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “eselik” faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında kamu sektöründe üst kademedede çalışanlar (korelasyon katsayısı dikkat çekecek kadar yüksektir: ,936) ve özel sektörde orta kademedede çalışanlar için negatif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “güç kullanma” arasında özel sektörde üst kademe, orta kademe ve alt kademedede çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
 - “kaçınma” arasında hem kamu sektöründe hem de özel sektörde orta kademedede çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu (korelasyon katsayısı kamu sektöründe çalışanlarda biraz daha yüksek)
 - “uyma” arasında sadece kamu sektöründe orta kademedede çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu
- “eselik” faktörlerinden “halinden memnun” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden
 - “işbirliği ve uzlaşma” arasında sadece özel sektöründe orta kademedede çalışanlar için pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

- “kaçınma” arasında sadece kamu sektöründe üst kademedede çalışanlar için (korelasyon katsayısı dikkat çekecek kadar yüksektir: ,722) pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu

ortaya çıkmıştır.

VII. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yapılan analizler sonucunda kişilerin eselik durumları ile çatışma ele alış tarzları arasında bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Eselik faktörlerinden “şevkli” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında pozitif, “güç kullanma” faktörü ile negatif bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca, eselik faktörlerinden “keyifsiz” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden “uzlaşma ve işbirliği yapma” arasında negatif, “güç kullanma”, “kaçınma” ve “uyma” faktörleri ile pozitif bir ilişki ortaya çıkmıştır. Eselik faktörlerinden “depresif” ile çatışmayı ele alış tarzı faktörlerinden “uzlaşma ve işbirliği yapma” faktörü arasında negatif, “güç kullanma”, “kaçınma” ve “uyma” faktörleri arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Elde edilen sonuçlardan dikkati çeken noktalardan biri deneklerin demografik özellikleri ne olursa olsun çoğunlukla bireylerin şevkli olma durumları ile çatışmayı ele alış tarzlarından işbirliği ve uzlaşma arasında olumlu bir ilişkinin olduğudur. Ancak, bu durumun istisnası olarak lise ve daha alt eğitim kurumlarından mezun olanlar için şevkli olma ile çatışmayı ele alış tarzlarından kaçınma arasında pozitif bir ilişki vardır. Diğer bir istisna da, pazarlama departmanında çalışanlar için şevkli olma ile çatışmayı ele alış tarzlarından kaçınma arasında negatif bir ilişkinin olduğudur. Ayrıca üst kademedede çalışanlar için ise şevkli olma ile çatışmayı ele alış tarzlarından güç kullanma arasında negatif ilişki bulunmuştur.

Çoğunlukla depresif ve keyifsiz olma hali ile işbirliği ve uzlaşma arasında negatif bir ilişki görülürken, bu ruh hali ile güç kullanma, kaçınma ve uyma davranışları arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Halinden memnun olma durumu ile çatışmayı ele alış tarzları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Ancak bu durumun istisnası olarak kadınlar için halinden memnun olma durumu ile işbirliği ve uyma arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca kamu üst kademedede çalışanlar için ise halinden memnun olma durumu ile kaçınma arasında ve özel sektör orta kademedede çalışanlar için halinden memnun olma durumu ile uzlaşma ve işbirliği arasında pozitif yönlü bir ilişki görülmektedir.

Analizler sonucunda anlamlı olan ilişkiler toplu olarak aşağıda Tablo.15 ‘de gösterilmektedir.

Tablo.15. Çalıştıkları Sektör ve Kademeye Göre Faktörler Arası Korelasyon

			ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ							ÇATIŞMAYI ELE ALIŞ TARZI FAKTÖRLERİ			
			Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyma				Uzlaşma ve İşbirliği Yapma	Güç Kullanma	Kaçınma	Uyma
ŞEYKLI FAKTÖRÜ	Cinsiyet	Kadın	(+)	-	-	-	Cinsiyet	Kadın	(-)	(+)	-	-	
		Erkek	(+)	-	-	-		Erkek	-	(+)	(+)	(+)	
	Medeni Durum	Evli	(+)	(-)	-	-	Medeni Durum	Evli	(-)	-	-	(+)	
		Bekar	(+)	-	-	-		Bekar	-	(+)	(+)	-	
	Çocuk Sahibi	Var	(+)	-	-	-	Çocuk Sahibi	Var	(-)	-	-	(+)	
		Yok	(+)	(-)	-	-		Yok	(-)	(+)	(+)	-	
	Eğitim	Lise ve altı	-	-	(+)	-	Eğitim	Lise ve altı	-	(+)	-	-	
		Üniversite ve üstü	(+)	(-)	-	-		Üniversite ve üstü	(-)	(+)	(+)	(+)	
	İş Hayatı Kıdem	11 yıl ve altı	(+)	-	-	-	İş Hayatı Kıdem	11 yıl ve altı	-	(+)	(+)	(+)	
		12 yıl ve üzeri	(+)	(-)	-	-		12 yıl ve üzeri	(-)	-	-	-	
	İş Yeri Kıdem	6 yıl ve altı	(+)	(-)	-	-	İş Yeri Kıdem	6 yıl ve altı	(-)	(+)	(+)	(+)	
		7 yıl ve üzeri	(+)	-	-	-		7 yıl ve üzeri	(-)	-	(+)	-	
	Bölüm	Pazarlama	-	-	(-)	-	Bölüm	Pazarlama	-	-	(+)	(+)	
		Üretim	(+)	-	-	-		Üretim	(-)	-	-	(+)	
		İnsan Kaynakları	(+)	-	-	-		İnsan Kaynakları	(-)	(+)	-	-	
		Muhasebe Finansman	-	-	-	-		Muhasebe Finansman	-	-	-	-	
		Diğer	(+)	(-)	-	-		Diğer	-	(+)	-	-	
	Sektör	Kamu	(+)	-	-	-	Sektör	Kamu	-	-	-	-	
Özel		(+)	(-)	-	-	Özel		(-)	(+)	(+)	(+)		
Kademe	Üst	-	-	-	-	Kademe	Üst	(-)	(+)	-	-		
	Orta	(+)	-	-	-		Orta	(-)	-	(+)	-		
	Alt	(+)	-	-	-		Alt	-	(+)	-	-		
DEPRESİF FAKTÖRÜ	Cinsiyet	Kadın	(-)	-	-	-	Cinsiyet	Kadın	(+)	-	-	-	
		Erkek	-	(+)	(+)	(+)		Erkek	-	-	-	-	
	Medeni Durum	Evli	(-)	-	(+)	(+)	Medeni Durum	Evli	-	-	-	-	
		Bekar	(-)	(+)	(+)	-		Bekar	-	-	-	-	
	Çocuk Sahibi	Var	-	-	-	(+)	Çocuk Sahibi	Var	-	-	-	-	
		Yok	(-)	(+)	(+)	(+)		Yok	-	-	-	-	
	Eğitim	Lise ve altı	-	(+)	-	-	Eğitim	Lise ve altı	-	-	-	-	
		Üniversite ve üstü	(-)	(+)	(+)	(+)		Üniversite ve üstü	-	-	-	-	
	İş Hayatı Kıdem	11 yıl ve altı	-	(+)	(+)	(+)	İş Hayatı Kıdem	11 yıl ve altı	-	-	-	-	
		12 yıl ve üzeri	(-)	-	-	(+)		12 yıl ve üzeri	-	-	-	-	
	İş Yeri Kıdem	6 yıl ve altı	(-)	(+)	(+)	(+)	İş Yeri Kıdem	6 yıl ve altı	-	-	-	-	
		7 yıl ve üzeri	-	(+)	-	-		7 yıl ve üzeri	-	-	-	-	
	Bölüm	Pazarlama	-	-	(+)	(+)	Bölüm	Pazarlama	-	-	-	-	
		Üretim	(-)	-	-	(+)		Üretim	-	-	-	-	
		İnsan Kaynakları	-	(+)	(+)	-		İnsan Kaynakları	-	-	-	-	
		Muhasebe Finansman	-	(+)	-	-		Muhasebe Finansman	-	-	-	-	
		Diğer	-	(+)	(+)	-		Diğer	-	-	-	-	
	Sektör	Kamu	-	-	-	-	Sektör	Kamu	-	-	-	-	
Özel		(-)	(+)	(+)	(+)	Özel		-	-	-	-		
Kademe	Üst	-	(+)	(+)	(+)	Kademe	Üst	-	-	-	-		
	Orta	(-)	-	(+)	-		Orta	-	-	-	-		
	Alt	-	(+)	-	-		Alt	-	-	-	-		

(-) negative yönlü ilişkiler

(+) pozitif yönlü ilişkiler

- ilişki yok

Özetle, şevkli olma ile işbirliği yapma arasında pozitif ancak güç kullanma ile negatif yönlü bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar daha önce bu konuda yapılan çalışmalarla benzerlik göstermektedir.

Jones (2000), Brodtker ve Jameson (2001) duyguların çatışma durumunda çok önemli rol oynadığını ifade etmektedirler. Çatışmanın duygularla tanımlandığını, yürütüldüğünü ve bunun bilincinde olmanın kişinin çatışma yönetimine yaklaşımını değiştireceğini savunmaktadırlar [4]. Thompson, Nadler ve Kirn (1999) de benzer bir yaklaşımla duyguların insan ilişkisinde, müzakereler ve çatışma yönetiminde çok önemli olduğunu iddia etmişlerdir [50].

Rhoades, Arnold, ve Clifford (2001) olumlu tutumlara sahip kişilerin daha çok sorun çözücü yaklaşım benimsediklerini belirtmişlerdir [51]. Barsade'nin (2002) gruplarla yaptığı çalışmada olumlu duyguların grup üyeleri arasında yardımlaşma ve işbirliğine yol açtığı bulunmuştur [52]. Duygularla ilgili yapılan diğer çalışmalarda ise kızgınlık gibi olumsuz duyguların kişinin karşı tarafa tutumu ve çatışma sırasındaki davranışları ve müzakere sonuçlarında olumsuz etkileri bulunmuştur [53].

Çok açık olarak görülmektedir ki, olumlu duygusal deneyimler farklılıkların açık bir şekilde tartışılmasına ve yapıcı çatışma yönetimine yol açmaktadır [54-56]. Bu da pasif olarak diğerlerinin söylediklerine itaat ederek veya aktif olarak onlarla işbirliği yaparak mümkün olacaktır. Olumsuz duygusal deneyimler ise farklılıklar ve anlaşmazlıklar konusunda açık iletişimi engellediği gibi sorun çözmeyi zorlaştırmakta ve bunun sonucunda kişiler aktif olarak karşı karşıya gelip kavga etmekte veya yüzyüze gelmekten kaçınmaktadırlar [50,53,55].

Son zamanlarda yapılan araştırmalar kurum içi ve grup içi tartışmaların yararları üzerinde durmaktadır. Jones (2000) tartışmaya girmenin duygusal olarak harekete geçmek olduğunu belirtmiştir [57]. Akademik ve güncel yayınlar profesyonel ve özel hayatta duyguların ve duyguların yönetiminin önemini vurgulamaktadır. Bu kaynaklar evde, okulda, işte ve sosyal hayatta kişilerarası ilişkilerimizi etkili bir şekilde yürütebilmemiz için duygularımızın farkına varıp önemini anlamamız gerektiğini savunmaktadırlar. Birçok yönetici iş hayatında başarıyı yakalayabilmek için biraz içgüdüsel hareket edebilmek ve başkalarının duygularını anlayıp ona göre davranabilmek kadar kendi duygularımızla da yüzyüze gelebilmenin gerektiğini belirtmiştir [4].

Akademik çalışma yürüten Putnam, Mumby (1993) ve Rafaeli, Sutton (1989) gibi birçok araştırmacı da duyguların duygusal işgücünden (örn. Servis sektöründe neşeli ve yardımsever elemanlara ihtiyaç duyulması gibi) daha fazla şey ifade ettiğini vurgulamaktadırlar. İşyerinde duygusal deneyim ve duyguların ifade edilmesinin

kurumsal çıktılar üzerindeki etkisine dikkat çekmeye çalışan, (Putnam, Mumby, 1993; Rafaeli, Sutton, 1989 gibi) araştırmalar da yapılmaktadır [4].

Duyguların mantıksız ve üretkenliği düşüren bir unsur olduğunu düşünen mantık aynı şekilde çatışmanın da zararları ve engelleyiciliği üzerinde durmaktadır. Janis (1972), Amason, Schweiger (1997), De Dreu (1997), Jehn (1995), ve Van De Vliert (1997) gibi konu üzerinde araştırma yapanlar bu anlayışı çürütüp çatışmanın daha yaratıcı sorun ve ilişkilerin düzelmesi yararlarını ortaya çıkarsa da, bir çok kişinin çatışmadan kaçınmakta ve saklamakta olduğu bir gerçektir [4]

Elde edilen verilerden çalışanların esenliklerinin olduğu durumlar (şevkli) ile kurum içi daha etkili ve olumlu sonuçlar doğuracak davranışlar (yani uzlaşma ve işbirliği yönünde) arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar demografik değişkenler açısından da farklılık arz etmemektedir.

Esenlik ile çatışmayı ele alış tarzı arasındaki karşılıklı ilişkinin incelendiği bu araştırma dışında esenliği çatışmayı ele alış tarzının bir önceli ya da sonucu olarak da ele alan başka çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalar esenlik ile çatışmayı ele alış tarzı arasındaki etkileşimi açıkça ortaya koymakta ve esenliğin iyi olması durumunda çatışmanın kurum içinde daha olumlu ele alınacağını ya da olumlu şekilde ele alınan çatışmanın kişinin esenliğinin de iyi olması sonucunu doğuracağını belirtmektedirler [35]. Eğer esenlik bir öncel olarak düşünülürse, işe eleman seçimlerinde esenliğe sahip kişilerin seçilmesi kurum içinde çatışmanın daha olumlu (yani uzlaşma ve işbirliği yönünde) sonuçlanmasına neden olabilir.

Kurumların kuruluşlarından itibaren çalışanlar arasında rekabet ve çatışmanın var olduğu yadsınamayacak bir gerçektir. Bu durum geleneksel yönetim tarzlarından uzaklaşarak çalışanlara özerklik tanıdıka, bireysel sorumlulukların yerini ekip sorumlulukları aldıka ve bu ekipler kültürel ve demografik olarak çok farklı kişilerin bir araya gelmesiyle oluşturulduka daha da kaçınılmaz hale gelmektedir. Çalışanlar arasındaki rekabet ve çatışma üretkenliği her zaman olumsuz etkilemese de çalışmaların esenliğini, sağlığını, iş tatmini ve kuruma bağlılığını olumsuz etkileyebilmektedir. Ancak diğer bir görüş de çatışmanın kurum içi yaratıcılığı arttıracak, isabetli kararların alınmasına yardımcı olacağı yönündedir. Burada önemli olan çatışmanın nasıl ele alındığıdır. Yani, çatışma işbirliği ve uzlaşma ile çözüldüğünde kurum ve çalışanlar için daha olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Bu durumda esenlik çatışmayı ele alış tarzının bir sonucu olarak düşünülmektedir [10].

Yapılan bu araştırma da esenliğin olması durumu ile çatışmanın olumlu ele alınması (işbirliği ve uzlaşma)

arasındaki ilişkiyi desteklemektedir. İleriye dönük olarak yapılacak çalışmalarda esenliğin öncel ya da sonuç olarak ele alınmasının literatüre daha çok katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Klasik-Modern- Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar*. 9. Baskı, İstanbul: Beta Yayın Dağıtım.
- [2] Özkalp, E. & Kirel, Ç. (2001). *Örgütsel Davranış*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- [3] Schermerhorn, J.R.Jr., Hunt, G.J. & Osborn, N.R. (1997). *Organizational Behavior*. 6th Ed. New York: John Wiley & Sons.
- [4] Bodtker, M.A. & Jameson, K.J. (2001). Emotion in conflict formation and its transformation: Application to organizational conflict management. *International Journal of Conflict Management*, 12(3), 259-275.
- [5] Wang, C.L.; Lin, X. & Chan, K.K.A. (2005). Conflict Handling Styles in International Joint Ventures: A Cross-cultural and Cross-national Comparison. *Management International Review*, 45(1), 3.
- [6] Brodbeck, F.C.; Kerschreiter, R.; Mojzisch, A.; Frey, D. & Schulz-Hardt, S. (2002). The dissemination of critical, unshared information in decision-making groups: The effects of pre-discussion dissent. *European Journal of Social Psychology*, 32(1), 35-56.
- [7] Nemeth, C. (1986). Differential contributions of majority and minority influence processes. *Psychological Review*, 93(1), 10-20.
- [8] De Dreu, C.K.W. & Weingart, L.R. (2003). Toward a contingency theory of conflict and performance in groups and organizational teams. (Eds.: West, M.A.; Tjosvold, D. & Smith, K.). *International handbook of organizational teamwork and cooperative working*. Chichester, UK: Wiley, 151-166.
- [9] Tjosvold, D. (1998). Cooperative and competitive goal approach to conflict: Accomplishments and challenges. *Applied Psychology: An International Review*, 4(1), 285-342.
- [10] De Dreu, C.K.W. & Weingart, L.R. (2003). Task versus relationship conflict, team member satisfaction, and team effectiveness: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 88(4), 741-749.
- [11] Simons, T.L. & Peterson, R.S. (2000). Task conflict and relationship conflict in top management teams: The pivotal role of intragroup trust. *Journal of Applied Psychology*, 85(1), 102-111.
- [12] Akkirman, A.D. (1998). Etkin Çatışma Yönetimi ve Müdahale Stratejileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(1), 2.
- [13] Eren, E. (2004). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*. İstanbul: Beta Yay.
- [14] Pondy, L. (1967). Organizational conflict: Concepts and models. *Administrative Science Quarterly*, 17(2), 296-320
- [15] Kozan, M.K. (1997). Culture and conflict management: A theoretical framework. *International Journal of Conflict Management*, 8(4), 338-360.
- [16] Dijkstra, M.T.M.; Van Dierendonck, D.; Evers, A. & De Dreu, C.K.W. (2005). Conflict and well-being at work: The moderating role of personality. *Journal of Managerial Psychology*, 20(2), 87-104.
- [17] Schmidt, S.M., & Kogan, T. A. (1972). Conflict: Toward conceptual clarity. *Administrative Science Quarterly*, 17(3), 359-370.
- [18] Wall, J. & Callister, R. (1995). Conflict and its management. *Journal of Management*, 21(3), 515-558.
- [19] Frone, M.R. (2000). Interpersonal conflict at work and psychological outcomes: Testing a model among young workers. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 246-255.
- [20] Warr, P. (1990) The measurement of well-being and other aspects of mental health. *Journal of Occupational Psychology*. 63(3), 193-210
- [21] Diener, E.; Oishi, S. & Lucas, R.E. (2003). Personality, culture and subjective well-being: emotional and cognitive evaluations of life, *Annual Review of Psychology*, 54(1), p.403-425.
- [22] Rainey, D.W. (1995). Stress, burnout and intention to terminate among umpires, *Journal of Sport Behavior*, 18(4), P.312-23.
- [23] Richardsen, A.M.; Burke, R.J. & Leiter, M.P. (1992). Occupational demands, psychological burnout and anxiety among hospital personnel in Norway. *Anxiety, Stress, and Coping*, 5(1), 55-68.
- [24] Van der Doef, M. & Maes, S. (1999). The job-demand control (support) model and psychological well-being: a review of 20 years of empirical research, *Work and Stress*, 13(1), 87-114.
- [25] Spector, P.E. & Jex, S.M. (1998). Development of four self-report measures of job stressors and strain: Interpersonal conflict at work scale, organizational constraints scale, quantitative workload inventory, and physical symptoms inventory. *Journal of Occupational Health Psychology*, 3(1), 356-367.

- [26] Spector, P.E.; Chen, P.Y. & O'Connell, B.J. (2000). A longitudinal study of relations between job stressors and job strains while controlling for prior negative affectivity and strains. *Journal of Applied Psychology*, 85(2), 211-218.
- [27] Beehr, T.A.; Drexler, J.A. & Faulkner, S. (1997). Working in small family businesses: Empirical comparisons to non-family businesses. *Journal of Organizational Behavior*, 18(3), 297-312.
- [28] Shirom, A. & Mayer, A. (1993). Stress and strain among union lay officials and rank-and-file members. *Journal of Organizational Behavior*, 14(5), 401-413.
- [29] Leiter, M.P. (1991). Coping patterns as predictors of burnout: The function of control and escapists coping patterns. *Journal of Organizational Behavior*, 12(2), 123-144.
- [30] Brondolo, E.; Masha, R.; Stores, J.; Stockhammer, T.; Tunick, W.; Melhado, E. & Karlin, W.A. (1998). *Journal of Applied Social Psychology*, 28(1), 2089-2118.
- [31] Taylor, A.; Daniel, J.V.; Leith, L. & Burke, R.J. (1990). Perceived stress, psychological burnout and paths to turnover intentions among sport officials. *Applied Sport Psychology*, 2(1), 84-97.
- [32] Newton, T.J. & Keenan, A. (1985). Coping with work-related stress. *Human Relations*, 38(2), 107-126.
- [33] Parkes, K.R. (1986). Coping in stressful episodes: the role of individual differences, environmental factors and situational characteristics. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(1), 1277-1292.
- [34] Coyne, J.C. (1976). Depression and the responses of others. *Journal of Abnormal Psychology*, 85(1), 186-193.
- [35] Zapf, D., Dormann, C., & Frese, M. (1996). Longitudinal studies in organizational stress research: A review of the literature with reference to methodological issues. *Journal of Occupational Health Psychology*, 2(1), 145-169.
- [36] De Dreu, C.K.W.; Dierendonck, D.V. & Dijkstra, M.T.M. (2004). Conflict at Work and Individual Well-Being. *International Journal of Conflict Management*, 15(1), 6-23.
- [37] Cooper, C. L. & Marshall, J. (1976). Occupational sources of stress: A review of the literature relating to coronary heart disease and mental ill health. *Journal of Occupational Psychology*, 49(3), 11-28.
- [38] Farrell, D. & Rusbult, C.E. (1981). Exchange variables as predictors of job satisfaction, job commitment, and turnover: The impact of rewards, costs, alternatives, and investments. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 28(1), 78-95.
- [39] Robinson, S.L. & Bennett, R.J. (1995). A 'typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study. *Academy of Management Journal*, 38(2), 555-572.
- [40] Hatfield, A.; Cacioppo, J.T. & Rapson, R.L. (1993). Emotional contagion. *Current Directions in Psychological Science*, 2(1), 96-99.
- [41] Jex, S.W. & Thomas, J.L. (2003). Relations between stressors and group perceptions: main and mediating effects. *Work & Stress*, 17(1), 158-169
- [42] Rahim, A. (1983). Measurement of organizational conflict. *Journal of General Psychology*, 109(1), 188-199.
- [43] Hillhouse, J.J. (1997). Investigating stress effect patterns in hospital staff nurses: Results of a cluster analysis. *Social Science & Medicine*, 45(12), 1781-1788.
- [44] Rainey, D.W. (1999). Stress, burnout and intention to terminate among umpires. *Journal of Sport Behavior*, 18(4), 312-323.
- [45] Cohen, S. & Wills, T.A. (1985). Stress, social support and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310-357
- [46] Eisenberger, R.; Stinglhamber, F.; Vandenberghe, Sucharski, I.L. & Rhoades, L. (2002). Perceived supervisor support: Contributions to perceived organizational support and employee retention. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 565-573.
- [47] Rhoades, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- [48] Kuşçuluoğlu, S. (2004) A Study on Conflict Styles of Individual's In Relation To The Dominant Personality Factors, M.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü İngilizce İşletme Anabilim Dalı, Basılmamaış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- [49] Dreu De, K.W.; Evers, A.; Beersma, B.; Kluwer, S.E. & Nauta, A. (2001). A Theory Based Model of Conflict Management Strategies in The Workplace. *Journal of Organizational Behavior*, 22(6), 645-668.
- [50] Desivilya, S.H. & Yagil, D. (2005). The role of emotions in conflict management: the case of work teams. *International Journal of Conflict Management*, 16(1), 55-69 .
- [51] Rhoades, J.A.; Arnold, J. & Clifford, J. (2001). The role of affective traits and affective states in disputants' motivation and behavior during episodes of organizational conflict. *Journal of Organizational Behavior*, 22(3), 329-345.
- [52] Barsade, S.G. (2002). The ripple effects: Emotional contagion and its influence on group behavior. *Administrative Science Quarterly*, 47(4), 644-675.
- [53] Allred, K.; Mallozzi, J.S.; Matsui, F. & Raia, C.P. (1997). The influence of anger and compassion on negotiation performance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 70(3), 175-187.

- [54] Ayoko, O.B.; Mattel, C.E.J. & Cullen, V.J. (2002). Resolving the puzzle of productive and destructive conflict in culturally heterogeneous work groups: A communication- accommodation theory approach. *International Journal of Conflict Management*, 13(2), 165-195.
- [55] Hobman, E.; Bordia, P. & Gallois, C. (2003). Consequences of feeling dissimilar from others in a work team. *Journal of Business and Psychology*, 17(3), 301-325.
- [56] Kay, L.; Shapiro, D. & Weingart, L. (2001). Maximizing cross-functional new product teams' innovativeness and constraint adherence: A conflict communications perspective. *Academy of Management Journal*, 44(4), 779-793.
- [57] Andrea, M. & Jameson, K.J. (2001). Emotion in conflict formation and its transformation: Application to organizational conflict management. *International Journal of Conflict Management*, 12(3), 259-275.

Deniz BÖRÜ (denizboru@marmara.edu.tr) is an Assistant Professor Doctor in Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Management and Organization, Marmara University. Her research areas are trust, small business management and entrepreneurship.

Güler İSLAMOĞLU (gislamoglu@marmara.edu.tr) is an Assistant Professor Doctor in Faculty of Economic and Administrative Sciences, Department of Organizational Behavior, Marmara University. Her research areas are ethics, trust, culture, team working.

SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYALARININ GENÇ TÜKETİCİLERİN MARKA FARKINDALIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Mehmet TIĞLI¹, Serdar PİRTİNİ², Candan ÇELİK³

^{1,2}Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Doçent Dr.,

³İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Dr.

*EFFECTS OF SOCIAL RESPONSIBILITY CAMPAIGNS
ON YOUNG CONSUMER'S BRAND AWARENESS AND
A QUANTITATIVE RESEARCH*

Abstract: Corporate social responsibility means that a corporation should be held accountable for any of its actions that affect people, their communities, and their environment. Being social responsible does not mean that a company must abandon its primary economic mission. Nor does it mean that socially responsible firms cannot be as profitable as others less responsible (some are and some are not). The general public expects business to be socially responsible, and many companies have responded by making social goals a part of their overall business operations. In this article social responsibility concept will be discussed and later, the effect of social responsibility campaigns on brand awareness will be tried to determine via a survey research.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Social Responsibility Campaigns, Brand Equity, Brand Awareness

*SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYALARININ GENÇ
TÜKETİCİLERİN MARKA FARKINDALIĞI ÜZERİNDEKİ
ETKİSİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR
ARAŞTIRMA*

Özet: İşletmelerin sosyal sorumluluğu bir kuruluşun eylemleriyle toplumu, kendi gruplarını ya da çevresini etkilemesini ifade eder. Sosyal sorumluluğa sahip olmak ekonomik misyonu elden bırakmak demek değildir. Bir işletmenin sosyal sorumlu olması onun diğerlerine kıyasla daha az kar ettiği anlamına gelmez. Sosyal sorumluluk; işletmeler için önce bir görev, ardından gelecek için bir yatırım olmalıdır. Sosyal sorumluluk kampanyaları topluma sosyal fayda kazandırma amacına dönük olarak gerçekleştirilmelidir. Bu tür kampanyalar samimi olarak gerçekleştirildiği tüketici tarafından kabul görmekte ve satın alma davranışlarına da yansıtılmaktadır. Bu makalede sosyal sorumluluk kavramı tartışılmaya çalışılacak, daha sonra bir anket çalışmasıyla sosyal sorumluluk kampanyalarının marka farkındalığı üzerindeki etkisi tespit edilmeye çalışılacaktır

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sorumluluk, Sosyal Sorumluluk Kampanyaları, Marka Denkliği, Marka Farkındalığı

I. GİRİŞ

Yeni ekonomi ve bilişim teknolojileri koşulları, işletmelerin pazarlama yönetimi stratejilerinde önemli değişikliklere yol açmıştır. Bu hızlı değişim sürecinde işletmeler pazarlama stratejilerinde kendilerini farklı kılan yollar aramaya başlamışlar ve böylece başta pazarlama olmak üzere işletmelerin tüm iletişim fonksiyonlarında değer yaratma, temel bir yaklaşım haline gelmiştir. Günümüzde işletmeler pazarlama ve iletişim stratejilerinde değer yaratma anlayışını sadece müşterileri ve tedarik zincirindeki üyelerden oluşan sosyal paydaşlarla sınırlı tutmamakta ve bu kapsam içerisine toplumu da katmaktadır.

İşletmelerin pazarlama ve iletişim stratejilerini yeniden şekillendiren değer yaratma yaklaşımı, bugün işletme amaçlarına ulaşmanın olmazsa olmaz bir parçası haline gelmiştir. Rekabet sürecinde diğer rakipler karşısında müşteri ve marka değeri yaratarak öne geçmeyi başaran işletmeler, toplumsal değer açısından da sosyal sorumluluk anlayışını benimsemektedirler. Bu durumda, rekabet alanındaki yeteneklerine yeni beceriler eklemek zorunda kalan işletmeler, gelecekteki rekabet edebilirliklerini doğrudan etkileyen sosyal sorumluluk uygulamalarına yatırım yapmak zorundadır. Özellikle pazarlamanın günümüzde ulaştığı yeni bir evre olan değer temelli pazarlama anlayışında, kurumsal sosyal sorumluluk pazarlama yönetiminin asıl hedeflerinden birisi olan marka farkındalığını sağlamasına da olanak vermektedir.

II. PAZARLAMA VE İLETİŞİM KARARLARI AÇISINDAN SOSYAL SORUMLULUK

Global rekabet ortamında ortaya çıkan ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal gelişmeler sonucunda bir işletmenin sadece, doğru pazarlama stratejilerini geliştirmesi yeterli olmamaktadır aynı zamanda, pazarlamanın sunduğu değer de müşterilere etkin bir şekilde ifade edilebilmelidir. Bunun için de işletmenin pazarlama iletişimine yatırım yapması, markanın duygusal mesajlarının verilebilmesi, rakip markalarla kıyaslandığında markanın müşterilerle beraber topluma kattığı değerın açıklanması ve böylelikle müşterilere güven verebilmesi gerekmektedir [1].

İşletmeler, bilgi çağının değişen güç dengeleri içerisinde, giderek daha fazla söz sahibi olan tüketicilerin kalbini kazanmak istiyorsa sadece tüketici tatmini ile yetinmemeli, toplumun uzun soluklu çıkarlarını da gözettiğini tüketiciye göstermelidir. Ekonomik ilişkiler sistematığında pazarlama ve iletişim faaliyetlerinin üç temel ögesi olan işletme, tüketici ve toplum çıkarları toplumsal pazarlama anlayışına göre bir arada tatmin edilebilmelidir. Şu halde günümüzün bilgi toplumlarında işletmeler sadece tüketicilerin özel ihtiyaçlarını karşılayarak onların mutlu edilmesine odaklanmakla yetinmemeliler ve beraberinde toplumun ortak, genel ve olabildiğince özel gereksinim ve isteklerine de cevap verebilmelidirler [2]. Bu yönüyle sosyal sorumluluk bir işletme için bir görev olarak da addedilebilir. Ancak bu noktada gözlerden uzak tutulmaması gereken temel bir unsur, sosyal sorumlulukla yürütülen bir pazarlama stratejisinin uzun vadede hedeflenen sosyal değeri yaratabilmesi için beraberinde sunulan ürün veya hizmetin de kaliteli olması ve kendisinden beklenen kaliteyi yerine getirebilmesidir [3].

Değer yoğunluklu bir işletme yönetiminde işletmeyi topluma yararlı kılabilmek için işletmelerin sosyal sorumluluk üstlenmeleri ve üstlendikleri bu sorumlulukları yerine getirebilmek için de kurumsallaştırmaları adeta bir zorunluluk haline gelmiştir. Öyle ki; kurumsal sosyal sorumlulukla hareket eden işletmelerin, toplumda yarattığı mutluluk, onların daha mutlu insan kaynaklarına, daha mutlu müşterilere ve dolayısıyla daha mutlu hissedarlara sahip olmaları sonucunu getirmektedir. Bu açıdan da kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin daha iyi bir toplum ve daha iyi bir çevre için gönüllü olarak katkıda bulunması olarak tanımlanabilmektedir [4].

Kurumsal sosyal sorumluluk ilkesiyle hareket eden sosyal pazarlama anlayışına göre, işletmeler geniş toplumsal kitlelerin ihtiyaçlarını tatmin edebilmek için kurumsal sosyal sorumlulukları yerine getirebilmelidirler. Böylesi bir değerlendirme ise, işletme ile müşteriler arasındaki kısa dönemli ilişkilere odaklanma yerine, sosyal etkiler konusuna odaklanmayı beraberinde

getirmektedir [5].

Kurumsal sosyal sorumluluk perspektifiyle yürütülen sosyal pazarlama programları başlangıçta işletmeye ekstra bir maliyet olarak görülmekle birlikte, sonuçta gerek çalışanlar ve gerekse tüketicilerin bilinçlenmelerinin sağlanması yoluyla işletmenin kurumsal marka kimliğinin ve imajının toplum gözünde değerlendirilmesini sağlamaktadır. Özellikle, içinde bulunduğumuz bilgi ekonomilerinde giderek daha fazla bilinçlenen ve bilgi düzeyi artan tüketici kitlelerinin sosyal sorumluluk programlarını destekleyen işletmeler lehine satın alma kararı aldıkları görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal sorumluluk programlarının bir görevi de toplumun bilinç düzeyini yükseltmek yoluyla sürdürülebilir yaşam ve kalkınma çabalarına katkıda bulunmaktır [6]. Öte yandan, başlangıçta yapılan tüketici araştırmalarıyla toplumu oluşturan bireylerin ilgilerini oluşturan sosyal konuların belirlenerek sosyal sorumlu pazarlama anlayışının uygulanması ise, tüketicilerin ve toplumun refahına somut bir şekilde kalıcı katkılarda bulunmaktadır [7].

Değişimin sürekli bir faktör olduğu yeni ekonomide, kurumsal sosyal pazarlama diğer sosyal girişimlerden daha geniş toplumsal kesimlerin davranışlarını olumlu etkileme potansiyeline ve sosyal değişimi sağlamada önemli bir etkiye sahiptir. Bu duruma bağlı olarak, sosyal sorumluluk kampanyalarında davranış değişikliği, çoğu zaman hem bir odak noktası hem de amaçlanan sonuç olmaktadır. İşte bu noktada kurumsal sosyal pazarlama açısından sosyal sorumluluk kampanyaları davranış değiştirme odağı ile diğer kurumsal sosyal girişimlerden kolaylıkla farklılaşmaktadır. Tüm bu yargılardan hareketle, kurumsal sosyal pazarlama anlayışı ile yürütülen sosyal sorumluluk kampanyalarının bir başka kritik yararı da ürün satışlarını artırma potansiyelidir. Satışlarda böyle bir artış ise, genel itibarıyla arzulanan sosyal davranış ile kurumların ürünleri ve hizmetleri arasında doğal bir bağ mevcut olduğunda gerçekleşmektedir. Bu süreçte sosyal sorumluluk kampanyaları markayı bir sosyal amaç ile bağlantıya sokarak marka tercihi yaratabilmekte ve markanın rakip markalar içerisinde daha büyük olasılıkla seçilmesini de sağlayabilmektedir [8].

Böyle bir gelişim döneminde, işletmeler gelecekteki taleplerinin büyük ölçüde sosyal sorumlu pazarlamaya bağlı olduğunu görmekte ve buldukları toplumun uzun vadeli çıkarlarına hizmet ederek kar edebilmeyi yollarını aramaktadır [9]. Aslında böylesine bir yargı aynı zamanda sosyal sorumlu pazarlamanın kendi iddiasında da yer almakta ve buna göre tüketicilerin, kurumların sosyal taahhütlerine her zaman çok ilgi gösterdikleri kabul edilmektedir [10]. Ancak kimi işletmelerin sosyal sorumluluk kampanyaları gerçekleştirerek tüketicisinin de içinde var olduğu toplumun refah düzeyini yükseltmeyi düşünmek yerine

kısa vadede satış artışı beklentisi içine girmeleri ya da bu tür sosyal sorumluluk kampanyaları aracılığıyla görünürlük sağlamları etik açıdan sorgulanması gereken bir davranıştır. Asıl amaç her şeyden önce herhangi bir karşılık beklemezsizin topluma katkı sağlamak olmalıdır. Bu amacı daha sonra, toplumda işletmeye iyi niyet ya da kurumsal itibar sağlama, kurum ve marka bilinirliğini ve imajını artırma gibi yan amaçlar izlemelidir.

İşletmelerin hedef kitleleri üzerinde inandırıcılık ve güven yaratmak esasına dayanan kurum imajının oluşumu uzun ve sürekli bir çabayı gerektirmektedir. Bu yönüyle ele alındığında, bir kurumun iyi anlamda bilinirliği ve bu yönüyle kabulü bir yandan müşterilerine sunduğu değere diğer yandan da toplumsal açıdan sunduklarına bağlıdır. Bu nedenle de, işletmenin kamuoyunda saygın bir kurumsal imaja sahip olabilmesi için, başta çalışanları, müşterileri, tedarikçileri ve toplum olmak üzere tüm sosyal paydaşları nezdinde etkin bir iletişim kurabilmesi öncelikli bir zorunluluk olmaktadır [11].

Görüldüğü üzere kuruluşlar olumlu bir kurum imajı oluşturmak suretiyle marka değerine yatırım yapmaya, marka ve kuruluş adını sosyal bir amaç ile ilişkilendirmeye odaklanmışlardır. Bugün farklı hedef kitlelerin çevreyi koruma, kültür varlıklarına sahip çıkma, işsizliğe çözüm, eğitime katkı sağlama, halk sağlığı, spora ve sanata destek olma, haksız rekabet, doğal kaynakların kullanımı gibi konulardaki birçok sosyal sorunla karşı karşıya kalmaları söz konusudur. Sonuçta, bu sosyal sorunların niteliği ne olursa olsun, işletmeler yaşadığımız yüzyılda kurumsal saygınlığın anahtarı olan kurumsal itibar yönetimini gerçekleştirebilmek için kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları ile proaktif bir iletişimi gerçekleştirebilmelidirler [12]. Konu ile ilgili teorik analizlerde proaktif halkla ilişkiler diye de tanımlanan söz konusu süreç göz ardı edilerek sosyal sorumluluk ilkesine sadık kalınmaması durumunda uzun vadede kurumsal saygınlık açısından güç durumların oluşması gündeme gelebilecektir. Bu nedenle sosyal sorumluluk duyarlılığına sahip bir kurumdaki halkla ilişkiler uzmanı, işletmenin çıkarlarına hizmet ettiği kadar topluma da hizmet ederek çıkarları ortak zeminde birleştirecek ve toplumla iletişimde saptırılmış bilgileri değil, doğru bilgileri aktarmış olacaktır [13].

Sosyal sorumluluk kampanyaları gerçekleştirilirken kullanılacak yöntemler çeşitlilik arz etmektedir. Bunlardan en çok tercih edilenleri nedene dayalı pazarlama yani bir ürün satışından elde edilen gelirin tamamını ya da bir bölümünü sosyal bir projeye aktarmak, bağış ya da hibe türü yardımlar, bina veya ekipman desteği, işletme çalışanlarını bir sivil toplum kuruluşunda sosyal bir proje adına çalıştırmak, eğitim desteği verme gibi faaliyetlerdir.

III. SOSYAL SORUMLULUK KAMPANYALARININ MARKA FARKINDALIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Bir tüketicinin satın alma kararı verirken en etkili faktörlerden birisi hiç şüphesiz o markadan haberdar olmasıdır. Markaya ilişkin tutumlar ve marka sadakati farkındalıkla başlayan tüketici davranışı örnekleridir. Marka farkındalığı David Aaker'in tüketici temelli marka denkliği yaklaşımındaki boyutlardan bir tanesidir. Marka denkliği, bilindiği üzere bir markanın tüketicide çağrıştırdığı değerlerin bir bütünüdür. Bu değer bütünlüğü içerisindeki boyutlar ise; marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite ve marka sadakatidir. Marka farkındalığı potansiyel bir alıcının bir ürün kategorisinin üyesi bir markayı anımsama ve tanıma gücüdür [14]. Farkındalık kavramı, markanın en basit haliyle tanınmasından, o marka hakkında detaylı bilgiye dayanan bilişsel bir yapının kurulmasına kadar uzanabilir.

Marka anımsama ve marka tanıma marka farkındalığının iki tipidir. Tüketicinin hatırlama setinde bir markanın tutulabilmesi farkındalık sayesinde [15]. Marka farkındalığının meydana gelebilmesi için bizzat marka adının tüketici tarafından hatırlanması şart değildir [16]. Tüketici markayı hatırlamayıp, o markanın ambalajının şeklini, bir alışveriş merkezinin hangi katının neresinde mağazası olduğunu, hangi sanat festivaline sponsor olduğunu ya da reklamının sloganını anımsayabilir. Örneğin bir tüketici marka adını net olarak anımsamasa da, markayı "koni şeklinde şişesi olan parfüm" veya "kanguru logosu olan market" ya da "reklamında Acun Firarda'nın sunucusu olan cep telefonu operatörü" gibi bir ifadeyle hatırlayabilir. Markanın herhangi bir ortamda (reklam kuşağı, market reyonu vb.) ayırt edilebilmesi ise markanın tanınmasıyla ilgilidir. Örneğin bir tüketicinin öğlen yemeği için, anımsama yani belleğinden bulup çıkarma ile hangi restoranda yemek yiyeceğine karar vermesi marka anımsamaya ilişkin bir eylem iken, aklında yemek yiyebileceği herhangi bir yer yokken sokağa çıktığında gördüğü alternatifler arasında birine yönelmesi marka tanımaya ilişkindir [17]. Marka tanıma görsel ve sözel tanıma olarak iki şekilde gerçekleşir. Görsel tanıma, örneğin o markaya ilişkin ambalajın marketin rafında görüldüğünde hangi markaya ait olduğunun bilinmesiyken, sözel tanıma markaya ilişkin sloganın duyulduğunda hangi markanın sloganı olduğunun belirtilmesidir.

Marka farkındalığı marka denkliğinin diğer boyutu olan algılanan kaliteyi de olumlu yönde etkileyebilmektedir. Şöyle ki, 1990 yılında fıstık ezmesi ürünü için üç marka üzerinde yapılan bir araştırmada, deneklerin % 70'i diğer iki markayı bizzat kullanmış ya da kör testlerinde diğer iki markanın daha kaliteli oldukları kanıtlanmış bile olsa, tanınan markayı seçtikleri görülmüştür. Marka denkliği içerisindeki bir başka boyut olan marka sadakatinin gerçekleşmesi için de farkındalık

zaten zorunlu bir etkidir. Marka çağrışımlarının varolabilmesi de farkındalıkla mümkündür. Tüketici ancak haberdar olduğu bir markanın çağrışımlarını görebilir. Buradan hareketle denilebilir ki, marka denkliğinin temeli marka farkındalığıdır [18]. Chernatony ve McDonald'ın altı bileşenli (farkındalık, imaj, algılanan kalite, algılanan değer, kişilik, örgütsel çağrışımlar) marka nitelikleri listesinde de farkındalık ilk sıradadır [19]. Başka bir deyişle herşey, farkındalıkla başlar.

Belirli bir ürün kategorisinde marka farkındalığının belirlenmesinde üç ölçekten yararlanır. Bunlar kendiliğinden ya da spontan (spontaneous), ilk akla gelen (top-of-mind) ve yardımcı (aided) bilinirlik ölçekleridir. İlkinde ürün kategorisinde deneklerden yardımsız bir şekilde bir markayı tanıdığını belirtenlerin yüzdesi, ikincisinde yine yardımsız bir şekilde ilk o markayı anımsayanların yüzdesi, üçüncüsünde ise deneklerden kendilerine sunulan marka listesinden tanıdığını belirtenlerin yüzdesi belirlenmektedir [20].

Marka farkındalığı oluşturmada bir çok pazarlama faaliyeti etkili olabilmektedir. Özellikle internet, dışsal, TV, dergi gibi çeşitli mecralarda reklam, reklam kuşağı sponsorluğu, satış noktası ürün testleri, ambalajlama, kültür-sanat-spor-sosyal sorumluluk konularında sponsorluk, ürün yerleştirme, perakende noktasında özel reyon kiralama, fuarlarda yer alma, advertorial, gündem yaratarak pazarlama (buzz marketing), kendi satış mağazasını oluşturma, insertlerde yer alma gibi günümüzde çok yaygın faaliyetlerle tüketiciyle iletişim kurma yoluna gidilmekte ve farkındalık yaratılmaya çalışılmaktadır. GFK araştırma şirketinin 2006 yılında yapmış olduğu sponsorluk araştırmasında marka bilinirliğinin artırılması için sponsorluk yapan işletmelerin oranı yaklaşık % 63 düzeyinde çıkmıştır. Aynı araştırmada satışların artırılması amacını belirten işletmeler ise %30 civarındadır [21]. Buradan hareketle hangi alanda olursa olsun gerçekleştirilen bir sponsorluk faaliyeti sayesinde marka farkındalığının yükseltileceği inancı oldukça fazladır. Aynı araştırmada işletmelerin %60.3'ünün sosyal projelere destek verdikleri ortaya çıkmıştır. Akademetre şirketinin yine 2006 tarihli tüketici araştırmasında da halkın da büyük çoğunluğunun eğitim, çevre, sağlık gibi sosyal konularda sponsorluk yapılmasını arzu ettiği ortaya çıkmıştır [21].

Sosyal sorumluluk kampanyası yoluyla marka farkındalığı yaratmak ile görünürlük sağlamak arasında ince bir nüans vardır. Görünürlükte amaç, işletme tarafından yapılacak nakdi yardımın birkaç ya da daha fazla katı reklam yaparak sosyal bir kampanya yürütüyormuş gibi görünmektir. Gösterişçi bir yardım anlayışı vardır. Burada ana amaç olan topluma fayda sağlamanın ötesine geçilmiştir. Farkındalık yaratmada ise amaç, sosyal kampanyaya dikkat çekmek ve markanın sosyal bir davranın yanında gerçekten bulunduğunu daha mütevazı tonlarda topluma duyurmaktır. Burada sosyal

sorumluluk kampanyası sayesinde marka farkındalığı oluşturmaktan ziyade, markanın sosyal bir kampanyanın bir parçası olduğu konusunda tüketicilerde marka farkındalığı yaratmak amaçlanmaktadır. Bu anlayışa göre işletme, sosyal sorumluluğu mutlak bir amaç olarak gördüğünden markası sosyal fayda oluşturmada aslında sadece bir araçtır.

Nedene dayalı pazarlama biçiminde bir sosyal sorumluluk kampanyası yürütülüyorsa, marka farkındalığı yaratmak daha da önemlidir. Şöyle ki tüketiciler gereksinim sahiplerine yardım edebilmek uğruna sadık müşterisi oldukları markayı bile değiştirebilirler. Çünkü aldıkları her bir ürün kalemi ya da internette tıklanan her bir şerit (banner) reklam topluma fayda olarak geri dönecektir.

IV. GENÇ TÜKETİCİLERİN MARKA FARKINDALIĞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

IV.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, sosyal sorumluluk kampanyalarının marka imajına, marka farkındalığına ve gençlerin tüketici davranışlarına etkilerini ölçmektir.

IV.2. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırları

Araştırmanın kapsamını İstanbul'da üniversite öğrenimi gören genç tüketiciler oluşturmaktadır. En fazla üniversitenin İstanbul'da olduğu ve Türkiye'nin her yerinden okumak üzere öğrencilerin İstanbul'a geldiği düşünüldüğünde araştırma genel Türkiye profilini de sunar niteliktedir.

IV.3. Araştırmanın Türü

Bu çalışmada kullanılan araştırma türü, genç tüketicilerin sosyal sorumluluk kampanyası yürüten markalara bakış açısını, bu markalara karşı tutumlarını ve marka farkındalıklarını, marka satın alma davranışlarını incelemeye yönelik betimsel (descriptive) araştırma modeli grubuna girmektedir.

IV.4. Araştırmanın Metodolojisi

IV.4.1. Ana Kütlelin Belirlenmesi ve Örneklem Süreci

İstanbul'daki tüm devlet ve özel 17 üniversitede uygulanmıştır. Kota örnekleme yöntemine göre anketlerin sayısal dağılımı, üniversitelerin YÖK'te belirtilen öğrenci sayısına göre orantısal yapılmıştır. Araştırma, üniversite kampüslerinde, yüzyüze anket yöntemiyle 404 üniversite öğrencisine uygulanmıştır.

IV.4.2. Anket Sorularının Test Edilmesi

Sahaya çıkmadan önce sorulardaki eksiklik ya da yanlışların belirlenebilmesi için anket formu taslağı ana kütleyi temsil eden 40 üniversite öğrencisine uygulanarak sınanmıştır. Yapılan ön anket çalışması neticesinde yeteri kadar anlaşılmayan, birbirine benzer nitelikte bulunan sorularda gerekli düzeltmeler yapılarak anket formu üzerinde son düzenleme yapılmıştır.

IV.4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Gerekli eğitim verildikten sonra anketler Marmara Üniversitesi İşletme Fakültesi öğrencilerinden oluşan 15 kişilik bir ekip tarafından uygulanmıştır.

Anket formunda 41 soru yer almıştır. Sorular 4'tanesi demografik, 25'i beşli likert, 4'ü tek seçmeli, 3'ü çoktan seçmeli ve 5'i açık uçlu düzenlenmiştir. Veriler, SPSS 9.0 ile analiz edilmiştir.

IV.5. Araştırma Bulguları ve Değerlendirmesi

IV.5.1. Araştırmanın Güvenilirliği (İç Tutarlılığı)

Demografik değişkenlerin dışındaki 54 değişkene uygulanan Cronbach's Alpha güvenilirlik testi sonucunda aşağıdaki tabloda gösterilen sonuç elde edilmiştir.

Tablo.1. Araştırma Güvenilirliği

Cronbach's Alpha	N of Items
0,715	54

Tabloya göre araştırmanın güvenilirliği 0,715 olarak tespit edilmiştir. Bu oran çalışmanın yüksek güvenilirlikte olduğunu göstermektedir.

IV.5.2. Araştırma Verilerinin Analizi

IV.5.2.1. Tüketicilerin Demografik Özellikleri

Araştırma 170 erkek, 234 kadın üzerinde sınanmıştır (Bkz.Tablo.2). Genel dağılım olarak sağlıklıdır.

Tablo.2. Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Erkek	170	42,1
Kadın	234	57,9

Araştırma üniversite öğrencileri üzerinde sınanıldığı için yaş ortalaması genel olarak %28,7 ve %23,8 ile 20 ve 21 yaşları üzerinde yoğunlaşmıştır. 23 yaş ve üzeri, 18 yaş altı az yüzdelerde kalmıştır (Bkz.Tablo.3).

Tablo.3. Yaş Dağılımı

Yaş	Frekans	Yüzde
17	3	0,7
18	32	7,9
19	53	13,1
20	116	28,7
21	96	23,8
22	47	11,6
23	33	8,2
24	9	2,2
25	4	1
26	5	1,2
27	3	0,7
29	2	0,5

Araştırmada; üniversite öğrencilerine kişisel harcamaları sorulmuştur. Genç tüketiciler %26,5 oranında 401-600ytl. Arasında, %24,3 ile 215 – 400 ytl. aralığında harcama yaptıklarını belirtmişlerdir. 600 ytl ve üzeri %19,3 oranındadır (Bkz.Tablo.4).

Tablo. 4. Kişisel Harcama Dağılımı

Aylık Kişisel Harcama	Frekans	Yüzde
50 ytl ve altı	11	2,7
51 – 100 ytl	23	5,7
101 – 250 ytl	85	21
251 – 400 ytl	98	24,3
401 – 600 ytl	107	26,5
600 ytl ve üzeri	78	19,3
.Boş Bırakılan	2	0,5

Üniversitelere göre anket dağılımı, İstanbul'daki üniversitelerin YÖK'ten alınan öğrenci sayısına göre kota örneklemeyle yapılmıştır.

Araştırmada genç tüketicilere Türkiye'de hangi alanlarda sosyal sorumluluk kampanyası yürütülmesini istedikleri sorulmuştur. Genç tüketicilerin önemli bulduğu sosyal konular sırasıyla 'eğitim' 'sağlık', 'bilim ve teknoloji', 'yoksullara yardım', 'kültürel miras', 'sanat', 'spor', 'çevre', 'hayvanları koruma' ve 'arkeoloji'dir. Tablo.5'te de görüldüğü üzere genç tüketiciler, Türkiye'nin sosyal gereksinimleri doğrultusuna paralel bir çizgide sosyal sorumluluk kampanyalarını yürütülmesini istemektedir.

Genç tüketicilerin eğitim ve sağlık konularına duyarlı yaklaşımlarının nedeni Türkiye'nin bu iki konuda çok ciddi sorunlar yaşamasıdır. 2005 Birleşmiş Milletler İnsan Gelişimi Raporu'na göre Türkiye sağlık alanında, kişi başına sadece 420 dolar harcarken bu rakam Norveç'te 3.409, Belçika'da 2.515, Fransa'da 2.736 ve

İtalya'da 2.166'dır [22]. Yine aynı raporun yaşam beklentisi endeksinde Türkiye 0.75 puan ile 94. sıradadır. Türkiye'nin gelişmiş ülkelerin arasında yer alması için çok daha fazla gayret göstermesi gerekmektedir. Türkiye'de bir çok konuda yaşanan açık, sadece devlet düzeyinde değil, sosyal sorumluluk kampanyaları ya da sponsorluklarla özel sektör tarafından da kapatılmaya çalışılmaktadır [22].

Tablo.5. Üniversitelere Göre Anket Dağılımı

Öğrenim Görülen Üniv.	Frekans	Yüzde
Bahçeşehir Üniv.	7	1,7
Boğaziçi Üniv.	18	4,5
Doğuş Üniv.	4	1
Fatih Üniv.	2	0,5
Galatasaray Üniv.	4	1
Haliç Üniv.	3	0,7
Işık Üniv.	4	1
İstanbul Üniv.	112	27,7
Bilgi Üniv.	15	3,7
İstanbul Teknik Üniv.	29	7,2
İstanbul Ticaret Üniv.	4	1
Kadir Has Üniv.	4	1
Koç Üniv.	5	1,2
Kültür Üniv.	8	2
Maltepe Üniv.	6	1,5
Marmara Üniv.	98	24,3
Mimar Sinan Üniv.	11	2,7
Sabancı Üniv.	4	1
Yeditepe Üniv.	23	5,7
Yıldız Teknik Üniv.	35	8,7
Beykent Üniv.	8	2

Sağlık ve eğitim konuları; teknoloji, bilim, kültürel miras ve diğerleri ile karşılaştırıldığında yaşam kalitesinin sağlanması açısından çok daha önemlidir. Bu nedenle genç tüketiciler de şirketlerin öncelikle sağlık ve eğitim konularında sosyal sorumluluk kampanyaları düzenlemelerini istemekte, çoğunlukla tercihlerini bu konularda kullanmaktadır.

Genç tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk kampanyası yürüten markalara farkındalıklarını ölçümlemek için "Sosyal sorumluluk kampanyası yürüten markaları yazar mısınız?" sorusu yöneltilmiştir. Şekil.1'de dikkat çekilecek nokta sivil toplum örgütlerinin de (Tema, Deniz Feneri vb.) sosyal sorumluluk kampanyası yürüten marka olarak

algılanmasıdır. Turkcell'in yürüttüğü Kardelenler kampanyası da ayrıca marka olarak yine genç tüketiciler tarafından belirtilmiştir. Genel anlamda bakıldığında Turkcell dışındaki markaların çok yüksek düzeyde hatırlanmadığı gözlenmiştir. Uzun soluklu ve istikrarlı sosyal sorumluluk kampanyaları yürüten markalar daha çok farkındalık yaratmaktadır.

Kampanya farkındalığını ölçümlemek adına "Hatırladığınız sosyal sorumluluk kampanyalarını yazar mısınız?" sorusu yöneltilmiş ve Şekil 2'de de görüldüğü üzere Turkcell'in "Kardelenler" kampanyası %10,5; Unicef'in "Haydi Kızlar Okula" %7,92; Milliyet'in "Baba Beni Okula Gönder" %1,49 ve eski bir sosyal sorumluluk kampanyası olması rağmen Cif'in Topkapı Sarayı Restarosyanı kampanyası %1.49 ile genç tüketicilerin hatırladığı kampanyalardır.

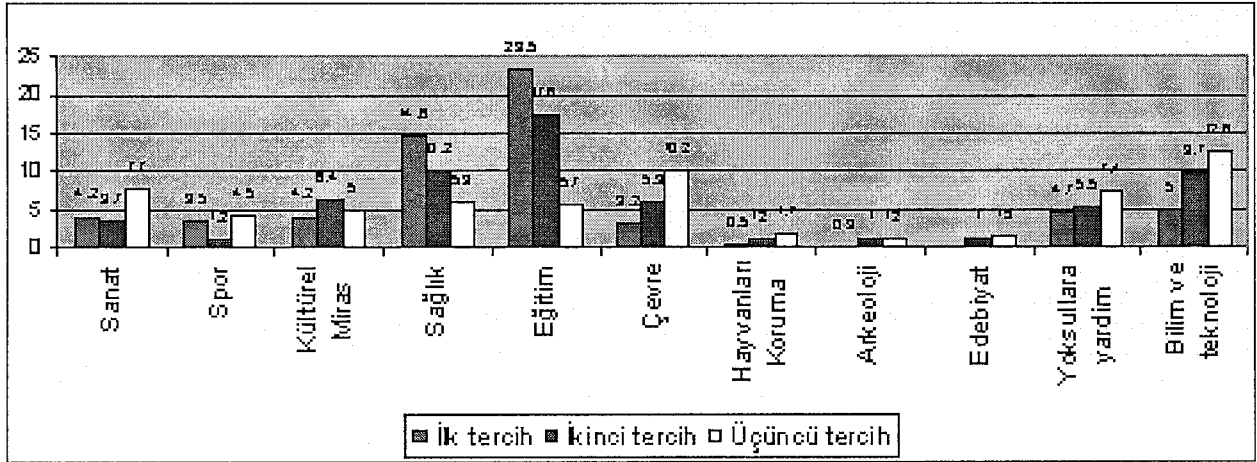
Hatırlanan kampanyalar ve markalar arasında bir eşleşme görülmektedir. Genç tüketiciler tarafından farkındalığı sağlanan, ses getirmiş sosyal sorumluluk kampanyalarının markalarının da hatırlandığı gözlenmiştir.

Genç tüketiciler çoğunlukla eğitim ile ilgili sosyal sorumluluk kampanyalarını hatırlamaktadır. Genç tüketici hangi alanlarda sosyal sorumluluk yapılması istiyorsa, o konuda yapılmış sosyal sorumluluk kampanyalarını ve bu markaları hatırlamakta, farkındalık geliştirmektedir.

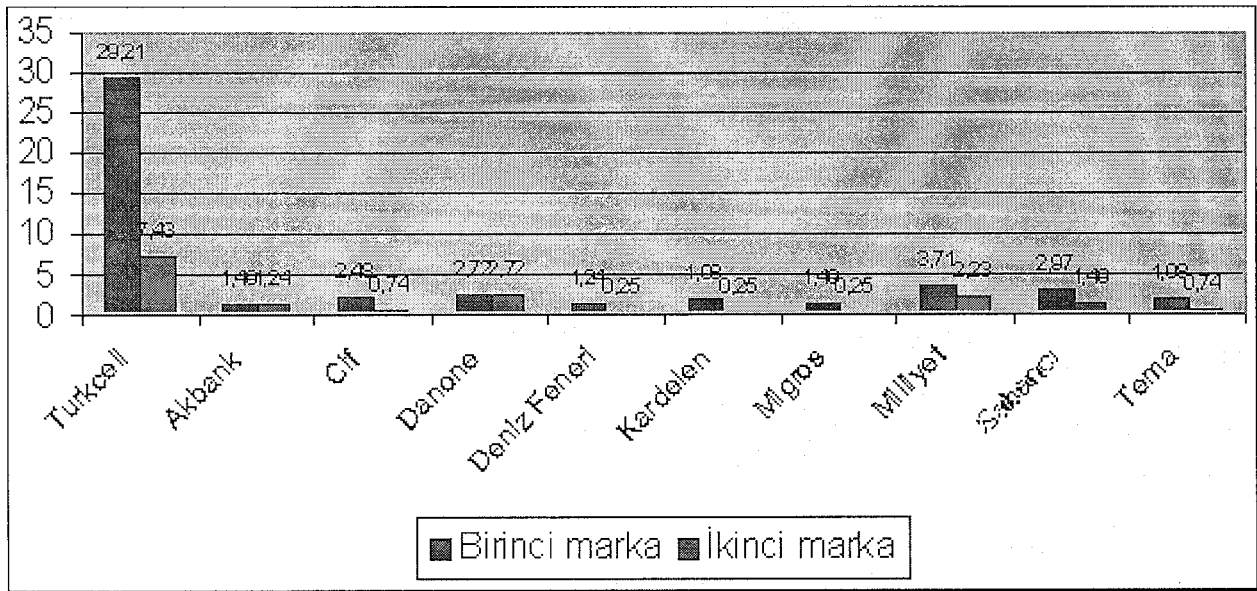
Genç tüketicilerin kurumsal sosyal sorumluluk kampanyası yürüten firmalara ve markalara karşı tutumlarını ölçümlemek adına 5'li likert ifadeleri hazırlanmıştır. Kesinlikle katılmıyorum ifadesi 1, kesinlikle katılıyorum ifadesi 5 olarak kodlanmıştır. Buradan alınan ortalama sonuçlara göre, genç tüketiciler, sosyal sorumluluk kampanyalarının kazanç amaçlı yapıldığının ve bu kampanyalara ayrılan bütçenin bir şekilde tüketicilerden alındığının, sosyal sorumluluk kampanyalarının işletmenin karını arttırmaya yönelik olduğunun farkındadır (Bkz.Tablo.6). Yani genç tüketiciler sosyal sorumluluk kampanyalarının sadece sosyal amaçlı değil, kar amacı da taşıdığına bilincindedir.

Diğer yandan sosyal sorumluluk kampanyaları yapan işletmelere karşı genç tüketicilerin duygu ve tutumlarının çok olumlu olduğu da görülmektedir. Eğer kullandıkları marka sosyal sorumluluk kampanyası yürütüyorsa marka bağımlılıkları artmakta, o markayı kullandıkları için büyük oranda kendilerini mutlu hissetmektedirler. Ayrıca sosyal sorumluluk kampanyaları yürüten işletmelere etik açıdan da yüksek oranda olumlu bakılmaktadır.

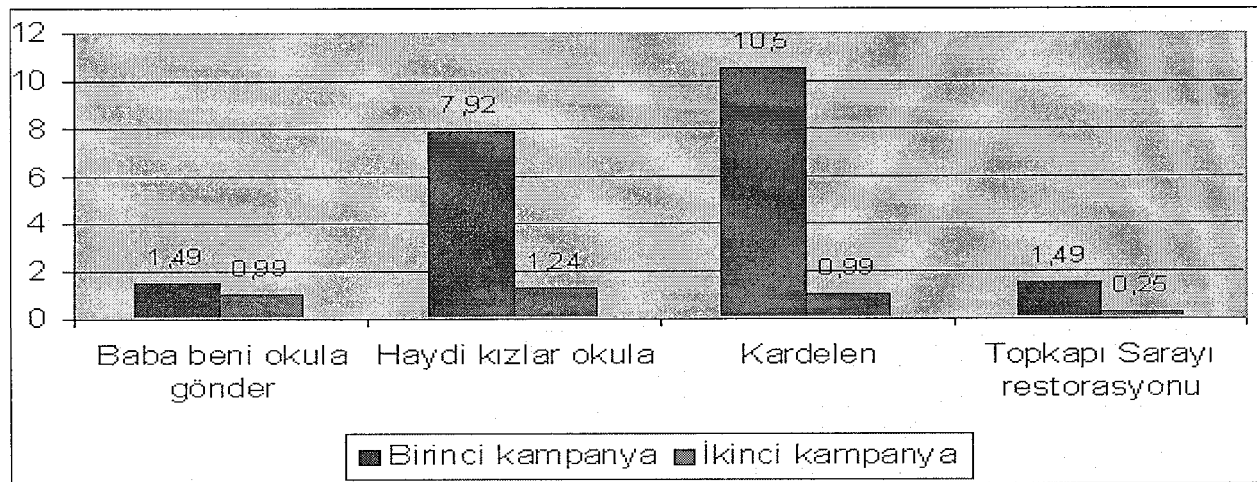
Şekil.1 Genç Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Kampanyası Yapılmasını İstedikleri Alanlar



Şekil.2 Sosyal Sorumluluk Kampanyası Yürüten Markaların Hatırlanma Oranları



Şekil.3 Kampanya Farkındalığı



Tablo.6. Likert İfadelerine Verilen Cevapların Ortalama Değerleri

İfadeler	Ort.
Sosyal Sorumluluk kampanyası gerçekleştiren firmalar yüksek karlı kuruluşlardır	3,81
Sosyal sorumluluk kampanyaları uzun vadede firmanın ticari hedeflerine olumlu yansır	4,00
Sosyal sorumluluk kampanyası yürüten markalara daha çok güvenirim	3,47
Sosyal sorumluluk kampanyası yürüten markalara bağlılığım daha yüksektir	3,26
Sosyal sorumluluk kampanyası yürüten bir marka satın aldığımda ben de destek verdiğim için mutlu olurum	4,14
Sosyal sorumluluk kampanyası gerçekleştiren firmanın ürünlerini, çevremdeki insanlara tavsiye ederim	3,85
Sosyal sorumluluk kampanyaları yapan firmaların daha demokratik ve insancıl olduğunu düşünürüm	3,60
Sosyal sorumluluk kampanyalarında işletmenin ayırdığı parasal kaynak gerçekte müşteriden (örneğin, müşterinin SMS göndermesi, ekstra alışveriş yapması vb.) temin edilmektedir	3,59
Sosyal sorumluluk kampanyaları yapan firmalarda çalışmak isterim	3,53
Firmaların sosyal sorumluluk kampanyalarına destek vermeleri toplumsal değil, kar odaklıdır	3,07
Firmaların sosyal sorumluluk kampanyaları yapmalarını samimi buluyorum	3,38
Firmaların sosyal sorumluluk kampanyaları yapmalarını her zaman etik buluyorum	3,61

*Kesinlikle Katılıyorum: 5 / Katılıyorum: 4 /
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum: 3 / Katılmıyorum: 2 /
Kesinlikle Katılmıyorum: 1*

Veriler göstermektedir ki, genç tüketiciler sosyal sorumluluk kampanyalarının kar amaçlı yapıldığının farkındadır. Kar odaklı yaklaşım genç tüketiciler tarafından bilinmesine rağmen; sosyal sorumluluk kampanyaları yürüten işletmelere karşı olumlu bir tutum sergilemektedirler ve bu kampanyalara dolaylı olarak da destek vermek genç tüketicilerin hoşuna gitmekte, gençlerin marka bağlılığını desteklemektedir.

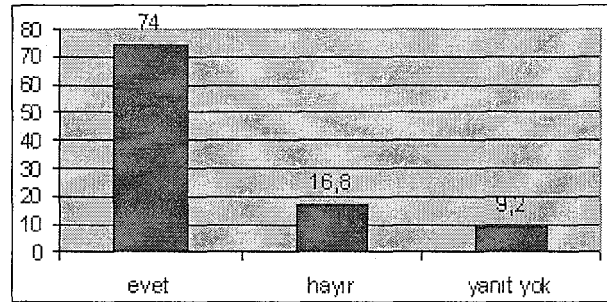
Genç tüketicilerin sosyal sorumluluk kampanyası olan markaları deneyip denemediği öğrenmek için "Firmaların yürüttüğü sosyal sorumluluk kampanyasının etkisiyle markalarımı en az bir kere denerim" ifadesi likert olarak sorulmuştur. Ortalama sonuç aşağıdaki gibidir:

Tablo.7. Kampanya Etkisi

Firmaların yürüttüğü sosyal sorumluluk kampanyasının etkisiyle ürünlerini en az bir kere denerim	3,31
--	------

Yanıt dağılım incelendiğinde sosyal sorumluluk kampanyalarının markayı denemeyi desteklediği görülmektedir. Genç tüketicilerin sosyal sorumluluk kampanyasına farkındalığı geliştirdikten sonra o markanın kullanıcısı olup olmadığını ölçümlmek için "Sosyal sorumluluk kampanyasını gördükten sonra kullanmaya başladığınız markalar oldu mu" sorusu yöneltilmiştir.

Şekil.4'te de görüldüğü üzere ancak %16,8'i bu soruya olumsuz yanıt vermiş, %74'ü ise tavrını evet diyerek belirtmiştir. Hipotez 4'te sosyal sorumluluk kampanyalarını gördükten sonra o markayı denediklerine yönelik bir tutum gösterecek de, araştırmada bu tutum satın alma davranışlarını değiştirecek kadar kuvvetli olmadığı görülmüştür.

Şekil.4. Sosyal Sorumluluk Kampanyalarını Gördükten Sonra Kullanmaya Başladığımız Markalar Oldu mu?

Ancak 5'li likert ölçeği ile sorulan "Eğer kalitesi ve fiyatı aynı ise sosyal sorumluluk kampanyasını yapan markayı satın almayı tercih ederim" sorusu yöneltilmiştir. Ortalama sonuç aşağıdaki gibidir.

Tablo.8. Sosyal Tercih

Eğer kalitesi ve fiyatı aynı ise sosyal sorumluluk kampanyasını yapan markayı satın almayı tercih ederim	4,18
--	------

Görüldüğü üzere genç tüketiciler markalar arasında ancak fiyat ve kalite denkliği sağlandıktan sonra sosyal sorumluluk kampanyası yürüten markayı tercih etme ve satın alma davranışını değiştirme eğilimindedir.

IV.5.2.2. Araştırma Hipotezleri

H₀: Genç tüketicilerin kişisel harcama düzeyleri ile firmalardan beklenti geliştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₁: Genç tüketicilerin kişisel harcama düzeyleri ile firmalardan beklenti geliştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Genç tüketicilerin kişisel harcama düzeyleri ile firmalardan beklenti geliştirdikleri kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo 9: Kruskal Wallis Hipotez Testi Sonuçları

Gelir Durumu			
	Chi-Square	df	Asymp.Sig
Sanat	2,502	5	,776
Spor	4,046	5	,543
Kültürel M.	1,192	5	,946
Sağlık	7,686	5	,174
Eğitim Öğretim	9,648	5	,086
Bilim ve Tek.	3,278	5	,657
Çev. Ve Doğa K.	3,772	5	,583
Hayvanların Korunması	3,883	5	,566
Arkeolojik C.	5,874	5	,319
Edebiyat	4,623	5	,464
Yardıma M. İnsanların korunması	8,179	5	,147

Ho: Kadın ve erkek genç tüketicilerin sağlık alanında kurumsal sosyal sorumluluk hakkındaki öncelik tercihleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1: Kadın ve erkek genç tüketicilerin sağlık alanında kurumsal sosyal sorumluluk hakkındaki öncelik tercihleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Mann Whitney U testleri uygulanmıştır. Elde edilen Asymp. Sig. değeri 0,05'ten büyük olduğu için Ho hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo.10. Mann-Whitney U Hipotez Testi Sonuçları

Sağlık	
Mann-Whitney U	19789,000
Wilcoxon W	47284,000
Z	-,107
Asymp. Sig. (2-tailed)	,915

Kadın ve erkek genç tüketiciler arasında sağlık konusundaki kurumsal sosyal sorumluluk kampanyası yürütmeleri ile ilgili öncelik tercihleri açısından farklılık tespit edilmemiştir.

Aynı şekilde kadın ve erkek genç tüketicilerin eğitim konusundaki kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları hakkındaki öncelik tercihleri incelendiğinde ise aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır (Tablo.11).

Ho: Kadın ve erkek genç tüketicilerin eğitim alanında kurumsal sosyal sorumluluk hakkındaki öncelik tercihleri açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1: Kadın ve erkek genç tüketicilerin eğitim alanında kurumsal sosyal sorumluluk hakkındaki öncelik tercihleri açısından anlamlı bir fark vardır.

Tablo.11. Mann-Whitney U Hipotez Testi Sonuçları

Eğitim Öğretim	
Mann-Whitney U	18207,000
Wilcoxon W	45702,000
Z	-1,594
Asymp. Sig. (2-tailed)	,111

Elde edilen Asymp. Sig. değeri 0,05'ten büyük olduğu için Ho hipotezi kabul edilmiştir.

Ho: Kadın ve erkek genç tüketicilerin "Sosyal sorumluluk kampanyalarını gördükten sonra kullanmaya başladığınız markalar oldu mu?" sorusuna verdikleri yanıtlar açısından anlamlı bir fark yoktur.

H1: Kadın ve erkek genç tüketicilerin "Sosyal sorumluluk kampanyalarını gördükten sonra kullanmaya başladığınız markalar oldu mu?" sorusuna verdikleri yanıtlar açısından anlamlı bir fark vardır.

Tablo.12. Mann-Whitney U Hipotez Testi Sonuçları

Sosyal sorumluluk kampanyalarını gördükten sonra kullanmaya başladığınız markalar oldu mu?	
Mann-Whitney U	15918,000
Wilcoxon W	28321,000
Z	-,838
Asymp. Sig. (2-tailed)	,402

Bulunan Asymp. Sig. değeri 0,05' ten büyük olduğu için Ho hipotezi kabul edilmiştir. Kadın ve erkek genç tüketiciler arasında kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarından etkilenecek o markayı satın alma sürecinde cinsiyet ayrımı olduğuna ilişkin anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

V. SONUÇ

İşletmelerin hangi konularda sosyal sorumluluk kampanyalarını yürütecekleri, hedefledikleri kitlenin eğilimlerine ve o ülkenin gereksinimlerine göre belirlenmelidir. Genç tüketiciler daha çok sağlık ve eğitim alanında işletmelerin sosyal sorumluluk kampanyasını yürütmelerini ve bu alanlarda açığın özel sektör tarafından kapatılmasını talep etmektedir. Bu noktada

gençlerin sosyal sorumluluk kampanyalarını toplumun sorunlarını giderici araçlar olarak gördükleri söylenebilir. Araştırmada bu konulardaki tercihlerde cinsiyetin ya da kişisel gelirin etkisi sorgulanmış ve anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Uluslararası markalar sosyal sorumluluk kampanyalarının konusuna karar vermeden önce yerel pazarın gerçek sosyal gereksinimlerini ortaya koymalı ve o doğrultuda sosyal sorumluluk kampanyalarını stratejilendirmelidir. Ayrıca sosyal sorumluluk kampanyaları kar amaçlı olmaktan ziyade öncelikle topluma fayda gözetilerek gerçekleştirilmelidir.

Sosyal sorumluluk kampanyaları genç tüketicilerin marka farkındalığını ve marka bağlılığını olumlu yönde etkilemektedir. Sosyal sorumluluk kampanyaları yürüten markalar genç tüketiciler üzerinde rekabet avantajına sahiptir.

Sosyal sorumluluk kampanyalarının genç tüketicilerin marka satın alma ya da marka değiştirme kararları üzerinde etkisi beklenen ölçüde yüksek değildir. Ancak eğer her iki markanın özellikleri benzerse, genç tüketiciler sosyal sorumluluk kampanyası yürüten markaları denemeye eğilimlidir.

Genç tüketiciler sosyal sorumluluk kampanyalarının toplumsal amaçlarının yanında ticari amaçlarının da farkındadır, ancak bu farkındalık işletmelere karşı olumlu düşünce geliştirmelerine engel değildir. Sosyal sorumluluk kampanyası yürüten işletmelere karşı güven duymakta; bu işletmeleri demokratik, insancıl bulmaktadırlar. Hatta çalışmak için de tercih etmektedirler ki; bu kurum imajının yerleşmesinde, sosyal sorumluluk kampanyasının yerinin önemini göstermektedir.

Sonuç olarak sosyal sorumluluk kampanyaları kurum ve marka imajını destekleyen çok önemli bir pazarlama iletişimi aracıdır ve belirli bir strateji doğrultusunda, uzun soluklu uygulandığında marka farkındalığı ve marka satın alma üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ancak sosyal sorumluluk kampanyaları işletmeler tarafından sadece markanın satışını artıracığı gerekçesiyle bir araç olarak kullanılmamalıdır. Asıl amaç toplumun değerlerini yükseltmek, markanın kendisi de bu idealde bir araç olmalıdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

[1] Doyle, P. (2003). *Değer Temelli Pazarlama: Şirketinizi Büyütmek ve Hissedar Değeri Yaratmak İçin Pazarlama Stratejileri*. (Çev.: Barış, G.). İstanbul: MediaCat, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.

- [2] Tek, Ö.B. & Özgül, E. (2005). *Modern Pazarlama İlkeleri Uygulamalı Yönetimsel Yaklaşım*. İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- [3] Yechiam, E.; Barron, G.; Erev, I. & Erez, M. (2003). On the Robustness and the Direction of the Effect of Cause-Related Marketing. *Journal of Consumer Behaviour*. 2(4), June, 320-332.
- [4] Şen, A. & Kaleli, N. Bilgi Toplumu İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk. (http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=428). [04.11.2006].
- [5] Blythe, J. (2001). *Pazarlama İlkeleri*. (Çev.: Yavuz Odabaşı). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- [6] Torlak, Ö. (2001). *Pazarlama Ahlakı Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- [7] Endacott, R.W.J. (2004). Consumer and CRM: A National and Global Perspective. *The Journal of Consumer Marketing*, 21(2/3), 183-189.
- [8] Kotler, P. & Lee, N. (2006). *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*. (Çev.İ Kaçamak, S.). İstanbul: MediaCat, Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.
- [9] Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). *Principles of Marketing*. Eleventh Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [10] Smith, W. & Higgins, M. (2000). Cause-Related Marketing: Ethics and the Ecstatic. *Business and Society*, 39(3), 304-322.
- [11] Erdoğan, Z.; Gönüllüoğlu, S. & Özkaya, H. (2006). Kurumsal İmaj Oluşturulmasına İlişkin Bir Literatür Taraması. *Pazarlama Dünyası*, 2006-5, Eylül-Ekim, 46-53.
- [12] Ülger, B. & Ülger, G. (2003). Yeni Binyılda Kurumsal Saygınlığın Anahtarı: İtibarın Yönetimi. *Pazarlama Dünyası*, 2003-5, Eylül-Ekim, 46-51.
- [13] Peltekoğlu, F.B. (1998). Halkla İlişkiler Mesleğinde Toplumsal Sorumluluğun Önemi. *İletişim Türkiye*, Halkla İlişkiler Derneği Yayın Organı, 75. Yıl Özel Sayısı, Sonbahar, 48-50.
- [14] Pappu, R.; Quester, P.G. & Cooksey, R.W. (2006). Consumer-Based Brand Equity and Country-of-Origin Relationships. *European Journal of Marketing*, 40(5/6), 696-717.
- [15] Hoyer, W.D. & Brown, S.P. (1990). Effect of Brand Awareness on Choice for a Common, Repeat-Purchase Product. *Journal of Consumer Research*, 17(2), 141-148.

- [16] MacDonald, E. & Sharp, B. (1996). Management Perceptions of the Importance of Brand Awareness as an Indication of Advertising Effectiveness, *Marketing Research On-Line*, 14(2), 1-15. (www.citywest.unisa.edu.tr). [04.11.2006].
- [17] Percy, L. & Rossiter, J.R. (1992), A Model of Brand Awareness and Brand Attitude Advertising Strategies. *Psychology & Marketing*, 9(4), 263-274.
- [18] Romaniuk, J.; Sharp, B.; Paech, S. & Driesener, C. (2004). Brand and Advertising Awareness: A Replication and Extension of a Known Empirical Generalisation. *Australasian Marketing Journal*, 12(3), 70-80.
- [19] Esch, F.R.; Langler, T.; Schmitt, B.H. & Geus, P. (2006). Are brands Forever? How Brand Knowledge and Relationships Affect Current and Future Purchases. *Journal of Product and Brand Management*, 15(2), 98-105.
- [20] Laurent, G.; Kapferer, J.N. & Roussel, F. (1995). The Underlying Structure of Brand Awareness Scores. *Marketing Science*, 14(3), 170-179.
- [21] Özçelik, B. (2006). Spor Değil, Dizi Değil, Sosyal Projeler. *Hürriyet Gazetesi İK*, 17 Eylül, 14.
- [22] (2005). Human Development Indicators: Human Development Index. *Human Development Report*. (http://hdr.undp.org/reports/global/2005/pdf/HDR05_HDI.pdf). [28.11.2006].

Mehmet TIĞLI (mtigli@marmara.edu.tr) has Ph.D. of Marketing at Marmara University Social Sciences Institute. He is an Associate Professor of Marketing at Marmara University. His research areas include integrated marketing communication, brand management, consumer behavior.

Serdar PİRTİNİ (serdarpirtini@marmara.edu.tr) has Ph.D. of Marketing at Marmara University in Faculty of Economic and Administrative Sciences. He is Associate Professor of Marketing in Marmara University at the Department of Business Administration. Areas of interest and specialty includes Marketing Management, Export Marketing, Consumer Behavior and Distribution Channels.

Candan ÇELİK (cacelik@istanbul.edu.tr) has Ph.D. of PR and Advertising at Istanbul University, Social Sciences Institute. She is research assistant at Istanbul University, School of Communication, Her research areas are cross-cultural consumer behavior, international advertising, intercultural communication, advertising.

PAZARLAMA AHLÂKININ PAZAR BİLGİSİYLE İLİŞKİSİ VE PAZARLAMA PERFORMANSINA ETKİSİ: PAZARLAMA YÖNETİCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Cevahir UZKURT¹, Ömer TORLAK², Müjdat ÖZMEN³

¹Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

²Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Doçent Dr.

³Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Araştırma Görevlisi

*THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING ETHICS
AND MARKET KNOWLEDGE AND THE INFLUENCE
OF MARKETING ETHICS ON MARKETING
PERFORMANCE: A STUDY ON MARKETING
MANAGERS*

Abstract: Developments in business thought and technology may lead to several social and ethical violations in marketing activities of modern businesses. Especially while generating market knowledge which is one of the most significant tools for customer satisfaction and gaining competitive advantage, acting of marketing managers according to the marketing ethics becomes a considerable issue. In this study, the relationship between marketing ethics and market knowledge and effects of marketing ethics perceptions of marketing managers' on marketing performance are examined. The results of this study show that, there is a statistically significant relationship between the marketing ethics perceptions of managers and some dimensions of market knowledge generation process. However, there is no statistically significant relationship between the marketing ethics perceptions of managers and marketing performance criteria. Consideration of managers for the moral values of the society and increasing consumer reactions to wrong marketing practice which are not approved by the society will probably make positive influences on the image of business and consequently on the performance.

Keywords: Marketing Ethics, Market Knowledge, Marketing Performance

*PAZARLAMA AHLÂKININ PAZAR BİLGİSİYLE İLİŞKİSİ
VE PAZARLAMA PERFORMANSINA ETKİSİ:
PAZARLAMA YÖNETİCİLERİ ÜZERİNDE BİR
ARAŞTIRMA*

Özet: İşletme anlayışındaki ve teknolojideki gelişmeler, pazarlama faaliyetlerinde bir takım sosyal ve ahlaki sorumluluk ihlallerine de yol açabilmektedir. Özellikle, işletmeler için müşteri tatmininde ve rekabet avantajı elde etmede en önemli araçlardan birisi olan pazar bilgisinin üretilme sürecinde, yöneticilerin pazarlama ahlakına uygun hareket etmeleri önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, pazarlama ahlâkı ve pazar bilgisi arasındaki ilişki ve yöneticilerin pazarlama ahlâkı algularının pazarlama performansına etkileri incelenmiştir. Araştırma sonucunda yöneticilerin pazarlama ahlâkı alguları ile pazar bilgisi üretme sürecinin bazı boyutlarında anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmüştür; yöneticilerin pazarlama ahlâkıyla ilgili alguları ile pazarlama performans kriterleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Ancak toplum tarafından onaylanmayan yanlış pazarlama uygulamalarına artan tüketici tepkilerinin ve toplumun ahlâki değerlerinin yöneticilerce dikkate alınması, işletmenin imajında ve dolayısıyla performansında olumlu etkiler yapması olasıdır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama Ahlâkı, Pazar Bilgisi, Pazarlama Performansı

I. GİRİŞ

Son yıllarda işletme ve pazarlama uygulamalarının birey ve toplum için olumsuz sonuçlar ortaya çıkarması ve gelişen iletişim araçları yoluyla bu olumsuzluklara karşı tepkilerin çoğalması ve görünür hale gelmesi, pazarlamada sosyal sorumluluk ve pazarlama ahlâkına önem verilmesini zorunlu kılmaktadır. Pazarlama karar ve uygulamalarının oldukça geniş bir alana yayılması, pazar, rakipler ve müşteriler üzerindeki etkilerinin artması, pazarlamada sosyal ve ahlâki sorumluluğun gelişmesine olan ihtiyacı da beraberinde getirmektedir.

Pazar bilgisi elde etme ve buna dayalı mal ve hizmetleri pazara sunma çabalarında işletmelerin, sosyal sorumluluk ve iş ahlâkına uygun hareket etmeleri beklenir. Ancak uygulamada her zaman bu şekilde davranılmadığı da açıktır. İletişim araçlarının yaygınlaşmasına ve tüketicilerin bilinç düzeylerindeki artışa paralel olarak tüketici ve çevreye zararlı pazarlama uygulamalarından kısa sürede haberdar olmak mümkün hale gelmiştir. Bu nedenle, son yıllarda pazarlama ahlâkına daha fazla vurgu yapıldığı ve işletmelerin bu konuyu göz ardı etme oranlarının gittikçe azaldığı söylenebilir. Diğer taraftan, pazarlama ahlâkına uygun davranmanın işletmenin imajı yanında, pazarlama performansına da olumlu katkıda bulunması beklenir.

Bu çalışmada, günümüz işletmeleri için her türlü faaliyetlerinde dikkate almaları gereken sosyal sorumluluk ve pazarlama ahlâkının, özellikle pazar bilgisi üretirken nasıl bir öneme sahip olduğu incelenecektir. Pazarlama ahlâkının pazar bilgisiyle ilişkisinin incelenmesinin yanında; işletme yöneticilerinin pazarlama ahlâkıyla ilgili algılamaları ve ona verdiği önemin, pazarlama performans kriterlerinde ne yönlü bir etki yarattığı da yöneticiler üzerinde yapılan bir uygulamayla incelenecektir.

II. PAZARLAMA AHLÂKI ve PAZAR BİLGİSİ İLİŞKİSİ

Pazar bilgisi elde etmek işletmelerin pazar ve hedef tüketicileri hakkında doğru bilgilenmeleri ve isabetli kararlar alabilmeleri için oldukça önemli ve kaçınılmaz bir eylemdir. Böylesine önemli bir konuda işletme ve pazarlama yönetimlerinin zaman zaman pazarlama ahlâkına uygun olmayan davranışlar gösterdikleri de bilinen bir gerçektir. Nitekim, gerek pazarlama araştırmaları ve gerekse pazar bilgisini kullanmada pazarlama ahlâkını ilgilendiren konularla karşı karşıya gelmek mümkün gözükmektedir [1-3].

Pazar bilgisi elde etmede pazarlama karar alıcı ve uygulayıcılarından kaynaklanabilecek çok sayıdaki eylem pazarlama ahlâkıyla ilgili olabilir. Rakiplerle ilgili bilgilerin haksız rekabet oluşturacak şekilde kullanılması, rakip elemanlara rüşvet vb. teklif edilmesi, müşterilerin mahrem (kişiyeye özel) bilgilerinin izin alınmaksızın kullanılması, bu tür bilgilerin başka organizasyonlara satılması, pazar bilgisi toplanır, analiz edilir ve dağıtılırken bu tür bilgilerin manipüle edilmeleri ve olduğundan farklı aktarılması, bilgilerin saklanması, zamanında ilgili yerlere aktarılmaması ve paylaşılmaması vb. çok sayıdaki husus bunlara örnek olarak verilebilir. Bu ve benzeri pek çok durum, sonuç itibarıyla işletmenin performansını olumsuz olarak etkileyebilir. Bir yandan finansal performans doğrudan etkilenebilirken, diğer yandan ise firmanın kamuoyu ve pazardaki imajı zedelenmek suretiyle dolaylı olarak da firmanın ve markasının piyasa değeri olumsuz etkilenebilir [4,5]. Bu yüzden, her türlü pazarlama karar ve uygulamalarında olduğu gibi, pazar bilgisi üretimi, dağıtımı ve kullanılması sürecinde de pazarlama ahlâkına uygun hareket edilmesi vazgeçilmesi mümkün olmayan bir gereklilik haline gelmiştir.

II.1. Pazarlama Ahlâkı

Pazarlama uygulamalarında toplumu tehdit eden faktörlerin ortaya çıkması, işletmelere yönelik tepkileri de beraberinde getirmiştir. Toplumsal olarak firmalara yöneltilen bu tepkiler bazen muhataplarının, pazarda rekabet avantajını da kaybetmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle işletmelerin her türlü faaliyetlerinde olduğu gibi pazarlama çabalarında da, toplumun önemseydiği bir

takım ahlâki ilkeleri dikkate alma zorunlulukları ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyacı karşılamaya yönelik olarak, pazarlamada sosyal sorumluluk ve ahlâki duyarlılıklara uygun davranmayı sağlayabilecek örgütsel ortamın hazırlanması ve stratejik planlamada bu konulara önem verilmesi önerilmektedir [6]. Böylece, olumsuz sonuçlara karşı savunma mekanizması yerine, bu sonuçları doğuracak ahlâki olmayan pazarlama kararlarının önüne geçme şansı ortaya çıkabilir [7]. Bu şekilde pazarlamada sosyal ve ahlâki sorumluluklara uygun davranılması ve bu noktada duyarlı hareket edilmesinin ayrıca, işletme performansını olumlu etkileyeceği de belirtilmektedir [8,9].

Pazarlama ahlâkı, pazarlama karar ve uygulamalarına ahlâki yargular, standartlar ve kuralların uygulanmasıyla ilgili bir süreçtir [10], yasal olmayan durumların ötesine geçer ve pazarlama karar ve uygulamalarının ahlâki normlara göre değerlendirilmesini gerektirir [11]. Buna göre pazarlama ahlâkı; faaliyette bulunulan zaman ve toplumsal şartları dikkate almak suretiyle pazarlama karar, eylem ve faaliyet sonuçlarının genel kabul görmüş ahlâki yargı, standart ve kurallar çerçevesinde değerlendirilmesi şeklinde tanımlanabilir [12].

Pek çok pazarlama karar ve uygulamasında olduğu gibi, pazar bilgisinin üretimi, işletme içinde dağıtımı ve kullanılması konularında da pazarlama ahlâkını ilgilendiren problemlerle karşı karşıya kalmak mümkündür. Pazar bilgisi yeteneği müşteri ve rakip bilgilerini elde etmek amacıyla pazar ve pazarlama araştırmalarını gerektirdiğinden, pazarlama araştırmalarında ortaya çıkabilecek cevaplayıcılar üzerinde baskı oluşturma, müşteri bilgilerinin gizliliğine önem vermeme, analizlerde kasıtlı hatalar yapma, araştırma sonuçlarını çarpıtarak sunma, müşteri bilgilerini izinsiz olarak satış amacıyla kullanma vb. çok sayıdaki pazarlama ahlâkını ilgilendiren problemlerle karşı karşıya kalınabilir [1-3,13-15].

Gelişen bilgi iletişim teknolojileriyle pazar bilgisinin toplanması ve kullanılması sürecinde bazı ahlâki olmayan yaklaşımlar ortaya çıkabilmektedir. Bu yaklaşımlar aynı zamanda bir takım çatışmalara da neden olabilmektedir. Bu süreçte ahlâki davranış ve uygulamalar işletme ve yöneticilere kazanç sağlayabilirken, ahlâki olmayan davranış ve uygulamalar ise önemli kayıplara neden olabilmektedir [16]. Dolayısıyla, işletme ve yöneticilerinin diğer pazarlama karar ve uygulamalarında olduğu gibi, pazar bilgisi elde etme sürecinde de pazarlama ahlâkına uygun davranışa zemin hazırlamaları gerekmektedir. Aksi halde, müşteriler, rakipler ve çalışanlar ile toplumdaki gelebilecek tepkilere cevap vermede zorluklar ortaya çıkacaktır.

Bu durumda, işletme yönetimlerinin pazarlama ahlâkına uygun davranış zeminini hazırlamalarında

sayısız faydalar bulunduğu açıktır. Bu nedenle pek çok işletme etik kodlar geliştirme ve yazılı hale getirilen bu kodlara karşı çalışanların duyarlılığını artırma çabalarına her geçen gün daha fazla önem vermektedir. Bu noktada, organizasyonların sözlerine sadık kalmaları ve kendi normlarına uygun davranış sergileme noktasındaki duyarlılıklarının gelişmesine paralel olarak, geliştirilen etik kodlara karşı duyarlılık da artmaktadır [17]. Bir başka ifadeyle, organizasyonlar bir yandan kişisel özellikleri dikkate alırken, bir yandan da örgütsel zemini hazırlamak suretiyle pazarlama ahlâkının gerektirdiği karar ve uygulamaları gerçekleştirmeyi başarabileceklerdir. Sadece örgütsel veya sadece kişisel özellikler üzerinde yoğunlaşarak pazarlama ahlâkının gerektirdiği karar ve uygulamaları gerçekleştirmek pek mümkün gözükmemektedir.

II.2. İşletmeler İçin Pazar Bilgisinin Önemi ve Pazarlama Ahlâkıyla İlişkisi

Bugünkü ulusal ve uluslararası pazarların küresel bir görünüm arzemesi, bu pazarlardaki tüketicilerin gelir ve bilinç düzeylerinin artması ve buna paralel olarak ihtiyaçlarının çeşitlilik ve artış göstermesi, bilgiye dayalı sektörlerin ağırlık kazanması gibi birçok gelişme rekabet ortamının da tamamen farklılaşmasına zemin hazırlamıştır [18]. Sürekli olarak değişen ve gelişen bu dalgalı pazarlarda rekabet avantajı elde etmenin en önemli araçlarından birisinin de ihtiyaç duyulan pazar bilgilerinin elde edilme ve yorumlanma sürecindeki işletme yeteneklerinin geliştirilmesi olduğu görülmüştür [19].

İşletmeler için pazar bilgisini, Li ve Calantone [20], yapılandırılmış, örgütlenmiş ve kendisine bir anlam kazandırılmış veriler birikimi olarak tanımlamaktadırlar. Bu tanımlamadan hareketle, pazar bilgisinin işletmelere yol gösterici bir özellik taşıması için; bu bilgilerin üretim ve kullanma süreçlerinin rekabet avantajı sağlayacak ve performans artıracak şekilde yapılandırılması gerekmektedir. İşletmelerde bu yapılandırılmış bilgi üretim ve kullanma süreçlerinin davranışsal hale getirilmesi ise pazar bilgisi yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda pazar bilgisi ve onun üretim süreci işletmeler için stratejik bir değer ve temel bir organizasyon yeteneği olarak görülebilir [21,22].

Artık müşterilere maksimum değer sunabilmek ve uzun süreli ilişkiler geliştirebilmek için onlarla ilgili her tür bilginin elde edilmesi işletmeler için zorunluluk olmaktadır. Ancak pazar bilgisini sadece, müşterilerden toplanmış mevcut bilgilerle sınırlamak doğru olmayacaktır. Bu bilgileri etkileyen diğer faktörlere ilişkin bilgiler ve bu faktörlerin müşterileri nasıl etkilediklerine dair süreçleri de bilmek gerekmektedir. Aynı şekilde pazar bilgisini sadece müşterilere ilişkin bugünkü bilgilerle sınırlandırmayıp; gelecekte olası değişimlerin müşterilerin yaşamlarında meydana getireceği değişimlere ilişkin bilgileri de dahil etmek

gerekecektir [23]. Çünkü yoğun rekabet ortamı ve belirsizlikler, işletmeler için, geleceği bugünden görüp gereken hazırlıkları yapmayı kaçınılmaz hale getirmiştir. İşletmelerde etkinlik için, bilgi üretme sürecinde sorumluluğun sadece pazarlama departmanına değil organizasyondaki bütün departman ve bireylere de verilmesi gerekmektedir [24,25].

Pazar bilgisi, üretim süreci ve işletmede yorumlama ve paylaşım süreçleriyle ilgili yapılan çalışmalar iki kavram çerçevesinde ele alınmıştır. Bu çalışmaların birincisi; pazar bilgisinin elde edilmesi, yorumlanması ve paylaşımını işletme içerisinde bir kültür ve bir davranış olarak benimsenmesi gerektiğini ifade eden pazar odaklılık (market orientation) [26-28] ikincisi ise; pazar bilgisi üretim sürecini, birbirinden farklı kategorilerden oluşan davranışsal bir süreç olarak tanımlayan pazar bilgisi yeteneği (market knowledge competence) dir [20,29]. Bu iki kavramla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, her ikisinin de işletme içerisinde sağlıklı ve etkin işleyen bir pazar bilgisi ağının kurulması ve bunun bir kültür olarak işletmede benimsenmesine odaklandığı görülmektedir. Bu çerçevede, iki kavramın ortak noktalarını dikkate alarak, işletmelerin pazar bilgisi üretme süreçlerinin bileşenlerini kısaca şu şekilde özetlemek mümkündür.

II.2.1. Müşteri Bilgisi Süreci

İşletmeler toplantı ve tartışmalardan, kişisel görüşmelere ve problem çözme seanslarına kadar birçok farklı araçlarla müşterilerinden bilgi toplayabilirler [25,30]. Ancak bu bilgilerin müşteri ihtiyaçlarını belirgin hale getirecek şekilde işletme içerisinde birtakım süreçlerden geçirilerek anlamlı ve kullanılabilir hale getirilmesi gerekmektedir. Daha sonra yorumlanmış bu bilgiler doğrultusunda işletme pazara yönelik ne tür strateji uygulaması gerektiğine karar verecektir [20,30]. Buradan hareketle müşteri bilgisi sürecinin üretme, yorumlama ve bütünleştirme olarak farklı ve birbirleriyle bağlantılı üç aşamadan meydana geldiğini söylemek mümkündür.

Müşteri bilgisi elde etme ve kullanma, beraberinde pek çok ahlâki problemi de getirebilir. Gerek müşteri bilgilerinin toplanmasında zorlama, baskı, yanıltma, eksik bilgilendirme vb. yollarla müşteri onayı olmaksızın amaç dışı kullanım gibi hususlar, gerekse elde edilen müşteri bilgilerinin onların izni olmaksızın amaç dışı kullanımı gibi hususlar pazar bilgisi sürecinde pazarlama ahlâkını ilgilendiren önemli sorunlara işaret etmektedir.

II.2.2. Rakip Bilgisi Süreci

İşletmelerin pazarda müşterilere ilişkin belirleyecekleri stratejilerde sadece onlara ilişkin bilgi toplamaları yeterli olmayacaktır. Çünkü genel olarak rekabete yön veren ve işletmenin ürünlerine karşı

müşterilerin satınalma davranışları üzerinde belirleyici rol oynayan temel değişkenlerden birisi de rakiplerdir. Dolayısıyla rakiplere ilişkin bilgilerin elde edilmesi, işletme içi yorumlama ve paylaşımı ve bu doğrultuda pazara yönelik bir hareket tarzı belirlenmesi daha rasyonel bir davranış olacaktır. İşletmeler pazarda uygun bir stratejik konum belirleyecekse bunu mutlaka rakiplerin pazardaki konumunu bilmek, doğru anlamak ve analiz etmekle sağlayabileceklerdir [20]. Rakiplerin pazardaki konumlarının belirlenmesi ise işletmeler açısından sürekli olarak onların gözlenmesi ve izledikleri ve izleyecekleri stratejilerle ilgili bilgi toplanmasıyla mümkün olacaktır [21,29,31,32].

Rakip bilgisi elde etme sürecinde de pazarlama ahlâkını ilgilendiren konularla karşı karşıya gelinebilir. Rakip firma elemanlarına rüşvet verilmesi, marka ve patent haklarının izinsiz kullanılması, politik ya da kişisel ilişkilerle rakiplere ait gizli bilgi ve belgelerin elde edilmeye çalışılması vb. hususlar bunlara örnek olarak verilebilir. Rakip bilgilerinin rakipleri kötüleme vb. amaçlarla kullanımı da bir başka açıdan pazarlama ahlâkı sorunu ortaya çıkarabilir.

II.2.3. Fonksiyonlar Arası İşbirliği

Pazar bilgisinin elde edilmesi, yorumlanması ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda pazara tepki oluşturulması sürecine, sadece bir veya birkaç departmanın değil bütün departmanların katılımı gerekmektedir. Bu konuda işletme içerisinde ortak bir eylem planının oluşturulması kaçınılmazdır [25]. Bu yapının işletmede oluşturulmasıyla birlikte, her bir departman bilgi elde etme sürecine katılarak, bu bilgileri kendi perspektiflerinden yorumlama ve diğer departmanların elde ettiği ve yorumladığı bilgilerden kendisine ilişkin sonuçlar çıkarma fırsatını yakalayabilecektir. Bu sayede işletmede çok yönlü bir bilgi akış ve analiz süreci tesis edilmiş olacaktır. Aksi takdirde işletmedeki bu süreç çok yetersiz ve işletme için faydasız olmaktan öteye geçmeyecektir. Bu süreçte pazarlama ve Ar-Ge arasındaki işbirliğiyle yaratılacak sinerjik güç, işletmenin pazardan elde ettiği bilgilerle teknolojik altyapısını bütünleştirmesiyle birlikte müşterilere daha uygun ürün ve hizmetlerin sunumunu da sağlayacaktır. Bu açıdan sürecin etkin işleme için diğer departmanlar için olduğu gibi özellikle pazarlama ve Ar-Ge arasındaki ilişkiyi güçlendirmek ürünlerin rekabet gücünün artması açısından önemlidir [20].

İşletme departmanları arasında, kişisel amaçları gerçekleştirme, kıskançlık, başkasının elde ettiği veya katkıda bulunduğu başarıyı sahiplenme vb. amaçlarla bilginin paylaşılmaması ise, pazar bilgisi sürecinde işletme içindeki ahlâki çatışmalara örnek gösterilebilir. İşletmenin departmanları arasındaki bilgi paylaşımını engelleyen bu tür yaklaşımlar, işletmenin pazardaki talebe

uygun mal ve hizmetler üretememesine neden olurken buna bağlı olarak performansı da olumsuz etkiler.

Bu çalışmanın amacı, yukarıda teorik çerçevesi çizilen pazarlama ahlâkı ve pazar bilgisi sürecinin ilişkisini ve bu süreçte dikkate alınan ahlâki kriterlerin pazarlama performansına etkisinin ne yönde olduğunu incelemektir. İşletmenin bütün pazarlama faaliyetlerinde olduğu gibi pazar bilgisi üretme sürecinde de ahlâki normların ne ölçüde dikkate alındığı çok önemlidir. Bu çerçevede gerek müşteriye ve rakibe ilişkin bilgilerin elde edilmesinde gerekse bu bilgilerin paylaşımında işletme yöneticilerinin nasıl bir ahlâki algılarının olduğunu araştırılması hem literatür hem de uygulama açısından faydalı olacaktır. Çünkü günümüzde tüketicilerin bilinçlenmesi işletmeleri pazarlama uygulamalarında daha duyarlı hareket etmek zorunda bırakmıştır. Müşterileri doğrudan veya dolaylı ilgilendiren konularda işletmelerin bireysel ve toplumsal hassasiyetlere aykırı davranışları tüketici tepkilerine yol açmakta ve böylece onların pazardaki rekabet güçlerinin azalması kaçınılmaz olmaktadır. Bu bağlamda pazardan bilgi üretme sürecinde işletmelerin gösterdikleri hassasiyet performanslarını da etkileyebilecek önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

III. METODOLOJİ

İşletmeler açısından çok önemli bir rekabet aracı haline gelen ancak o kadar da dikkatle kullanılması gereken pazar bilgisinin, pazarlama ahlâkına uygun değerlendirilip değerlendirilmediği konularının işletme yöneticileri tarafından nasıl algılandığının ortaya konulması, pazarlama literatürüne önemli katkılar sağlayacaktır. Bu araştırmanın amacı; işletme yöneticilerinin pazar bilgisi üretme ve kullanma sürecine nasıl baktıklarını anlamak, pazarlama ahlâkıyla ilgili algılamalarını belirlemeye çalışmak ve bu algılamalar ile işletme performansları arasındaki ilişkileri irdelemektir.

Araştırma örneğini Capital dergisinin 2002 verilerine göre 2003 yılı Ağustos ayında yayınlamış olduğu 500 büyük özel sanayi işletmesi oluşturmaktadır. Adres değişiklikleri ve hataları gibi nedenlerle 478 işletmeye ulaşılabılmış, geri dönen 118 anketten eksik doldurulanlar elendikten sonra analizler 111 anket üzerinden yapılmıştır. Anketler işletmelerin pazarlama veya satış yöneticileri tarafından cevaplanmıştır.

Anket formunda pazar bilgisi üretme ve paylaşma sürecini (pazar odaklı olma) ölçmek için Desphande ve Farley [33] tarafından geliştirilen pazar odaklılık ölçeği kullanılmıştır. Yöneticilerin pazarlama ahlâkına yönelik algılarını ölçmek için Vitell, Rallapalli ve Singhapakdi tarafından geliştirilen yirmi beş ifadeli ölçeğin [34] pazar bilgisi üretme ve kullanmayla ilgili olan sekiz ifadesi kullanılmıştır. Anketin diğer bölümünde ise işletmelerin pazarlama performanslarını değişik kriterlere göre ölçen

dereceli bir ölçek ile cevaplayıcıların bazı demografik özelliklerini ölçen sorular yer almıştır. Anket yoluyla elde edilen veriler SPSS 10.0 programı yardımıyla analiz edilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirlikleri ölçülmüş ve pazar bilgisi üretme süreci ölçeğinin güvenilirliği 0,76, pazarlama ahlâkı ölçeğinin güvenilirliği ise 0,69 olarak bulunmuştur.

IV. BULGULAR ve TARTIŞMA

Anketi cevaplayan işletme yöneticilerinin bazı demografik özellikleri Tablo 1’de sunulmuştur. Buna göre yöneticilerin büyük bir çoğunluğu erkek, yarıdan fazlası 31-40 yaş grubu arasındadır. Anketi cevaplayan yöneticilerin %99’u üniversite mezunu olup, bunların yaklaşık üçte biri lisansüstü eğitim almışlardır (Bkz. Tablo.1).

Tablo.1. Yöneticilerin Bazı Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	f	%
	N = 111	
<i>Cinsiyet</i>		
Erkek	90	81,1
Bayan	21	18,9
<i>Yaş</i>		
30 ve altı	20	18,0
31-40	58	52,3
41-50	19	17,1
51 ve üstü	14	12,6
<i>Eğitim Düzeyi</i>		
Lise	1	0,9
Üniversite	80	72,1
Lisansüstü	30	27,0
<i>Çalışma Süresi</i>		
5 yıl ve altı	25	22,5
6-10 yıl	34	30,7
11-15 yıl	22	19,8
16 yıl ve üstü	30	27,0

Tablo.2’de pazar bilgisi üretme ve paylaşma sürecinin üç boyutu ile bu boyutları oluşturan ifadelerle ait ortalama değerler yer almaktadır.

Tablo.2’den izlenebileceği gibi, pazarlama yöneticilerinin pazar bilgisi üretme ve paylaşma süreci boyutları bakımından algılamalarının genellikle yüksek düzeyde olduğu, en yüksek algının ise müşteri bilgisi sürecinde gerçekleştiği görülmektedir. Bu sonuçlara göre yöneticilerin pazar bilgisi üretme ve paylaşma sürecinde müşteri yönelimli algılarının rakip yönelimli algılarından biraz daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo.2. Pazar Bilgisi Üretme ve Paylaşma Süreci Boyutlarına Ait Ortalama Değerler

Pazar Bilgisi Üretme ve Paylaşma Sürecinin Boyutları	Ortalama Değer*	Standart Sapma
<i>Müşteri Bilgisi Süreci</i>	1,62	0,53
Mal/hizmetlerimizi müşterilerimizin nasıl değerlendirdikleri bizim için çok önemlidir.	1,27	0,52
Müşterilerimizin menfaatleri diğer çıkar gruplarının menfaatlerinin daima önündedir.	1,78	0,70
Bu işletmenin misyonunun müşteriye hizmet olduğuna inanıyorum.	1,80	0,80
<i>Rakip Bilgisi Süreci</i>	1,80	0,58
Rakiplerimizi çok iyi tanırız.	1,70	0,70
Rakiplerimize göre daha çok müşteri odaklıyız.	1,88	0,90
Temel olarak mal veya hizmet farklılaştırmasına dayalı olarak rekabet ederiz.	2,05	1,05
Mal ve hizmetlerimiz kendi kategorisinde daima en iyisidir.	1,58	0,70
<i>Fonksiyonlar Arası İşbirliği</i>	1,71	0,76
Müşteri hizmetlerini periyodik ve düzenli olarak değerlendiririz.	1,72	0,77
Mal/hizmet geliştirme sürecimiz iyi bir müşteri ve pazar bilgisi üzerine bina edilir.	1,71	1,20

* Ölçek (1 kesinlikle katılıyorum,, 5 kesinlikle katılmıyorum)

Araştırmanın diğer bir boyutunda, yöneticilerin pazarlama ahlâkına yönelik algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Varimax rotasyonu kullanılarak yapılan faktör analizi sonuçları Tablo.3’de özetlenmiştir.

Yöneticilerin pazarlama ahlâkına yönelik algılarını belirlemek amacıyla kullanılan ve sekiz ifadeden oluşan ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre iki faktör boyutu ortaya çıkmıştır. Ürünle ilgili doğru bilgilendirme ve dürüstlük olarak isimlendirilen birinci faktör toplam varyansın % 27,39’unu, müşterileri aldatmama olarak isimlendirilen ikinci faktör % 24,89’unu, her iki faktör ise toplam varyansın % 52,28’ini açıklamaktadır. Her iki faktörün güvenilirlik düzeyi kabul edilebilir sınırlar içindedir.

Tablo.3. Yöneticilerin Pazarlama Ahlâkına Yönelik Algılarını Ölçen Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yüklere	Varyans % si	Cronbach alpha
Faktör 1: Ürünle İlgili Doğru Bilgilendirme ve Dürüstlük			
Müşterinin satınalma kararını etkileyebilecek, ürünle ilgili değişiklikler açıkça belirtilmelidir.	.73	27,39	.61
Mal/hizmetlerin kullanımında ortaya çıkabilecek tüm önemli riskler açıklanmalıdır.	.70		
Pazara sunulan mal ve hizmetler, kullanım amaçlarına uygun ve güvenli olmalıdır.	.61		
Tüketicilere, çalışanlara, müşterilere, tedarikçilere, araçlara ve kamuya hizmet verirken daima dürüst olunmalıdır.	.61		
Müşteriye ve araçlara karşı adil davranılmalıdır.	.56		
Faktör 2: Müşterileri Aldatmama			
Yoğun baskı uygulanan veya yanıltıcı satış taktiklerine başvurulabilir.*	.83	24,89	.61
Mal/hizmetlerle ilgili yanıltıcı bilgiler; aldatıcı unsurlar taşıyabilir.*	.72		
Yanlış ve yanıltıcı reklamlardan kaçınılmalıdır.	.58		
* Bu ifadeler ters kodlanarak analize dahil edilmiştir.			
K.M.O. katsayısı = .717; Bartlett's Ki-kare = 191,970; Anlamlılık = .000			

Pazarlama ahlâkına yönelik algılar için ortaya çıkan faktör boyutlarıyla pazar bilgisi üretme ve paylaşma sürecinin boyutları arasında anlamlı ilişkiler olup olmadığı araştırılmıştır. Son yıllarda özellikle pazar bilgisi üretme ve paylaşma sürecinde pazarlama ahlâkını ilgilendiren sonuçlar ortaya çıkabileceği konusunun önemli hale geldiğinden daha önce söz edilmişti. Bu amaçla, değişkenler arasındaki korelasyonlara bakılmış ve sonuçlar Tablo.4'de sunulmuştur.

Yöneticilerin ilk faktör olan ürünle ilgili doğru bilgilendirme ve dürüstlük ile pazar bilgisi üretme ve paylaşma sürecinin tüm boyutları arasındaki korelasyonlar pozitif ve anlamlı çıkmıştır. Bu sonuçlara göre, pazar bilgisi üretme ve paylaşma konusunda algılamaları yüksek olan yöneticilerin pazarlama ahlâkına yönelik algılamalarda ürün ve dürüstlük konusundaki algı

düzeyleri de yüksektir. Buna karşılık, ikinci faktörle pazar bilgisi üretme ve paylaşma sürecinin boyutları arasındaki korelasyonlar anlamlı çıkmamıştır.

Tablo.4. Pazar Bilgisi Üretme ve Paylaşma Süreci Boyutları ile Pazarlama Ahlâkına Yönelik Algılanan Faktörler Arasındaki Korelasyonlar

Pazar Bilgisi Üretme ve Paylaşma Sürecinin Boyutları	Pazarlama Ahlâkına Yönelik Algılanan Faktörler	
	Faktör 1 Ürünle İlgili Doğru Bilgilendirme ve Dürüstlük	Faktör 2 Müşterileri Aldatmama
Müşteri Bilgisi Süreci	.433**	.112
Rakip Bilgisi Süreci	.278**	.078
Fonksiyonlar Arası İşbirliği	.218*	.101
** p < .01 * p < .05		

Yöneticilerin pazarlama ahlâkına yönelik algılarını oluşturan iki faktör boyutu ile daha önce de belirtildiği gibi dereceli ölçekle yöneticilerin algılarına dayalı olarak ölçülen pazarlama performans kriterleri seti arasındaki ilişkilere de bakılmış ve bu amaçla gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları Tablo.5'de sunulmuştur. Tablodan da görülebileceği üzere, pazarlama ahlâkının algılanmasıyla ilgili birinci faktör ile pazarlama performans kriterleri arasında anlamlı korelasyon bulunamamıştır. İkinci faktör ile sadece pazar payı kriteri arasında pozitif ve anlamlı bir korelasyon olduğu görülmektedir. Buna göre, ikinci faktör olan müşterilerin aldatılmaması boyutuna yönelik algılar ile pazar payının artışına yönelik algılar arasındaki korelasyonlar anlamlıdır.

Tablo.5. Pazarlama Ahlâkına Yönelik Algılanan Faktörler ile Pazarlama Performans Kriterleri Arasındaki Korelasyonlar

Pazarlama Performans Kriterleri	Pazarlama Ahlâkına Yönelik Algılanan Faktörler	
	Faktör 1 Ürünle İlgili Doğru Bilgilendirme ve Dürüstlük	Faktör 2 Müşterileri Aldatmama
Satışlar	.119	.175
Pazar Payı	.026	.226*
Kârlılık	.010	.129
Yeni Ürün	.070	-.088
Yeni Müşteri	.113	.105
Müşteri Şikayeti	-.090	-.164
* p < .05		

Bu sonuçlar doğrultusunda, yöneticilerin muhtemelen satış ve kâr artışı sağlamaya yönelik baskılar sonucunda pazarlama ahlâkına yönelik algıları ile

pazarlama performans kriterlerine bakışları arasında henüz yeterli bir bağlantı kuramadıkları, belki de piyasa şartlarının ve ekonomik krizin zorlamasıyla arzu edilen sonuçlara ulaşamadığı söylenebilir.

V. SONUÇ ve ÖNERİLER

İşletmelerin rekabet üstünlüğü kazanabilmeleri için pazarı tanımak amacıyla, pazar bilgisi üretmeleri kaçınılmazdır. Ancak işletmeler günümüzde, müşterilerden ve pazardan bilgi toplama ve toplanan bilgileri kullanmada müşterilerin rıza göstermeyecekleri bazı uygulamalarda bulunabilmektedirler. İşletmelerin pazarlama uygulamalarında ve pazar bilgisi üretme sürecinde toplumca eleştirilen, bazı ahlâki olmayan uygulamalarda bulunması, işletmelerin aleyhine birtakım sonuçları da doğurması muhtemeldir.

Pazar bilgisi üretme ve paylaşma süreci bakımından yöneticilerin pazarlama ahlâkına uygun davranmaları, aynı zamanda pazarlama performansı üzerinde de olumlu etkilerde bulunabilmektedir.

Araştırmada, özellikle ürünle ilgili doğru bilgilendirme ve dürüstlük konularında, yöneticilerin algılamaları ile pazar bilgisi üretme ve paylaşma boyutları arasındaki korelasyonlar anlamlı bulunmuşken, müşterileri aldatmama konularıyla anlamlı korelasyonlar olmadığı görülmüştür. Bu ilişkilerin beklenen düzeyde çıkmaması ülkede yaşanan uzun soluklu ekonomik krizin etkisiyle kısmen açıklanabilir. Nitekim pazarlama ahlâkına yönelik algılanan faktörler ile pazarlama performans kriterleri arasındaki korelasyonlar da anlamlı çıkmamıştır. Ancak, gittikçe bilinçlenen bir tüketici kitlesi ve normale dönmeye başlayan ekonomi karşısında, işletme yöneticilerinin daha fazla pazar yönelimli olmaları ile pazarlama ahlâkına uygun davranmalarının kaçınmayacakları bir zorunluluk haline geleceği de göz ardı edilmemelidir. Böylesi karar ve uygulamaların işletmelerin pazarlama performansları üzerinde gittikçe artan oranda olumlu etkiler ortaya çıkaracağı ise önemli bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu sonuçlardan hareketle, işletme ve yöneticilerine bir yandan pazar yönelimli işletme kültürü oluşturmaları, bir yandan da pazarlama ahlâkına uygun tutum ve davranışların yaygın hale geldiği bir işletme ortamını hazırlamaları önerilebilir. Konuyla ilgili ileride yapılacak çalışmalarda ise, pazar bilgisi yeteneğinin pazarlama ahlâki açısından ne tür problemler ortaya çıkarabileceği, bu durumda işletmenin pazarlama performansının nasıl etkilenebileceğini analiz etmeye yönelik gerçekleştirilecek araştırmaların, konunun daha ayrıntılı anlaşılmasına katkı sağlayacağı söylenebilir.

Bu çalışma 2003-2004 öğretim yılında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Araştırma Fonu tarafından desteklenerek hazırlanmış olan 200317020 nolu ve "Pazar Bilgisi,

Pazarlama Ahlâki ve Pazarlama Performansı İlişkilerinin Yöneticilerce Algılanması: 500 Büyük Firma Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma" başlıklı araştırma projesinin bir bölümünü kapsamak üzere makaleleştirilmiştir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Crawford, C.M. (1970). Attitudes of Marketing Executives Toward Ethics in Marketing Research. *Journal of Marketing*, 34(2), 46-52.
- [2] Akaah, I.P. & Riordan, E.A. (1989). Judgments of Marketing Professionals About Ethical Issues in Marketing Research: A Replication and Extension. *Journal of Marketing Research*, 26(1), 112-120.
- [3] Akaah, I.P. & Riordan, E.A. (1990). The Incidence of Unethical Practices in Marketing Research: An Empirical Investigation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(2), 143-152.
- [4] Moore, G. (2001). Corporate Social and Financial Performance: An Investigation in the U.K. Supermarket Industry. *Journal of Business Ethics*, 34(3/4), 299-315.
- [5] Verschoor, C. (1998). A Study of The Link Between A Corporation's Financial Performance and Its Commitment to Ethics. *Journal of Business Ethics*, 17(13), 1509-1516.
- [6] Robin, D.P. & Reidenbach, R.E. (1987). Social Responsibility, Ethics and Strategy: Closing the Gap Between Concept and Application. *Journal of Marketing*, 51(1), 44-58.
- [7] Torlak, Ö. (1998). Pazarlama Kararlarında Ahlâki Yaklaşımın Temelleri. *Yönetim*, 9(30), 9-19.
- [8] Singhapakdi, A.; Vitell, S.J. & Kraft, K.L. (1996). Moral Intensity Ethical Decision-Making of Marketing Professionals. *Journal of Business Research*, 36(3), 245-255.
- [9] Singhapakdi, A. (1999). Perceived Importance of Ethics and Ethical Decisions in Marketing. *Journal of Business Research*, 45(1), 89-99.
- [10] Singhapakdi, A. & Vitell, S.J. (1990). Marketing Ethics: Factors Influencing Perceptions of Ethical Problems and Alternatives. *Journal of Macromarketing*, 10(1), 4-18.
- [11] Smith, N.C. (1993). Ethics and the Marketing Manager. *Ethics in Marketing*, (Ed.: Smith, N.C. & Quelch, J.A.). Homewood Illinois: Richard D. Irwin Inc.
- [12] Torlak, Ö. (2003). *Pazarlama Ahlâki - Sosyal Sorumluluklar Ekseninde Pazarlama Kararları ve Tüketici Davranışlarının Analizi*. 2. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
- [13] Laczniak, G.R. & Murphy, P.E. (1993). *Ethical Marketing Decisions - The Higher Road*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

- [14] Chonko, L.B. (1995). *Ethical Decision Making in Marketing*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- [15] Giacobbe, R.W. & Segal, M.N. (2000). A Comparative Analysis of Ethical Perceptions in Marketing Research: U.S.A. vs. Canada. *Journal of Business Ethics*, 27(3), 229–245.
- [16] Lin, C. & Ding, C.G. (2003). Modeling Information Ethics: The Joint Moderating Role of Locus of Control and Job Insecurity. *Journal of Business Ethics*, 48(4), 335–346.
- [17] Valentine, S. & Barnett, T. (2003). Ethics Code Awareness, Perceived Ethical Values and Organizational Commitment. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 23(4), 359–367.
- [18] Pelham, A.M. (2000). Market Orientation and Other Potential Influences on Performance Small and Medium-Sized Manufacturing Firms. *Journal Small Business Management*, 38(1), 48–67.
- [19] Slater, S.F. Narver, J.C. (1995). Market Orientation and The Learning Organization. *Journal of Marketing*, 59(3), July, 63–74.
- [20] Li, T. & Calantone, R.J. (1998). The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage: Conceptualization and Emirical Examination. *Journal of Marketing*, 62(4), 13–29.
- [21] Sinkula, J.M. (1994). Market Information Processing and Organizational Learning. *Journal of Marketing*, 58(1), January, 35–45.
- [22] Glazer, R. (1991). Marketing in an Information-Intensive Environment: Strategic Implications of Knowledge as an Asset. *Journal of Marketing*, 55(4), 1–19.
- [23] Houston, F.S. (1986). The Marketing Concept: What It Is and What It Is Not. *Journal of Marketing*, 50(2), 81–87.
- [24] Webster, F.E., Jr. (1988). Rediscovery of the Marketing Concept. *Business Horizons*, 31(3), 22–26.
- [25] Kohli, A.K. & Jaworski, B.J. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1–18.
- [26] Deshpande, R.; Farley, J.U. & Webster, F.E.Jr. (1993). Corporate Culture, Customer Orientation and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis. *Journal of Marketing*, 57(1), 23–37.
- [27] Narver, J.C. & Slater, S.F. (1990). The Effect of A Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- [28] Jaworski, B.J. & Kohli, A.K. (1993). Market Orientation: Antecedents and Consequences. *Journal of Marketing*, 57(3), 53–70.
- [29] Li, T. & Çavuşgil, T. (1999). Measuring the Dimensions of Market Knowledge Competence in New Product Development. *European Journal of Innovation Management*, 2(3), 129–143.
- [30] Li, T. & Calantone, R.J. (1998). The Impact of Market Knowledge Competence on New Product Advantage: Conceptualization and Emirical Examination. *Journal of Marketing*, 62(4), 13–29.
- [31] Day, G.S. & Wensley, R. (1988). Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. *Journal of Marketing*, 52(2), 1–20.
- [32] Dickson, P.R. (1992). Toward a General Theory of Competitive Rationality. *Journal of Marketing*, 56(1), 69–83.
- [33] Desphande, R. & Farley, J. (1998). Measuring Market Orientation: Generalization and Synthesis. *Journal of Market-Focused Management*, 2(3), 213–232.
- [34] Vitell, S.J.; Rallapalli, K.C. & Singhapakdi, A. (1993). Marketing Norms: The Influence of Personal Moral Philosophies and Organizational Ethical Culture. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(4), 331–337.

Cevahir UZKURT (cuzkurt@ogu.edu.tr) has Ph.D. of marketing at Marmara University Social Sciences Institute. He is an Assistant Professor in the Department of Business Administration at Eskişehir Osmangazi University, Eskişehir. His research areas are market orientation, customer knowledge management, customer ethnocentrism, and new product development.

Ömer TORLAK (torlak@ogu.edu.tr) has Ph. D. of marketing at İstanbul University Social Sciences Institute. He is an Associate Professor in the Department of Business Administration at Eskişehir Osmangazi University, Eskişehir. His research areas are marketing ethics, consumption theory, consumer behavior, marketing history, and marketing in nonprofit organizations.

Müjdat ÖZMEN (mozmen@ogu.edu.tr) has master degree of marketing at Anadolu University. He is a Research Assistant in the Department of Business Administration at Eskişehir Osmangazi University, Eskişehir. His research areas are consumer behavior; customer lifetime value and retailing.

ÖĞRENEN ORGANİZASYONLARIN YAPISAL ÖZELLİKLERİ

İbrahim PINAR

İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Yönetimi ve Organizasyon Anabilim Dalı, Doçent Dr.

STRUCTURAL CHARACTERISTICS OF LEARNING ORGANISATIONS

Abstract: Today, learning organisations is one of the most popular topics in management and organisation theory. This paper discusses the structural characteristics of learning organisations side of theoretical background. Learning organisation, in which individuals learn in easier ways, have the capability to transform itself into new requirements continuously. This provides them with an effective organisational understanding in order to respond to forces for change by creating competitive advantage. This regards to the structural characteristics of learning organisations as structural and managerial implementations for increasing the level and deployment of organisational learning, and strategy and the required knowledge technology background elements. In this study, characteristics carried out by learning organisations are taken into consideration through examples of practice in the literature.

Keywords: Learning Organizations, Structure

I. GİRİŞ

Organizasyonu bir bütün olarak ve temel amaçları doğrultusunda yönetilebilir bir varlık olarak ele aldığımızda, öğrenme; tek başına bireysel temelli bir süreç olmasına rağmen, öğrenen organizasyonun tüm yapı ve süreçlerinin ayrılmaz parçası olarak görülür [1]. Öğrenen organizasyonlarda gereken işbirliği ortamının gelişmesi için, geleneksel organizasyon anlayışlarının dışında yeni yapısal düzenlemeler ve yönetsel süreçler kullanılır. Öğrenen organizasyon yapısı, hem öğrenmeyi kolaylaştırmalı, hem öğrenme sonuçları doğrultusunda değişimi benimseme ve yerleştirmede yeterli esnekliği sağlamalıdır [2]. İşte, örgütsel öğrenmeyi arttırmak ve yaygınlaştırmak amacıyla oluşturulan yapı ve stratejiler, öğrenen organizasyon tasarımına özgü çerçeveyi belirlemektedir [3].

Organizasyon teorisinde, bürokratik organizasyondan öğrenen organizasyona dönüşüm yönündeki yönetsel girişimler, öğrenen organizasyon teorisinin uygulanmasıyla ilgilidir [4]. Günümüzde örgütsel öğrenme, birçok büyük organizasyonun daha esnek ve değişim gereksinimlerine uygun cevap veren yapı ve sistemleri geliştirme girişimleri nedeniyle yönetim teorisindeki en gözde konulardan biri olmuştur [3].

ÖĞRENEN ORGANİZASYONLARIN YAPISAL ÖZELLİKLERİ

Özet: Günümüzde öğrenen organizasyonlar, yönetim ve organizasyon alanındaki en popüler konulardan biri olmuştur. Bu çalışmada, öğrenen organizasyonların yapısal özellikleri teorik açıdan ele alınmıştır. Öğrenen organizasyon, tüm çalışanlarının öğrenmelerini kolaylaştırarak, kendini sürekli olarak yeni gereksinimlere göre dönüştürebilme yeteneğine sahiptir. Böylelikle, rekabet avantajı yaratma yoluyla değişim baskılarına cevap vermede etkili bir örgütsel anlayış oluşumu sağlar. Bu anlamda örgütsel öğrenme düzeyini yükseltme ve yaygınlaştırma amacıyla oluşturulan yapısal ve yönetsel uygulamalar ile strateji ve gerekli bilgi teknolojisi altyapısının unsurları, öğrenen organizasyonun yapısal özelliklerini oluşturur. Bu çalışmada öğrenen organizasyona özgü yapısal özellikler, literatürde yer alan uygulama örneklerinden yola çıkılarak açıklanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Öğrenen organizasyon, Yapı

Öğrenen organizasyona özgü yapısal özelliklerin başında “organik yapı”nın çeşitli tasarım biçimleri ile uygulanması gelmektedir. Her düzeydeki birey ve takımların “güçlendirilmesi” ile “açık haberleşme ve serbest bilgi paylaşımı”, organik yapıya işlerlik kazandıracak temel süreçleri oluşturmaktadır. Öğrenen organizasyonu yansıtan diğer yapısal özellikler ise, kendine özgü anlamı ile “strateji” ve örgütsel öğrenmeye hız ve yaygınlık kazandıracak olan “bilgi teknolojileri altyapısı” diye ifade edebileceğimiz unsurlardır.

II. AÇIK, ORGANİK YAPI

Karmaşık ve dinamik çevrelerde yüksek düzeyde başarı gösteren işletmelerin temel özelliği organik yapıya sahip olmalarıdır. Günümüzde dikkatle düzenlenmesi gereken haberleşme ve katılımcılığın sağlanması için “esnek” ve “değişken” yapılara gereksinim olduğu kabul edilmektedir [5]. Bu tip organizasyonlarda yaygın yanal haberleşme süreçleri ve değişken görev sınırları ile belirginleşen merkezkaç bir yapı söz konusudur [6]. Organizasyon üyeleri, içsel ve dışsal bağımlılıkların belirlediği koşullar üzerine odaklanarak, işbirliği içinde çalışmalarının gerekliliğinin bilincindedir ve bilgiyi paylaşmaya isteklidir. Öğrenen organizasyonlardaki etkin bilgi paylaşımı gereksinimi, bilgi akışı üzerindeki

engellerin ortadan kaldırılmasını ve haberleşmenin yüksek sıklıkta ve biçimsel olmayan şekilde gerçekleştirilmesini gerektirir.

Öğrenen organizasyonların tasarımı sırasında ortaya çıkan sorunların, etkin öğrenme ve bilgi yönetiminin desteklenmesi için çözümlenmesi gerekir. Büyük ölçüde kural ve prosedürler içeren geleneksel anlamda hiyerarşik ve bürokratik organizasyon yapılarının, bilgi transferine ve gelişmeye engel oluşturduğu yönünde yaygın kanıtlar vardır [7]. Bu tür yapılar; girişimciliği, risk almayı, yenilikleri engeller ve yeni buluşlar geliştirmekten çok, ürünle birlikte sunulan ek hizmetleri geliştirme eğilimindedir. Hiyerarşik yapılardaki farklı kademeler ile katı düzey ve yatay bölümler; bilginin oluşumu, yayılması, işbirliği ve kontrolüne engel teşkil eder. Bu tür yapılarda bilginin iletilmesi, çapraz fonksiyonlar arasındaki sınırlar ve çok sayıdaki hiyerarşik kademeyi geçme zorunluluğu nedeniyle sorunlar yaratır.

Öğrenen organizasyonlarda geleneksel anlamda hiyerarşik organizasyon yapıları yoktur. Katılımcı ve eşitlikçi kültürün kuvvetli bir yansıması olarak, yöneticilerin ve işgörenlerin birbirinden ayrıştırıldığı basamaklı yapı ortadan kalkmıştır [8]. Öğrenen organizasyonlarda, tepe yönetiminde organizasyonun genişlemesine neden olan yönetici kadroların yaygınlık taşıdığı bölümler sınırlanmıştır. Yapısal tasarımın biçimlenmesinde bu gereksinim karşılanmazsa, geleneksel organizasyon yapısına ve beraberinde getireceği klasik emir-kumanda temelindeki yönetsel süreçlere geri dönüş tehlikesi söz konusu olacaktır. Bu yüzden öğrenen organizasyon için yapısal tasarım çalışmalarında, tepe yönetiminde gereksiz bir yaygınlık varsa, bu düzeyde çalışanların azaltılmasına yönelik önlemler alınmalıdır. Bu yapılırken, öğrenen organizasyonun temelinde ast-üst arası yapılar ile alışıldık kumanda biçimi organizasyon yapılarının olmadığı, karar alma için gerekli gücün mevki ve makamlardan kaynaklanmadığı, bireysel başarılar yerine takım çalışmasının ve işbirliği ortamının başarı yaratıcı unsurlar olduğu ortaya konularak, kişilerin değişime direncinin en alt seviyeye çekilmesine çalışılmalıdır. Böylelikle organizasyon yapısının yatay biçimlenmesine neden olacak önlemlerin sosyal yapıyla uyum içinde oluşturulmasına uygun ortam yaratılmış olacaktır.

Öğrenen organizasyonların tasarımı sırasında ortaya çıkan sorunların giderilmesi, çapraz fonksiyonlu sınırlar azaltılarak oluşturulan yatay organizasyon yapılarına bağlıdır. Yeni bilgilerin geliştirilmesi, aynı alanda uzman çalışanlar arasındaki fikirlerin değişimine bağlı olmasına rağmen, çeşitli fonksiyonel bölümlerin oluşturulması da gerekmektedir. Öncelikle ilgili alanda uzman bilginin bütünlüğünü sağlamak için, o alanda yetkin bölüm çalışanlarının katkıları gereklidir. Bununla

birlikte öğrenen organizasyonlarda, farklı alanlardaki uzmanlar arasındaki sinerji etkisi de teşvik edilmektedir. Burada, bilgi konusundaki işbirliği ve yayılmasıyla ilgili istek yoluyla bir paradoks ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, ideal tek bir çözüm yolu yoktur. Bu paradoksu çözümlenmede kullanılabilecek her yaklaşım, kendi sorunlarını da beraberinde yaratır. Matris yapılar, sorumluluk konusunda taşıdıkları bulanıklıkla birlikte, bilginin bütünleştirilmesini teşvik etmeyi desteklemektedir. Diğer alternatifler olarak çapraz fonksiyonlu proje takımları veya görev grupları, üst düzeyde öğrenen organizasyon niteliği taşıyanlara kıyasla daha geleneksel organizasyon yapılarında oluşturulabilir. Burada her seviyedeki güçlendirilmiş çalışanlar, bilgi oluşturma süreçlerine katılırlar [9]. Bilgi oluşumunda sorumluluk taşıyan çeşitli bölümler varlıklarını sürdürmesine rağmen, organizasyonun her yanına yayılan bütünleşme kültürünün etkisiyle organik özellikler taşıyan yapısal tasarım ortaya çıkmaktadır [7]. Bu bakımdan öğrenen organizasyonların yapısal özellikleri, klasik organizasyonlara göre pek çok yeniliği içerir ve yönetim düşüncesinde bir devrimi yansıtır.

Organik bir yapının biçimsel ve biçimsel olmayan özellikleri vardır. İşgörenler, geleneksel örgütlenme sürecinin etkisinde fonksiyonel bölümler kapsamında gruplara ayrılmış olabilirler. Fakat aynı zamanda belirli görevleri gerçekleştirmek için kurulmuş proje grupları içerisinde de faaliyet görmektedirler. Görev takımlarının kendi içlerinde ve birbirleri arasındaki karşılıklı düzenlemeler, bilginin verimli olarak paylaşılmasını, yaratıcılığın gelişmesi için kararların esnek ve biçimsel olmayan bir çerçevede alınmasını gerektirir.

Proje bilgileri, bilgilerin üretildiği projelerin kendi içinde ve çapraz projelerde gerçekleşen öğrenme ile bütünleştirilebilir. Proje yönetimi ve örgütsel öğrenme konuları, projelerde elde edilen bilgileri artırma ve performansı geliştirme için bütünleştirilebilir. Böylelikle, proje deneyimlerinden edinilen öğrenmeden üst düzeyde yarar sağlanabilir [10]. Modern organizasyonlarda takım halinde öğrenme yaşamsal bir önem taşımaktadır. Çünkü, bireylere kıyasla takımlar temel öğrenme birimidir [11]. Bu anlayış içinde takımlar, bireylerden daha önemlidir ve sorumlulukları yüksektir. Takımların, müşteriler ile ilişkilerin sağlanması ve sürdürülmesi ile mal ve/veya hizmetlerin üretilip, geliştirilmesindeki rolleri en üst düzeydedir. Yönetici, kararları tek başına veren kişi pozisyonunda değildir. Takım üyeleri doğrudan işle ilgili gelişmelerin sağlanmasının yanı sıra eğitim ve yetiştirme, iş güvenliği, izinlerin programlanması ve hatta ödemelerin belirlenmesi ile ilgili kararlar konusunda sorumluluk alırlar.

Öğrenen organizasyonlar; müşterileri, tedarikçileri, üniversiteler ve diğer potansiyel öğrenen unsurlarla işbirliği içinde çalışmanın öğrenme olanaklarını

yükselteceğinin bilincindedirler [6]. İşbirliği çerçevesinde çalışan her bir unsur, karşılaştıkları koşullara kendi açılarından ve olası etkileşimleri değerlendirerek bakarlar. Bu ise, her birim tarafından geliştirilen yeni bir anlayış ve yaratılan ek bilgi demektir. Bu farklı kaynaklardan edinilen bilgiler, ilgili unsurların ortak çakışan amaçları doğrultusunda bütünleştirildiğinde ve paylaşıldığında, taraflar için bilginin değeri artacaktır. Dinamik pazar çevrelerinin yarattığı belirsizliğin artması ve bilgiye duyulan gereksinimin daha da önem kazanmasına bağlı olarak işletmeler, rekabet kuvvetlerinin güçlü yönlerini kullanarak stratejik seçimlerini gerçekleştirirler. Bu bağlamda işletmeler, işbirliği içinde buldukları kuvvetlerin, işletmenin strateji ve performansı üzerindeki etkilerini göz önüne almak zorundadır. Bu oluşumun etkileri, stratejik işbirlikçiler tesis etme ve şebeke organizasyonları gibi yeni organizasyon biçimlerinin, geleneksel pazar temelli yapıların yerini almasında kendini önemli ölçüde göstermektedir. Organizasyonel öğrenme yeteneği, öğrenen işbirlikçilerle yakın çalışma ortamı ve birlikte gelişmeye istekli ortak bir anlayış yaratılarak önemli ölçüde artırılabilir.

Şebeke tipi örgütsel yapılar, sahip oldukları daha düşük hiyerarşik özellikler ve çeşitli biçimlerdeki yapısal görünümleriyle belki de öğrenme kültürünü destekleme bakımından en uygun çözümlerdir [12]. Fonksiyonlar arası haberleşmeyi kolaylaştıran ve fonksiyonel bölümlerden kaynaklanan engellerin az olduğu yatay şebeke tipi yapılar öğrenmeyi üst düzeyde desteklemektedir. Ayrıca, şebeke tipi yapılarda kolaylaştırıcı bilgi yönetimi daha etkin biçimde işlerlik kazanmaktadır. Şebeke tipi yapılar, genellikle işbirliği içindeki işletmeleri içerir ve örgütsel sınırlar dışında çapraz ilişkilerin kurulmasına olanak sağlar. Bu tip işbirlikleri, örgütsel bilgilerin paylaşılmasına izin verir ve yeni bilgilerin oluşturulmasına destek sağlar.

Öğrenen organizasyonlarda koordinasyon mekanizmaları olarak standardizasyon ve bürokratik uygulamalar devre dışı bırakılır. Koordinasyon, hiyerarşik otoritenin yönlendirdiği işgörenlerden çok, bilgi ve deneyim sahibi uzmanların sorumluluğunda gerçekleştirilir. Öğrenme ve karar verme için faaliyetlerin sonuçlarını anlamaya yardımcı geri beslemeyi sağlayan kontrol ve denetim süreçleri, açıklık içinde ve şeffaf olarak gerçekleştirilir [13].

Organizasyonların, öğrenen organizasyona uyan yapısal tasarımı gerçekleştirme süreçlerinde, mevcut iş süreçlerini değerlemeleri ve onlardaki değişim gereksinimlerini sorgulamaları gereklidir. Bir başka ifade ile, uygun yapısal tasarımı geliştirebilmeleri için gerçekleştirilen işlerin yeniden şekillendirilmesi gereklidir. Fakat gerçekleştirilen bu çabaları, salt süreç yeniliği (process innovation), süreçlerin yeniden tasarımı (process redesign) veya daha kapsayıcı ifadeyle değişim

mühendisliği (reengineering) kapsamında ele almamak gereklidir. Çünkü öğrenen organizasyonlarda yaratılmaya çalışılan yatay yapı, değişim mühendisliği uygulamalarının içeriklerinden daha farklı bir anlayış çerçevesinde şekillenmektedir ve daha fazla unsurun göz önüne alınmasını kapsamaktadır. Bu saptamanın ardında varolan temel neden, değişim mühendisliğinin etki alanının teknik yönlü uygulama biçimleriyle işlerlik kazanması, buna karşın öğrenen organizasyonlarda ise, bir "anlayış"ın uygulamaya geçirilmesinin söz konusu olmasıdır.

Değişim mühendisliği uygulamaları, temel tekniklerle biçimlenen bir değişim yöntemi; öğrenen organizasyon düşüncesi ise, daha kapsamlı olan bir yönetim felsefesidir. Değişim mühendisliği uygulamaları, işletme sahiplerinin ve müşterilerin gereksinimlerinin karşılanmasını temel alırken, değişimin işgörenler üzerindeki kurumsal etkilerini göz ardı etme eğilimi gösterir [14]. Öğrenen organizasyonlarda ise değişim anlayışı, yapısal tasarımın geliştirilmesi sürecinde müşterilerin ve ortakların yararını düşünmekle birlikte, çalışanların organizasyonun temel değeri ve başarılarının kaynağı olduğu görüşünden hareketle, onların gelişimleri üzerine kuruludur. Değişim mühendisliği uygulamalarında amaç, temel iş süreçlerinin yeni baştan ele alınıp değiştirilmesidir. Oysa öğrenen organizasyonlarda süreklilik taşıyan reorganizasyon uygulamaları içinde yapısal tasarımı şekillendirme çabaları, kurumsal anlayışın değişmesine ve kültürel ortamla uyum içinde işleyebilmesine yardımcı olan bir araç niteliği taşımaktadır. Ayrıca yapılan araştırmalar, süreçlerin yeniden yapılandırılması uygulamalarının gerçekleştirilmesi ile örgütsel öğrenme düzeyinin yükseltilmesi arasında doğrudan ilişkiler bulunmadığını göstermiştir [15]. Çünkü süreçlerin yeniden yapılandırılması sırasındaki radikal değişim uygulamaları, uyumcu (adaptive) öğrenme diye ifade edebileceğimiz küçük adımlar şeklinde gerçekleşen değişimleri kapsam dışı tutması nedeniyle kalıcı ve yaygın öğrenmenin gelişmesine olumlu etkide bulunmamaktadır. Öte yandan, radikal değişimin yanı sıra sürekli iyileştirmenin de göz önünde bulundurulmasıyla gerçekleştirilen süreçlerin yeniden yapılandırılması çabalarında, etkili örgütsel öğrenme süreçleri sonucunda, özellikle yeni ürün geliştirilmesi bakımından daha başarılı sonuçlara ulaşılması söz konusu olmaktadır [16].

III. GÜÇLENDİRME (EMPOWERMENT)

Günümüz iş hayatındaki işletmeler için başarının anlamı, rekabet açısından en avantajlı pozisyonda bulunmaktır. İşletmelerin rekabet avantajı sağlayabilmeleri ise, mevcut ve potansiyel kaynaklarını kullanarak elde edebilecekleri güç ile ilgilidir. Rekabet gücüne sahip olabilmek için de, işletmelerin kendilerine özgü bir takım temel yetenekler geliştirmeleri gereklidir.

Temel yetenekler ise, işletmelerin bilgi temelli sermayelerine karşılık gelir ve geliştirilmeleri ile işlerlik taşımaları bakımından etkili örgütsel öğrenme süreçlerine bağımlılık gösterir [7]. Bu gereksinimi karşılayabilmek için organizasyonun bilgi varlıklarını geliştirecek ve işlerlik kazandıracak olan insan kaynaklarına inanmak, güvenmek ve onlar aracılığıyla elde edilecek başarıları daha üst seviyelere çekebilmek için güçlendirmek gereklidir. Öğrenen organizasyonlarda her seviyedeki güçlendirilmiş çalışanlar, bilgi oluşturma süreçlerine katılımın artmasını sağlarlar [9]. Rekabet koşulları karşısında başarıya ulaşmanın yolu, işgörenleri umarsız şekilde işten çıkartmak ya da yenileriyle değiştirmek veya onların çalışma alanlarına sınırlamalara getirmekten değil, onlarla birlikte çalışmaktan geçer. Bu anlayış kapsamında öğrenen organizasyonlarda insan kaynakları, azaltılmaya çalışılacak bir maliyet unsuru değil, rekabet avantajı sağlamanın temel güç kaynağıdır.

Başarılı işletmelerin gösterdiği yüksek düzeydeki performansın temel kaynağı güçlendirilmiş çalışanlarıdır [14]. Başarılı işletmeler çalışanlarına önem verir ve bu önemin yansıması olarak onları yetkilendirerek, güçlendirmiş olurlar. Güçlendirme (empowerment), çalışanlara karar vermeleri ve faaliyetleri gerçekleştirebilmeleri için yetki, özgürlük, bilgi ve yetenek, yani kısaca güç vermek demektir [17]. Geleneksel yönetim düşünceleri ve organizasyon yapıları, çalışanların düşünce ve davranışlarına çeşitli sınırlamalar getirir. Oysa güçlendirme temelli çabalar ise, çalışanların düşüncelerinin gelişimine uygun ortam hazırlayarak, davranışlara yeni açılımlar kazandırır. Güçlendirme çabalarının hareket noktasını, karar verme yetkisinin dağıtılması, yetiştirme faaliyetlerine önem verilmesi ve süreklilik kazandırılması ile bilginin etkin ve yaratıcı biçimde kullanılması oluşturur. Güçlendirme girişimleri; kendi kendini yöneten takımlar, kalite çemberleri, iş zenginleştirme uygulamaları ve işgörenlerin katılımcılığının temel unsur olduğu çeşitli çalışma grupları şeklinde organizasyon yapısına yansır. Tüm bu çabalar ve uygulamalar sonucunda ise işgörenler, katılımcı anlayış ve işbirliği ortamı içerisinde işlerini sıkı bir gözetime gereksinim göstermeksizin ve daha yaratıcı biçimde gerçekleştirirler. Bu çerçeve içerisinde elde edilen güç birliği yardımıyla, faaliyetleri daha geliştirerek ve yararlı yenilikleri yaratarak örgütsel performansın arttırılmasına olumlu katkılarda bulunulur. Tüm bu yöntemler ve uygulamalar ile bunların sonucunda elde edilecek başarılar, öğrenen organizasyon felsefesinin kapsadığı yapı ve anlayışla örtüşmektedir. Bu sebeplerle öğrenen organizasyona uygun yapısal tasarımın biçimlendirilmesinde ve süreçlere işlerlik kazandırılmasında güçlendirme temelli uygulamalar çok önemli bir yer tutmaktadır.

Öğrenen organizasyonlarda çalışanların bireysel düzeyde güçlendirilmesine yönelik olarak eğitim ve

geliştirme konusunda çeşitli önlemler alınır. Ayrıca çalışanların özerkliklerini arttıran ve yaratıcılıklarını sergilemelerini teşvik eden güçlendirme temelli birçok uygulamaya işlerlik kazandırılır. Bunlar, geleneksel organizasyonlarda uygulanması söz konusu olmayan geniş bir çeşitlilik sergilemektedir [18]. Burada güçlendirme çabaları için bağlayıcı faktör, örgütsel dönüşüm için gerekli olan bireysel değişimin yarattığı katkının miktarıdır. Öğrenen organizasyonlarda bireysel düzeyde güçlendirme çabalarının yanısıra bütün düzeylerdeki gruplar için de, faaliyetleri gerçekleştirmek ve yeni yollar deneme bakımından güçlendirme gereklidir [19]. Yenilikçi organizasyonların karakteristik özellikleri, rekabetçi iş ortamının talepleri ile güçlendirme uygulamalarını birbirine bağlamaktadır.

Öğrenen organizasyonlarda çalışanlar, öğrenme yolu ile sistematik ilişkilerin doğasını anlayarak ve üst yönetim tarafından daha az müdahale ile karşılaşarak daha iyi kararlar vermek için sorumluluk üstlenirler. Ancak astların yetkilerinin arttırılması dikkatli ve hassas bir şekilde yapılmalıdır [6]. Yetki arttırımını etkili bir şekilde kullanabilmek için, uygun araçlar ve gerekli eğitim sağlanmaksızın çalışanların sorumluluklarının arttırılmasının olumsuz sonuçlar doğuracağını göz önüne almak gereklidir. Bu gereksinim üzerinde yeterince durulmaz ve gerekli önlemler alınmaz ise yetersiz kararlar alınabilir, moral düzeyi bozulmuş çalışanlarla karşılaşılabilir ve hatta eski merkezi karar vermeyi içeren yönetim biçimine geri dönüşe varan uygulamalar söz konusu olabilir. Personelin ek sorumluluklar yüklenerek güçlerinin arttırılmasından önce, gerekli yeteneklerinin geliştirilip, gelişimlerinin sağlanması son derece önemlidir. Bu aşamada güçlendirme çabalarının olumlu sonuçlar sağlanması için yapılması gereken faaliyetleri ve alınması gereken önlemleri şu şekilde sıralayabiliriz:

1. Öncelikle işgörenlerin nitelikleri açısından kuvvetli bir analiz yapılmalı ve gerekli sosyal yapı göz önünde bulundurularak gerçekleştirilecek güçlendirme çabalarıyla ilgili genel çerçeve belirlenmelidir,
2. Güçlendirmenin etkili olmasını sağlamak için, iş güvenliği konusunda zihinlerde bulanıklık yaratmayacak bir ortam sağlanmalıdır,
3. Artan sorumlulukları karşılayacak biçimde; ülke, endüstri ve işletme koşulları kapsamında uygun gelir olanakları sağlanmalıdır,
4. Üretkenlik ve karlılıktaki artışlara bağlı olarak yaratılan ek değerlerin uygun bölüşümünü sağlayacak temel ilkeler belirlenip, uygulamaya konarak; işgörenlerin gerçekleştirilen çabaları sahiplenmesi sağlanmalıdır,
5. İşgörenlerin üst düzeyde deneyime sahip olmaları için, bilgi düzeylerini arttırmalarına olanak

sağlayacak her türlü olanak kullanılmalıdır,

6. İşgörenlerin çoklu yetenekler geliştirmelerine yardım edecek çapraz yetiştirme programları gerçekleştirilmelidir,

7. Bütün çalışanların ilerleme ve gelişmeleri için, sürekli eğitim inançlı bir şekilde uygulamaya geçirilmelidir.

Öğrenen organizasyonlarda güçlendirme çabalarını etkin biçimde uygulamaya geçirebilmek için, bu çabaların katılımcı bir anlayışla başlatılması ve sürdürülmesi gereklidir. Öğrenen organizasyona uygun gelişimin sağlanmasında, güçlendirme çabalarının başlangıç adımı çok önemlidir. Bu yüzden ilk adım olarak, karar vermeyi merkezkaç hale getirmeyi cesaretlendirerek işe başlanabilir. Böylelikle daha geniş bir işgören katılımı sağlanabilir. Bu anlamda tüm yetkilerin birdenbire değil, gerekli kültürel ve yapısal koşullar oluştuğu yavaş-yavaş devir edilmesi, hazırlıklı olmayan çalışanların aşırı yüklenmemesini ve daha uyumlu bir ortamın yaratılmasını sağlayacaktır. Ayrıca liderler, güçlendirme süreçleri boyunca, o anda geçerli sorumluluk dağılımı kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerin, standart işgörmeye yöntemleri olarak algılanmasının önüne geçmelidirler. Böylelikle daha sonraki adımlarda gerçekleştirilecek güçlendirme çabalarına çalışanların hazırlıklı olmaları sağlanacaktır.

IV. AÇIK HABERLEŞME VE SERBEST BİLGİ PAYLAŞIMI

Öğrenen organizasyonlardaki bilgi temeli üzerine kurulu organizasyon yapılarının gerektirdiği katılımcılık anlayışı ve işbirliği ortamına işlerlik kazandırabilmek için, bilgiye tüm organizasyon içinde akışkanlık kazandıracak bir haberleşme biçimine gereksinim vardır. Yeni gereksinimlerin belirlenmesi ve karşılaşılan sorunların çözümlenmesinde yararlı düşünce oluşumları sağlanabilmesi için, tüm çalışanların gelişmelerin farkında olması gereklidir. Çalışanların sistem görüşü kapsamında düşünce gelişimi gösterebilmeleri için, içinde buldukları bölüm kadar tüm organizasyonu anlamaları gereklidir.

Gerek uygun bilinç oluşmadan ve moda akımların etkisinde kalınarak söylenilmiş olsun, gerekse öğrenen organizasyon felsefesinde olduğu gibi bilinçli bir anlayışla kavramsallaştırılmış ve uygulamaya geçirilmiş olsun, rekabet avantajı yakalamada organizasyonlara güç sağlayan temel unsur "insan"dır. Öte yandan, çalışanları daha bilgili kılarak öğrenme düzeylerini yükseltmek mümkündür. Bireysel ve takım halinde tüm çalışanların öğrenme düzeylerinin gelişmesi; yeni fikirler, uygulamalar ve ek değer sağlayan yetenek gelişimleri olarak organizasyonun bütününe yansır ve rekabet gücüne olumlu katkı sağlar. Bu açıdan işletmelerin

performanslarını yükseltebilmeleri için, çalışanlarının gerekli bilgilere ulaşabilmelerini mümkün kılmaları gerekir [20]. Ayrıca çalışanların işletme faaliyetleri konusunda daha geniş bilgi sahibi olmaları ve organizasyon ile tam bütünleşmelerinin sağlanabilmesi için, bütçeler, kârlar ve harcamalar ile ilgili biçimsel veriler herkes için ulaşılabilir olmalıdır. Bilgi paylaşımının bu denli yaygınlık taşıdığı en etkileyici uygulama örneklerine "açık kitap yönetimi" adı verilmektedir. Bu uygulamanın temelinde, organizasyonun performansı ile ilgili her türlü bilginin herkese açık olması yatmaktadır. Örneğin bu uygulamanın var olduğu bir işletmede, tüm çalışanlara haftalık kar/zarar tabloları dağıtılabilir. Organizasyonun her üyesi bu bilgileri analiz edebilecek eğitimi almış oldukları için, kendi çabalarının işletme performansını nasıl etkilediğini görebilirler [14]. Böylelikle, tüm çalışanların işletme faaliyetleriyle ilgili her gelişmeden haberdar olması sağlanırken, performans değerlendirme bakımından da yararlı bir araç sağlanmaktadır.

Her çalışanın işletmedeki mevcut her türlü bilgiye serbestçe ulaşabildiği bir çalışma ortamı, geleneksel yönetim anlayışının hiyerarşiye dayalı haberleşme akışına tamamen terstir. Hatta bu serbest bilgi akışı anlayışının geçerliliğini kabul edersek; departmanlar, iş tanımları ve biçimsel haberleşme üzerine kurulu geleneksel yönetim anlayışının işleyiş biçimini de "kapalı kitap yönetimi" diye görebiliriz. Ancak yönetim konusundaki geçmişten gelen alışkanlıklarımız ve varsayımlarımız neticesinde, organizasyon ile ilgili her türlü bilginin bu denli açık ve akışkan olduğu bir çalışma biçimini çok da kolaylıkla kabullenemeyiz. Çünkü en azından herkese açık olan bu bilgiler içinde, çeşitli kişiler ve işletmeler için sır olarak kalması gereken kısımlar olduğunu ve bunların organizasyon dışına sızmasının yaratacağı sakıncaları düşünürüz. Başka bir ifade ile, bilginin tüm çalışanlara açık tutulmaması gerektiği yönünde öne sürülen nedenlerden biri olarak, bu bilgilerin rakiplere sızdırılabileceği endişesi temel alınmaktadır [20]. Özellikle rekabetin önem kazandığı ve yaratılan yeniliklerin rekabet avantajı yakalama bakımından son derece önemli olduğu günümüzün dinamik pazar koşullarında, gerçekten de organizasyonların saklanması ve korunması gereken sırlarının olması son derece gerçekçidir. Ancak bu gerçeği bilmek, bilgi akışına ve çalışanların bu bilgilere ulaşabilmelerine kısıtlamalar getirmeyi gerektirmemektedir. Aksi gerçekleştirildiği takdirde, çalışanların işletme için fayda sağlayacak yeni bilgiler geliştirmesinin ve yenilik yaratma gücünün önüne geçilmesi nedeniyle rekabet avantajı bakımından olumsuz koşulların ortaya çıkması söz konusu olacaktır.

Öğrenen organizasyonlardaki bilgi temelli ve insan unsuruna en üst düzeyde önem veren anlayış, bilginin yaygınlaştırılmasının sakınca yaratacak yanlarını en alt düzeyde tutmaya olanak sağlayan bir ortam sağlar. Çünkü öğrenen organizasyonlar, takım ruhu içinde birbirine ve

organizasyona inanan çalışanların oluşturduğu bir işletme kültürüne dayanır [21]. Bu ortam içinde organizasyonun uzun süreli başarılarıyla kendi varlıklarının çakıştığını anlayan tüm işgörenler, örgütsel surların korunmasına yönelik ortak bir bilince sahip olacaklardır. Öte yandan, rekabet baskısı nedeniyle yenilik gereksinimlerinin karşılanması için rakipler çeşitli yollara başvururlar. Bu uygulamalar içinde ticari casusluk, hırsızlık ve taklit gibi etik açıdan sorunlu yöntemlerin yanında, ticari sırda sahip işletmelerin kaynaklarını doğrudan kullanmaksızın gerçekleştirilenler de vardır. İşletmeler; gelişen teknoloji, bilginin dünya üzerindeki yaygınlığı ve transferi, etkili arge çalışmaları gibi çeşitli yollardan bu sır sınıları bilgilerin sahibi olabilmektedir. Tüm bunlara ek bir görüş olarak, organizasyon ile ilgili her türlü bilginin herkese açık olmasında bir sakınca olmadığı, çünkü istedikleri taktirde rakiplerin bunları zaten bildikleri iddia edilmektedir [20]. Bu durumda bilgilerin saklanması ile organizasyon üyeleri gereksiz yere bilgi kaynaklarına erişim olanağından yoksun bırakılacak, gelişme olanakları için fırsat sağlanamayacak ve sonuçta kaybeden rakipler değil, organizasyonun kendisi olacaktır.

Genellikle çalışanlar, sahip oldukları bilgilerin diğerlerince de bilinmesi durumunda güç ve otorite kayıplarının olacağını düşünürler. Öğrenen organizasyonlarda ise, gizlenen bilgiler yerine miktarı ve zenginliği artırılmış bilgilerin organizasyondaki yaygınlığıyla bütünsel başarılar sağlanır. Çünkü öğrenen organizasyon felsefesinde bireysel başarılar değil, takım halinde kazanılan başarılar daha etkili ve değerlidir.

Öğrenen organizasyonlarda, gizlenmeyen ve akışkanlığı engellenmeyen her çeşit bilgiye tüm çalışanlar serbestçe ulaşabilir ve diğer çalışanlar ile bilgi değişimini serbestçe gerçekleştirebilirler. Öğrenen organizasyonlarda bilinçli olarak gerçekleşen öğrenmede bireyler birbirlerine “niçin”, “neden” ve “nasıl” sorularını doğallıkla sorarak, örtülü bilgilerin açık bilgiye dönüşümünde rol oynarlar [22]. Bilgi paylaşımı üst düzeyde gerçekleştirildiği için, yeni bilgilerin yaratılması olasılığı daha yüksektir. Böylelikle organizasyonun işleyişindeki odak noktası, ürün ve nesnelere daha çok fikir ve bilgiler oluşturur. Üretilecek ürünlerin niteliği ve niceliği ile üretim sürecinde kullanılacak nesnelere biçimlendirilmesi, çalışanların geliştireceği fikirlerin ve uygulamaya geçirilecek bilgilerin sonucudur. Fikir oluşumu ve yeni bilgi yaratılmasının düzeyini yükseltmek için düşük miktar ve nitelikteki bilgi ile yetinilmez. Liderler, daha çok ve nitelikli bilginin çok daha yararlı olduğunun bilincindedir. İşgörenler ise, bu bilinçle organizasyon içinde arttırılan ve yaygınlaştırılan bilgilerden kendi işlerinin gerektirdiği her çeşit bilgiyi serbestçe alabilirler.

Öğrenen organizasyonlarda “açık haberleşme” söz konusudur. Açık haberleşmenin anlamı, organizasyon içindeki bireylerin sınırlamalardan arındırılmış biçimde

yüz yüze iletişimi gerçekleştirebilmeleridir. Burada davranış açısından üzerinde durulan konu, iletişimin gerçekleştirilmesinde dinleme ve yüz yüze esasının geçerliliğidir. Bu kapsamda çalışanlar, farklı departmanlarda çalışanlar ile işletmenin vizyonu ve değerleriyle ilgili konuları konuşabilirler. Tepe yöneticileri ile orta kademe yöneticiler arasında yakın ilişkiler söz konusudur. Bu ilişkiler dinlenme molalarına dahi tüm çalışanları kapsar biçimde yayılmıştır. Yöneticiler işgörenler ile tüm işletmeyi ilgilendiren konuları yapıcı bir yaklaşımla tartışabilirler. Bu görüşmelerde; yeni ürünler, finansal sonuçlar gibi işgörenlerin sormak istediği her konu ele alınabilir. Birbirinden fiziksel ve/veya gerçekleştirdikleri fonksiyonlar bakımından uzak biçimde çalışan işgörenler çeşitli ortamlarda bir araya gelip, mevcut bilgilerini değerlendirdikleri diyalogları gerçekleştirirler. Bu görüşmelerin sonucunda, hiyerarşinin farklı kademelerinde ve farklı departmanlarında çalışanların işlerinin başına döndüklerinde birbirlerini doğrudan aramaya cesaretlendirilmiş olurlar. Ayrıca programlanmamış toplantılar da teşvik edilir. Bu toplantılara katılmayanlara iletilmek için toplantı notları tutulur ve dağıtımı gerçekleştirilir. Çeşitli proje takımlarının faaliyetlerini gerçekleştirmelerinde, diğer proje gruplarının elinde bulunan veya geliştirdikleri bilgilerin kullanılması teşvik edilir.

Açık haberleşme ve bilgi paylaşımında ilerleme sağlanabilmesi için gerekli yetiştirme programları uygun biçimde gerçekleştirilmelidir. Tüm çalışanların bilgisayarları hızlı ve etkin kullanabilmeleri, gelir tablosu ve bilanço gibi finansal tabloları değerlendirebilmeleri için ilgili eğitimleri almaları gereklidir. Tüm çalışanların, yeni bilgi geliştirme süreci içinde kendilerinin ve diğerlerinin sağlanan performans artışındaki payını bilmeleri gereklidir. Bu durum, gerçekleştirilmeye çalışılan gelişme çabalarının sonuçları hakkında ölçülebilir veriler sağlama yoluyla çalışanlardaki katılımcılık ruhunu daha fazla arttıracaktır. Çalışanların yaratılan faydalı sonuçlardaki rollerini sorgulamalarıyla sisteme olan güvenleri artacak ve kendilerini işlerine daha üst düzeyde vermelerini sağlayacak motivasyon artışı sağlanacaktır.

Öğrenen organizasyonlarda açık haberleşme temelinde gerçekleşen bilgi paylaşımında çeşitli yöntemlerden faydalanılır. Bu yöntemler içinde öğrenen organizasyona özgü çeşitli toplantılar, raporlar, geziler, rotasyon uygulamaları ve eğitim-yetiştirme programları başta gelen uygulamaları oluşturmaktadır [23].

Öğrenen organizasyonlarda yöneticiler ve diğer çalışanlar günlük, haftalık, aylık ve sezonluk çeşitli toplantılar düzenlerler. Bu toplantılar genellikle programlıdır ve dolayısıyla gündemi büyük ölçüde

belirlenmiştir. Ancak konunun önemine bağlı olarak programlanmamış toplantılar da düzenlenebilir. Ayrıca programlı toplantılarda da, gündeme alınması için gelen ortak istek doğrultusunda yeni konu veya sorunlar görüşülebilir. Toplantı içerikleri ve düzeni konusunda şekilci bir anlayış yoktur. Bu toplantıların programlı kısımlarında genel olarak; finansal konular, üretkenlik ve geliştirilen performans sonuçlarının detayları irdelenir. Toplantıların diğer çalışanlar içinde yarar sağlayacak kısımları organizasyon içinde duyurulur. Organizasyonun tepe yöneticileri de bu toplantıları izlemeye özen gösterirler. Ayrıca toplantıların yararlı sonuçlarını tepe yöneticiler sürekli takip eder ve sonuçları belirli dönemlerde tüm çalışanlara açarlar.

Öğrenen organizasyonlarda, karşılaşılan sorunlara çözüm bulunması amacıyla çalışanların yöneticilere başvurduğu klasik işleyiş biçimi değişmiştir. Liderler gereken her durumda çalışanlara müracaat edebilir, onlardan fikir alıp, tartışabilirler. Bu davranış bir statü veya güç kaybı yaratacak bir etki değil, aksine öğrenen organizasyonun felsefesine uygun olarak, ortak çabaların değerini arttıracak doğal bir yönelimdir. Ayrıca, sebep oldukları sıradanlık, sıkıcılık ve uygulamaya yönelik denenmiş yararlarının zayıflığı nedeniyle konferans salonlarında gerçekleştirilen toplantılar yerlerini iş alanlarında gerçekleştirilen ve uygulamalarla da birleştirilebilen toplantılara bırakmıştır.

Bilgileri yaygınlaştırmada en çok kullanılan araçların başında, organizasyon içinde çeşitli kanallar aracılığıyla yayımlanan raporlar gelmektedir. Raporlar, organizasyon içinde sürdürülen çeşitli proje gruplarının çalışmaları hakkında bilgi verme, üzerinde çalışmalar yapılmasında fayda olabilecek uygulama ve gelişmeleri tanıtmaya ile organizasyonun ve bölümlerin performans sonuçlarıyla ilgili bilgileri aktarma amacıyla hazırlanırlar. Raporlar; işletmenin pazar payı, karlılık oranları, üretim kapasitesi, kalite ve teslimat koşulları, yeni ürün geliştirme çabalarının yanı sıra, müşteri beklentilerinin belirlenmesine yönelik araştırma sonuçlarından, çeşitli kıyaslama çalışmalarının bulgularına kadar birçok konuyu içerir. Günümüzde raporlar, gelişen teknoloji sayesinde kağıda bağımlı olmaktan kurtulmuşlardır. Artık video ve cd romlar ile barkovizyon uygulamaları görsel sunum etkinliğini arttırmakta, elektronik posta ve intranet ise bilgilerin anında yaygınlaştırılmasını ve karşılıklı görüş alış-verişlerinin yapılabilmesini sağlamaktadır.

Geziler ise, özellikle çok sayıda işletmeyi veya birimi bünyesinde barındıran büyük organizasyonlarda ya da şebeke organizasyonu özelliği gösteren işletmelerde veya stratejik işbirliği içinde çalışan çeşitli işletmeler arasında sıklıkla uygulanmaktadır. Bu yöntemin temel amacı, katılımcıların ziyaret edilen işletmelerin öğrenilmeye değer yöntem ve özel uygulamalarının farkında olunarak, gerekli bilgi aktarımını

gerçekleştirmektir. Gezilerin amacına ulaşabilmesi için, katılımcıların nitelikleri ve gereksinim duydukları bilgilerin özellikleri göz önünde bulundurulacak düzenlenmiş olması gerekmektedir. Geziler, üst ve alt kademelerde çalışanların gerçekleştirdikleri ve gelecekte ilgili olacakları faaliyetlerle ilgili bilgi birikimlerini arttırmaya yönelik olarak gerçekleştirilmelidir.

Organizasyonlarda rotasyon programları da etkili bir bilgi aktarma aracı olarak kullanılabilir. Bu uygulamaların amacı öncelikle çalışanların kişisel gelişmelerinin artırılması ve organizasyonla bütünleşmelerinin sağlanmasıdır. Ayrıca rotasyon programları yardımıyla üst kademeler için nitelikli yöneticiler yetiştirilmesine destek sağlanırken, çalışanların bilgi birikimleri ve deneyimlerini organizasyonun diğer alanlarına da aktarmalarına olanak sağlanır.

Rotasyona dayalı bilgi aktarma, özellikle öğrenen organizasyonların başlangıç düzeyleri için etkili bir yöntemdir. Çünkü bu dönemlerde, ortadan kaldırılmaya çalışılan geleneksel yapı ve yönetsel uygulamalar içinde çalışanlar belirli konularda uzmanlaşmıştır. Belirli konularda üstün yetenek ve bilgi birikimine sahip uzmanlaşmış çalışanlar, kendi çalıştıkları alanda ilişki kurdukları diğer çalışanlara kişisel bilgi ve yeteneklerinden faydalanma olanağı sağlayabilirler. Ancak bu tür uzmanların bilgi birikimlerini organizasyonun bütünü düzeyinde aktarılma olanakları oldukça sınırlıdır. İşte bilgi birikiminin paylaşılmasına olanak sağlamak için, söz konusu uzmanlar organizasyonun farklı bölümlerine transfer edilebilir ya da bağlantılı bulunan başka bir organizasyonda görevlendirilebilirler. Öğrenen organizasyona ulaşma sürecinin ilerleyen aşamalarında ise, kişisel uzmanlaşma yerini katılımcı bir anlayışla gerçekleştirilen takım halinde öğrenme yöntemine bırakacaktır. Bu durumda, bilginin tüm organizasyona sınırsız ve etkin yaygınlığı sağlandığından ve gerekli her türlü bilgiye ulaşabilmek mümkün olduğundan, bu türlü sistemli rotasyon uygulamalarına gerek kalmayacaktır.

Rotasyon uygulamaları, her düzeydeki uzmanlaşmış elemanlar ile bu uzmanlık alanlarına gereksinim gösteren tüm birimler göz önüne alınarak gerçekleştirilebilir. Örneğin bilgisayarla bütünleşik kurumsal kaynak planlaması (ERP-Enterprise Resource Planning-) konusundaki bir uzman, bu yöntemi öğretmek ve uygulamak üzere, aynı grup içerisindeki başka bir işletmede görevlendirilebilir ya da başarılı bir fonksiyonel bölüm yöneticisi, öğrenen organizasyona uyan yönetsel yeteneklerini aktarmak üzere farklı bir bölüme transfer edilebilir.

Uygulamada çalışanlar aracılığıyla doğrudan bilgi aktarımını gerçekleştirmenin bir diğer yolu, fiili üretim süreçlerinde yer alan başarılı çalışanların tepe yönetim

seviyesine kaydırılmasıdır. Böylelikle fonksiyonel bölümlerde çalışan deneyimli yöneticiler, bilgi birikimleri ve gelişmiş yeteneklerini kullanarak geliştirecekleri yeni uygulamaları tüm organizasyon düzeyine yaygınlaştırabilecekleri olanaklara kavuşurlar.

Öğrenen organizasyonlarda eğitim ve yetiştirme programları, uygulamayla içice sürdürülen bir süreklilik çerçevesinde gerçekleştirilir. Birer eğitici olarak liderlerin, klasik öğretmen davranışının dışına çıkarak, davranışları ve faaliyetleriyle diğer çalışanlara yol gösterici biçimde sergiledikleri roller bu süreçte en başta gelen eğitim uygulamalarındandır. Ayrıca çalışanların öğrenen organizasyon felsefesini kavramalarına ve benimsemelerine yönelik çeşitli seminerler, konferanslar ve toplantılar da düzenlenebilir. Bu etkinliklerin, bilgi aktarılmasına yönelik amaçlarının başarıyla gerçekleştirilebilmesi için, uygulamayla bağlantılarının kurulması gereklidir. Geleneksel yönetim uygulamalarının etkisinde kalan çoğu yöneticiler, bu çeşit etkinliklere katılan çalışanlara aktarılmaya çalışılan bilgilerin, gerekli öğrenme durumunu yaratma açısından yeterli olduğunu düşünürler. Oysa gerçek öğrenme, edinilen bilgilerin uygulamada ek değer sağlayacak biçimde kullanılmasını gerektirir.

Çalışanlar tarafından çeşitli yollarla edinilen bilgiler uygulamaya geçirilmiyorsa, bu durum öğrenen organizasyonlar için hiç de anlamlı bir sonuç değildir. Eğitim programları katılımcılarına yönelik olarak yapılması gereken, edindikleri bilgileri uygulamaya yansıtmak için bilinçli bir şekilde onları teşvik etmek ve bu konuda gerekli olanakları sağlamaktır. Öğrenen organizasyonlar, deneysel bakış açısı taşıyan kültürel normları ve organik yapılarıyla, edinilen bilgilerin uygulamaya konulması için gerekli olanakları sağlarlar. Örneğin, problem çözme yöntemlerine ilişkin verilen eğitim programlarını takiben, katılımcılar edindikleri bilgileri gerçek sorunlara uygulayabilirler. Bu tür eğitimlerin, “sınıf-öğrenci-öğitmen” üçlemesinin dışında kalan bir çerçevede ve grupla kendini bütünleştirecek liderler tarafından verilmesi daha yararlı olacaktır. Bu yararı sağlanabilmesi için, liderlerin öğrenen organizasyonun gerektirdiği eğitici olarak lider yeteneklerine sahip olmanın yanı sıra, eğitim konusuyla da ilgili derinleme bilgi sahibi olmalarını gerektirmektedir. Liderler, konuyla ilgili kavram ve yöntemler hakkında temel bilgileri verip, daha derinlemesine bilgilerin uygulamadan edinilmesini sağlayarak öğrenmeyi pekiştirebilirler. Ayrıca, eğitimlerden edinilen bilgilerin deneysel uygulamalarından alınacak yararlı sonuçların yerleşik biçimde kullanılacağı yolunda tüm çalışanlarda bir inanç oluşumunun sağlanması gereklidir. Böylece çalışanlar, hem kendilerine sunulan bilgileri almaya daha istekli olacaklar, hem de bu bilgilere uygulamaya yönelik olarak daha hızlı ve etkin biçimde ek değer katacaklardır. Bu yüzden, faydalı görüşlerin ve başarılı bilgi

uygulamalarının organizasyonun işleyişinde yerleşik olarak kullanılacağı yolundaki inancın tüm çalışanlarda oluşturulması yoluyla motive edilmeleri gereklidir.

V. BİLGİ TEKNOLOJİLERİ ALTYAPISI

Öğrenen organizasyonlar, bilgi teknolojisindeki gelişmelerin açık haberleşme ve bilgi paylaşımına getirdiği kolaylıklardan üst düzeyde yararlanırlar. Bilgi teknolojileri (IT), bilgileri paylaşma ve tarafların karşılıklı olarak birbirlerinin farkında olmaları bakımından öğrenen organizasyonlara büyük kolaylık sağlar. Burada önemli olan; bilgisayarları, “uzman” yerine “yardımcı araçlar” olarak değerlendirmek gerektiğidir [13]. Çünkü bilgisayarları uzman olarak görmek, organizasyonun temel kaynağı olan insan unsurunun ikinci plana atılmasına ve yaratıcılığın sınırlandırılmasına neden olur.

Bilgi ve haberleşme teknolojisindeki gelişmeler, işbirliğinde bulunan işletmeler içinde ve birbirleri arasında örgütsel öğrenmeyi ve şebeke yapılarını desteklemek için gereksinim duyulan altyapıyı sağlamada temel rol oynamıştır. Bilginin yaratılması, depolanması, paylaşılması ve transferinde yardımcı olan haberleşme kanal ve ortamları öğrenen organizasyonların oluşumunun ayrılmaz parçalarıdır [7]. Bilgi ve haberleşme teknolojileri, hızlandırılmış öğrenme yoluyla bireylerin ve organizasyonların zekâ kapasitelerini artırarak yeteneklerinde dönüşüm sağlar. Yerel ve daha geniş alandaki şebekelere bağlı bireysel bilgisayarlar, bilgisayar gücünün bulunabilirliğini ve ulaşılabilirliğini çok genişletmişlerdir. Bu anlamda bilgisayar gücü, işbirliği içindeki organizasyonlar arasındaki bilgi paylaşımı bakımından potansiyeli arttırmakta ve hızlandırıcı bir rol oynamaktadır. İnternet ise bireyler ve organizasyonlar arasındaki haberleşmeye yeni boyutlar katmıştır. İnternet ve ekstranet uygulamaları da, organizasyon düzeyinde ve birbirine bağlı organizasyonlar arasında yine benzer etkileri gerçekleştirmiştir. İnternetin aynı açık sistem standartlarını ve protokollerini kullanan özel bir biçimi olan intranet, organizasyon içinde bilginin paylaşılmasına ve haberleşmenin gerçekleştirilmesine olanak sağlar. İnternet uygulamalarının, işbirliği içindeki organizasyonlar arasında genişletilmesiyle oluşan sistemler ise ekstranet diye isimlendirilir. İnternet ve ekstranet sistemlerinde kullanılmak üzere bilgi yönetimi ve örgütsel öğrenmeyi destekleyen yazılımlar geliştirilmiştir. Bu yazılımlar; elektronik posta, akıllı veri tabanları, doküman yönetimi ve iş akışı yazılımları ile diğer bilgi temelli sistemleri kapsamaktadır.

İleri işletmelerde temel haberleşme araçlarının başında elektronik posta gelmektedir. Elektronik posta aracılığıyla gerçekleştirilen mesaj alış-verişleri yoluyla işlerin ilerlemesi büyük ölçüde hızlandırılır. Yöneticiler, hiyerarşiden arınmış şekilde ve mesaj alış-verişinde buldukları kişilerin organizasyon içindeki konumunu

önemsemeksizin elektronik haberleşmeye katılırlar. Elektronik posta, zaman ve yer bakımından pek çok engelin üstesinden gelerek, yollanılan mesajların güvenli ve hızlı biçimde alıcılara ulaşmasını sağlar.

Uzman sistemler kapsamındaki yapay zekâ uygulamaları ve sinir ağları da öğrenen organizasyonlara katkı sağlamaktadır. Geliştirme çalışmaları hızla devam eden sinir ağları, deneyimleri sonucu öğrenme özelliğine sahip olmaları açısından bilgisayarlara özel bir nitelik kazandırmaktadır. Böylelikle bilgisayarlar bir bakıma bireysel öğrenmeyi taklit etme özelliğine kavuşmaktadır [7]. Yazılım ve donanım alanındaki sürekli gelişmeler, bu tür öğrenme için ulaşılacak kapasitenin önemli ölçüde yükseleceğini ve bilgisayarların, bilgi oluşturma ve paylaşmadaki rolünün artacağını düşündürmektedir. Gelecekte, sadece bu tür özelliklere sahip işletmeler bilgiyi etkin şekilde yönetebilecek, daha hızlı öğrenme ve zekâ düzeylerindeki önemli artışlarla rekabet avantajı elde edebileceklerdir.

VI. STRATEJİ

İşletmelerin çevre koşullarının daha belirsiz hale gelmesi, rekabet avantajı sağlama ve sürdürülebilmenin önemini artırmıştır [7]. Öte yandan öğrenmenin, rekabet üstünlüğü sağlamada temel unsur olarak değerlendirilmesi gittikçe kuvvetlenmektedir [24]. Öğrenen organizasyonlarda strateji, karar verme bakımından öğrenme süreçlerinin bir sonucu; örgütsel gelişme ve dönüşüme katkı bakımından ise, bir öğrenme aracıdır. Bu bakımdan rekabet avantajı sağlamada yol gösterecek olan stratejilerin belirlenmesi öğrenen organizasyonlarda kendine özgüdür ve organizasyon için öğrenme düzeyinin yükseltilmesinde söz sahibidir.

Geleneksel organizasyon yapı ve süreçlerinin var olduğu organizasyonlarda uzun dönemli planlama ve strateji belirleme faaliyetleri tamamıyla tepe yönetiminin sorumluluğunda gerçekleştirilir. Bu tip organizasyonlarda tepe yönetiminin tüm bilgi ve deneyimi, organizasyonun bütünü üzerine ve uzun vadeli bir bakış açısıyla ilgilidir. Bu kapsamda yöneticiler, tüm organizasyonun uzun dönemli geleceğini şekillendirecek ve dolayısıyla karşılaşılabilecek başarı düzeylerini yönlendirecek temel stratejilerin belirleyicisi, yönlendiricisi ve denetleyicisi konumundadırlar.

Öğrenen organizasyonlarda ise liderler, ortak görüş çerçevesinde vizyonun belirlenmesinde ve amaçlara yönelik faaliyetlerin katılımcı anlayışla şekillendirilmesinde, eğitici olarak lider rolüne uygun olarak yine etkilidirler. Ancak uygulanacak stratejiyi belirlemeyi ve uygulamada da kontrolü doğrudan yalnız başlarına gerçekleştirmezler. Bu süreçlerin gerçekleştirilmesinde organizasyondaki herkesin yardımı söz konusudur [25]. Öğrenen organizasyon felsefesi tüm

çalışanların fikir ve düşünceleri üzerinde yükseleceğinden, bu tip organizasyonlar için temel değer çalışanlardır. Öğrenen organizasyonlarda politika oluşturma süreçlerine organizasyon üyeleri ve diğer çıkar gruplarının üst düzeyde katılımı sağlanmalıdır. Böylelikle çalışanlar kendilerini ast olarak görmek yerine organizasyonun vazgeçilmez birer üyesi olarak görecektirler [13]. Bu yüzden strateji belirleme gibi önemli kararların alınmasında ve uygulamanın izlenmesinde çalışanların süreçlere katılımının söz konusu olmaması düşünülemez.

Stratejilerden öğrenme, öğrenen organizasyonların önemli özelliklerinden biridir. Organizasyonların stratejiyi bir öğrenme fırsatı olarak nasıl kullanabileceklerinin üzerinde durulması önem taşımaktadır [26]. Öğrenen organizasyonlardaki geçmişin sorgulanması, geleneksel yönetim tarzının geçmişe olan yetersiz bakış açısının tamamen dışındadır. Çünkü öğrenen organizasyonlar, geleceği planlamak ve yönlendirmek için, salt geçmişe bakarak sağlam bir temelin kurulamayacağına inanırlar. Oysa geleneksel uygulamalarda yöneticiler; pazar payı, muhasebe ve finansal alanlardaki verilerini zamana göre değerlendirerek, geleceğe yönelik planlarını oluştururlar. Oysa planlamaya bu şekilde, “geçmiş sonuçların bir çıkarımı” olarak bakılması çok eksiktir, çünkü hiçbir zaman gelecek, geçmişe benzememektedir [27]. Ayrıca zaman ilerledikçe, geleceğin taşıdığı belirsizlik artmakta ve böylelikle geleceğin geçmişe benzememesi olasılığı daha da artmaktadır. Pazar ve teknoloji konularında bu denli hızlı ve ani değişimlerin yaşanmadığı günümüzden çok önceki yıllarda -belki- geçmiş geleceğin yol göstericisi olabilirdi, fakat günümüzde böyle olamayacağı kesinlik kazanmıştır. Günümüzde dünya çok hızlı değişmektedir ve geçmişte yaşanmış olayların çoğu, gelecekte söz konusu olmayacaktır. Yakın zaman öncesine kadar ekonomideki küreselleşme eğilimlerinin günümüzdeki kadar etkili olmadığını göz önüne alırsak dünyanın ne denli hızlı değiştiğini daha rahat algılayabiliriz. Günümüzde çokuluslu dev işletmeler yerel pazarlarda hızlı bir rekabete girişirlerken, öte yandan yerel işletmeler de dünya çapında rekabet ya da yok olma ikilemiyle karşı karşıya kalabilmektedirler. Ayrıca haberleşme teknolojisindeki gelişmelerle, fiziksel uzaklıkların yarattığı sorunlar ortadan kalkmakta, anında ve tam iletişimi gerçekleştirmek mümkün olmaktadır. Robotlar, CAD, CAM, CIM gibi bilgisayar temelli uygulamaların ve bilgi teknolojilerindeki diğer gelişmelerin gittikçe hızlanmasıyla organizasyonların karşılaştığı değişim baskıları çok değişik boyutlar kazanmıştır. Bu tür değişim baskılarına karşı, ilgili unsurlarda kolaylıkla öngörülemeyen belirsizlikleri dikkate almadan ve yalnızca yaşanan deneyimlerden yola çıkılarak mücadele edebilme olanağı dinamik pazar koşulları içinde söz konusu değildir. İşletmelerin bu sorunun üstesinden gelebilmek ve başarılı değişim çabalarını gerçekleştirebilmeleri için, geleceğe yönelik öğrenme düzeylerini geliştirme yeteneklerine işlerlik

kazandırmaları gereklidir.

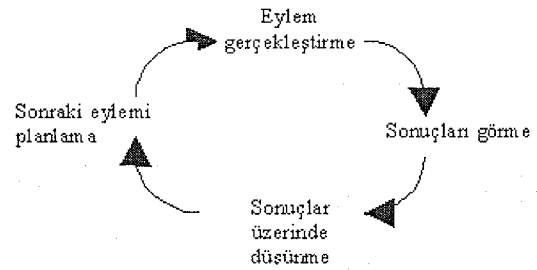
Organizasyonlar için geleceğe yönelik öğrenme, sadece geleceği öngörmeye çalışmak demek değildir. Öngörüler; dünya, içinde bulunulan sektör veya satış tutarları ile ilgili bir yıllık, üç aylık süreleri kapsayan ve büyük ölçüde tahmine dayanan çıkarımlardır. Oysa gelecek gittikçe daha dinamik olmaya başlamakta ve önümüzdeki olasılıkların genişliğiyle ilgili bilgi sağlamada tahminler, bir anlayış oluşturma bakımından daha karmaşık olmaya başlamaktadır. Bu sorunun aşılmasına yardımcı olması bakımından gelecekle ilgili öğrenme başlıca iki adımı içermelidir [28]. Bunlardan **birincisi**, söz konusu olasılıkların düzeyinin anlaşılmasıdır. **İkinci** adım ise, olasılıkların belirlendiği aralıklarda etkin şekilde faaliyet gösterebilmek için hazırlıklı olmaktır. “Senaryo planlaması” yöntemi ve “önceden yetenek gelişimi” programları bu konuda organizasyonlara yardım sağlayan başlıca araçlardır.

Öğrenen organizasyonlar strateji belirlemede sıklıkla senaryo oluşturma yöntemini kullanırlar. Ancak, yalnızca senaryo temeli üzerine kurgulanmış operasyonların başarısız olma olasılıklarının da göz önünde bulundurulması gerekir. Bu yüzden senaryoların, yalnızca geleceğe bir projeksiyon değil, geçmiş kayıtlardan güvenilir izler bulmaya yönelik sondaj anlayışına da sahip olması gereklidir. Strateji oluşturmada öğrenme yaklaşımı, özel bir kültürü ve süreçleri gerektirir [26]. Böylece, her türlü faaliyetin açıkça tanımlandığı ve önceliklerinin belirlendiği süreçlerde öğrenme gerçekleştirilir. Öte yandan, gelecekte gereksinim duyulacak yeteneklerin şimdiden oluşumuna yönelik deneysel temelli ve sürekli öğrenme esaslı stratejilerin başarılı biçimde uygulanmasına zemin hazırlanacaktır.

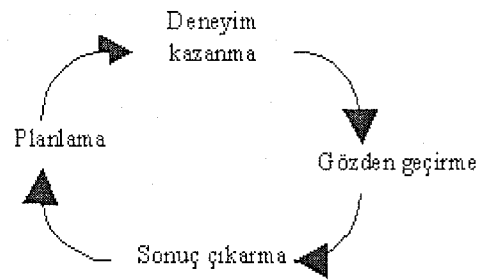
Strateji ile ilgili öğrenme, öncelikle işletmenin kendi deneyimlerinin öğrenilmesiyle başlar. Bu açıdan, öğrenen organizasyonlarda politika ve strateji geliştirilmesine içsel öğrenme süreçleri olarak bakılmalıdır. Strateji, bir geliştirme süreci sonucunda ulaşılan son durum olarak değerlendirilmemeli, bunun yerine sürekli bir taslak olarak görülmeli, değiştirme ve geliştirmeye açık olmalıdır [13]. Bu anlamda stratejinin belirlenmesi, öncelikle bir görevin gerçekleştirilmesi sürecidir. Fakat bu süreç, aynı zamanda öğrenme sürecinin eşlik etmesi gereken düşünsel bir süreçtir. Öğrenen organizasyonlarda stratejinin oluşumunda geçerli olan görev ve öğrenme çevrimleri Şekil.1 ve 2’de gösterilmiştir [26].

Öğrenen organizasyonlarda strateji çalışanlar arasındaki karşılıklı görüşmelerden doğar. Bu süreçte çevre ile doğrudan ilişkide bulunan çalışanlar önemli rol oynar. Müşteriler, tedarikçiler ve diğer organizasyonlar ile doğrudan ilişkileri gerçekleştiren çalışanlardan edinilen bilgiler bir arada toplanır. Çalışanlar çevrenin çeşitli

unsurları ile ilişkilerini sürdürürken, bir yandan da pazar ve teknoloji değişkenlerini izlemek için geliştirdikleri duyarlı haber alma kanallarını çalıştırırlar. Örneğin satış elemanı bir yandan temel fonksiyonunu gerçekleştirirken, diğer yandan içinde bulunulan zaman kesitinde müşterinin sorunlarının neler olduğuna, gelecekte ise gereksinimlerinin neler olabileceğine odaklanarak, ilgisini ve araştırmalarını bu yönde geliştirir. Bu çerçevede çevredeki binlerce müşteriden, teknoloji ve müşteri gereksinimlerindeki değişimler ile ilgili veriler sağlanır. Böylelikle müşteri beklentileri veya ileride söz konusu olabilecek yeni gereksinimler ile ilgili fikir ve düşünceler, üzerinde farklı çalışanların karşılıklı görüşmelerini sağlamak için organizasyona kazandırılmış olur. Böylelikle bu veriler organizasyondaki herkese açılır ve zaman ufku göz önüne alınarak, katılımcı bir anlayışla müşteri gereksinimleri tanımlanır ve uygun çözümler sağlayacak stratejiler ortak kararlarla belirlenir.



Şekil.1. Görev Çevrimi



Şekil.2. Öğrenme Çevrimi

Öğrenen organizasyonlarda uygun stratejinin belirlenmesinde, çalışanların kafasındaki düşünsel modellerin deneysel bir anlayışla uygulamaya yönlendirilmesi söz konusudur. Bu anlamda çalışanların, sürekli yeni düşünceler üretmeye çalışmaları teşvik edilir. Bu motivasyonu sistemin kuruluş aşamalarında liderler, sistemin işlerlik kazanması ve yararlarının farkına varılmasıyla bizzat sistemin kendi iç dinamikleri sağlar. Hatalar, öğrenen organizasyonun felsefesine uygun ve de iyi niyetli girişimlerin sonucu ise kabul edilir ve bunlardan dersler çıkartılır. İş süreçlerindeki, politikadaki ve ürünlerdeki değişmelere birer öğrenme fırsatı olarak bakılır ve tüm çalışanlar bu unsurlardaki değişimler ile ilgili görüşlerini açıklarlar.

VII. SONUÇ

Öğrenen organizasyonlarda çapraz fonksiyonlu sınırlar azaltılarak tasarımılanan yatay organizasyon yapıları yoluyla geleneksel organizasyon yapılarında ortaya çıkan sorunlar oluşmadan giderilir. Böylelikle etkili haberleşme ve esneklik sağlanır, yenilikçilik teşvik edilir ve sonuçta rekabet avantajı bakımından öne geçilir. Yatay organizasyon tasarımı kapsamında matris yapılar, bilginin bütünleştirilmesine katkı sağlarlar. Çapraz fonksiyonlu proje takımları veya görev grupları, daha geleneksel organizasyon yapılarında oluşturulabilir ve bilgi oluşturma süreçlerinde etkin rol alırlar.

Öğrenen organizasyonlarda takım halinde öğrenme büyük önem taşımaktadır. Takımların sorumluluğunda sürdürülen projelerin yönetimi ile örgütsel öğrenme deneyimleri, performansı artırıcı biçimde bütünleştirilebilir. Çevresel belirsizliğin artması ve bilgiye duyulan gereksinimin daha da önem kazanmasına bağlı olarak öğrenen organizasyonlar, diğer işletmeler ile ortak çıkarları yönünde bir araya gelerek şebeke organizasyonlarını oluşturmaktadırlar. Öğrenen işbirlikçilerle yakın çalışma ortamı ve ortak bir anlayış yaratılarak organizasyonel öğrenme yeteneğinde önemli ölçüde artış sağlanması sözkonusudur.

Öğrenen organizasyonların gösterdiği yüksek düzeydeki performansın temel kaynağı güçlendirilmiş çalışanlardır. Bireysel ve grup halinde her seviyedeki güçlendirilmiş çalışanlar, bilgi oluşturma süreçlerine etkin katılım sağlar ve örgütsel öğrenme düzeyinin yükselmesine neden olurlar. Böylelikle çalışanların yetkinliklerinden tam olarak faydalanılır ve onların işletme yararına kullanacakları yeni yetenekler kazanmalarına olanak sağlanır.

Öğrenen organizasyonlarda, her çeşit bilgiye tüm çalışanlar ulaşabilir ve bilgi değişimini serbestçe gerçekleştirebilir. Bilgi paylaşımı yoluyla yeni bilgiler kolaylıkla yaratılır. Tüm çalışanlar, açık haberleşme süreçleri aracılığıyla sınırlamalardan arınmış biçimde yüz yüze iletişimi gerçekleştirebilir. Böylelikle örtük bilgilerin açığa çıkması ile yeni öğrenme fırsatları yaratılır. Öğrenen organizasyonlarda açık haberleşme temelinde gerçekleşen bilgi paylaşımında; çeşitli toplantılar, raporlar, geziler, rotasyon uygulamaları ve eğitim-yetiştirme programları gibi çeşitli araçlardan yararlanılır.

Bilgi teknolojileri, bilgileri paylaşma ve tarafların birbirlerinden haberdar olması bakımından öğrenen organizasyonlara büyük kolaylık sağlar. Bu kapsamda, bilgi yönetimi ve örgütsel öğrenmeyi destekleyen internet ortamında çalışan yazılımlar kullanılır. Bu yazılımlar; elektronik posta, akıllı veri tabanları, doküman yönetimi ve iş akışı yazılımları ile bilgi temelli sistemleri kapsamaktadır.

Rekabet avantajı sağlamada yol gösterecek olan stratejilerin belirlenme biçimi, öğrenen organizasyonlarda kendine özgüdür ve öğrenme düzeyinin yükseltilmesinde söz sahibidir. Öğrenen organizasyonlarda strateji oluşturma süreçlerine tüm çalışanlar ve diğer çıkar grupları üst düzeyde katılım sağlar. Böylelikle çalışanlar kendilerini organizasyonun vazgeçilmez bir parçası olarak görürlerken, stratejiyi ise bir öğrenme fırsatı olarak değerlendirirler. Öğrenen organizasyonlarda strateji, ulaşılan son durum olarak değerlendirilmez ve öğrenme sonuçlarının sürekli olarak yansıtılabileceği biçimde değişim ve gelişmeye açıktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Moilanen, R. (2001). Diagnostic tools for learning organizations. *The Learning Organization*, 8(1), 6-20.
- [2] Pedler, M.; Burgoyne, J. & Boydell, T. (1996). *The Learning Company - A Strategy for Sustainable Development*. 2nd Ed. London: McGraw-Hill.
- [3] Dodgson, M. (1993). Organizational learning: a review of some literatures. *Organization Studies*, 14(3), 375-394.
- [4] Coopey, J. (1996). Crucial gaps in the learning organization-power, politics and ideology. (Ed.: Starkey, K.). *How Organizations Learn*. London: Thomson.
- [5] McHugh, D.; Groves D. & Alker, A. (1998). Managing learning: what we learn from a learning organisation? *The Learning Organization*, 5(5), 209-220.
- [6] Slater, S.F. (1995). Learning to Change. *Business Horizons*, 38(6), Nov.-Dec., 13-20.
- [7] Pemberton, J.D. & Stonehouse, G.H. (2000). Organisational learning and knowledge assets-an essential partnership. *The Learning Organization*, 7(4), 184-193.
- [8] Pınar, İ. (1999). Öğrenen Organizasyonların Kültürel Çerçevesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 28(2), Kasım 1999, 37-78.
- [9] Hopper, M.D. (1990). Rattling SABRE-new ways to compete on information. *Harvard Business Review*, 68(3), May-June, 118-125.
- [10] Kotnour, T. (2000). Organizational learning practices in the project management environment. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 17(4/5), 393-406.
- [11] Senge, P. (1990). *The Fifth Discipline-The Art and Practise of the Learning Organization*. New York: Sage.
- [12] Quinn, J.B. (1992). *The Intelligent Enterprise*. New York: Free Press.

- [13] Matzdorf, F.; Price, I. & Green, M. (2000). Barriers to organizational learning in the chartered surveying profession. *Property Management*, 18(2), 92-113.
- [14] Keidel, R.W. (1994). Rethinking Organizational Design. *Academy of Management Executive*, 8(4), 12-27.
- [15] Coulson-Thomas, C.J. (1996). BPR and the learning organization. *The Learning Organization*, 3(1), 16-21.
- [16] Vakolo, M. & Rezgui, Y. (2000). Organisational learning and innovation in the construction industry. *The Learning Organization*, 7(4), 174-183.
- [17] Quinn, R.E. & Spreitzer, G.M. (1997). The Road to Employee Empowerment: Seven Questions Every Leader Should Consider. *Organizational Dynamics*, 26(2), 37-50.
- [18] Gustavsson, B. & Harung, H. (1994). Organisational learning based on transforming collective consciousness. *The Learning Organization*, 1(1), 33-40.
- [19] Limerick, D.; Passfield, R. & Cunningham, B. (1994). Transformational change: towards an action learning organisation. *The Learning Organization*, 1(2), 29-40.
- [20] Pfeffer, J. (1995). *Rekabette Üstünlüğün Sırrı: İnsan*. (Çev.: Gül, S.). 2. Baskı. İstanbul: Sabah Kitapları.
- [21] Slater, S.F. & Narver, J. (1995). Market Orientation and the Learning Organization. *Journal of Marketing*, 59(3), July, 63-74.
- [22] Nonaka, I. (1991). The knowledge-creating company. *Harvard Business Review*, 79(1), Nov.-Dec., 96-104.
- [23] Garvin, D.A. (1993). Building a Learning Organization. *Harvard Business Review*, 71(4), July-August, 78-91.
- [24] Appelbaum, S.H. & Goransson, L. (1997). Transformational and adaptive learning within the learning organization: a framework for research and application. *The Learning Organization*, 4(3), 115-128.
- [25] Pınar, İ. (1999). Öğrenen Organizasyonlarda Liderlik Anlayışı. *Yönetim*, 10(34), Ekim, 24-40.
- [26] Mumford, A. (2000). A learning approach to strategy. *Journal of Workplace Learning*, 12(7), 265-271.
- [27] Weaver, C.N. (1997). *Toplam Kalite Yönetiminin Dört Aşaması*. (Çev.: Birkan, T. & Akınhay, O.). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- [28] Peters, J. (1996). A learning organization's syllabus. *The Learning Organization*, 3(1), 4-10.

İbrahim PINAR (ipinar@istanbul.edu.tr) is an Associate Professor in Faculty of Business Administration. Department of Business Management and Organization at Istanbul University. He received his PhD from Istanbul University. His research interests include technology management, business ethics, and learning organizations.

TEKSTİL SEKTÖRÜNDE ALTI SİGMA (SIX SIGMA) YAKLAŞIMI

Hakan YILDIRIM¹, Melike DEMİR²

¹Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Sayısal Yöntemler Anabilim Dalı, Yardımcı Doçent Dr.

²Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Sayısal Yöntemler Anabilim Dalı, Araştırma Görevlisi.

APPROACHING SIX SIGMA IN TEXTILE SECTOR

Abstract: Firms are trying to improve their processes in order to achieve competitiveness against their rivals in today's rapidly globalizing world markets. Therefore, in global economy, customers expect and demand high quality products and services from suppliers. Six sigma is one of most effective methods for enabling this quality. Sigma is a statistical measurement unit which shows the capability of processes. Six sigma is a work philosophy that aims to prevent defects by recording the basic data's and information of processes. By building links between inputs and outputs, it enables us to analyze and examine processes and determine the improvements required. Six sigma is widely used especially in developed countries, and is becoming widespread in other countries as the benefits become visible.

In this study, added value which is achieved by using six sigma methods is analyzed and examined in a company which has a tricort age based production. The activity are of the company is textile is a fast growing and critical industry for Turkey. This study is expected to provide guidance to local textile sector for increasing its share in total exports and achieving its dynamism in past years which is threatened by high competition that was raised especially by China.

Keywords: Six Sigma, Process, Quality

TEKSTİL SEKTÖRÜNDE ALTI SİGMA (SIX SIGMA) YAKLAŞIMI

Özet: Globalleşen dünyada işletmeler rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlamak amacıyla süreçlerini iyileştirme yollarına gitmektedirler. Dolayısıyla dünya ekonomisinde müşteriler, tedarikçilerinden çok daha yüksek kalite seviyesi beklemektedirler. Bunun da en etkili yollarından bir tanesi Altı Sigma yöntemidir. Sigma, süreç yeteneğini gösteren istatistiksel bir ölçü birimidir. Altı sigma, temel süreç bilgilerinin işlenmesiyle hataları yok etmeyi amaçlayan bir iş yapma felsefesidir. Girdiler ve çıktılar arasındaki bağlantılar yardımıyla, süreçleri inceleyerek, gerekli iyileştirme noktalarını tespit etmemize yarayan, özellikle gelişmiş ülkelerde çok yaygın olarak kullanılan, faydaları görüldükçe dünyanın diğer yerlerine de hızla yayılan bir metottür.

Bu çalışmada; ülkemizde hızlı bir gelişme sürecinde yer alan tekstil sektörünün triko bazlı üretim yapan bir işletmesinde uygulanacak olan Altı Sigma yönteminin sağladığı katma değer irdelenecektir. Son zamanlarda, özellikle Çin'in sebep olduğu rekabet ortamı yüzünden imce kaybeden tekstil sektörüne yeniden canlılık getirebilmek ve ülkemizin ihracat pastasından önemli bir dilime ulaşabilmesini sağlamak için, bu çalışma bir rehber olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Altı Sigma, Süreç, Kalite

I. GİRİŞ

Altı Sigma metodolojisini diğer yaklaşımlardan ayıran noktalardan birisi kendisinden önceki pek çok yaklaşımın en başarılı yönlerini bünyesinde toplaması, bu yaklaşımların gerçekleştirmeyi hedeflediği fakat gerçekleştiremediği kriterleri gerçekleştirebilmesidir.

Şüphesiz bir organizasyonun operasyonel performansı büyük oranda proseslerinin kabiliyetine bağlıdır. Başka bir ifadeyle işletme olarak performansımız proseslerimizin kalitesi tarafından ortaya çıkarılmaktadır. Yüksek kaliteli prosesler, yüksek kaliteli ürünleri zamanında ve düşük maliyetlerde üretebilmektedir. Bu nedenle yaptığımız her faaliyette operasyonel mükemmelliğe yoğunlaşmak proses kalitesine odaklaşmaya dönüşmektedir. Dolayısıyla ölçemediğimiz bir şeye yoğunlaşmadığımızı göre, ölçemediğimiz bir şeyi de geliştiremeyiz. Bu boyutta işletmelere rehberlik ederek yol gösterecek bir yönetim ve işletme felsefesi olan "Altı Sigma" karşımıza çıkmaktadır. Altı Sigma iş

proseslerimizin kalitesinin ölçümü ve geliştirilmesinde uçak motoru üretiminden, herhangi bir servis hizmetine kadar çok geniş bir alanda kullanılmaktadır [1].

II. ALTI SİGMA'NIN TANIMI

Sigma, bir prosesteki değişkenliği ölçen ortalamadan standart sapma olarak da bilinir. Altı Sigma yaklaşımı, ölçüm aracı olarak "Ünite Başına Hata Sayısı'nı (Defects Per Unit (DPU))" kullanır. Ünite başına hata sayısı, bir prosesin veya ürünün kalitesini ölçmek için iyi bir araçtır. Kusurlar, maliyet ve zaman arasında bağlantı kurar. Sigma değeri kusurların hangi sıklıkta meydana geldiğini ifade eder. Daha yüksek sigma değeri, daha düşük kusur olasılığı demektir. Kusur, müşterinin memnuniyetsizliğine sebep olan herhangi bir şeydir. Bundan dolayı, sigma düzeyi artarken maliyet ve çevrim zamanı azalmakta, aynı zamanda müşteri memnuniyeti artmaktadır [2].

Altı Sigma, şirketlerin karlılıklarını önemli ölçüde

iyileştirmelerini sağlayan bir yönetim sistemidir. Bu sistemde, fire ve kaynak kullanımı minimize edilirken müşteri memnuniyeti ve sadakatının artırılması için iş süreçlerinin gözden geçirilip, iyileştirilmesi esastır. Altı Sigma, şirket içerisinde yapılan her şeyde – üretimden sipariş almaya kadar – daha az hata yapılması yönünde rehberlik yapar. Kalite kontrol sistemleri ticari, sanayi ve tasarım hatalarını yakalamaya ve düzeltmeye odaklanırken Altı Sigma çok daha geniş manada, hataların ve firelerin bir daha hiç olmaması için süreçlerin iyileştirilmesine yönelik spesifik bir metot sunar. Bu bağlamda, Altı Sigma Yöntemi, mevcut problemleri çözmek, deneyimlere dayanan karar vermektense verilere dayanan karar vermeye yönelmek, adım adım iyileştirmeden sıçramalı iyileştirmeye yönelmek, Altı Sigma kalitesinde yeni ürün ve süreçler tasarlamaktır diyebiliriz.

Genel olarak Altı Sigma bir kalite geliştirme yöntemidir. Her iki sistem de müşteri memnuniyetine odaklı olup, sürekli geliştirmeyi ve uzun süreli başarıyı hedeflemektedir. Kullanılan teknikler ve felsefe olarak benzerlik göstermelerine rağmen geniş bir perspektiften bakıldığında bazı farklılıklar ortaya çıkmaktadır; en önemlisi de; Altı Sigma, somut ve ölçülebilir hedefler ortaya koyarak, çok daha teşvik edici bir rol oynamaktadır [3].

Altı Sigma gelişimi, oldukça yüksek seviyede istatistik bilgisi üzerine kurgulanmalı ve organizasyondaki herkesi kapsayacak şekilde ele alınmalıdır. Böylece ürünlerdeki, proseslerdeki ve işlemlerdeki hatalı ürünleri ortadan kaldırmak daha kolaylaşacaktır [4].

III. DÜNYADA ALTI SİGMA

Altı Sigma, şirket süreçlerini ve ürünlerini iyileştirmek için Motorola, Texas Instruments, Allied Signal, General Electric, Boeing, Sony gibi firmaların kullandığı bir kalite ve proje yönetim metodolojisidir. 1980'lerin ortalarında Motorola tarafından, Japon kalite fikirleri ve sistemlerinin süreçlerde uygulanması amacıyla geliştirilmiştir [5].

Motorola'nın yeniden "hayata dönmesi", uzun vadede, GE'in yalnızca birkaç yıl içinde ulaştığı sonuçlar kadar kayda değerdir. Altı Sigma'yı uygulamaya koymasından yalnızca iki yıl sonra Motorola, Malcolm Baldrige Ulusal Kalite Ödülü'ne layık görülüyordu. Şirketin 1980'lerde 71.000 olan çalışan sayısı ise, bugün 130.000'in üzerindedir. Bu arada, Altı Sigma'nın başlatıldığı 1987 ile 1997 arasındaki on yıllık dönemde elde edilen başarılar arasında şunlar bulunuyordu [6]:

➤ Satışlarda sağlanan beş kat artış ile birlikte, karın yılda yaklaşık % 20 tırmanması.

➤ Altı Sigma çalışmalarıyla sağlanan toplam 14 milyar dolarlık tasarruf.

➤ Motorola'nın borsadaki hisselerinden elde edilen kazancın yıllık bileşik % 21.3'lük bir orana ulaşması.

Bütün bunlar, 1980'lerin başında varlığı yaşamsal tehlikede olan bir şirkette gerçekleşmiştir. Bir sonraki önemli olay ise 1991 senesinde, Jack Welch'in GE firmasının başına geçmesinden sonra gerçekleşmiştir. Welch'in hedeflerinin ilk sırasında, firma içinde yeniden yapılandırma yer almaktadır. 1995 senesinde GE kendi kalite programına 3 Sigma seviyesinde başladı. Henüz iki yıl geçmemişti ki firmanın 3 Sigma olan seviyesi 3,5 Sigma seviyesine çıkmıştı ve ilerleme devam ediyordu. GE, 2000 senesinde hedeflediği "6 Sigma" seviyesine ulaşmıştır. Burada vurgulanması gereken, hangi alanda ve sektörde olursa olsun bu tip başarılarla ulaşmak için gerekli yatırımların yapılmasının şart olduğudur. GE firması kendi hedeflerini gerçekleştirmek için sadece 2000 senesinde 450.000 \$'lık tasarruf sağlamayı başarmıştır [7].

Etkin şekilde 6 Sigma stratejisini kullanarak çok kısa sürelerde inanılmaz sonuçları aşağıda gösterilmiştir [8].

<u>FİRMALAR</u>	<u>KAZANÇ</u>	<u>SÜRE</u>
General Electric(GE)	1,5 Milyar \$	3 yıl
Motorola	2,2 Milyar \$	2,6 yıl
Allied Signal	1,2 Milyar \$	2 yıl
ABB	900 Milyon \$	1 yıl
Texas Instrument	600 Milyon \$	1,8 yıl
Nokia	300 Milyon \$	2 yıl
Siebe PLC	100 Milyon \$	9 ay

IV. TÜRKİYE'DE ALTI SİGMA

Türkiye'de 1985 yılında kurulan TEI (TUSAŞ Uçak Motoru Fabrikası) 1995 yılında Altı Sigma metodolojisini uygulamaya koydu. TEI Genel Müdürü Tayfun MUTLU; Altı Sigma uygulaması için şöyle demiştir: "Kârlılıkta ve verimlilikte yüksek getiriler sağladık. Tüm süreçlerde hata oranını milyonlarda 3'e kadar indirmeyi başardık."

100 bin \$ kâr ile "Altı Sigma" uygulayıcılarından biri olan Borusan Holding; bu yaklaşımı, herhangi bir kalite uygulaması olarak değil, bütünsel bir yönetim modeli olarak algıladıklarını ve Altı Sigma'yı işletmelerinin tamamında uyguladıklarını söylemektedirler. Borusan şirketlerinde uygulanan toplam 47 projenin 12 aylık beklenen getirisi 11 milyon \$'ı bulmaktadır.

Arçelik'de "sıfır hatalı" dönemiyle Türkiye'de Altı Sigma'yı uygulayan önemli şirketlerden biridir. Özellikle

kendi teknolojisini yaratarak önemli bir aşama kaydeden Arçelik, Altı Sigma'dan önemli yararlar sağlamıştır. Şirket 100'ün üzerinde Altı Sigma projesi ile 15 milyon \$'dan fazla kazanç sağlamıştır. Bu kazançla, 2003'te şirket üst yöneticileri, bu uygulamayı sadece üretim birimlerinde değil, pazarlama, satış, finans gibi diğer tüm süreçlerde de yaygınlaştırma kararı almıştır.

Bir Sabancı kuruluşu olan Kordsa'da 2002 yılında gerçekleştirilen beş projeden yaklaşık 670 bin \$ kazanç elde etmiştir.

Vitra'da Türkiye'de bu yaklaşımı başarıyla uygulayan şirketlerin biridir. Ocak 2003'de Kartal ve Bozüyük fabrikalarında birim üretim maliyeti açısından rekor bir sonuç elde edilerek yılda 1,5 milyon \$ tasarruf sağlanmıştır [9].

V. ALTI SİGMA YÖNTEMİNİN AMAÇLARI

Her proje için bir hedef belirlenmesi Altı Sigma yönteminin temel taşıdır. Altı Sigma yöntemi, yapısı sayesinde değişen hedeflere anında cevap verebilmektedir [10]. Altı Sigma'nın amaçları şunlardır:

- Müşteri tatmininin artırılması,
- Hata oranının azaltılıp, çıktının iyileştirilmesi,
- Süreç yeteneğinin geliştirilerek iş veriminin yükseltilmesi,
- Tutarlı ölçüm yönteminin geliştirilmesi,
- Rekabet gücünün artırılması,
- Garanti giderlerin azaltılması [11].

Altı Sigmanın spesifik amacını, sıfır hataya ulaşmada yeni bir adım oluşturmak, ürün ve servislerde %99.5'ten %99.9 mükemmelliğe ulaşmaktır şeklinde tanımlayabiliriz. Sadece %99'luk bir kalite, yıllık ya da milyon ürün bazında kalitesiz ürün ve servislerin mevcudiyeti demektir. Bu durum, bir müşteri bazında düşünüldüğünde %100'lük bir hata anlamına gelmektedir. Sigma ölçeği, süreç yeterliliğini yansıtan istatistiksel bir birimdir. Dağılımın merkezinden iki yana doğru oluşan standart sapmalar, sigmalardır. Sigma ölçeği, ürün başına hata, milyon ürün başına hatalı ürün, hata olasılığı gibi tanımlarla yakından ilişkilidir.

Kuruluşlar Altı Sigma çerçevesinde; teknoloji kullanımı, yaratıcı teknikler ve yenilikçi programlarını uygulayarak kendileri ve müşterileri için daha çok verim, daha az maliyet ve daha iyi çevre olanağı sağlamış olurlar [12].

VI. ALTI SİGMA SÜRECİ

Süreçlerin sigma düzeylerinin artırılması, Altı Sigma stratejisinde kullanılan güçlü istatistiksel yöntemlerin doğru kullanılmasıyla çok daha kolaylaşmaktadır. Altı Sigma stratejisinde, hedeflerin gerçekleştirilmesi için problemlere, her biri güçlü istatistiksel yöntemlerle desteklenen beş bölüm ile sırayla yaklaşılmalıdır [13].

Tanımlama: İstenilen gelişmeler, süreç, uygulama alanı gibi projeden beklenen faydalar nelerdir?

Ölçme: Süreç doğru ölçülüyor mu, ölçülüyorsa yeterliliği nedir?

Analiz: Hatalar nerede ve ne zaman oluyor?

İyileştirme: Süreç yeterliliği nasıl Altı Sigma seviyesine ulaşır? Önemli girdiler nelerdir?

Kontrol: İyileştirmeyi korumak için ne tür kontroller uygulanmalıdır?

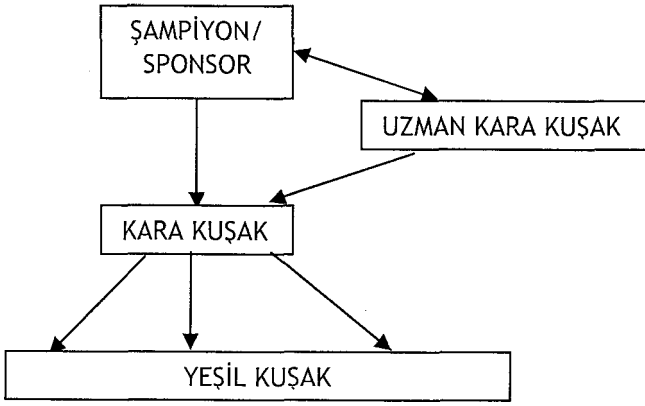
Altı Sigma performansını gerçekleştirmek için temelde yapılması gerekenler; süreçlerin analizi ve iyileştirilmesidir. Gerektiği yerde radikal kararlar alınarak yeni süreçler geliştirilebilir. Hedef Altı Sigma ve ötesine ulaşabilmektir [5].

Altı Sigma; iş süreçlerinin gelişmesini, müşteri ihtiyaçlarının doğru anlaşılmasını ve aşağıdaki başlıklarda rehberlik görevini üstlenir.

- Temel iş süreçlerinin müşteri ve iş ihtiyaçları doğrultusunda yeniden yapılandırılması,
- Mevcut iş süreçleri, ürünler ve hizmetlerdeki hata ve eksikliklerin sistematik olarak azaltılması,
- Yeni ürün, süreç ve hizmetlerin iş ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayacak biçimde tasarlanmasını,
- Kazançları ve gelişimi sürekli kılacak altyapının ve liderlik sisteminin kurulmasını sağlamaktadır.

VII. ALTI SİGMA'NIN ORGANİZASYONDAKİ ROLÜ

Altı Sigma eğitimlerinde, problemlerin çözümünde tanımlama, ölçme, analiz, iyileştirme ve kontrol araçlarını etkin olarak kullanabilecek Uzman Kara Kuşak, Kara Kuşak ve Yeşil Kuşak diye adlandırılan kişiler yetiştirilmektedir.



Şekil.1. Altı Sigma Çalışmasında Yer Alan Oyuncuların İlişkileri

Kaynak: *Altı Sigma Çalışmasında Yeralan Oyuncular.* (http://www.geocities.com/alti_Sigma). [01.03.2005]. [14].

Şampiyonlar(Sponsorlar): Bunlar projeleri saptayan kıdemli yöneticilerdir. Bu kıdemli yönetim liderleri Altı Sigma çalışmalarının başarısından sorumludur. Projeleri onaylar, onlara kaynak sağlar ve aksaklıkları çözümlerler. Bazı işletme liderleri şampiyondur. Şampiyonların çoğu doğrudan işletme liderlerine rapor verirler. Şampiyonlar kalite programında tam zamanlı çalışmak zorunda değiller, ama programın başarısını garantilemek için gerektiği zaman çalışmaları beklenmektedir. Gerektiğinde projenin yönü ve kapsamı konusunda yol göstermek, yapılacak değişiklikleri onaylamak, projeler için kaynak bulmak ve görüşmeler yapmak, sponsorun işlevleri arasında yer alır. Görev dağılımına ilişkin tablo aşağıda yer almaktadır. (Tablo.1).

Tablo.1. Genel Roller

Genel Rol	Kuşak (Unvan)
Liderlik Konseyi	Kalite Konsey, Altı Sigma Yönetim Komitesi
Sponsor	Şampiyon, Süreç Sahibi
Uygulama Lideri	Altı Sigma Müdürü, Kalite Lideri, Uzman Kara Kuşak
Rehber	Uzman Kara Kuşak ya da Kara Kuşak
Ekip Lideri	Kara Kuşak ya da Yeşil Kuşak
Ekip Üyesi	Ekip Üyesi ya da Yeşil Kuşak
Süreç Sahibi	Sponsor ya da Şampiyon

Kaynak: Özkan, M. 6 Sigma. (http://www.danismend.com/konular/stratejiyon/str_6_Sigma.html). [01.05.2002]. [5].

Uzman Kara Kuşak: Bunlar sıra dışı niceliksel

ustalıkları, öğretim ve liderlik yetenekleriyle tam zamanlı öğretmenlerdir. İki gereği yerine getirerek sertifika alırlar:

- Hiç değilse sertifika alan on kara kuşaklıya göz kulak olmak,
- İşletme şampiyon ekibi tarafından onaylanmış olmak.

Uzman kara kuşak, kara kuşak eğitimlerini gözden geçirip, onlara rehberlik eder. Uzman kara kuşak seçilme kriterleri, niceliksel ustalık ile öğretim ve rehberlik yetenekleridir.

Kara Kuşak: Bunlar ekiplere öncülük eden ve kilit süreçler üzerinde odaklanan, sonuçları şampiyonlara raporlayan tam zamanlı kalite yürütücüleridir. Bu ekip liderleri müşteri tatminini yada verimlilik artışını etkileyen kilit süreçleri ölçme, çözümleme, geliştirme ve kontrol etmeyle sorumludur. Kara kuşaklılar, birincisi bir usta kara kuşaklıının himayesinde, ikincisi de daha bağımsız iki projeyi tamamlayarak sertifika alırlar. Başarılı bir proje, süreç Üç Sigma'nın altında (bir milyonda 66,000 kusurlu) başlarsa kusurluların on kat indirildiği, yada proje Üç Sigma'nın üstünde başlarsa kusurluların yüzde 50 indirildiği bir projedir. Sertifika almak için, kara kuşaklılar aynı zamanda işletme şampiyon ekipleri tarafından onaylanmalıdırlar. Kara kuşaklılar tam zamanlı olarak çalışırlar.

Yeşil Kuşak: Yeşil kuşaklılar, Altı Sigma araçlarının, daha çok ölçüm araçlarını iyi bilen, diğer araçlar konusunda temel bilgilere sahip, Kara Kuşak projelerinde takım elemanı olarak çalışan kişilerdir. Projeler üzerinde tam zamanlı çalışmazlar; Altı Sigma projeleri üzerinde şirketteki diğer işlerini yaparken çalışırlar. Kara kuşak projesi biter bitmez, ekip üyelerinden düzenli işlerinin bir parçası olarak Altı Sigma araçlarını kullanmayı sürdürmeleri beklenir. [15]

VIII. ALTI SİGMA SÜRECİNİN TEKSTİLDE UYGULAMASI

Avrupa ile bütünleşme sürecinde olan ülkemiz işletmelerinin, yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri için verimliliklerini arttırmaları gerekmektedir. Verimlilik artışı; kıt kaynakları doğru yerde, doğru zamanda, doğru biçimde kullanmak ve akılcı yönetmekle mümkün olmaktadır. Verimlilik artarken aynı oranda kalitenin de artması talep edilmektedir. Bu doğrultuda; ülkemizin tekstil sektöründe büyük bir yeri olan, çok sayıda insan gücü çalıştıran firmaların, yoğun rekabet ortamında başarılı olmaları için, istenilen ürünü, uygun zamanda, uygun maliyette ve en yüksek kalitede üretmeleri zorunluluk halini almıştır. Asıl hedef zamandan ve malzemedan kazanç sağlayarak düşünülen en az maliyetle verimliliği maksimuma çıkarmak ve kaliteyi arttırmaktır.

Bu çalışmada da bir işletme ve yönetim stratejisi olan Altı Sigma'nın işletim sürecinin, tekstil sektörünün yüklü ihracat yapan bir firmasına yerleştirilmesi esas alınmıştır.

VIII.1. Tanımlama Aşaması

Bu aşamada amaç ve kapsamı tanımlanır. Süreç ve müşteri hakkında bilgi toplanır. Seçilen projenin daha yüksek bir kalite yaratma ve maliyetleri azaltma olasılığının yüksek olması önemlidir.

Kullanılan araçlar:

- Proje uyum planı.
- Paydaş analizi.
- Ürün analizi.

İşletmede “Ürün Analizi”ni ele alırsak;

Ürün analizi yapılırken iki husus göz önüne alınmaktadır. Bunlar;

- I – Yılın modası ve müşteri talepleri,
- II – İmalat durumu ve üretim kapasitesidir.

Ürün analizi yapılırken amaç, ürünün imalatının gerçekleşmesi için hiçbir boşluk bırakılmadan en ince detayına kadar açıklanmasıdır. Firmada bu bilgiler “Asgari Çalışma Faaliyetleri” olarak adlandırılmaktadır. Asgari Çalışma faaliyetlerinde her şey detaylı ve anlaşılır bir dille “İş Emri” formuna yazılmaktadır. İş emrinde ürünün;

- 1) Tasarım Bilgileri
- 2) Model Bilgileri
- 3) Adet Bilgileri
- 4) Sipariş Bilgileri
- 5) Temrin Bilgileri
- 6) Renk Bilgileri
- 7) Örme Bilgileri ve kritikler noktalar.

8) Parça ütü, Kesim, Konfeksiyon, Son Ütü, Paketleme bilgileri ve kritikler.

- 9) Ürünün aksesuar bilgileri.

İş Emri aynı zamanda ürüne başlama emridir. Her

bölüm imalata başlamadan önce iş emrini alır. Kendisi ile ilgili kritikleri inceler ve bu şekilde üretime başlar (EK.1).

- Müşterinin sesi.
- Yakınlık diyagramı.

VIII.2. Ölçme Aşaması

Bu aşamada mevcut durumu tüm yönleriyle açıklayan bilgiler toplanır. Geçerli ve doğru ölçümler olmaksızın sürecin mevcut performansını ve yapılan iyileştirmeleri belirlemek mümkün değildir.

Kullanılan araçlar:

- **Veri toplama**

İşletmemizde veri toplama iki amaçla yapılır.

1. *Verimlilik analizleri için veri toplama:* Bu grupta ürünlerin bütün proseslerinin birim süreleri tespit edilir. Tespit edilen birim süreler kullanılarak çalışanların performansları hesaplanır. Verimlilik analizleri yapılmadan önce çalışanlara herhangi bir hedef konulmadığı için verimsiz bir çalışma ortaya çıkmaktaydı. İlgili çalışma başlamadan önceki mevcut durum ve çalışma başladıktan sonraki durum aşağıdaki şekilde olduğu gibi ortaya konulmuştur (EK.2).

2. *Maliyet hesapları için veri toplama:* Bu grupta ürünlerin maliyetine etki edecek tüm veriler toplanır. Bu veriler; kullanılan iplik miktarı, ürünün örme süresi, ürünün dikim süresidir. Maliyet hesapları yapılırken; modellerin sadece kullanılan iplik miktarlarına bakılıyordu. Bu durum doğru bir maliyet sonucu vermiyordu. Çünkü modeli etkileyen başka çok önemli etkenler vardı. Bu etkenler modelin örme süresi, modelin dikim süreleri, modelde kullanılan aksesuarlar,... vb. Kar marjı yüksek olan firmalarda bu kadar detaylı maliyet yapmamak bir sorun teşkil etmiyorsa da, detaylara inildiğinde bu şekilde maliyet yapılması ileriye dönük ciddi sıkıntılar oluşturacaktır.

- **Kontrol kartları**

Mevcut durumda herhangi bir kontrol kartı kullanılmamaktadır. Firmanın kalite politikası günlük kararlarla idare edilmektedir. Kontrol kartları olmadığı için geriye dönük herhangi bir değerlendirme yapılamamaktadır. Kontrol kartları kullanılmadığı için firmada oluşacak bir imalat hatası ancak herhangi bir çalışan tarafından fark edildiği zaman önüne geçilmeye çalışılmaktadır. Bu nedenle bazen hata fark edildiğine imalat bitme aşamasına gelmiş olmaktadır. Bu aşamada fark edilen bir hatanın geriye dönüşü hem maliyet açısından hem de müşteri için çok önemli bir unsur olan

termin durumunu olumsuz etkilemektedir. İşletmede çalışma başlamadan önceki mevcut durum ve çalışmalar yapıldıktan sonra ortaya çıkan durum (EK.3)'de gösterilmiştir.

- Frekans dağılımları
- Proses yeteneği
- Örnekleme

VIII.3. Analiz Aşaması

Bu aşamada amaç problemin asıl nedenlerini tanımlamak ve bunların nedenlerini doğrulamaktır. Kullanılan araçlar:

- Yakınlık diyagramı.
- Beyin fırtınası.

➤ Kontrol kartları: Altı Sigma çalışmaları başladıktan sonra kontrol kartları oluşturulmaya başlandı. Yapılan çalışmaların neticesinde elde edilen sonuçlar olumlu çıkmıştır. Bu durum fabrikanın daha önceki kalite politikasındaki çalışmaların eksikliğini ortaya koymaktadır. Kontrol Kartlarında görüldüğü gibi üretim kontrol altında ve herhangi bir sapma görülmemektedir (EK.3).

- Sebep – Sonuç diyagramı.
- Hipotez testleri.

VIII.4. İyileştirme Aşaması

Bu aşamada problemin temel nedenlerini ortadan kaldıracığı nedenler denendi ve uygulamaya konuldu. Bu uygulamalar sonucunda da iyi bir tatmin, daha iyi programlama, daha iyi bir ekipman olmuştur. Kullanılan araçlar:

- Yaratıcılık.

• Geliştirme aşamasına gelindiğinde; firmada yapılan çalışmalar neticesinde çalışanlarda ciddi bir eğitim eksikliğinin olduğu ortaya çıktı. Bu durumu ortadan kaldırmak için firmanın genelinde her düzeydeki çalışanlara eğitim vermeye başlandı. Yapılan eğitim neticesinde tüm çalışanlara hem yaptığı iş ile hem de kendi yaptığı işin doğru veya yanlış yapıldığında kendisinden sonraki aşamaları nasıl etkileyeceği konuları işlendi.

• Yapılan çalışmalar neticesinde firmada ürünlerle ilgili Asgari Çalışma Faaliyetlerinin yeterince belirlenmediği ve bu durumun çalışanlar üzerinde

olumsuz etkiler yarattığı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle firmada yapılacak her yeni ürün için tüm detayları ile Asgari Çalışma Faaliyetleri düzenlendi (EK.1).

- Veri toplama.

• Çalışanların daha verimli ve kaliteli çalışmalarını sağlamak için yapılan çalışmada gerekli veriler alındığında Bedensel Faaliyet Analizlerine ihtiyaç duyulduğu ortaya çıkmıştır. Bunun için Bedensel Faaliyet Analizleri yapılmıştır. Yapılan çalışma ekte olduğu gibidir. Bu çalışmalar sonucunda hem personel veriminin arttığı hem de ürünlerin daha kaliteli üretildiği ortaya çıkmıştır (EK.4).

- Akış diyagramları.

• Firmada özellikle Şef statüsündeki kişilerde, gerek ürünlere OK verirken gerekse ürün kontrolü yapılırken eksik yapıldığı tespit edilmiştir. Bu nedenle ürünler için akış diyagramları hazırlandı. Hazırlanan bu diyagramların nasıl kullanılacağı ile ilgili kişilere gerekli eğitim verildi (EK.5).

- Deney tasarımı.

• Bu çalışmalar için firmada pilot bir bölge seçildi. Pilot bölgede yapılan çalışmalarda belirlenen programlar uygulandığında çıkan ürünlerin kalite oranlarının yükseldiği ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda pilot bölgede tamir oranları ile maliyetlerin düştüğü ve verimliliğin arttığı tespit edilmiştir.

- Hipotez testleri.

VIII.5. Kontrol Aşaması

Bu aşamanın amacı, uygulanan iyileştirme planını ve elde edilen sonuçları değerlendirmek ve elde edilen kazançların sürdürülmesi ve artırılması için yapılması gerekenleri ortaya koymaktır. Özetle; iyileştirmelerin Altı Sigma düzeyinde kalıcı olması ve sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir. Kullanılan araçlar:

- Kontrol kartları.

• Yukarıda görüldüğü gibi kontrol kartları ile yapılan çalışmalar sonucunda belirlenen pilot bölgede çok kısa süre içerisinde yarı yarıya tamir oranları azalmıştır. Bu olumlu gelişmelerden sonra kontrol kartlarını işletmenin her tarafında uygulanmaya başlanılmıştır. Her ay kontrol kartları güncelleştirilerek yeni hedefler konulmaktadır. Kontrol kartları sonuçları değerlendirilirken tamir yüzdelere etki eden hata nedenleri ve günün hangi saatlerinde hata oranlarının artış gösterdiğine bakılarak gerekli düzeltmeler yapılmaktadır. Her ay bir önceki aya göre ne kadar hata oranının

düşüştüğünün kontrolü yapıp gerekli önlemler alınmaktadır.

➤ Akış diyagramı.

• Akış diyagramları ile yapılan çalışmalar neticesinde işletmede şef olarak çalışanların işlerini daha rahat yaptığı tespit edilmiştir. Akış diyagramları ile bir ürünün imalatı esnasında neler yapılacağı ortaya koyulmuştur. Aynı zamanda olası bir durum karşısında kişilerin neler yapacağı ve hangi adreslere başvuracağı detaylı olarak izah edildiği için, onlarında daha az zaman harcaması sonucunda daha verimli neticeler gözlemlenmiştir. Bu olumlu sonuçlar alındıktan sonra işletmede bir “Süreçlerle Yönetim Ekibi” kurulmuştur. İşletmenin herhangi bir aşamasında devam eden bir sorun olduğunda ilgili ekip bu durumla ilgilenmekte ve gerekirse kurmaylardan da destek alıp sorunu çözme yolu seçmektedirler.

➤ Veri toplama.

• Gerek kontrol kartları, gerek iş akışları gerekse verimlilik çalışmalarının sağlıklı bir şekilde yürümesi için veri toplama birinci basamağı oluşturur. Her bir proses için önce veriler toplanır, ilgili standartlarla karşılaştırılır. Bunun sonucu değerlendirilir. Bu nedenle işletmede verimlilik analizleri, proses kontrol – kontrol kartları ve akış diyagramları olmak üzere üç ayrı günlük veri toplanmaktadır.

➤ Kalite kontrol.

• Kalite kontrol konusunda işletmede yapılan çalışmalar sonucunda üç ayı kontrol uygulanmaktadır. Bu kontroller;

1. *Proses Kontrol:* örnekleme kontrol uygulanmaktadır. Bu kontrolde her proses ayrı ayrı kontrol edilip hatanın erken tespit edilip önlenmesi amaçlanmaktadır. Bu kontroller sonucu elde edilen veriler kontrol kartlarında da kullanılmaktadır.

2. *Ara Kontrol:* Bu kontrolde %100 muayene sistemi uygulanmaktadır. Bu kontrolün amacı, örnekleme kontrolde tespit edilmeyen hataları tespit etmektir. Ara kontrolde çıkan tamir oranları ve bölümlerin tamir oranları tespit edilmektedir.

3. *Son Kontrol:* Ürün üzerindeki bütün işlemler bittikten sonra yapılan kontroldür. Bu kontrol ürünün müşteriye gideceği son halinin belirlenmesidir.

➤ Standardizasyon.

Altı Sigma çalışması başlamadan önce işletmede işlerin yürüme şekli bölümlerin başında bulunan şeflerin

deneyimleri ile sınırlıydı. Ancak yapılan tespitler sonucunda her bölüm şefi aynı durum karşısında farklı bir çözüm önerebilmekteydi. Bu durum işletmede standardizasyonu engellemekte idi. Bu nedenle gerekli eğitim çalışmaları yapıldı. Bu çalışmalar sonucunda herkesin aynı durum karşısında aynı kararı vermesi sağlandı ve bunun devamı için bütün kontrol birimlerine işletmenin standardizasyonunun eğitimi verildi. Bu eğitim doğrultusunda kontrollerin yapılması sağlanmaktadır. Yapılan kontroller sonucunda buna aykırı bir durum tespit edildiğinde ilgili kişiler uyarılır veya bilgi eksikliği varsa, bilgi eksikliği giderilmektedir. Bu şekilde işletmenin standardizasyonu sağlanmıştır.

IX. SONUÇ

Altı Sigma adı altında sunulan sistem ya da stratejiler kalite alanındaki arayış ve anlayışların sonucudur. Bu anlayışların arasına son çeyrek yüzyılda giren önem ve etkisini daha da belirginleştiren istatistiksel analizler kalite kavramındaki iyileştirmeleri gözle görülür şekilde hızlandıracaktır. Bu da zoru başarmak ya da zirveye tırmanabilmek için atılması gereken adımlardan önemli bir payı oluşturmaktadır.

Firmada bu çalışma sayesinde iş emirleri oluşturulmuş (EK.1), belirlenen hedefler çerçevesinde verimlilik analizleri yapılarak mevcut durum ve sonraki durum kıyaslamaları yapılmıştır (EK.2). İmalat hatalarının yerinde ve zamanında tespiti için kontrol kartları oluşturulmuştur (EK.3). Bu kartlar sayesinde üretim kontrol altında tutulmuş ve sapmalar önlenmiştir. Çalışanların daha verimli çalışmaları için Bedensel Faaliyet Analizleri yapılmıştır (EK 4). Bu analizler ışığında yetkili kişilerin kararlarında standardizasyonu sağlamak amacıyla akış diyagramları oluşturulmuştur (EK.5). Altı Sigma sürecinin oturtulması için gerçekleştirilen bu çalışmalar sonucunda firmanın üç sigma düzeylerinde olan kalite seviyesi beş sigmaya kadar çıkarılmıştır. Bundan sonraki amaç sürecin organizasyondaki rollerinin de benimsetilerek oturtulması ve kalite seviyesinin yükseltilmesidir.

Makineleşme arttıkça insan gücüne verilen önem azalsa da, yükselen değerler ile birlikte insan memnuniyeti odak noktası haline gelmiştir. Yaşanılan deneyimler, yöntem ne olursa olsun insan kavramının her aşamada önemini vurgulamaktadır. Bu çalışmalar ışığında firmanın hedefi; işletmedeki üretim kaynaklarının rasyonel bir şekilde kullanılmasıyla organizasyonda daha ergonomik çalışma koşulları yaratıp daha çok ve daha kaliteli ürün elde etmek olarak benimsenmiştir.

Sonuç olarak, günümüzde “Altı Sigma” başlığı altında pazarlaması yapılan, aslında yalnız bir “Altı Sigma” düzeneği değil, kontrol dışı değişkenliğin küçültülmesi, hataların önlenmesi yolunda verilen sistemli bir savaş anlamına gelmektedir. Bu savaş, “İstatistiksel

Yöntemler"in doğru, bilinçli ve istekli kullanımı sayesinde arzu edilen "*Mükemmellik Anlayışı*"na ulaşmak adına, verilen emeğin, kazanılan birikimlerin ve deneyimlerin kalıcı olmasını sağlayacaktır.

Yararlanılan Kaynaklar

- [1] Six Sigma Vizyonu. (<http://www.altisigma.com/modules.php?name=News&file=article&sid=3>). [12.02.2003].
- [2] Altı Sigma Nedir? (http://www.geocities.com/alti_sigma/alti_sigma). [01.07.2005].
- [3] Pyzdek, T. *Why Six Sigma is not TQM*. (www.pyzdek.com/pdfchtm). [01.02.2001].
- [4] Gerald, J.H.; William, J.H.; Roger, W.H. & Stephen, A.Z. (1999). The Impact Of Six Sigma Improvement – A Glimpse Into The Future Of Statistics. *The American Statistician*, (53), 208-211.
- [5] Özkan, M. 6 Sigma. (http://www.danismend.com/konular/stratejyon/str_6_Sigma.html). [01.05.2002].
- [6] Pande, P.S.; Neuman, R.P. & Cavanagh, R.R. (2003). *Six Sigma Yolu*. (Çev.: Güder, N. & Tokcan, G.). İstanbul: Klan Yayınları.
- [7] Soykan, E. (2002). Bir Kalite Sistemi Olarak Altı Sigma Yöntemi ve Honeywell Uygulama Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [8] Altı Sigma Nedir? (<http://www.spac.com.tr/turcegirishtm>). [02.03.2005].
- [9] Bazal, F. (2003). Six Sigma Zamanı. *Capital Aylık Ekonomi Dergisi*, Nisan, 202-204.
- [10] Pande, P. & Holpp, L. (2002). *What is Six Sigma?* New York: McGraw-Hill.
- [11] Arçelik A.Ş. *Altı Sigma*. (www.arcelikas.com.tr/kurumsal/05_kalite_6Sigma.html). [06.2005].
- [12] Akbulut, S. (2003). Küçük Ölçekli İşletmelerde Altı Sigma Yaklaşımı ve Bir Denysel Tasarım Uygulaması. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul.
- [13] Polat, A.; Cömert, B. & Arıtürk, T. (2004). *Altı Sigma Nedir?* İstanbul: Spac Danışmanlık Yazı Dizisi.
- [14] Altı Sigma Çalışmasında Yeralan Oyuncular. (http://www.geocities.com/alti_sigma). [01.03.2005].
- [15] Slater, R. (2000). *Jack Welch ve GE'nin Yolu*. (Çev.: Arıkan, T. & Özkal, S.). İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Hakan YILDIRIM (hakany68@marmara.edu.tr) has Ph.D. of Business at Marmara University Institute of Social Sciences. He is an Assistant Professor since 2001 in Marmara University. His scientific interests are statistics, statistical process control and forecasting techniques.

Melike DEMİR (melikedemir@gmail.com) is a Ph.D. student in Social Sciences Institute, department of Quantitative Methods, Marmara University. She's also Research Assistant and her scientific interests are statistics, operational research and production methods.

EK.1. İş Emri ve Asgari Çalışma Faaliyet Çıktısı

İş Emri No: 518 Kalite No: 2903

Ürün Resmi

Makine	
İplik	
Tasarımcı	
Üretim Desencisi	
Modelist	

Ekstrafor sert
Ense etiketi bedenli, turuncu
Üst etiket (göğüste) metal (kartela no:2)
Yıkama talimatı 20% Wool 20% Nakano 60% Acrylic 30°
Çıttıt (kartela no:4/A-B) S – M Bedende: 6 adet / L – XL Bedende: 7 adet
Dokuma kumaş dirsek patch tek parça ölçüsü – boy:21 cm – en:11 cm (*2)
Tiktak 1 komple için en:3,5 cm / boy:145 cm

Gramajlar**Süreler**

Toplam	S	M	L	XL
001 ön beden				
002 arka beden				
003 sol kol				
004 sağ kol				
005 yaka				
006 yaka biyesi				

Toplam	S	M	L	XL
001 ön beden				
002 arka beden				
003 sol kol				
004 sağ kol				
005 yaka				
006 yaka biyesi				

Aşağıdaki ölçüler ilgili modele ilişkindir.

Ölçü Tablosu	S	M	L	XL
01 beden boyu	65	67	69	71
02 göğüs eni	52	54	56	58
04 etek eni	49	51	53	55
05 omuzdan omuza	42	44	46	48
06 omuz	12	13	13,5	14
07 ense	19	19	21	21
08 ön yaka düşüklüğü	10	10	11	11
09 arka yaka düşük.	3	3	3	3
10 ense ortadan kol	81	83	85	87
11 omuzdan kol boyu	60	61	62	63
12 kol evi	21	22	23	24
13 pazu	17	18	19	21
14 kol ağzı	11	12	12	13
15 yaka boyu double	10	10	12	12
16 ön bant eni(double)	3,5	3,5	3,5	3,5
17 bitmiş biye ölçüsü	67	69	72	74
19 Kol ucundan 15 cm	14	14,5	15	15,5

Asgari Çalışma Faaliyetleri**A1** – DOKUMA NOTU: Beden ve kollar temiz, sıfır bitecek. Yanlarda 5 iğne artırma var, lastik bitiminden başlayacak.**A2** – Ön bedenın ortasında iğne düşüğü var. Ön biye tiktak örgü katlamalı olacak. (tiktak boyu+2 verildi.)**A3** – Ön beden arka bedenden daha DAR dokunacak, 6 fitil eksik görülecek.**B1** – ÜTÜ NOTU: Az buharla düzgün bir şekilde ölçülere göre ütülenecek. YAKA ÜTÜLENMEYECEK! Ütü Ok alınız.

EK.2. Karşılaştırmalı Performans Tabloları

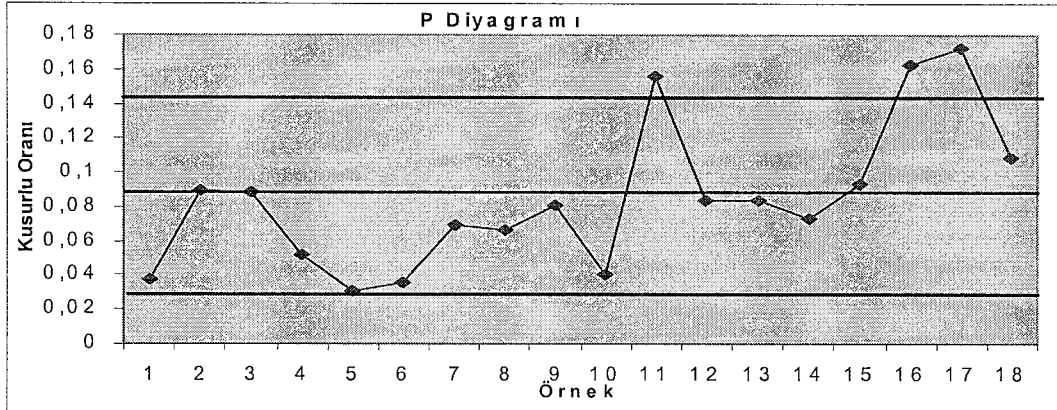
KONFEKSİYON B'nin KARŞILAŞTIRMALI PERFORMANS TABLOSU					
NO	AD SOYAD	TEMMUZ 2003		HAZİRAN 2004	
		Ortalaması	Çalıştığı Gün	Ortalaması	Çalıştığı Gün
1	Fahriye – Fatma AKYOL	73%	19	82%	21
2	Güllü YURTSEVEN	69%	18	71%	23
3	S. PİRANLI – M. BOZ	69%	19	79%	22
4	Sevim AKKAYA – H. BOZ	66%	13	73%	22
5	Elif KARPUZ	64%	16	73%	12
6	Perihan DOĞAN	62%	18	78%	16
7	Selfinaz TANRIKULU	60%	14	68%	20
8	Naciye YILMAZ	59%	19	72%	21
9	İ. TANRIKULU – G. SARI	59%	16	65%	21
10	F. GÜRCÜ – T. YETKİN	59%	19	72%	23
11	H. ARSLAN – G. CEYLAN	59%	19	73%	23
12	S. ÖZTÜRK – Ş.BAKIR	58%	17	70%	19
13	A. OKTAY – N. YILMAZ	58%	16	64%	21
14	Zihni ARAKIZ	57%	19	69%	22
15	Sevcan GEMİCİ	56%	17	67%	23
16	Mehtap ÖZTÜRK	56%	18	68%	20
17	Saniye SEZGİN	52%	3	66%	22
18	Müzeyyen ATMACA	51%	14	65%	13
19	Sevil SEZGİN	51%	3	64%	23
20	Katibe AKIN	51%	17	65%	21
21	Emine ÜNAL	51%	7	66%	14
22	Senem ÇUĞ	51%	18	60%	23
23	Lami ELİKARA	50%	19	55%	23
24	Hamide UYGUN	49%	19	58%	22
25	Medine MERT	49%	19	61%	23
26	Sevim ALTINTAŞ	48%	12	54%	17
27	Tülay YAŞAR	44%	18	55%	23
ORTALAMA		57%		67%	

Değerlendirme Kriterleri	
Performans Durumu	Yüzde
İYİ	% 70 +
ORTA	% 50 – 69
VASAT	% 40 – 49
KÖTÜ	% 5 – 39

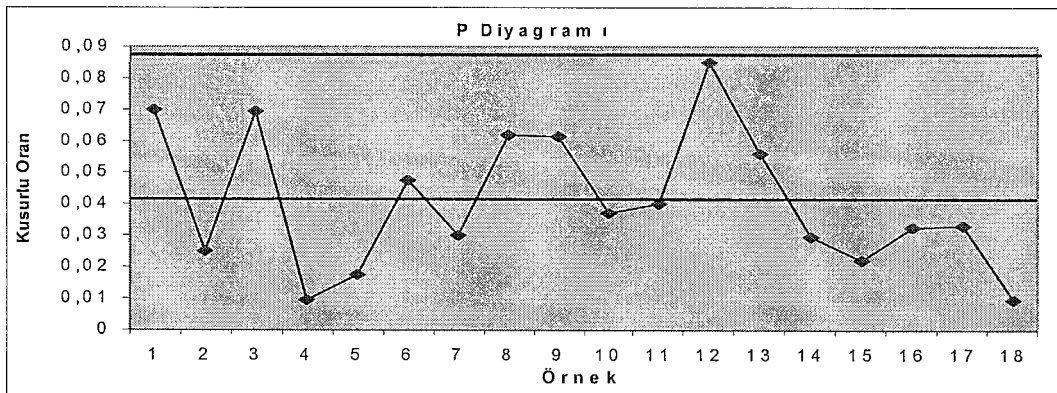
EK.3. Kontrol Diyagramlarında Kullanılan Tamir Oranları

Ocak 2004	Kont.edilen adet	Tamir adedi	Oran	Mart 2004	Kont.edilen adet	Tamir adedi	Oran
5	185	7	3,8%	1	100	7	7,7%
6	235	21	8,9%	2	40	1	2,5%
7	180	16	8,9%	3	115	19	16,55%
8	135	7	5,2%	4	105	1	1,0%
9	130	4	3,1%	5	115	2	1,7%
12	170	6	3,5%	8	105	5	4,8%
13	130	9	6,9%	9	100	3	3,0%
14	120	8	6,7%	10	145	9	6,2%
15	185	15	8,1%	11	130	8	6,2%
16	150	6	4,0%	12	135	5	3,7%
19	160	25	15,6%	15	125	5	4,0%
20	120	10	8,3%	16	165	14	8,5%
21	155	13	8,45%	17	125	7	5,6%
22	150	11	7,3%	18	135	4	3,0%
23	160	15	9,45%	19	135	3	2,2%
26	160	26	16,3%	22	370	12	3,2%
27	110	19	17,3%	23	395	13	3,3%
28	110	12	10,9%	24	105	1	1,0%
Toplam	2745	23	8,4%	Toplam	2645	119	4,5%

Ocak Ayı için Kontrol Diyagramı



Mart Ayı için Kontrol Diyagramı



EK.4. Bedensel Faaliyet Analizi

Madde: TRIKO		Ürünün İsmi: fermuarlı yarım balıkçı yaka			Proses Adı: yaka takma	
Madde No: 1		Kalite:			Proses No: 1	
Malzeme Nakli:			Analiz eden:			
Kaliteyi Belirleyici Özellikler		1. Yaka işaret yerlerine dikkat et 2. Ense ölçüsüne dikkat et 3. Ön yaka düşüklüğü ölçüsüne dikkat et 4. Yaka ovalliğine dikkat et 5. Yakaya göz kaç. çıkmamasına dikkat et				
Emniyet:			Onay:			
Kullanılan Makine	Ek Donanım	Devir	Dikiş Uzun.	İğne / İplik	Malzeme	
10 No Remyöz				150 / 2 kat		
No	Çalışma Unsurları	zaman	No	Çalışma Unsurları	Zaman	
1	Dikiş ipini hazırlat		14	Makinenin pedalına basarak ilerle		
2	Ölçülerini al (ön yaka düşüklüğü, ense)		15	Makineyi durdurmadan sağ tarafı bitir		
3	Rem. Yrd.: Sağ tarafta bulunan yakayı al		16	Biten yakanın dikiş ipini kopar		
4	Rem. Yrd.: Yakanın tamamını maylara tak		17	Biten ürünü kontrol et		
5	Rem. Yrd.: Bedeni al		18	Biten ürünü sepete at		
6	Rem. Yrd.: Bedenin ense kısmını yakaya tak		NOT	Her yeni partiye, renge veya yeni bir modele geçildiğinde dikiş ipi, ön yaka düşüklüğü ölçüsü ve yakanın görüntüsü bölüm şefine okeyletilecek.		
7	Rem. Yrd.: Yardımcı tarafından takılan enseyi kontrol et					
8	Rem.: Bedenin sol tarafını yakanın üstüne tak					
9	Rem.: Yakayı kaytan hizasından katla bedenün üstüne kapamaya başla		Toplam			
10	Makinenin pedalına basarak ilerle		Tolerans Yüzdesi			
11	Makineyi durdurmadan sol tarafı tamamla		Standart Süre			
12	Rem.: Bedenin sağ tarafını yakanın üstüne tak		Saatte Çıkan Ürün Sayısı			
13	Re.: Kaytan hizasından katladığın yakanın sağ tarafını da aynı şekilde kapamaya başla					
ŞEMATİK RESİM						

EK.5. Örnek Görev Tanım Tablosu

<u>GÖREV TANIMI:</u>	<i>Remayözlerde <u>Biye Takılırken Dikkat Edilecek Hususlar</u></i>
<u>GÖREVLİLER:</u>	<i>Remayözcüler</i>
<u>KONTROL:</u>	<i>1. Bölüm Şefleri</i> <i>2. İnspektörler</i>

1. Biye takılmadan önce yakanın ense ortasından ölçüsüne bakılacak.
2. Biye boyu 1,8 ile 2 cm arasında olacak. Daha fazla veya az ise takılmayacak.
3. Biye takılırken çalışılan model fermuarlı yarım balıkçı yaka ise; üç adet ölçü taşı kullanılacak. Bu taşlardan birincisi biye başlangıç noktasına, ikincisi yaka başlangıç noktasına, üçüncüsü yaka katlama yerine konulacak.
4. Eğer çalışılan model hırka, mont vb. lastikli bir model ise dört adet ölçü taşı kullanılacak. Bunlardan birincisi biye başlangıç noktasına, ikincisi lastik bitim noktasına, üçüncüsü yaka başlangıç noktasına, dördüncüsü biye dönme yerine konulacak.
5. Eğer beden önünde desen varsa desenlerin başlangıç ve bitim noktalarında ölçü taşı kullanılacak.
6. Her yeni renge başlarken dikiş ipi mutlaka okeylenecek.
7. Biye takılırken may takibi yapılacaktır.
8. Biye takılırken özellikle beden yaka ile birleştiği yerde karşılıklı kaymalar olmayacaktır.
9. Biyede karşılıklı ölçü kaymaları olmayacaktır.
10. Biye takılırken may kamplarına dikkate edilecektir.
11. Eğer biyenin ayarı açık ise ölçü olması gerekenden kısa alınacaktır.
12. Eğer biyenin ayarı sıkı ise ölçü olması gerekenden uzun alınacaktır.
13. Biye takılırken göz kaçıklarına dikkat edilecektir.
14. Biye takıldıktan sonra pat kapamaları düzgün yapılacaktır.
15. Pat kapatılırken pat köşeleri yuvarlak olmayacaktır.
16. Pat kapama yerinde may kapmaları olmayacaktır.
17. Pat kapama yapılırken may takibi yapılacaktır.
18. Biyenin sağ ve sol tarafında ölçü farkı olmayacaktır.
19. Biyenin sağ ve sol tarafındaki yedirmeler aynı olacaktır.
20. Biye takılırken her yeni partiye girildiğinde renk farkı olup olmadığına bakılacaktır.
21. Biye takılırken her yeni renge girildiğinde ölçüler kontrol edilecektir.
22. Bir parti ürünün biyeleri kendi içinde ayar farklılığı gösteriyorsa sağ ve sol tarafa takılan ürünlerin ayarları aynı olacaktır.

DAĞITIM STRATEJİLERİNİN OLUŞTURULMASINDA TAMSAYILI AMAÇ PROGRAMLAMA: TÜRKİYE GENELİNDE BİR UYGULAMA

Halim KAZAN¹, Ahmet ERGÜLEN²

¹GYTE, İşletme Fakültesi, Yardımcı Doçent Dr.

²Niğde Üniversitesi, İ.İ.B.F., Yardımcı Doçent Dr.

INTEGER LINEAR PROGRAMMING AND GOAL PROGRAMMING TO BE FORMED OF DISTRIBUTION STRATEGIES: AN APPLYING IN GENERAL TURKEY

Abstract: Distribution strategies are primarily related to the internal structure of organisations and these strategies are required to be carefully considered in constructing the goods and services' distribution policies.

After that, organisations need to develop policies to improve their ability to compete through listing opportunities and threats which are stemming from external environment or which are expected to emerge in the future.

In this study, Integer Linear Programming (ILP) and Goal Programming (GP) models are employed to find out reliable and correct routing distribution costs systematically and to minimise the product distribution costs, which also provide competitive advantages for firms.

In the applied part of the study, we first obtained the logistic department distribution plan, which is prepared by a firm and which supposedly provides minimum costs for the firm. Then, we found out that this particular firm can save an extra 4.602.214.000 TL employing the distribution plan supplied by the Integer Linear Programming (ILP) and Goal Programming (GP) models.

Keywords: Distribution Strategies, Integer Linear Programming (ILP), Goal Programming (GP) Models.

DAĞITIM STRATEJİLERİNİN OLUŞTURULMASINDA TAMSAYILI AMAÇ PROGRAMLAMA: TÜRKİYE GENELİNDE BİR UYGULAMA

Özet: Dağıtım stratejileri her şeyden önce işletmelerin kendi iç bünyesine ait yetenekleri ile alakalı olup, ürün veya hizmet dağıtımını bu stratejiler çerçevesinde rakiplerine karşı net bir şekilde ortaya konulması gereken politikalardır.

Daha sonra, dış çevreye ait varolan veya varolması düşünülen fırsat ve tehditleri bir liste halinde belirleyerek işletmenin rekabet edebilirliğini artırıcı politikalar geliştirmek gerekir.

Bu çalışmada işletmeler için rekabet üstünlüğü sağlamak, güzergah bazlı dağıtım maliyetlerini sistematik, doğru ve güvenilir olarak tayin etmek amacıyla Tamsayılı Doğrusal Programlama(TDP) ve Amaç Programlama modellerinin birleştirilmesi yoluna gidilerek ürün dağıtım maliyetlerinin minimizasyonu yapıldı.

Uygulama sırasında, bir firmaya ait lojistik bölümünün dağıtım planında, firmaya tasarruf sağlayacak ve firmanın dağıtım maliyetlerine karşılık, ürünlere ait tablolar kullanılarak(Türkiye genelinde) Tamsayılı Doğrusal Programlama (TDP) ve Amaç Programlama modelleri uygulanarak firmaya 4.602.214.000 TL tasarruf sağlandı.

Anahtar Kelimeler: Dağıtım Stratejileri, Tamsayılı Doğrusal Programlama (TDP), Amaç Programlama (AP).

I. GİRİŞ

İşletmelerin yönetimlerinde kararların klasik yollarla verildiği dönemlerin gerilerde kaldığı günümüzde yöneticiler modern işletme yöntemlerinden kantitatif yöntemlerin çok önemli olduğunu kavramışlardır. Bütün işletmeler devamlı olarak kısa yada uzun süreli bir takım kararlar almak durumundadırlar. Kararlar küçük bir işletmenin stok politikası, fiyat politikası olabileceği gibi büyük işletmelerde de üretim, stoklama, fiyat ve ulaşım gibi politikalarıyla da ilgili olarak alınan kararlar olabilir. Bu kararların alınmasında kantitatif yöntemler önemli rol oynamaktadır.

Yapılan literatür taramasında, kararların alınması ile ilgili kantitatif yöntemler bir çok çalışmada dağıtım problemleriyle ilgili olarak kullanılmıştır. Bunlardan bazıları: Çelik üretim ve dağıtım planı için entegre edilmiş lineer programlama problemi [1]., distürbütör

ağları için dağıtım ücretlerinin optimizasyonu [2], Ürünlerin Dağıtım Problemlerinde Tamsayılı Doğrusal Programlama Modeli:Türk Firması örneği [3], Petrol ürünlerinin deniz yolu ile taşınmasında maliyet minimizasyonu, farklı olarak dağıtım problemleri [4], Matris denklemlerinin iki indisli düzlemsel dağıtım problemine uygulaması olarak ele alınmış [5] problemin matris denklemleri cinsinden formülasyonu yapılmıştır. Ayrıca, doğrusal programlama teknikleri geniş çekiciliğe sahip olması nedeni ile taşıma, enerji, tele iletişim ve üretimin tüm şekillerini kapsayarak, pek çok endüstride başarılı olarak kullanılmıştır [6]. Yine konuyla ilgili etkin bir üretim ve iş gücü planlamayı etkileyen faktörleri belirleme çalışması Kazan tarafından yapılarak maliyetler minimize edilmiştir [7]. Öte yandan, Ergülen ve Kazan bir firmanın taşıma maliyet yapısının optimizasyonu için çok kriterli model kullanarak maliyetleri optimize etme yoluna gitmişlerdir [8]. Taşıma maliyetlerinin minimize edilmesinin, Pazar faaliyetleri

sırasında, rakip firmalara karşı çeşitli fiyat stratejileri geliştirilmesi açısından önemli olduğunu ve firmanın genel finansal yapısının da daha sağlıklı yapıya ulaşmasında temel faktörlerden biri olduğunu belirtilmiştir [9]. Yine, Kazan bu tür stratejik kararlarda PERT metodolojisinin kullanımı ve maliyetlere uygulamasını yaparak maliyet minimizasyonuna gitmiştir [10]. Şafak m çıkış ve n varışlı bir dağıtım probleminin optimallik koşullarını, Lagrange fonksiyonu ve Hessian matrisinin özellikleri kullanılarak incelenmiştir [11].

Bu çalışmada bütün işletmeler için rekabetin önemli olduğu pazar faaliyetleri sırasında, bir firmaya ait lojistik bölümünün dağıtım planında, firmaya tasarruf sağlayacak ve firmanın dağıtım maliyetine karşılık, ürünlere ait tablolar kullanılarak Tamsayı Doğrusal Programlama (TDP) modeliyle ürünlerin dağıtım maliyetinin minimize edilebileceği gösterildi.

II. DAĞITIM PROBLEMLERİNİN ÇÖZÜMÜ İÇİN TDP MODELİ

TDP modeli, Doğrusal programlama (DP) modeli ile yakından bağlantılı olup, onun bir uzantısı sayılır [12].

Bugünün şartlarında değerlendirildiğinde, taşıma maliyetlerinin minimize edilmesinin,

i. dağıtımda, maliyet ve zaman esası, rekabet üstünlüğü sağlanması

ii. geliştirilecek fiyat politikalarında hareket kabiliyeti veya esneklik sağlanması

iii. lojistik ve mali planların daha sağlıklı yapılabilmesi, gibi daha birçok faydaları olacaktır.

İşletmelerde bu tür çalışmalar ancak bir ihtiyaca karşılık geldiğinde veya bir problemi çözdüğünde bir anlam ifade etmektedir. Problem, mevcut ile varılmak veya olunmak istenen durum arasındaki fark olarak tanımlanabilir [13]. Bir başka ifade ile, mevcut durumdan varılmak istenen hedefe ulaşılması için gereken ihtiyaç(lar)ın belirlenmesidir. Çözüm, belirlenen ihtiyaçların veya problemlerin giderilmesine yönelik faaliyetlerdir.

Bu çalışmadaki, firmanın dağıtım maliyetinin minimize edilmesindeki çözümüne ait TDP modeli aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$Z_{\min} = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n (d_{ij} X_{ij} + r_i Y_i) \quad i=1,2,\dots,m$$

(m: araç türleri sayısı)

$j = 1,2,\dots,n$ (n: bölge sayısı) Sefer Sayıları Kısıtı;

$$\sum_{j=1}^n (a_{ij} X_{ij} - c_i Y_i) \leq t_i \quad i=1,2,\dots,m$$

(m: araç türleri sayısı)

$$j=1,2,\dots,n \quad (n:\text{bölge sayısı}) \quad (1)$$

Dağıtım Yapılacak Malların Yük Kısıtı;

$$\sum_{i=1}^m f_i X_{ij} \geq h_k \quad i=1,2,\dots,m \quad (m:\text{araç türleri sayısı})$$

$$j=1,2,\dots,n \quad (n:\text{bölge sayısı})$$

$$k=1,2,\dots,n \quad (n:\text{bölgelere ait yük değerleri}) \quad (2)$$

Pozitiflik Şartı;

$$X_{ij} \geq 0 \quad \text{ve tamsayı}, \quad Y_i \geq 0 \quad \text{ve tamsayı}$$

Burada; i : araç tipini, j : aracın sefer yapacağı bölgeyi göstermek üzere,

Amaç denkleminde;

Kullanılan parametreler,

d_{ij} : i . tip aracın j bölgesine yapacağı sefer maliyetini,

r_i : i tipi bir aracı 10 günlüğüne kiralamanın maliyeti

Karar değişkenleri ise,

X_{ij} : i . tip aracın j bölgesine yapacağı sefer sayısı

Y_i : Kiralanacak i tipi bir araç sayısı

olarak ifade edilir.

[1] numaralı kısıt'ta;

Kullanılan parametreler,

a_{ij} : i . tip aracın j bölgesine bir sefer yapması gereken süresini

c_i : Kiralanacak i tipi bir aracın (10 gün zarfında) çalışma süresi

t_i : İşletmenin elindeki i tipi bir aracın (10 gün zarfında) çalışma süresi

Karar değişkenleri ise,

X_{ij} : i. tip aracın j bölgesine yapacağı sefer sayısı

Y_i : Kiralanacak i tipi bir araç sayısı

olarak ifade edilir.

[2] numaralı kısıt'ta;

Kullanılan parametreler;

f_i : i tipi bir aracın tonajı,

h_k : k bölgesine gönderilecek yük miktarlarını ,

Karar değişkenleri ise,

X_{ij} : i. tip aracın j bölgesine yapacağı sefer sayısı olarak tanımlanır.

Bu çalışmadaki, firmanın dağıtım maliyetinin minimize edilmesindeki çözümüne ait GP modeli aşağıdaki şekilde yazılabilir:

Amaç Fonksiyonu

$$Z_{\min} = \sum_{i=1}^n W_j P_k (d_i^- + d_i^+) \quad (i = 1, 2, \dots, n), (k = 1, 2, \dots, m), (j = 1, 2, \dots, t)$$

Kısıtlar

$$\sum_{i=1}^n a_i x_i + e_i y_i + d_1^- - d_1^+ = b_i \quad (1)$$

$$\sum_{i=1}^n c_i x_i + f_i y_i + d_1^- - d_1^+ \leq b_j \quad (2)$$

$$\sum_{i=1}^n h_i x_i + d_1^- - d_1^+ \geq b_k \quad (3)$$

Pozitif Şartları

$$x_i, y_i, d_1^-, d_1^+ \geq 0$$

Amaç denklemlerinde ve hedeflerin formulize edilmesinde kullanılan değişkenler aşağıdaki gibidir.

(1) nolu amaç denkleminde kullanılan değişkenlerin tanımı;

W_j : Aynı önceliğe sahip olan hedeflere ait değişken sapmalarının ağırlıkları

P_k : her bir sapma değişkeni için verilen amacın k'nci önceliği

d_i^- : i'nci hedefteki değişkenlere ait negatif sapmalar

d_i^+ : i'nci hedefteki değişkenlere ait pozitif sapmalar

Amaç denkleminde kullanılan değişkenler;

(1) denkleminde kullanılan sabit değişkenlerin tanımı:

x_i : i. tür aracın sefer sayısı

y_i : i. tür kiralık aracın sefer sayısı.

a_i : i. tür aracın sefer maliyeti

e_i : i. tür kiralık aracın sefer maliyeti

b_i : i. hedefin seviyesi

(2) denkleminde kullanılan sabit değişkenlerin tanımı:

c_i : i. araç tarafından tamamlanması gereken sefer süresi ,

f_i : i. kiralık araç tarafından tamamlanması gereken sefer

b_j : en fazla sefer yapan i. tür araç,

2) denkleminde kullanılan sabit değişkenlerin tanımı:

h_i : her bir sefere giden araç türünün tonajı,

b_k : k. bölgeye gönderilecek kargo miktarı

Yukarıda verilen genel (TDP) ve (GP) modelde işletmenin dağıtım planına uygun işletmeye ait özel değerleriyle hazırlanacak planlar yapılabilir. Aynı şekilde problemi uygun diğer işletmeler için de çözüm yöntemi olarak kullanılabilir.

Burada özel değerler için çözümleme yaparken işletmelerin problemlerine uygun kısıtların farklı oluşumları genel modeli de farklı şekillendirmektedir.

Bu çalışmanın önemi, Türkiye'deki işletmelerin yapılan çalışmalarda üretimden, tüketime kadar olan aşamalarında bilimsel teknikler kullanarak planlama yapmaya yönelmesini sağlamaktır.

Buradaki karar probleminde, bir firmanın lojistik bölümünün dağıtım yapılan ürünlerine ait bölgelerin yük değerleri ve taşımadaki kg birim fiyatı tabloları kullanılarak firmanın dağıtım maliyetleri değişkenler şeklinde ortaya konuldu. Ayrıca firmanın dağıtım maliyetine karşılık, dağıtım yapılan ürünlere ait tablolar kullanılarak TDP ve GP modeliyle ürünlerin yeni dağıtım maliyeti belirlendi. Buradan da dağıtım maliyetleri karşılaştırılarak, dağıtım maliyetinin minimize edildiği görüldü.

III. BİR GIDA İŞLETMESİNDE UYGULAMA

Burada verileri kullanılan işletme Türkiye de gıda sektöründe ilk sıralarda yer almaktadır. Farklı gıda ürünlerinin üretimden, tüketim noktalarına kadar dağıtımlarını da yapmaktadır.

İşletmedeki bu ürünlerin tüketim noktalarına ulaştırılmasında ürünlerin dağıtımlarıyla ilgili bir çok problem bulunmaktaydı. Bu nedenle işletmenin dağıtım problemlerine bir düzenleme getirmek amacıyla TDP modelleme tekniği kullanıldı. Bu uygulama, işletmenin üretilen ürünlerinin depodan lojistik bölüme zaman kaybetmeden taşınarak, alınan siparişlerin mevcut yapılmış modelleme tekniği ile yerlerine ulaştırılması ve karşılaşılabilecek problemlere hazırlıklı olup anında çözüm üretmek için yapıldı.

İşletmenin mallarına ait dağıtım maliyetlerinin ortaya çıkarılmasında öncelikle ;

1- Distribütörlere dağıtım yapılan malların, miktarlarına ait yıllık dağıtım tablosu,

2- Distribütörlere dağıtım yapılan malların, her bir seferdeki kg fiyatı ve km fiyatını belirten değerler tablosu,

3- Bunlara bağlı olarak distribütörlere yapılan dağıtımdaki toplam sefer sayıları tablosu oluşturulmuştur.

Firma malların dağıtımını 24 distribütöre Ocak-Aralık ayları arası birinci 10 gün, ikinci 10 gün ve üçüncü 10 gün şeklinde yıllık olarak yapmaktadır. Bu çalışmada 24 distribütöre, ocak ayı üçüncü 10 gün yapılan dağıtım verileri kullanılmıştır.

Tablo.1.a. Firmanın Dağıtım Yapılan Mallarının Yük Miktarlarına Ait Yıllık Dağıtım:
Diyarbakır, Erzurum, Hatay, Kastamonu, Malatya, Mardin Mersin ve Samsun illeri bazında

AYLAR	Diyarbakır	Erzurum	Hatay	Kastamonu	Malatya	Mardin	Mersin	Samsun
	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün
Ocak	217038	61638	40945	28989	18398	172675	85645	87456

Değerler Ton olarak alınmıştır. Araçlar 13 Tonluk ve klimalıdır.

Tablo.1.b. Firmanın Dağıtım Yapılan Mallarının Yük Miktarlarına Ait Yıllık Dağıtım:
Sivas, Tokat, Trabzon, Afyon, Ankara, Antalya, Balıkesir, Burdur illeri bazında

AYLAR	Sivas	Tokat	Trabzon	Afyon	Ankara	Antalya	Balıkesir	Burdur
	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün
Ocak	74599	86379	21611	39772	221.917	90335	7319	20640

Değerler Ton olarak alınmıştır. Araçlar 13 Tonluk ve klimalıdır.

Tablo.1.c. Firmanın Dağıtım Yapılan Mallarının Yük Miktarlarına Ait Yıllık Dağıtım:
Bursa, Edirne, Eskişehir, İstanbul, İzmir, Kayseri, Kırşehir ve Konya illeri bazında

AYLAR	Bursa	Edirne	Eskişehir	İstanbul	İzmir	Kayseri	Kırşehir	Konya
	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün	3.10 gün
Ocak	86881	38510	43061	470541	114385	140133	31911	94093

Değerler Ton olarak alınmıştır. Araçlar 13 Tonluk ve klimalıdır.

Firma malların dağıtımını distribütörlerin buldukları bölgelere/yerlere yaparken istenen mallara ait sefer ücretlerini, her bir ay için kg. fiyatı ve km. fiyatı olarak önceden belirlemiştir.

Firmanın, siparişle istenen mallarına ait aylara göre her bir seferdeki kg. fiyatını ve km. fiyatını belirten değerleri Tablo.2.a-f'de verilmiştir.

Tablo.2.a. Firmanın Siparişle İstenen Mallarına Ait Aylara Göre Her Bir Seferdeki Kg ve Km Fiyatları: Diyarbakır, Erzurum, Hatay ve Kastamonu illeri bazında

Diyarbakır			Erzurum			Hatay			Kastamonu		
Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.
Ocak	11046	275.623	Ocak	18118	333.618	Ocak	22825	357.943	Ocak	4807	327.225
Şubat	11046	275.623	Şubat	18118	333.618	Şubat	22825	299.275	Şubat	4807	327.225
Mart	11874	296.295	Mart	19477	358.639	Mart	24537	321.721	Mart	5168	351.767
Nisan	11874	296.295	Nisan	19477	358.639	Nisan	24537	321.721	Nisan	5168	351.767
Mayıs	11874	296.295	Mayıs	19477	358.639	Mayıs	24537	321.721	Mayıs	5168	351.767
Haziran	12765	318.517	Haziran	20938	385.537	Haziran	26377	345.850	Haziran	5556	378.150
Temmuz	13722	342.406	Temmuz	22508	414.452	Temmuz	28356	371.789	Temmuz	5972	406.511
Ağustos	14751	368.086	Ağustos	24196	445.536	Ağustos	30482	399.673	Ağustos	6420	436.999
Eylül	14751	368.086	Eylül	24196	445.536	Eylül	30482	399.673	Eylül	6420	436.999
Ekim	14751	368.086	Ekim	24196	445.536	Ekim	30482	399.673	Ekim	6420	436.999
Kasım	15857	395.692	Kasım	26011	478.951	Kasım	32768	429.648	Kasım	6902	469.774
Aralık	15857	395.692	Aralık	26011	478.951	Aralık	32768	429.648	Aralık	6902	469.774

Tablo.2.b. Firmanın Siparişle İstenen Mallarına Ait Aylara Göre Her Bir Seferdeki Kg ve Km Fiyatları: Malatya, Mardin, Mersin ve Samsun illeri bazında

Malatya			Mardin			Mersin			Samsun		
Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.
Ocak	10538	334.146	Ocak	11046	269.418	Ocak	3230	608.695	Ocak	18223	317.144
Şubat	10538	334.146	Şubat	11046	269.418	Şubat	3230	608.695	Şubat	18223	317.144
Mart	11328	359.207	Mart	11874	289.624	Mart	3472	654.347	Mart	19590	340.930
Nisan	11328	359.207	Nisan	11874	289.624	Nisan	3472	654.347	Nisan	19590	340.930
Mayıs	11328	359.207	Mayıs	11874	289.624	Mayıs	3472	654.347	Mayıs	19590	340.930
Haziran	12178	386.148	Haziran	12765	311.346	Haziran	3732	703.423	Haziran	21059	366.500
Temmuz	13091	415.109	Temmuz	13722	334.697	Temmuz	4012	756.180	Temmuz	22639	393.987
Ağustos	14073	446.242	Ağustos	14751	359.799	Ağustos	4313	812.893	Ağustos	24337	423.536
Eylül	14073	446.242	Eylül	14751	359.799	Eylül	4313	812.893	Eylül	24337	423.536
Ekim	14073	446.242	Ekim	14751	359.799	Ekim	4313	812.893	Ekim	24337	423.536
Kasım	15128	479.710	Kasım	15857	386.784	Kasım	4636	873.860	Kasım	26162	455.301
Aralık	15128	479.710	Aralık	15857	386.784	Aralık	4636	873.860	Aralık	26162	455.301

Tablo.2.c. Firmanın Siparişle İstenen Mallarına Ait Aylara Göre Her Bir Seferdeki Kg ve Km Fiyatları: Sivas, Tokat, Trabzon ve Afyon illeri bazında

Sivas			Tokat			Trabzon			Afyon		
Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.
Ocak	10840	281.283	Ocak	14019	299.275	Ocak	22835	305.727	Ocak	11065	251.486
Şubat	10840	281.283	Şubat	14019	299.275	Şubat	22835	305.727	Şubat	11065	251.486
Mart	11653	302.379	Mart	15070	321.721	Mart	24548	328.657	Mart	11895	270.347
Nisan	11653	302.379	Nisan	15070	321.721	Nisan	24548	328.657	Nisan	11895	270.347
Mayıs	11653	302.379	Mayıs	15070	321.721	Mayıs	24548	328.657	Mayıs	11895	270.347
Haziran	12527	325.057	Haziran	16200	345.850	Haziran	26389	353.306	Haziran	12787	290.623
Temmuz	13466	349.437	Temmuz	17415	371.789	Temmuz	28368	379.804	Temmuz	13746	312.420
Ağustos	14476	375.644	Ağustos	18721	399.673	Ağustos	30496	408.290	Ağustos	14777	335.851
Eylül	14476	375.644	Eylül	18721	399.673	Eylül	30496	408.290	Eylül	14777	335.851
Ekim	14476	375.644	Ekim	18721	399.673	Ekim	30496	408.290	Ekim	14777	335.851
Kasım	15562	403.817	Kasım	20125	429.648	Kasım	32783	438.912	Kasım	15885	361.040
Aralık	15562	403.817	Aralık	20125	429.648	Aralık	32783	438.912	Aralık	15885	361.040

**Tablo.2.d. Firmannın Siparişle İstenen Mallarına Ait Aylara Göre Her Bir Seferdeki Kg ve Km Fiyatları:
Ankara, Antalya, Balıkesir ve Burdur illeri bazında**

Ankara			Antalya			Balıkesir			Burdur		
Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.
Ocak	10.730	285.276	Ocak	11065	258.723	Ocak	13230	191.964	Ocak	11230	217.261
Şubat	10.730	285.276	Şubat	11065	258.723	Şubat	13230	191.964	Şubat	11230	217.261
Mart	11.535	306.672	Mart	11895	278.127	Mart	14222	206.361	Mart	12072	233.556
Nisan	11.535	306.672	Nisan	11895	278.127	Nisan	14222	206.361	Nisan	12072	233.556
Mayıs	11.535	306.672	Mayıs	11895	278.127	Mayıs	14222	206.361	Mayıs	12072	233.556
Haziran	12.400	329.672	Haziran	12787	298.987	Haziran	15289	221.838	Haziran	12977	251.073
Temmuz	13.330	354.398	Temmuz	13746	321.411	Temmuz	16435	238.476	Temmuz	13951	269.903
Ağustos	14.330	380.978	Ağustos	14777	345.516	Ağustos	17668	256.362	Ağustos	14997	290.146
Eylül	14.330	380.978	Eylül	14777	345.516	Eylül	17668	256.362	Eylül	14997	290.146
Ekim	14.330	380.978	Ekim	14777	345.516	Ekim	17668	256.362	Ekim	14997	290.146
Kasım	15.405	409.551	Kasım	15885	371.430	Kasım	18993	275.589	Kasım	16122	311.907
Aralık	15.405	409.551	Aralık	15885	371.430	Aralık	18993	275.589	Aralık	16122	311.907

**Tablo.2.e. Firmannın Siparişle İstenen Mallarına Ait Aylara Göre Her Bir Seferdeki Kg ve Km Fiyatları:
Bursa, Edirne, Eskişehir ve İstanbul illeri bazında**

Bursa			Edirne			Eskişehir			İstanbul		
Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.
Ocak	12134	189.375	Ocak	16934	188.646	Ocak	11269	214.181	Ocak	14407	199.467
Şubat	12134	189.375	Şubat	16934	188.646	Şubat	11269	214.181	Şubat	14407	199.467
Mart	13044	203.578	Mart	18204	202.794	Mart	12114	230.245	Mart	15488	214.427
Nisan	13044	203.578	Nisan	18204	202.794	Nisan	12114	230.245	Nisan	15488	214.427
Mayıs	13044	203.578	Mayıs	18204	202.794	Mayıs	12114	230.245	Mayıs	15488	214.427
Haziran	14022	218.846	Haziran	19569	218.004	Haziran	13023	247.513	Haziran	16650	230509
Temmuz	15074	235.260	Temmuz	21037	234.354	Temmuz	13999	266.077	Temmuz	17898	247797
Ağustos	16205	252.904	Ağustos	22615	251.930	Ağustos	15049	286.033	Ağustos	19241	266382
Eylül	16205	252.904	Eylül	22615	251.930	Eylül	15049	286.033	Eylül	19241	266382
Ekim	16205	252.904	Ekim	22615	251.930	Ekim	15049	286.033	Ekim	19241	266.382
Kasım	17420	271.872	Kasım	24311	270.825	Kasım	16178	307.485	Kasım	20684	286.361
Aralık	17420	271.872	Aralık	24311	270.825	Aralık	16178	307.485	Aralık	20684	286.361

**Tablo.2.f. Firmannın Siparişle İstenen Mallarına Ait Aylara Göre Her Bir Seferdeki Kg ve Km Fiyatları:
İzmir, Kayseri, Kırşehir ve Konya illeri bazında**

İzmir			Kayseri			Kırşehir			Konya		
Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.	Aylar	Kg. Fiy.	Km.Fiy.
Ocak	13230	192.178	Ocak	10165	396.831	Ocak	10461	363.636	Ocak	10165	371.193
Şubat	13230	192.178	Şubat	10165	396.831	Şubat	10461	363.636	Şubat	10165	371.193
Mart	14222	206.591	Mart	10927	426.593	Mart	11246	390.909	Mart	10927	399.032
Nisan	14222	206.591	Nisan	10927	426.593	Nisan	11246	390.909	Nisan	10927	399.032
Mayıs	14222	206.591	Mayıs	10927	426.593	Mayıs	11246	390.909	Mayıs	10927	399.032
Haziran	15289	222.085	Haziran	11747	458.587	Haziran	12089	420.227	Haziran	11747	428.959
Temmuz	16435	238.742	Temmuz	12628	492.982	Temmuz	12996	451.744	Temmuz	12628	461.131
Ağustos	17668	256.647	Ağustos	13575	529.955	Ağustos	13971	485.625	Ağustos	13575	495.716
Eylül	17668	256.647	Eylül	13575	529.955	Eylül	13971	485.625	Eylül	13575	495.716
Ekim	17668	256.647	Ekim	13575	529.955	Ekim	13971	485.625	Ekim	13575	495.716
Kasım	18993	275.896	Kasım	14593	569.702	Kasım	15019	522.047	Kasım	14593	532.895
Aralık	18993	275.896	Aralık	14593	569.702	Aralık	15019	522.047	Aralık	14593	532.895

III.1. Optimum Çözüm Planı

Ürünlere ait dağıtımlar 1.10 gün, 2.10 gün ve 3.10 gün şeklinde planlanarak optimum dağıtım planları oluşturuldu. Planlanan dönemler için Tamsayı Doğrusal Programlama yöntemi ile beraber amaç programlama yöntemi alternatif çözümler için uygulandı.

III.1.1. Karar Değişkenlerinin ve Parametrelerin Tanımlanması

Modelde sefer sayıları X_{ij} değişkenleri ile tanımlanacak, bu değişkenlere bağlı indislerde, dağıtım planında i: 1,2,3 olarak üç araç tipini (13 ton, 20 ton, 25 ton), j: 1,2,3,...,11 olarak da araçların sefer yaptığı on bir yeri belirleyecektir. X_{ij} , i. aracın j bölgesine yapması gereken sefer sayısını temsil eder. Ayrıca araçların yeterli gelmemesi halinde araç sayıları Y_i değişkeni ile tanımlanacaktır. Bu değişkenlere bağlı indislerde, kiralanacak i. tipi araç sayısını temsil edecektir. Ayrıca d_{ij} ile belirtilen parametre, i. tip aracın j bölgesine yapacağı sefer maliyetini, e_i ile belirtilen parametre, i. tipi bir aracın 10 günlüğüne kiralama maliyetini belirtmektedir.

Modelde kullanılan üç tip klimalı araç bulunmaktadır;

X_{1j} :13 tonluk aracın j bölgesine yapması gereken sefer sayısı (Normal araç)

X_{2j} :20 tonluk aracın j bölgesine yapması gereken sefer sayısı (Termoking)

X_{3j} :25 tonluk aracın j bölgesine yapması gereken sefer sayısı (Termoking) şeklindedir.

Ayrıca araçların taşımada yeterli gelmemesi halinde ise ;

Y_1 : Kiralanacak 13 tonluk araç sayısı

Y_2 : Kiralanacak 20 tonluk araç sayısı

Y_3 : Kiralanacak 25 tonluk araç sayısı olarak ifade edilecektir.

Bununla birlikte dağıtım planındaki distribütörlerin buldukları yerler; 1. Afyon, 2. Ankara, 3. Antalya, 4. Balıkesir, 5. Burdur, 6. Bursa, 7. Edirne, 8. Eskişehir, 9. İstanbul, 10. İzmir, 11. Kayseri,

12. Kırşehir, 13.Konya, 14. Diyarbakır, 15. Erzurum, 16. Hatay, 17. Kastamonu, 18. Malatya, 19. Mardin, 20. Mersin, 21. Samsun, 22. Sivas, 23. Tokat, 24. Trabzon. olarak belirlenmiştir.

Araç tipleri ve sefer yapacakları yerler bu şekilde belirlendikten sonra, dağıtım planına ait değişkenler, her bir distribütör ve kullanılan araç türleriyle (Ek-1)'de tanımlanmıştır.

III.1.2. Sınırlayıcı Şartların Formüle Edilmesi

Bu karar değişkenlerinde tanımlanan araç ve gidilecek yer tipine göre kısıtlar araçların maksimum 90 km/h hızla giderek ve üç saatte 30 dk mola verecek şekilde oluşturulmuştur. Dağıtımda kullanılan araçların km/h hızları dağıtım merkezi ile distribütörlerin arasındaki yol güzergahının şartlarından etkilenmektedir. Modelde 13 tonluk araçtan 28 adet, 20 tonluk araçtan 16 adet ve 25 tonluk araçtan 6 adet kullanılmıştır. Buna göre kısıtta oluşan karar değişkenlerinin katsayıları araçların dağıtım merkezlerinden, dağıtım noktalarına gidiş-geliş sürelerini saat olarak ifade etmektedir. Kısıtların sağ tarafındaki değerleri ise araçların mümkün olduğunca yapacakları sefer sürelerini belirtmektedir. $X_{ij} \geq 0$ ve tamsayı, $Y_i \geq 0$ ve tamsayıdır.

Dağıtım Planına ait araçların sefer sayıları kısıtları ;

Dağıtım Planına ait araçların sefer sayıları kısıtları;

$$16X_{11} + 12X_{12} + 16X_{13} + 24X_{14} + 18,46X_{15} + 21,81X_{16} + 34,28X_{17} + 18,46X_{18} + 26,66X_{19} + 24X_{110} + 10,43X_{111} + 10,90X_{112} + 10,90X_{113} + 16X_{114} + 24X_{115} + 6X_{116} + 18,46X_{117} + 12X_{118} + 16X_{119} + 2,18X_{120} + 20X_{121} + 15X_{122} + 17,14X_{123} + 26,66X_{124} - 240Y_1 \leq 6720$$

(10gün x 24 saat=240 saat; 28araç x 10gün x 24saat=6720 saat)

$$16X_{21} + 12X_{22} + 16X_{23} + 24X_{24} + 18,46X_{25} + 21,81X_{26} + 34,28X_{27} + 18,46X_{28} + 26,66X_{29} + 24X_{210} + 10,43X_{211} + 10,90X_{212} + 10,90X_{213} + 16X_{214} + 24X_{215} + 6X_{216} + 18,46X_{217} + 12X_{218} + 16X_{219} + 2,18X_{220} + 20X_{221} + 15X_{222} + 17,14X_{223} + 26,66X_{224} - 240Y_2 \leq 3840$$

(16araç x 10gün x 24saat=3840 saat)

$$16X_{31} + 12X_{32} + 16X_{33} + 24X_{34} + 18,46X_{35} + 21,81X_{36} + 34,28X_{37} + 18,46X_{38} + 26,66X_{39} + 24X_{310} + 10,43X_{311} + 10,90X_{312} + 10,90X_{313} + 16X_{314} + 24X_{315} + 6X_{316} + 18,46X_{317} + 12X_{318} + 16X_{319} + 2,18X_{320} + 20X_{321} + 15X_{322} + 17,14X_{323} + 26,66X_{324} - 240Y_3 \leq 1440$$

(6araç x 10gün x 24saat=1440 saat) şeklindedir.

Modelde, karar değişkenlerinin tanımlanmasında kullanılan değişkenlere göre yük; Araçların 3.10gün de her bir seferde taşıdığı mal miktarıdır. Buna göre, aşağıdaki yük kısıtının oluşturulmasındaki yük ifadesi yerine, dağıtım planında Tablo.1'deki verilen yük miktarları her bir il için ocak ayı 3.10 gün şeklinde modelde kullanılmıştır.

Dağıtım planı için araçların yük kısıtları genel olarak;

$$\begin{aligned}
13X_{11} + 20X_{21} + 25X_{31} &\geq \text{Yük}, 13X_{12} + 20X_{22} + 25X_{32} \geq \text{Yük}, \\
13X_{13} + 20X_{23} + 25X_{33} &\geq \text{Yük}, 13X_{14} + 20X_{24} + 25X_{34} \geq \text{Yük}, \\
13X_{15} + 20X_{25} + 25X_{35} &\geq \text{Yük}, 13X_{16} + 20X_{26} + 25X_{36} \geq \text{Yük}, \\
13X_{17} + 20X_{27} + 25X_{37} &\geq \text{Yük}, 13X_{18} + 20X_{28} + 25X_{38} \geq \text{Yük}, \\
13X_{19} + 20X_{29} + 25X_{39} &\geq \text{Yük}, 13X_{110} + 20X_{210} + 25X_{310} \geq \text{Yük}, \\
13X_{111} + 20X_{211} + 25X_{311} &\geq \text{Yük}, 13X_{112} + 20X_{212} + 25X_{312} \geq \text{Yük}, \\
13X_{113} + 20X_{213} + 25X_{313} &\geq \text{Yük}, 13X_{114} + 20X_{214} + 25X_{314} \geq \text{Yük}, \\
13X_{115} + 20X_{215} + 25X_{315} &\geq \text{Yük}, 13X_{116} + 20X_{216} + 25X_{316} \geq \text{Yük}, \\
13X_{117} + 20X_{217} + 25X_{317} &\geq \text{Yük}, 13X_{118} + 20X_{218} + 25X_{318} \geq \text{Yük}, \\
13X_{119} + 20X_{219} + 25X_{319} &\geq \text{Yük}, 13X_{120} + 20X_{220} + 25X_{320} \geq \text{Yük}, \\
13X_{121} + 20X_{221} + 25X_{321} &\geq \text{Yük}, 13X_{122} + 20X_{222} + 25X_{322} \geq \text{Yük}, \\
13X_{123} + 20X_{223} + 25X_{323} &\geq \text{Yük}, 13X_{124} + 20X_{224} + 25X_{324} \geq \text{Yük}
\end{aligned}$$

şeklinde olacaktır.

III.1.3. Amaç Denkleminin Formüle Edilmesi

Modeldeki bu bilgilerin ışığında amaç denklemindeki değişkenlerin katsayılarının hesabı aşağıdaki şekilde yapılmıştır:

Dağıtım planı için Tablo.2'deki kg fiyatı üzerinden, hangi aracın, hangi bölgeye gideceği şeklinde araçların tonajına ve aylara göre hesabı yapılır.

Amaç denklemindeki karar değişkenlerinin katsayılarının hesabında ise, firmanın nakliye şirketleriyle yapmış olduğu sözleşme, nakliye birim fiyatlarının %7,5 oranında değişmesidir. Bu değişme yıl içerisinde; Ocak başlangıçlı, Mart, Haziran, Temmuz, Ağustos ve Kasım aylarında olmuştur.

Bu düzenle nakliye kg fiyatları yapılarak, dağıtım planı için Tablo 2'de gösterilmiştir.

Karar değişkenlerindeki, değişkenlerin genel durumu belirlendikten sonra modeldeki amaç denklemleri aylara, 3.10 gün dağılımına göre aşağıdaki şekilde formüle edilmiştir.

Ocak-Şubat (3.10 gün)

$$\begin{aligned}
Z_{\min} = &143845X_{11} + 139490X_{12} + 143845X_{13} + 171990X_{14} + 145990X_{15} \\
&+ 157742X_{16} + 220142X_{17} + 146497X_{18} + 187291X_{19} + 171990X_{110} \\
&+ 132145X_{111} + 135993X_{112} + 132145X_{113} + 143598X_{114} + 296725X_{115} \\
&+ 62491X_{116} + 235534X_{117} + 136994X_{118} + 143598X_{119} + 41990X_{120} \\
&+ 236899X_{121} + 140920X_{122} + 182247X_{123} + 296855X_{124} + 13000000Y_1 \\
&+ 221300X_{21} + 214600X_{22} + 221300X_{23} + 264600X_{24} + 224600X_{25} \\
&+ 242680X_{26} + 338680X_{27} + 225380X_{28} + 288140X_{29} + 264600X_{210} \\
&+ 203300X_{211} + 209220X_{212} + 203300X_{213} + 220920X_{214} + 456500X_{215} \\
&+ 96140X_{216} + 362360X_{217} + 210760X_{218} + 220920X_{219} + 64600X_{220} \\
&+ 364460X_{221} + 216800X_{222} + 280380X_{223} + 456700X_{224} + 20000000Y_2 \\
&+ 276625X_{31} + 268250X_{32} + 276625X_{33} + 330750X_{34} + 280750X_{35} \\
&+ 303350X_{36} + 423350X_{37} + 281725X_{38} + 360175X_{39} + 330750X_{310} \\
&+ 254125X_{311} + 261525X_{312} + 254125X_{313} + 276150X_{314} + 570625X_{315} \\
&+ 120175X_{316} + 452950X_{317} + 263450X_{318} + 276150X_{319} + 80750X_{320} \\
&+ 455575X_{321} + 271000X_{322} + 350475X_{323} + 570875X_{324} + 25000000Y_3
\end{aligned}$$

(1. tip aracın kapasitesi (13 ton) x Gidilecek 1. bölgenin nakliye kg fiyatı (11046) =143598 olarak elde edildi.)

Benzer şekilde Mart-Nisan-Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos-Eylül-Ekim, Kasım-Aralık aylarına, 3.10 gün dağılımlarına göre amaç denklemleri oluşturularak kurulan yeni bir modelin matematiksel modellemesi yapılabilmektedir.

Kurulan modelin geçerliliğinin görülmesi, verilen problem üzerinden oluşan sonuçların, o problemle alakalı ilk dönemdeki sonuçların uygun olmasına bağlıdır. Eğer sonuçlar uygunsa, modelin çözümü olumlu kabul edilmektedir. Bu durum literatürdeki uygulamalarla da desteklenmektedir. Riggs'e göre, eğer sonuçlar uygunsa, modelin çözümü olumlu kabul edilmektedir [14].

Firma ürünleri distribütörlere dağıtılırken, model içinde karar değişkenlerinin maliyetleri belirlenip, kurulan amaç denkleminin matematiksel modelleme safhası tamamlanmış, uygun bir paket program olan Winqsb paket programıyla çözümlenmeye hazır hale gelmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, modellerle oluşturulan optimum çözüm planına ait dağıtım maliyetlerine ulaşılmıştır (Bkz. Tablo.3).

Tablo.3. Modele Ait (Ocak 3.10 gün) Dağıtım Maliyeti

	GP Modeli	ILP Modeli
Toplam Maliyet	25.724.642	28.359.160
Toplam Yük	2.273.260	2.273.260
Toplam Sefer	126	107

Tabloda yük miktarları ton olarak, maliyet ise YTL olarak alınmıştır.

III.2. Firmanın Uyguladığı Plan

Firma dağıtım için anlaşma yaptığı nakliye firmasıyla 13 Tonluk klimalı araç(lar) kullanmayı şart koşmuştur. Dağıtım yapılan ürünler margarin ve likit yağlar olduğu için klimalı araçlar tercih edilmiştir. Distribütörlerin, 1.10 gün, 2.10 gün ve 3.10 günde sipariş oranlarının zaman zaman farklılık gösterdiği gözlenmiştir. Özellikle siparişlerin 3.10 günde yığılmasının sebepleri özetle şöyle sıralanabilir:

1- Firma 3.10 günde fiyat belirlemesi yapmaktadır.

2- Firmanın bütçe gerçekleştirmesi 3.10 günde gerçekleşmektedir.

(Extra ürün iskonto talepleri yapılabilmektedir)

3- 3. 10 günde firma tarafından yapılan ürün dağıtımlarının ödemeleri distribütörler tarafından, bir sonraki ay başlarında yapılmasıdır.

Firmanın dağıtım maliyetini belirlerken, 24 distribütörün siparişlerine göre yapmış olduğu ocak ayından, aralık ayına kadar 3. 10 günde malların taşınması sırasında aylara göre oluşan sefer sayılarına göre de *firmanın dağıtım planına ait*, dağıtım maliyeti ortaya çıkarılır.

Firmanın dağıtım maliyetini belirlerken, siparişlere göre yapmış olduğu ocak ayından, aralık ayına kadar 3. 10 günde malların taşınması sırasında aylara göre oluşan sefer sayıları kullanılır. Tablo.2'deki kg. fiyatı üzerinden, 13 tonluk klimalı araçların yapmış oldukları sefer sayılarına göre de dağıtım maliyeti ortaya çıkarılır (Bkz. Tablo.4).

Tablo.4. Firmaya Ait (Ocak 3. 10 gün) Dağıtım Maliyeti

Toplam Maliyet	29.965.013
Toplam Yük	2.273.260
Toplam Sefer	187

Tabloda yük miktarları ton olarak, maliyet ise YTL olarak alınmıştır.

Buna göre optimum çözüm planı ve firmanın uyguladığı plan karşılaştırıldığında, optimum çözüm planına ait dağıtım maliyeti ile firmaya ait dağıtım maliyeti arasında yıllık tasarruf miktarının oluştuğu görülmektedir (Bkz. Tablo.5).

Tablo.5'e bakıldığında (Ocak 3.10 gün) toplam tasarrufun GP modeli için 4.240.371 YTL ve ILP modeli için de, 1.605.853 YTL olduğu görülür. Bu da modellerle yapılan dağıtım maliyetleri, firmayla yapılan dağıtım maliyetine göre % 14,15 ve % 5,35 oranında daha avantajlı olan bir tasarruf sağladığını göstermiştir.

Tablo.5. Modellere Ait (Ocak 3.10 gün) Toplam Dağıtım Maliyeti Tasarrufları

Firmaya Ait Toplam Veriler		
Toplam Maliyet =	29.965.013	
Toplam Yük =	2.273.260	
Toplam Sefer =	187	
Modele Ait Toplam Veriler		
	GP	ILP
Toplam Maliyet =	25.724.642	28.359.160
Toplam Yük =	2.273.260	2.273.260
Toplam Sefer =	107	126
Toplam Tasarruf = Firmanın Toplam Maliyeti		
- Modelin Toplam Maliyeti		
=	29.965.013	29.965.013
=	- 25.724.642	- 28.359.160
=	4.240.371	1.605.853

Tabloda yük miktarları ton olarak, maliyet ise YTL olarak alınmıştır.

IV. SONUÇ

Firma ile yapılan görüşmeler ve karşılıklı çalışmalar sonucunda firmanın dağıtım sistemi ele alınıp sistemi optimize edecek matematik modeller oluşturuldu. İşletmelerin dağıtım problemlerine bir düzenleme getirmek amacıyla TDP modelleme tekniği kullanıldı. Bu uygulama, işletmenin üretilen ürünlerinin depodan lojistik bölüme zaman kaybetmeden taşınarak, alınan siparişlerin mevcut yapılmış modelleme tekniği ile yerlerine ulaştırılması ve karşılaşılabilecek problemlere hazırlıklı olup, oluşabilecek problemlere anında çözüm getirecek şekilde düzenlendi. Bu modeller, firmanın dağıtım sistemiyle aynı planda yapılmış ve distribütörlere firmanın ürettiği malları dağıtım sistemiyle, tüketim noktalarına dağıtabilecek şekilde model oluşturuldu.

Firmaya ait 3.10 gün verileri alınıp oluşturulan modellerle çözümlenerek çözüm sonuçları mevcut dağıtım sistemleriyle karşılaştırılarak üstünlüğü gösterildi. Yani modele ait olan 3.10 gün çözüm sonuçları mevcut model çözümleriyle karşılaştırıldığında 3.10gün dağıtımlarında maliyet minimizasyonunun olduğu görüldü

Bu çalışmada oluşturulan tamsayı doğrusal programlama ve amaç programlama sonuçları karşılaştırıldığında önemli miktarlarda tasarrufların yapılabileceği gösterildi.

Buda modellerle yapılan dağıtım maliyetleri, firmayla yapılan dağıtım maliyetine göre % 14,15 ve % 5,35 oranında daha avantajlı olan bir tasarruf sağladığını gösterdi

Ayrıca işletmelerin daha sonraki dönemlerde üreteceği malların dağıtım maliyetlerinin de önceden tahmin edilebilmesi de mümkün olabileceği gösterildi.

Yararlanılan Kaynaklar

- [1] Chen, M. & Wang, W. (1997). A linear programming model for integrated steel production and distribution planning. *International Journal Of Operations and Production Management*, 17(6), 592-610.
- [2] Balakrishnan, A.; Natarajan, H.P. & Pangburn, M.S. (2000). Optimizing Delivery Fees For a Network of Distributors. *Manufacturing and Service Operations Management*, 2(3), 297-316.
- [3] Ergülen, A. (2004). Ürünlerin Dağıtım Problemlerinde Tamsayılı Doğrusal Programlama Modeli: Türk Firması Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, VI(1), 23-46.
- [4] Ulucan, A. & Tarım, Ş.A. (1997). Petrol ürünlerinin deniz yoluyla taşınmasında maliyet minimizasyonu. *Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 15(1-2), 189-197.
- [5] Özel, M. (2000). İki indisli düzlemsel dağıtım probleminin matris denklemleriyle incelenmesi *Dokuz Eylül Üniversitesi Müh. Fak. Fen ve Müh. Dergisi*, 2(1), 141-145.
- [6] Stapleton, D.M.; Hanna J.B. & Markussen, D. (2003). Marketing Strategy Optimization: Using Linear Programming to Establish an Optimal Marketing Mixture. *American Business*, 21(2), 54-62.
- [7] Kazan, H. (2005). A Study of Factors Affecting Effective Production and Workforce Planning. *The Journal of American Academy of Business*, 7(1), 288-295.
- [8] Kazan H. & Ergülen, A. (2005). A Multi-Criteria Model For Optimizing Transportation Cost Structures Of A Firm. *I. International Strategic Management Conference*, June 23-25, 467-474.
- [9] Durhan, A.C. & Sexton, J.R. (1996). Spatial competition uniform pricing and transportation efficiency in the California processing. *American Journal of Agricultural Economics*, 78(1), 115.
- [10] Kazan, H. (2005). One Application For Using PERT Methodology In Strategic Decision. *The Journal of American Academy of Business*, 7(2), 293-302.
- [11] Şafak, S. (2000). Dağıtım probleminin optimallik koşullarının incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Müh. Fak. Fen ve Müh. Dergisi*, 2(2), 107-112.
- [12] Özgüven, C. (2003). "Doğrusal Programlama ve Uzantıları", Ankara: Detay Kitap ve Yayıncılık, 1. Baskı, s.193.
- [13] Groebner, D.F. (1985). *Business Statistic*. Second Edition, Ohio: A Bell and Howell Company.
- [14] Riggs, J.L. (1975). *Introduction to Management Operation Research and Management Science*. New York: Mc Graw-Hill Book Company.

Halim KAZAN (halimkazan@gyte.edu.tr) is an Assistant Professor at the Gebze Institute of Technology School of Business Administration. He received Ph.D in Operation Research from Istanbul University Social Science Institute and BS from Selcuk University. His research interests include decision analysis, the economic analysis of production systems, the design of cellular manufacturing systems, production planning and scheduling systems, performance criteria, and statistical quality control.

Ahmet ERGÜLEN (aergulen@nigde.edu.tr) is an Assistant Professor at Nigde University School of Business Administration. He received Ph.D Mathematic Sciences from Selcuk University Institute Of The Natural And Applied Science and BS from Afyon Kocatepe University. His research interests include decision analysis, the economic analysis of production systems, production planning and scheduling systems.

Ek. Araç tipleri ve sefer yapacakları yerlere ait değişkenlerin açıklamaları

<u>Değişken</u>	<u>Değişkenin açıklaması</u>
X_{11}	13 tonluk araçların Afyon'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{12}	13 tonluk araçların Ankara'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{13}	13 tonluk araçların Antalya'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{14}	13 tonluk araçların Balıkesir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{15}	13 tonluk araçların Burdur'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{16}	13 tonluk araçların Bursa'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{17}	13 tonluk araçların Edirne'ye yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{18}	13 tonluk araçların Eskişehir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{19}	13 tonluk araçların İstanbul'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{110}	13 tonluk araçların İzmir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{111}	13 tonluk araçların Kayseri'ye yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{112}	13 tonluk araçların Kırşehir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{113}	13 tonluk araçların Konya'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{114}	13 tonluk araçların Diyarbakır'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{115}	13 tonluk araçların Erzurum'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{116}	13 tonluk araçların Hatay'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{117}	13 tonluk araçların Kastamonu'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{118}	13 tonluk araçların Malatya'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{119}	13 tonluk araçların Mardin'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{120}	13 tonluk araçların Mersin'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{121}	13 tonluk araçların Samsun'a yaptığı sefer sayıları toplamı

X_{122}	13 tonluk araçların Sivas'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{123}	13 tonluk araçların Tokat'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{124}	13 tonluk araçların Trabzon'a yaptığı sefer sayıları toplamı
Y_1	Kiralanacak 13 tonluk araç sayısı
X_{21}	20 tonluk araçların Afyon'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{22}	20 tonluk araçların Ankara'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{23}	20 tonluk aracın Antalya'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{24}	20 tonluk araçların Balıkesir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{25}	20 tonluk araçların Burdur'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{26}	20 tonluk araçların Bursa'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{27}	20 tonluk araçların Edirne'ye yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{28}	20 tonluk araçların Eskişehir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{29}	20 tonluk araçların İstanbul'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{210}	20 tonluk araçların İzmir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{211}	20 tonluk araçların Kayseri'ye yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{212}	20 tonluk araçların Kırşehir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{213}	20 tonluk araçların Konya'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{214}	20 tonluk araçların Diyarbakır'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{215}	20 tonluk araçların Erzurum'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{216}	20 tonluk araçların Hatay'a yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{217}	20 tonluk araçların Kastamonu'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{218}	20 tonluk araçların Malatya'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
X_{219}	20 tonluk araçların Mardin'e yaptığı sefer sayıları toplamı

- X_{220} : 20 tonluk araçların Mersin'e yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{221} : 20 tonluk araçların Samsun'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{222} : 20 tonluk araçların Sivas'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{223} : 20 tonluk araçların Tokat'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{224} : 20 tonluk araçların Trabzon'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- Y_2 : Kiralanacak 20 tonluk araç sayısı
- X_{31} : 25 tonluk araçların Afyon'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{32} : 25 tonluk araçların Ankara'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{33} : 25 tonluk araçların Antalya'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{34} : 25 tonluk araçların Balıkesir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{35} : 25 tonluk araçların Burdur'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{36} : 25 tonluk araçların Bursa'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{37} : 25 tonluk araçların Edirne'ye yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{38} : 25 tonluk araçların Eskişehir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{39} : 25 tonluk araçların İstanbul'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{310} : 25 tonluk araçların İzmir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{311} : 25 tonluk aracın Kayseri'ye yaptığı sefer sayısı
- X_{312} : 25 tonluk araçların Kırşehir'e yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{313} : 25 tonluk araçların Konya'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{314} : 25 tonluk araçların Diyarbakır'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{315} : 25 tonluk araçların Erzurum'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{316} : 25 tonluk araçların Hatay'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{317} : 25 tonluk araçların Kastamonu'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{318} : 25 tonluk araçların Malatya'ya yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{319} : 25 tonluk araçların Mardin'e yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{320} : 25 tonluk araçların Mersin'e yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{321} : 25 tonluk araçların Samsun'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{322} : 25 tonluk araçların Sivas'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{323} : 25 tonluk araçların Tokat'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- X_{324} : 25 tonluk araçların Trabzon'a yaptığı sefer sayıları toplamı
- Y_3 : Kiralanacak 25 tonluk araç sayısı şeklinde olacaktır.

RİSKTEN KORUNMAK (HEDGING) İÇİN DÖVİZ KURU ÜZERİNE VADELİ İŞLEM (FUTURES) SÖZLEŞMESİNİN FİRMALARDA UYGULANMASI

E. Şule AYDENİZ

Yeditepe Üniversitesi, Almanca İşletme Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

RISK MANAGEMENT WITH FOREIGN CURRENCY FUTURES CONTRACT AND A APPLICATION IN THE FIRMS

Abstract: At the beginning of 80's, globalization of financial markets, rapid development of communication technology caused existence of some risks. To protect themselves from the negative effects of these developments, the necessity of risk management became vital for companies. One of the financial products to use for risk management is foreign currency futures contracts. To eliminate currency risks due to high fluctuating of the currency, currency futures contracts may be used.

In this paper, one of a sample application for the method had been performed for an X company which is in textile market. It's shown that, by using the method, detriment of the company due to risk of currency was completely eliminated and 4.585,75 YTL profit became available. It is also shown that since the export period is 2 months for the company, it's possible to make a successful planning for the cash-flow management, investment- financial planning is possible.

Keywords: Risk Management, Foreign Currency Futures Contracts, Margin System, Derivative Markets, Currency Risk.

RİSKTEN KORUNMAK (HEDGING) İÇİN DÖVİZ KURU ÜZERİNE VADELİ İŞLEM (FUTURES) SÖZLEŞMESİNİN FİRMALARDA UYGULANMASI

Özet: 1980'li yılların başında finansal piyasaların globalleşme süreci ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler, risklerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Firmalar açısından meydana gelen bu olumsuz değişikliklere karşı kendilerini koruma amacıyla risk yönetimine olan ihtiyaç ortaya çıkmış ve firmaları, yeni finansal önlemler aramaya yönlendirmiştir. Risk yönetiminde kullanılan finansal ürünlerden biri de vadeli işlem sözleşmeleridir. Döviz kurlarındaki yüksek dalgalanma sebebiyle döviz kuru riskini kısmen veya tamamen bertaraf etmek için firmalar, döviz kuru üzerine vadeli işlem sözleşmesini kullanabilmektedir.

Makalede tekstil sektöründe faaliyet gösteren X firmasının, döviz kuru riskinden korunmak için döviz kuru vadeli işlem sözleşmesini kullanarak döviz kuru zararını nasıl ortadan kaldırdığı gösterildi. X firması, döviz kuru riskinden dolayı oluşabilecek 4.550 YTL'lik zararı ortadan kaldırdı ve 4.585,75 YTL kar elde etti. X firmasında ihracat vadesi 2 ay olduğu için bugünden başarılı nakit akım yönetimi ve yatırım ve finansman planlamasını gerçekleştirebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Risk Yönetimi, Döviz Vadeli İşlem Sözleşmesi, Teminat Sistemi, Vadeli Piyasalar, Döviz Kuru Riski.

I. GİRİŞ

1973 yılında Bretton-Woods sisteminin çökmesi ile birçok işletme, özellikle yoğun olarak ihracat ve ithalat yapan işletmeler ve çokuluslu şirketler için döviz kur riski ortaya çıkmıştır. 1980'li yılların başında finansal piyasaların globalleşme süreci ve iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler de risklerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Firmalar açısından uluslararası finans piyasalarında meydana gelen bu olumsuz değişikliklere karşı kendilerini koruma amacıyla risk yönetimine olan ihtiyaç ortaya çıkmış ve firmaları, yeni finansal önlemler aramaya yönlendirmiştir.

Finansal önlemlerden biri de vadeli işlem sözleşmeleridir. Firmalar, döviz kuru risk yönetimini, vadeli işlem sözleşmelerini kullanarak gerçekleştirebilmektedir. Firma, uzun veya kısa pozisyon olarak riskten korunma tekniklerini uygulayabilmektedir. Makalede,

döviz kuru riskinden korunma (Hedging) işlemi, tekstil sektöründe faaliyet gösteren ve yerli para biriminin değer kazanacağını tahmin eden ve bu riske karşı önlem almak isteyen X firması üzerinde uygulanmış ve hesaplanmıştır.

Makalede temel kavramlar ve dövizde dayalı vadeli işlem sözleşmesi hakkında genel bilgiler verildikten sonra hedging teknikleri açıklandı ve 4. bölümde ise döviz kur risk yönetiminde, dövizde dayalı vadeli işlem sözleşmesinin uygulanabilirliği bir X firması üzerinde araştırılmıştır.

II. TEMEL KAVRAMLAR

II.1. Risk ve Risk Yönetimi

Risk, gerçekleşen sonuçların planlanan veya tahmin edilenden olumsuz yönde sapma göstermesi ve ilgili kurumun bu sebepten dolayı zarar etmesidir [1].

Risk yönetimi, kurumların temel yönetim şekillerinden biri ve amacı, riskleri azaltmak veya ortadan kaldırmaktır [2].

Risk, sistematik ve sistematik olmayan riskler olarak ikiye ayrılmaktadır. Sistematik olmayan risk, toplam riskin işletmeye yada işletmenin içinde yer aldığı sektöre özgü kısmıdır. Sistematik olmayan risklere örnek ise finansal riskler, yönetim riski, iş riski, grevler, rakiplerin piyasaya sundukları yeni ürünler, doğal afetler sonucu oluşan büyük hasarlar gösterilmektedir. Sistematik olmayan risklerin temel özellikleri, tahminindeki zorluklar ve çeşitlendirme yoluyla riskin ortadan kaldırılabilesidir. Ekonomik, politik ve sosyal yaşamın yapısı ve değişkenliğinden kaynaklanan sistematik risk, tüm piyasaları etkilemektedir. Sistematik risk, şirket yöneticileri tarafından kontrol altına alınamamakta ve işletme için veri olarak kabul edilmektedir. Piyasaya bağlı bu risk, BETA (β)-Faktörü ile tespit edilebilmektedir. Sistematik risklere örnek ise politik risk, satın alma gücü riski, faiz riski, vergi reformları, döviz kur riski ve bereketsiz mahsul dönemi gösterilebilmektedir.

Piyasa riski, finansal fiyatlar ve oranlardaki hareket ve değişikliklerden kaynaklanan riskleri içermektedir. Piyasa riski alt başlıklar olarak hisse senedi riski, fiyat artış riski, faiz oranı riski ve döviz kuru riskinden oluşmaktadır [3]. Hukuki risk, bir sözleşmenin yasal olarak uygulanamamasından kaynaklanan zarar riskidir. Bu risk, belgelerle ispatın mümkün olmadığı ve karşı tarafın yetkisinin yetersiz olduğu veya mevzuatın yeterince açık ve yönlendirici olmadığı durumları da kapsamaktadır [4]. Politik riskler ise hükümet sorunları, savaş durumu, kamulaştırma eğiliminin yüksek olması, konvertibilitenin olmaması, vergi oranlarındaki artışlar, yerel hammadde ve malzeme kullanma zorunluluklarıdır. Kredi riski, Finansal işlemlerde bulunan kişi veya kuruluşlardan birinin, karşı tarafa olan yükümlülüklerini yerine getirememesinden kaynaklanan risktir. Likidite riski, ihtiyaç duyulan miktarda fonun, ihtiyaç duyulduğu anda uygun bir maliyetle bulunamaması, elde tutulan finansal varlığın istenilen zamanda ve fiyatta elden çıkarılamaması veya transfer edilememesi sonucunda zarara uğrama olasılığıdır [3].

II.2. Risk Yönetiminin Aşamaları

Risk yönetiminin aşamaları, risklerin belirlenmesi ve tanımlanması ile başlamaktadır. Riskleri belirleme ve tanımlama süreçleri, aralıksız yapılmakta ve eski ve yeni oluşan riskler, risk yönetiminde birlikte dikkate alınmaktadır. Riskler belirlendikten sonra 2. aşamada riskler ölçülmektedir. Risk ölçümü, kantitatif ve kalitatif yöntemlerle hesaplanabilmektedir. 3. aşamada risk analizi ve risklerin değerlendirilmesi yapılmaktadır. 4. aşamada ise risk kontrolü yapılmaktadır. Risk yönetimi, koordine ve kontrol edilmektedir. Son aşamada ise riskler

yönlendirilmektedir. Riskler ve risklerin getirdiği fırsatlar da dengelenmektedir [5].

II.3. Vadeli İşlem Piyasası

II.3.1. Tanım ve Tarihsel Gelişimi

Vadeli işlemler, belirli tutardaki standart bir malın, menkul kıymetin, finansal göstergenin yada yabancı paranın işlem anında belirlenmiş fiyattan, belirli bir yerde ve belirli bir tarihte satın alınmasını veya satılmasını içeren alım-satım sözleşmeleridir [4]. Vadeli işlemlerin alım-satımı, vadeli borsalarda gerçekleştirilmektedir.

Vadeli işlem sözleşmeleri, merkezi borsalarda işlem görürler ve bu nedenle standarttır (miktar, vade, teslim zamanı ve yeri açısından). Hamiline yazılı ve standart olmaları ikincil piyasalarda alınıp-satılmalarını kolaylaştırdığı için likittir. Fiyatlar borsa içinde ihale yöntemiyle belirlenir. Vade sonunda standartlaşmış şartlar çerçevesinde taraflar "nakit uzlaşma" veya "fiziki teslimat" yoluyla yükümlülüklerini yerine getirirler. Vadeli işlem sözleşmesinde taraflar birbirine karşı değil, piyasanın takas işlemlerini gerçekleştiren takas odasına karşı sorumludurlar. Bu nedenle, tarafların karşı tarafın kredi riskiyle uğraşmaları gerekmemektedir [6].

İlk vadeli işlemler, Japonya'da Dojima Piringç Pazarı ve Hollanda'da Antwerp Tahıl Pazarı'nda yapılmıştır. Vadeli piyasanın temelini forward piyasası oluşturmaktadır. Ancak yeni kıtaların keşfedilmesi ve Endüstri Devrimi, ekonominin hızla canlanmasına ve bu gelişmeye bağlı olarak yüksek fiyat dalgalanmalarının oluşmasına yol açmıştır. Alıcı ve satıcılar, kendi isteklerine göre forward sözleşmelerini oluşturmuşlar ve karşılıklı yükümlülükler altına girmişlerdir. Ancak ulaşımın güç olması sebebiyle forward sözleşmeleri, yaygınlaşmamış ve 19. yy.'ın ortalarında vadeli işlem piyasaları, organize bir borsa olarak tarım ürünlerinde ortaya çıkmış ve gelişmiştir. 1848 yılında 82 işadamı biraraya gelerek buğday fiyatlarının dalgalanmalarına karşı korunmak için "Şikago Ticaret Odası'nı, Chicago Board of Trade (Chicago Board of Trade - CBOT)" kurmuşlardır. Üreticiler, çiftçiler ve tüccarlar, belirlenen bir mekanda standart sözleşmelerini alıp satmaya başlamışlardır.

1972 yılında Bretton Woods sisteminin terk edilmesi ile birlikte döviz kurları ve faiz oranlarındaki değişim, piyasa katılımcıları açısından risk oluşturmaya başladı. Bu gelişme üzerine yıllardır tarımsal ürünlerde uygulanan vadeli işlemler, finansal araçlara da uygulanmaya başlandı [7].

II.3.2. Vadeli İşlem Sözleşmesinin Kullanım Amaçları ve Tarafları

Vadeli işlem sözleşmesinin kullanım amaçları, 3'e ayrılmaktadır:

1. *Riskten Korunma (Hedging)*: Kişi veya kurumlar, tarımsal ürün, sermaye piyasası aracı, döviz, faiz ve kıymetli maden ile ilgili işlemlerinde pozisyon tutmakta veya gelecekte teslimatını beklemekte, ancak ilgili ürünün fiyatında gelecekte oluşabilecek olumsuz fiyat gelişimine karşı kendini korumaktadır. Kişi ve kurumlar, risklerini 3. kişilerel devretmektedir[4].

2. *Spekülasyon*: Piyasalarda fiyatların yönünü tahmin ederek pozisyon alan yatırımcıların gerçekleştirdikleri faaliyetlerdir. Vadeli piyasaların önemli unsurlarından biri de spekülasyonlardır. Spekülasyonların risk alma konusundaki istekleri, diğer piyasa katılımcılarına taşıdıkları riski, spekülasyonlara devrederek riskten korunma imkanı sağlamaktadır [4].

3. *Arbitraj*: Arbitrajcının amacı, piyasalar arasındaki fiyat dengesizliğinden yararlanarak risksiz kar elde etmektir [8]. Örneğin bir hisse senedi, farklı iki menkul kıymet borsasında işlem görüyorsa arbitrajcı, ucuz olan yerden alarak ve pahalı olan yerde satarak risksiz kar elde etmektedir.

II.3.3. Vadeli İşlem Piyasası Türleri

Vadeli işlemler, temelde iki ürün grubu üzerine gerçekleştirilmektedir:

1) *Mala Dayalı Vadeli İşlemler*:

a) Tarımsal Ürünler: Pamuk, buğday, mısır, pirinç, soya fasulyesi, kakao, şeker, kahve çekirdeği, vb.

b) Hayvan ve Hayvansal Ürünler: Dana, kuzu, inek, tavuk, süt, tereyağı, vb.

c) Değerli Madenler: Altın, gümüş, bakır, alüminyum, demir-çelik, platin, vb.

d) Enerji: Ham Petrol, doğalgaz, mazot, elektrik, gaz yağı, vb.

2) *Finansal Ürünler*:

a) Yabancı Para Birimleri: Euro, US-Dolar, Sterlin, Yen, vb.

b) Kısa ve Uzun Vadeli Faize Dayalı Ürünler: Devlet tahvilleri, kısa vadeli para piyasası ürünler

c) Hisse senedi ve Endekse Dayalı Ürünler

Firmalar, faaliyet gösterdikleri alana göre ilgili ürünlerle risk yönetimi gerçekleştirebilmektedir.

II.3.4. Standart Sözleşme ve Kotasyonu

Vadeli işlemlerin standart borsalarda, etkin ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesi, piyasalara kolay giriş ve piyasa şeffaflığını da beraberinde getirmektedir. Vadeli borsalar, bu amaçla alınıp satılan sözleşmeleri standart hale getirmişlerdir. Her bir vadeli işlem ürünü için borsa fiyatı dışında tüm standart özellikler, sözleşmede belirtilmiştir [9]. Tablo.1'de CBOT'de mısır üzerine işlem gören standart bir sözleşme gösterilmiştir.

Tablo.1: CBOT'da Mısır Üzerine İşlem Gören Standart Sözleşme

1. Baz Değeri: 5.000 bushel
2. Fiyat Kotasyonu: cent/bushel
3. Minimum Fiyat Değişimi: ¼ cent/bushel (12,50 US-\$ sözleşme başına)
4. Teslim Tarihleri: Mart, Mayıs, Temmuz, Eylül ve Aralık
5. Son İşlem Günü: İlgili sözleşme ayının 15'i
6. Teslim Günü: Teslimat ayının son işlem gününden itibaren 2. gün
7. İşlem Saatleri: Pazartesi-Cuma günleri arasında 9.30-13.15 (Yerel Saat); elektronik ortamda ise Pazar-Cuma günleri arasında 06.30-18.00
8. Günlük Fiyat Sınırlamaları: Bushel başına ±0,20 US-\$
9. Teminat: Sözleşme başına başlangıç teminat 400 US-\$ ve sürdürme teminatı 540 US-\$

Kaynak: CBOT (Chicago Board of Trade)[10]

Mısıra dayalı vadeli sözleşmenin fiyat kotasyonu, Tablo.2'de gösterilmiştir.

İlgili sözleşmenin Temmuz 2006 vadeli sözleşmenin fiyat kotasyonu, 255'0 ile açılmış, gün içerisinde en yüksek 257'4 ve en düşük 253'6 olmuştur. Uzlaşma fiyatı 254'0 ve gün içerisinde alabileceği en yüksek ve en düşük sınırlamalar 274'0 ve 234'0 olmuştur.

II.3.5. Teminat Sistemi ve Takas Merkezi (Clearing House)

Vadeli işlemler piyasasının temelini, teminat sisteminin etkin işleyişini oluşturmaktadır. Vadeli işlem piyasasında işlem yapmak üzere yatırılan teminat, basit bir depozito olmasının ötesinde, yatırımcı olarak piyasada karşı karşıya kalınabilecek zararların veya elde edilebilecek karların yansıtılacağı ve günlük uzlaşmanın gerçekleşeceği, böylece tüm yatırımcıların karşı tarafın kredi riskini, merkezi bir Takas Kurumu'na devredebileceği bir işlemdir [11].

Tablo.2. Mısra Dayalı Vadeli Sözleşmesinin Fiyat Kotasyonu

Tarih	Last 1 Last 2	Net Değ.	Açılış	En Yük.	En Düş.	Kapan.	Uzlaşma	Yüksek/ Düşük Sınır
06Tem	254'0 13:20 254'2 13:20	+0'6	255'0 254'4 9:30	257'4 11:44	253'6 13:03	253'6 254'2 13:20	254'0	274'0 234'0
06Eyl	265'0 13:21 264'6 13:21	+0'6	266'4 266'2 9:32	268'4 11:42	264'6 13:14	265'2 264'6 13:21	265'0	285'0 245'0
06Ara	279'0 13:21 278'6 13:21	+1'0	279'4 279'0 9:33	282'4 11:56	278'6 13:03	279'4 278'6 13:21	279'0	299'0 259'0
07Mart	289'4 13:21 290'0 13:21	+1'2	290'0 290'4 9:31	292'4 10:18	289'0 13:04	289'0 290'0 13:21	289'4	309'4 269'4
07May	297'2 13:21 297'4 13:21	+2'2	297'0 297'4 9:35	299'4 12:03	296'4 12:58	297'0 297'4 13:21	297'2	317'2 277'2
07Tem	303'2 13:21 303'4 13:21	+2'4	303'0 303'2 9:37	306'2 11:55	302'6 13:06	303'0 303'4 13:21	303'2	323'2 283'2
07Eyl	307'0 13:21	+3'0	305'0 305'4 9:41	308'4 11:49	305'0 9:41	307'0 13:21	307'0	327'0 287'0
07Ara	311'4 13:21 312'0 13:21	+3'0	309'4 310'0 9:33	314'4 11:58	309'4 9:31	311'0 312'0 13:21	311'4	331'4 291'4

KAYNAK: CBOT [10]

Teminat sistemi, "Başlangıç Teminatı", "Sürdürme Teminatı" ve "Teminat Tamamlama Çağrısı" olarak üçe ayrılmaktadır. Vadeli işlem sözleşmesini alan/satan yatırımcının, muhtemel zarar ve karlarına göre bir "Başlangıç Teminatı (margin)" yatırması gerekmektedir. Vadeli işlem borsalarında başlangıç teminatları farklılık göstermektedir. İlk alım-satım işleminin yapılmasının ardından, eğer sözleşme fiyatlarındaki değişimden dolayı yatırımcının günlük bir kaybı doğmuş ise, bu kayıp miktarı müşterinin teminat hesabından düşülmektedir. Sistemde ortaya çıkabilecek "yükümlülükleri karşılayamama" sorunlarını önleyebilmek için bu hesabın belirli bir miktarın altına düşmemesi gerekmektedir. Bu teminat tutarına "Sürdürme Teminatı" adı verilmektedir. Yatırımcının cari hesabı, sürdürme teminatı tutarının altına düşerse, eksik kısmın tamamlanması istenmektedir. Buna karşılık, sözleşme fiyatlarındaki değişiklik nedeniyle bir kârın söz konusu olduğu hallerde bu kar, müşterinin cari hesabına eklenmektedir. Takas Merkezinin, eksik kısmı tamamlama çağrısına da "Teminat Tamamlama Çağrısı" denilmekte ve yatırımcı, bu eksiği tamamlamadan işlemlerini sürdürememektedir [6]. Dolayısıyla taraflar, birbirine değil, Takas Merkezi'ne karşı sorumludur.

III. DÖVİZE DAYALI VADELİ İŞLEM SÖZLEŞMESİ

III.1. Tanım ve Tarihsel Gelişme

Döviz vadeli işlem sözleşmesinde alıcı, Borsa tarafından önceden belirlenmiş bulunan standart sözleşme şartlarına uygun olarak, sözleşmede belirtilen miktarda bir döviz, sözleşme vadesinde alma yükümlülüğü altına girmektedir. Buna karşın vadeli işlem sözleşmesini satan kişi, bir döviz sözleşmesini, vadesinde satma yükümlülüğü altına girmektedir [11]. Döviz dayalı vadeli işlem sözleşmesi, veri bir paramın, diğer bir para karşısında gelecekteki döviz kurunu sabitleştirmektedir.

1971 yılında Bretton Woods sisteminin çöküşünden sonra birçok ülkede döviz kurları, dalgalanmaya başlamıştır. Bu olay sonucunda risken korunma tekniklerinin geliştirilme hedefleri artmıştır. Ancak bu hedefi gerçekleştirebilmek için finansal ürün piyasalarda bulunmamaktaydı. 1972 yılında CME bünyesinde International Monetary Market (IMM) döviz dayalı vadeli işlemler, alınıp satılmaya başlandı [12]. 1997 ve 1998 Asya krizleri ve Türkiye'de yaşanan krizler, özellikle döviz dayalı vadeli işlemlerin önemini arttırmaktadır. Bugün İngiliz Pound'u, Kanada Doları, Euro, Japon Yeni, İsviçre Frangı, Meksika Pezосу ve birçok yabancı para birimi üzerinden döviz dayalı vadeli sözleşmeler işlem görmektedir.

Günümüzde önde gelen döviz dayalı vadeli işlemler, CME'de, Financial Instrument Exchange (FINEX)'de ve CBOT'de alınıp satılmaktadır [13].

III.2. Döviz Dayalı Vadeli İşlem Sözleşmesi ve Kotasyonu

Döviz dayalı vadeli işlem sözleşmesi, farklı borsalarda, farklı standart sözleşmeler olarak işlem görmektedir. Tablo.3'de Chicago Merchantile Exchange'de (CME) işlem gören Euro vadeli işlem sözleşmesinin özellikleri gösterilmiştir.

Tablo.3. CME'de İşlem Gören Euro Vadeli İşlem Sözleşmesi

Sözleşme Büyüklüğü:	125.000 €
Teslim Vadeleri:	Ocak, Mart, Nisan, Haziran, Temmuz, Eylül, Ekim, Aralık
Kotasyon:	US-\$/Euro
Minimum Fiyat Değişimi Değeri:	0,01 cent/Euro; 12,50 \$
Son İşlem Günü:	Teslimat vadesinin 3. çarşambasından önceki 2. işgünü
Vade Bitiş Tarihi:	Teslimat vadesinin 3. çarşambası
Pozisyon Limiti:	10.000
Seans Saatleri:	7.20-14.00 yerel saat; GLOBEX le 14.30-7.05

Kaynak: CME (Chicago Merchantile Exchange)[12]

Tablo.4'de CME'de işlem gören İngiliz Pound'una dayalı vadeli işlem sözleşmesinin fiyat kotasyonu gösterilmiştir.

Tablo.4. CME'de İşlem Gören İngiliz Pound'na Dayalı Vadeli İşlem Sözleşmesinin Fiyat Kotasyonu (26/05/2006)

Vade	Açılış Kapanış	En Yüksek Uzlaşım	EnDüşük Değişim
Haz06	1,8774 1,8555	1,8778 1,8561	1,8536 -0,0179
Eyl06	1,8718 1,8600	1,8797 1,8590	1,8567 -0,0179
Aral06		1,8804 1,8620	1,8615 -0,0179
Mar07		1,8650	1,8642 -0,0179
Haz07		1,8680	1,8675 -0,0179
Eyl07		1,8710	-0,0179
Toplam:	Hacim: 53.889		Açık Pozisyon: 112.117

Haziran 2006 sözleşmesinin açılışı, 1,8774 (1\$=1,8774 £)'den, gün içerisinde en düşük 1,8536; en yüksek 1,8778 değerini almıştır. Uzlaşım 1,8561 iken günlük değişim 0,0179'dur. İşlem hacmi, o gün için toplam 53.889 ve açık pozisyon sayısı toplam 112.117'dir.

IV. VADELİ İŞLEM SÖZLEŞMESİ İLE RİSKTEN KORUNMA (HEDGING)

IV.1. Tanım

Riskten korunma (Hedging) işlemi, firmanın karşı karşıya olduğu risklere karşı önlem olarak oluşabilecek zararları azaltmak veya ortadan kaldırmaktır. Firma, riski tamamen elime ederse buna "*Perfect Hedge*" ve kısmi korunmaya da "*Partial Hedge*" denilmektedir [14]. Riskten korunmada temel motif, bugünden makul bir fiyat seviyesini sabitleyerek gelecekte oluşabilecek riskleri azaltabilmek veya ortadan kaldırabilmektir.

Hedge işleminde temel iki piyasa paralel olarak dikkate alınmaktadır: Spot ve vadeli piyasalar. Yatırımcı, spot ve vadeli piyasada ters pozisyon olarak işlemi gerçekleştirmektedir. Firma, gelecekte oluşabilecek olumsuz fiyat değişimlerinden kaynaklanan risklere karşı iki şekilde pozisyon olarak riskten kısmen veya tamamen korunabilmektedir:

1) Uzun Pozisyon Alarak Riskten Korunma (Long Hedge)

2) Kısa Pozisyon Alarak Riskten Korunma (Short Hedge)

Long ve short hedge işlemleri yanında firmalar, ihtiyaçlarına göre "Çapraz Riskten Korunma (Cross Hedge)" işlemi yapabilmektedir.

IV.2. Uzun (Long) Hedge ve Kısa (Short) Hedge

Vadeli piyasada kısa pozisyon olarak riskten korunma (short hedge), piyasanın yakın gelecekte yaşayabileceği bir düşüşe karşı korunma amacıyla yapılmaktadır [11]. Döviz piyasasında yerli para biriminin değer kazanacağı beklentisi varsa ve bu durum, firma için risk oluşturacaksa, short hedge işlemi gerçekleştirecektir. Bu durumda ihracat yapan firmalar, short hedge yoluyla döviz kuru risklerini kısmen veya tamamen ortadan kaldırmaktadır. Firma, vadeli piyasada kısa pozisyon alırken spot piyasada da uzun pozisyon almaktadır. Sözleşmenin vadesi sona erdiği zaman her iki piyasada da ters pozisyon olarak net kar/zararlarını hesaplamaktadırlar. Tablo.5'de spot ve vadeli piyasada short hedge işlemi gösterilmiştir.

Tablo.5. Spot ve Vadeli Piyasasında Short Hedge İşlemi

TARİH	SPOT PİYASASI	VADELİ PİYASA
Hedge işleminin başladığı tarih	İlgili varlık satın alınmakta → Uzun Pozisyon	İlgili varlık satılmakta → Kısa Pozisyon
Hedge işleminin sona erdiği tarih	İlgili varlık satılmakta → Kısa Pozisyon	İlgili varlık satın alınmakta → Uzun Pozisyon
Net Kar Zarar	Kar/Zarar	Kar/Zarar

Vadeli piyasada uzun pozisyon olarak riskten korunma (Long hedge), gelecekte oluşacak nakit akımının bugünkü değerini, piyasanın muhtemel yükselişinden koruma amacıyla yapılmaktadır [11]. Döviz piyasasında yabancı paranın değer kazanması, özellikle ithalatçı firmalar için döviz kuru riski oluşturmaktadır. İthalatçı firma, long hedge işlemi gerçekleştirerek döviz kuru riskinden doğacak zararları kısmen veya tamamen ortadan kaldırmaktadır. Firma, vadeli piyasada uzun pozisyon alırken spot piyasasında kısa pozisyon almakta ve sözleşmenin vade bitiminde her iki piyasada ters pozisyon olarak açık pozisyonlarını kapatmakta ve net kar/zarar hesabını yapmaktadır. Tablo.6'da spot ve vadeli piyasada long hedge işlemi gösterilmiştir.

IV.3. Çapraz Hedge

Uygulamada her ürün için vadeli piyasalarda, riskten korunmak için uygun vadeli işlem sözleşmesi bulunmayabilir. Bunun sebebi ise vadeli piyasalarının sınırlı olmasıdır. Örneğin dizel yağı üzerine vadeli piyasası bulunmamaktadır. Bu sebepten dolayı riskten korunma olacak varlığın fiyat değişimi, vadeli piyasada

alınıp satılan ve tarafların isteklerine uygun benzer bir varlığın fiyat değişimi ile paralellik gösteriyorsa (yüksek pozitif korelasyon) vadeli piyasada bu varlığın sözleşmesi alınıp satılmaktadır [1]. Burada iki varlık arasındaki korelasyon katsayısının yüksek ve pozitif olması gerekmektedir. Örneğin kerosin, vadeli piyasada işlem görmediği için mazot vadeli işlem sözleşmesi ile riskten korunma işlemi gerçekleştirilmektedir.

Tablo.6. Spot ve Vadeli Piyasasında Long Hedge İşlemi

TARİH	SPOT PİYASASI	VADELİ PİYASA
Hedge işleminin başladığı tarih	İlgili varlık satılmakta → Kısa Pozisyon	İlgili varlık satın alınmakta → Uzun Pozisyon
Hedge işleminin sona erdiği tarih	İlgili varlık satın alınmakta → Uzun Pozisyon	İlgili varlık satılmakta → Kısa Pozisyon
Net Kar Zarar	Kar/Zarar	Kar/Zarar

Önemli olan husus, kerosin ürününün spot piyasasındaki fiyat gelişiminin, mazot vadeli piyasasındaki fiyat gelişimine paralel olmasıdır. Aksi takdirde çapraz hedge işlemi başarılı olmamaktadır.

V. UYGULAMA: X FİRMASININ VADELİ İŞLEM SÖZLEŞMESİ İLE RİSKTEN KORUNMASI (HEDGING)

V.1. Firma ve Döviz Vadeli İşlem Sözleşmesi Bilgileri

X firması, tekstil sektöründe anonim şirket olarak faaliyet göstermektedir. Kendi tesislerinde t-shirt, kazak, pantolon, mont, kaban ve iç çamaşırı üretmekte ve üretiminin % 70'ni başta İtalya ve Almanya olmak üzere çeşitli ülkelere ihraç etmektedir. Firma, ağırlıklı olarak Avro (€) üzerinden ihracat yapmaktadır. Firma, 08.06.2005 tarihinde 60 gün vadeli 100.000 €'luk ihracat yapacaktır. Alacağın vadesi 08.08.2005 tarihinde sona erecektir. Ancak döviz kuru analizine göre gelecekte döviz kurları düşecek ve firma da zarar edecektir. Firma, VOB'da (Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası) kısa hedge yoluyla ilgili döviz kuru zararını en aza indirmeyi veya ortadan kaldıracılabilmeyi amaçlamaktadır. Firma ihracat yaptığı için vadeli borsada "Kısa (Short) Hedge" pozisyonunu almaktadır.

Firma, VOB'dan "Döviz Vadeli İşlem Sözleşmesi-Ağustos 2005 (311F_FXEUR0805)"den 100 adet satmıştır. EK.1'de VOB'da işlem gören dövize dayalı vadeli işlem sözleşmesi gösterilmiştir. 1 sözleşmenin değeri 1.000 € olduğu için firma, VOB'da 100 adet Ağustos ayı sözleşmesini, o günkü (08.06.2005) vadeli

kur olan 1€= 1,7380 YTL'den satmıştır. Spot döviz kuru piyasasında ise kur 1€= 1,6642 YTL'dir. EK.2'de 08.06.2005-08.08.2005 arasında Ağustos Ayı Döviz Vadeli İşlem Sözleşmesi'nin kotasyonu gösterilmiştir.

V.2. Firmanın Günlük Teminat ve Mutabakat Hesaplamaları

Firma, 08.06.2005 tarihinde uzlaşma fiyatı olan 1,7380'den 100 adet Euro-Ağustos 2005 Vadeli İşlem Sözleşmesini satmıştır. Sözleşmenin piyasa değeri ise 173,80 YTL ve başlangıç teminatı, sözleşme başına 200 YTL. Firma, başlangıç teminatı olan 20.000 YTL (100 adet sözleşme×200 YTL) Takas Bankası'na yatırmıştır. Sözleşmenin 08.06.2006 tarihindeki piyasa değeri 173.800 YTL (1,7380×100.000€)'dir. 09.06.2005 tarihinde uzlaşma fiyatı 1,7130 YTL olmuştur. 09.06.2006 tarihinde firma, kısa pozisyon aldığı için elde ettiği günlük kar:

$$08.06.2005 : 1,7380 \text{ YTL} \times 100.000 \text{ €} = 173.800 \text{ YTL}$$

$$09.06.2005 : 1,7130 \text{ YTL} \times 100.000 \text{ €} = 171.300 \text{ YTL}$$

$$173.800 - 171.300 = 2.500 \text{ YTL Günlük Kar}$$

Firmanın 09.06.2005 tarihindeki teminat hesabı, toplam 22.500 YTL (20.000+2.500) YTL'dir. İlgili hesaplar, 08.08.2005 tarihine kadar her gün Takas Merkezi tarafından yapılmaktadır. Firma, dönem içerisinde teminat hesabında bulunan artı bakiyelerini çekmemiştir. Firma, 08.08.2005 tarihinde 100 adet sözleşmeyi, 1,6425 YTL vadeli kur ile uzun pozisyon ile satın alarak açık pozisyonunu kapatmıştır. Firmanın 08.06.-08.08.2005 tarihleri arasındaki günlük teminat ve mutabakat hesaplamaları, EK.3'da gösterilmiştir.

V.3. Firmanın Vadeli İşlemlerde Gerçekleştirdiği Toplam Kar-Zarar

Firma, teminat hesabı olarak 20.000 YTL yatırmış ve teminat hesabında en az 15.000 YTL bulundurmak zorunda. Bu sebepten dolayı 15.000 YTL'nin fırsat maliyeti (Yıllık faiz oranı: %16,57 (TCMB); vade ise 60 gün)

$$15.000 \times 0,1657 \times \frac{60}{360} = 414,25 \text{ YTL}$$

08.06.2005 tarihinde spot döviz kuru 1,6625 YTL ve vade sonunda, yani 08.08.2005 tarihinde 1,6187 YTL'dir. Firma, dövize dayalı vadeli borsada işlem yapmamış olsaydı 4.550 YTL zarar edecekti. 06.08.2005 tarihinde vadeli kur 1,7380 YTL ve 08.08.2005'de ise vadeli kur 1,6425 YTL'dir. Firma, döviz vadeli işlem sözleşmesini, önce satın sonra satın alarak toplam 9.550

YTL kar elde etmiştir. İlgili işlem, Tablo.7’de gösterilmiştir.

Tablo.7. X Firmasının Kar/Zarar Hesabı

TARİH	SPOT PİYASASI	VADELİ PİYASA
08.06.2005	1 €= 1,6642 YTL (TCMB) → Uzun Pozisyon	1 €= 1,7380 YTL → Kısa Pozisyon
08.08.2005	1 €= 1,6187 YTL → Kısa Pozisyon	1 €= 1,6425 YTL → Uzun Pozisyon
Kar-Zarar	-0,0455 YTL*100.000 € = -4.550 YTL	0,0955 YTL*100.000 € = 9.550 YTL

Ancak 414,25 YTL fırsat maliyeti dikkate alınırsa firmanın elde ettiği toplam kar:

$$9.550 - (4.550 + 414,25) = 4.585,75 \text{ YTL}$$

Firma, vadeli borsada işlem yaparak hem 4.550 YTL’lik zarardan kurtulmuş, hem de 4.585,75 YTL kar elde etmiştir.

VI. SONUÇ

Firmaların karşılaştıkları döviz kuru riskleri, önlem alınmadığı zaman büyük zararlara yol açmaktadır. Bunun yanında bütçe ve planlama da büyük sapmalar meydana gelmektedir. Firmalar, kendilerini döviz kuru riskine karşı koruyabilmek için çeşitli ürünler kullanmaktadır. Makalede tekstil sektöründe faaliyet gösteren ve yoğun ihracat yapan X firması temel alınmış ve uygulanabilirliği araştırılmıştır.

Firma, ilgili tarihler arasında döviz kuru risk yönetiminde dövizde dayalı vadeli işlem sözleşmesini kullanmamış olsaydı ihracattan dolayı 4.550 YTL zarar edecek ve ihracatta 2 ay olan vade sebebiyle sağlıklı bütçe ve planlama yapamayacaktı. Ancak dövize dayalı vadeli işlem piyasasında, kısa pozisyon alarak hem 4.550 YTL’lik zararı bertaraf, hem de 4.585,75 YTL kar elde etti.

Döviz kurlarında yaşanan yüksek dalgalanmalar sebebiyle bu risklere hazırlıksız yakalanmamak ve yüksek zararlara uğramamak için firmalar, kendilerine uygun olan finansal ürünü seçerek oluşabilecek yüksek zararları kısmen veya tamamen ortadan kaldırmakta ve yoğun dış ticaret faaliyetinde bulunan işletmeler ve çokuluslu şirketler, başarılı nakit akım yönetimi ve yatırım ve finansman planlamasını gerçekleştirebilmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Deutsch, P. (2001). *Derivate und Interne Modelle*. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer Poeschel Verlag.
- [2] Lexikon von “R&TTE” bis “RUP”-QM Lexikon. (www.quality.de/lexikon/risikomanagement.htm). [12.05.2006].
- [3] Bolak, M. (2004). *Risk ve Yönetimi*. İstanbul: Birsen Yayınevi.
- [4] İMKB Vadeli İşlemler Piyasası Müdürlüğü. (2002). *Finansal Vadeli İşlem Piyasalarına Giriş*. İstanbul: İMKB Yayınları.
- [5] Fuchs, S. *Risikomanagement als Instrument der modernen Unternehmensführung*. (http://www.economics.phil.uni-erlangen.de/bwl/lehrbuch/hst_kap5/risikomgt/risikomgt.htm). [17.03.2006].
- [6] Onursal, F. (2003). Küçük Bir Maliyet Karşılığında Risklerden Arınmak. *Dış Ticaret Dergisi (elektronik dergi)*, Özel Sayı, Ekim, (www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ozelsayiekim/onursal.htm). [05.04.2006].
- [7] (2006). *Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası Türev Araçları Lisanslama*. İzmir: Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası.
- [8] Perridon, L. & Steiner, M. (2004). *Finanzwirtschaft der Unternehmung*. 13. Auflage. München: Verlag Franz Vahlen.
- [9] (www.deifin.de/fuwi002a.htm). [05.04.2006].
- [10] Chicago Board of Trade (CBOT). Mısra Dayalı Vadeli Sözleşmesinin Fiyat Kotasyonu. (www.cbot.com). [06.04.2006].
- [11] Yılmaz, M.K. (2002). *Döviz Vadeli İşlem Sözleşmeleri*. İstanbul: DER Yayınları.
- [12] Chicago Merchantile Exchange (CME). (www.cme.com). [06.04.2006].
- [13] Schmidt, M. (2002). *Derivative Finanzinstrumente*. 2. Auflage. Stuttgart: Schäffer Poeschel Verlag.
- [14] Breuer, W. & Schweizer, T. (Hrsg.) (2003). *Corporate Finance*. Wiesbaden: Gabler Verlag.

E. Şule AYDENİZ (sgoksenli@yeditepe.edu.tr) has a Ph.D. in Finance at Marmara University. She is an assistant Professor at the University of Yeditepe, Faculty of Economics and Administrative Sciences. Her research areas include corporate finance, corporate risk management-risk controlling and international financial management.

EK.1. VOB-YTL Euro Vadeli İşlem Sözleşmesi Sözleşme Özellikleri

Dayanak Varlık	Yeni Türk Lirası/Euro kuru
Sözleşme Büyüklüğü	1.000 Euro
Kotasyon Şekli	1 Euro'nun Yeni Türk Lirası cinsinden değeri virgülden sonra dört basamak halinde kote edilir (örn. 1,8865 YTL veya 1,8870 YTL).
Günlük Fiyat Hareket Sınırı	Baz fiyatın % ± 10 'udur.
Minimum Fiyat Adımı	0,0005 (Minimum fiyat adımının değeri 0,5 YTL'ye karşılık gelir.)
Vade Ayları	Şubat, Nisan, Haziran, Ağustos, Ekim ve Aralık (Aynı anda içinde bulunulan aya en yakın üç vade ayına ait sözleşmeler işlem görür. Bu üç vade ayından biri Aralık ayı değilse, Aralık vade ayı ayrıca işleme açılır.)
Sözleşmenin Vadesi	Her vade ayının son iş günü
Son İşlem Günü	Her vade ayının son iş günü
Uzlaşma Şekli	Nakdi uzlaşma
Vade Sonu Uzlaşma Fiyatı	TCMB'nin son işlem günü saat 15:30 itibarıyla açıklayacağı gösterge niteliğindeki Euro satış kuru
Gün Sonu Uzlaşma Fiyatı	<p>Günlük uzlaşma fiyatı, ilgili sözleşmede açık pozisyonların yeniden değerlendirilmesinde esas alınan fiyattır. Seans sonunda günlük uzlaşma fiyatı şu şekilde hesaplanır:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seans sona ermeden önceki son 10 dakika içerisinde gerçekleştirilen tüm işlemlerin miktarlarına göre ağırlıklı fiyatlarının ortalaması günlük uzlaşma fiyatı olarak belirlenir. ▪ Eğer son 10 dakika içerisinde 10'dan az işlem yapıldıysa, seans içerisinde geriye dönük olarak bulunan son 10 işlemin ağırlıklı fiyatlarının ortalaması alınır. <p>Seans sonunda yukarıda belirtilen yöntemlere göre günlük uzlaşma fiyatının hesaplanamaması veya bu şekilde hesaplanan uzlaşma fiyatının piyasayı yansıtmadığına Uzlaşma Fiyatı Komitesi tarafından kanaat getirilmesi durumunda, aşağıda belirtilen yöntemler tek başına ya da birlikte kullanılarak günlük uzlaşma fiyatı tespit edilebilir.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Seans içerisinde gerçekleştirilen tüm işlemlerin ağırlıklı fiyatlarının ortalaması, ▪ Bir önceki günün uzlaşma fiyatı, ▪ Seans sonundaki en iyi alış ve satış kotasyonlarının ortalaması, ▪ Sözleşmenin vadesine kadar olan süre için geçerli olan ve Borsa tarafından belirlenen faiz oranı, dayanak varlığın spot fiyatı veya sözleşmenin diğer vade ayları için geçerli olan günlük uzlaşma fiyatı kullanılarak hesaplanacak "teorik" vadeli fiyatlar.

KAYNAK: VOB

EK.2. VOB'da Ağustos 2005 Euro Sözleşmesinin Kotasyonu

Tarih	Sözleşme	Açılış	GünEnDüşük	GünEnYüksek	Kapanış	Açık Pozisyon	İşlem Adedi	İşlem
08/06/2005	311F FXEUR0805	1,7380	1,7380	1,7380	1,7380	371	3	5214
09/06/2005	311F FXEUR0805	1,7130	1,7130	1,7130	1,7130	421	50	85650
10/06/2005	311F FXEUR0805	1,7120	1,7120	1,7120	1,7120	421	2	3424
13/06/2005	311F FXEUR0805	1,7090	1,7090	1,7120	1,7115	472	52	88999
14/06/2005	311F FXEUR0805	1,7100	1,7100	1,7100	1,7100	474	2	3420
15/06/2005	311F FXEUR0805	1,7110	1,7100	1,7110	1,7100	478	157	268474
16/06/2005	311F FXEUR0805	1,7040	1,7010	1,7040	1,7025	452	191	325168,5
17/06/2005	311F FXEUR0805	1,6955	1,6955	1,7050	1,6990	452	59	100243,5
20/06/2005	311F FXEUR0805	1,6980	1,6980	1,6985	1,6985	455	100	169825
21/06/2005	311F FXEUR0805	1,6920	1,6870	1,6970	1,6875	457	223	376327
22/06/2005	311F FXEUR0805	0	0	0	1,6875	457	0	0
23/06/2005	311F FXEUR0805	1,6790	1,6790	1,6790	1,6790	458	1	1679
24/06/2005	311F FXEUR0805	1,6720	1,6720	1,6745	1,6745	460	27	45206,5
27/06/2005	311F FXEUR0805	1,6780	1,6780	1,6820	1,6815	473	17	28586
28/06/2005	311F FXEUR0805	1,6800	1,6710	1,6800	1,6730	489	60	100387
29/06/2005	311F FXEUR0805	1,6640	1,6640	1,6650	1,6640	502	13	21633
30/06/2005	311F FXEUR0805	1,6560	1,6540	1,6560	1,6550	745	305	504756,5
01/07/2005	311F FXEUR0805	1,6520	1,6520	1,6520	1,6520	745	1	1652
04/07/2005	311F FXEUR0805	1,6355	1,6350	1,6355	1,6355	746	3	4906
05/07/2005	311F FXEUR0805	1,6335	1,6300	1,6335	1,6315	747	152	247988,5
06/07/2005	311F FXEUR0805	1,6445	1,6420	1,6445	1,6420	722	170	279145
07/07/2005	311F FXEUR0805	1,6670	1,6615	1,6670	1,6650	558	200	332973
08/07/2005	311F FXEUR0805	1,6430	1,6350	1,6430	1,6385	658	115	188425
11/07/2005	311F FXEUR0805	0	0	0	1,6385	658	0	0
12/07/2005	311F FXEUR0805	1,6510	1,6510	1,6550	1,6535	1167	733	1211857,5
13/07/2005	311F FXEUR0805	1,6515	1,6515	1,6515	1,6515	1091	109	180013,5
14/07/2005	311F FXEUR0805	1,6395	1,6395	1,6415	1,6400	1141	281	460802
15/07/2005	311F FXEUR0805	1,6405	1,6405	1,6415	1,6405	1123	202	331382,5
18/07/2005	311F FXEUR0805	1,6325	1,6325	1,6370	1,6335	1123	64	104543
19/07/2005	311F FXEUR0805	1,6270	1,6250	1,6275	1,6265	1136	470	764345
20/07/2005	311F FXEUR0805	1,6280	1,6280	1,6280	1,6280	1136	100	162800
21/07/2005	311F FXEUR0805	0	0	0	1,6280	1136	0	0
22/07/2005	311F FXEUR0805	0	0	0	1,6280	1136	0	0
25/07/2005	311F FXEUR0805	0	0	0	1,6280	1136	0	0
26/07/2005	311F FXEUR0805	1,6330	1,6330	1,6335	1,6335	1136	40	65330
27/07/2005	311F FXEUR0805	0	0	0	1,6335	1136	0	0
28/07/2005	311F FXEUR0805	0	0	0	1,6335	1136	0	0
29/07/2005	311F FXEUR0805	0	0	0	1,6335	1136	0	0
01/08/2005	311F FXEUR0805	0	0	0	1,6335	1136	0	0
02/08/2005	311F FXEUR0805	1,6300	1,6300	1,6345	1,6325	1579	476	776995
03/08/2005	311F FXEUR0805	1,6315	1,6315	1,6360	1,6335	1729	510	833010
04/08/2005	311F FXEUR0805	1,6325	1,6325	1,6325	1,6325	1679	50	81625
05/08/2005	311F FXEUR0805	1,6395	1,6395	1,6395	1,6395	1679	110	180345
08/08/2005	311F FXEUR0805	1,6400	1,6400	1,6430	1,6425	1629	310	509180

EK.3. 08.06.-08.08.2005 Tarihleri Arasında Firmamızın Günlük Teminat ve Mutabakat Hesaplamaları

Tarih	Uzlaşma	Sözleşmenin Piyasa Değeri	Başlangıç Teminatı	Sürdürme Teminatı	Günlük Kar/Zarar	Birikmiş Kar/Zarar	Teminat Hesabı	Teminat Tamamlama Çağrısı
08.06.2005	1,7380	173.800 (1)	20.000 (2)	15.000 (3)	0	0		0
09.06.2005	1,7130	171.300			2.500	2.500	22.500	0
10.06.2006	1,7120	171.200			100	2.600	22.600	0
13.06.2006	1,7115	171.150			50	2.650	22.650	0
14.06.2005	1,7100	171.000			150	2.800	22.800	0
15.06.2005	1,7100	171.000			0	2.800	22.800	0
16.06.2005	1,7025	170.250			750	3.550	23.550	0
17.06.2005	1,6990	169.900			350	3.900	23.900	0
20.06.2005	1,6985	169.850			50	3.950	23.950	0
21.06.2005	1,6875	168.750			1.100	5.050	25.050	0
22.06.2005	1,6875	168.750			0	5.050	25.050	0
23.06.2005	1,6790	167.900			850	5.900	25.900	0
24.06.2005	1,6745	167.450			450	6.350	26.350	0
27.06.2005	1,6815	168.150			-700	5.650	25.650	0
28.06.2005	1,6730	167.300			850	6.500	26.500	0
29.06.2005	1,6640	166.400			900	7.400	27.400	0
30.06.2005	1,6550	165.500			900	8.300	28.300	0
01.07.2005	1,6520	165.200			300	8.600	28.600	0
04.07.2005	1,6355	163.550			1.650	10.250	30.250	0
05.07.2005	1,6315	163.150			400	10.650	30.650	0
06.07.2005	1,6420	164.200			-1.050	9.600	29.600	0
07.07.2005	1,6650	166.500			-2.300	7.300	27.300	0
08.07.2005	1,6385	163.850			2.650	9.950	29.950	0
11.07.2005	1,6385	163.850			0	9.950	29.950	0
12.07.2005	1,6535	165.350			-1.500	8.450	28.450	0
13.07.2005	1,6515	165.150			200	8.650	28.650	0
14.07.2005	1,6400	164.000			1.150	9.800	29.800	0
15.07.2005	1,6405	164.050			-50	9.750	29.750	0
18.07.2005	1,6335	163.350			700	10.450	30.450	0
19.07.2005	1,6265	162.650			700	11.150	31.150	0
20.07.2005	1,6280	162.800			-150	11.000	31.000	0
21.07.2005	1,6280	162.800			0	11.000	31.000	0
22.07.2005	1,6280	162.800			0	11.000	31.000	0
25.07.2005	1,6280	162.800			0	11.000	31.000	0
26.07.2005	1,6335	163.350			-550	10.450	30.450	0
27.07.2005	1,6335	163.350			0	10.450	30.450	0
28.07.2005	1,6335	163.350			0	10.450	30.450	0
29.07.2005	1,6335	163.350			0	10.450	30.450	0
01.08.2005	1,6335	163.350			0	10.450	30.450	0
02.08.2005	1,6325	163.250			100	10.550	30.550	0
03.08.2005	1,6335	163.350			-100	10.450	30.450	0
04.08.2005	1,6325	163.250			100	10.550	30.550	0
05.08.2005	1,6395	163.950			-700	9.850	29.850	0
08.08.2005	1,6425	164.250						
	(1)= 1,7380* 100.000 € = 173.800							

(2)= 200 YTL* 100 Adet Sözleşme= 20.000 YTL

(3)= 150 YTL*100 Adet Sözleşme= 15.000 YTL

SOSYAL VE HUKUKİ BOYUTU İLE İŞLETMELERİN ÇEVREYE KARŞI SORUMLULUĞU

Nihat GÜLTEKİN¹, Abdullah ÇELİK², Şuayıp AYKANAT³

¹Harran Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Dr

²Harran Üniversitesi, İ.İ.B.F., Kamu Yönetimi Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

³Harran Üniversitesi, İ.İ.B.F., Kamu Yönetimi Bölümü, Dr.

SOCIAL AND LEGAL DIMENSIONS OF THE RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES FOR ENVIRONMENT

Abstract: Enterprises of today operate in rather wide and complicated from work. In order to be successful and keep their sustainability, enterprises surely know that they must do minimum harm to environment and society and maintain maximum profit. While enterprises strive to realize their objectives at the save time they have to response to the demands and expectation and of the society.

Especially, recent development and intensively towards the environment has made it clear that social effects of institutional activities should be reconsidered.

That enterprise has not responded to the needs of the society as a function of their social responsibilities has forced some legal precautions to be taken. Increasing legalization efforts has lead enterprises to get to know the expectations and sensitivity of the society.

In the present study, responsibilities of enterprises towards the society have been discussed firstly in their social dimensions and then legal dimensions.

Keywords: Environment, Social Responsibility, Legal Responsibility

SOSYAL VE HUKUKİ BOYUTU İLE İŞLETMELERİN ÇEVREYE KARŞI SORUMLULUĞU

Özet: Günümüz işletmeleri oldukça geniş ve karmaşık bir çevrede faaliyet göstermektedirler. İşletmeler başarılı olmak ve sürekliliklerini sağlamak için, çevreye ve topluma minimum zarar, maksimum faydayı sağlamak zorunda olduklarının bilincindedirler. İşletmeler bir yandan kendi amaçlarını gerçekleştirmeye çalışırken, diğer taraftan toplumun talep ve beklentilerine de cevap vermek zorundadırlar.

Özellikle son zamanlardaki gelişmeler ve çevreye karşı duyarlılıklar, kurumsal aktivitelerin sosyal etkilerinin tekrar gözden geçirilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

İşletmelerin toplumun beklentilerine sosyal sorumluluklarının bir gereği olarak cevap vermemesi, hukuki önlemlerin zorunluluğunu ortaya koymuştur. Artan yasallaşma çabaları, işletmelerin, toplumun beklenti ve duyarlılığının farkına varmasını sağlamıştır.

Bu çalışmada genel olarak, işletmelerin çevreye karşı sorumlulukları, öncelikle sosyal boyutuyla, daha sonra da hukuki boyutuyla ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çevre, Sosyal Sorumluluk, Hukuki Sorumluluk

I. GİRİŞ

İşletmeler sosyo-ekonomik organizmalardır. Bir yandan kendi içinde yer alan insan topluluklarının sorunlarına eğilirken, öte yandan işletme dışında yer alan farklı çevre faktörleriyle ilişki kurarlar ve çevreden gelen tepkileri dikkatli bir şekilde izlerler. Bu izleme aslında bir sorumluluk duygusunun sonucudur.

Sosyal sistemin bütünlüğünü koruması ve sürdürülebilirliği için, sistemin bir parçası olan bireylerin ve örgütlerin varlıklarını koruması, devam ettirmesi gerekmektedir. Bu nedenle toplumda koruyucu ve bütünleştirici niteliği olan bir düzenleyiciye gereksinim duyulmaktadır. Bu düzenleyici hukuk, siyaset ve ekonomi gibi sosyal alt sistemler ile bireylere hem bir ödev, hem de sorumluluklar getirmektedir.

Sosyal sorumluluk kavramı, son yıllarda işletmelerin en çok üstünde durdukları kavramlar

arasındadır. Dış çevreye ve topluma yönelik olan bu kavram genel olarak, işletmelerin kendi menfaatlerinin yanında, diğer kişi, örgüt ve nihayet tüm toplumun çıkarlarını da korumaya yönelik bir anlayış yada davranış biçimidir. İşletmelerin toplumun diğer sosyal, siyasal, teknolojik ve doğal çevre üzerinde önemli etkilerinin olduğu açıktır. Bu durum da işletmelerin toplum içinde bir takım sorumluluklar üstlenmesini zorunlu kılmaktadır.

Sosyal sorumluluk sahibi bir işletme, çevresini korumaya özen gösterir. Günümüzde birçok işletme, çevrenin yalnızca insanların değil, tüm canlıların yaşam alanı olduğunu, dolayısıyla çevreyi kirletmenin tüm canlıların yaşamını tehlikeye atacağını bilincindedir. Artık günümüz işletmeleri politikalarını toplumsal ve ekolojik çevrenin beklentilerine uygun bir şekilde yeniden belirlemektedirler. Artık işletmeleri yönlendiren, müşteri beklentileri, fiyat, kalite, hız gibi kavramların yanına çevreye duyarlılık kavramı da eklenmiştir.

Çevresel sorunlar ve çevreyi koruma, sosyo-ekonomik açıdan pek çok ülkede en önemli sorunların başında gelmektedir. Hızla artan nüfusu yoksulluktan kurtarmak, düzenli bir ekonomik kalkınmanın sağlanması, sanayileşme yönünde daha sistemli çalışmalar yapabilmek ve en önemlisi bütün bunları yaparken ekolojik dengenin bozulmaması, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin önem vermesi gereken konuların başında gelmektedir.

İşletmelerin çevreye karşı sorumluluklarının temelinde, çevreyi koruma ve olumsuzlukları ortadan kaldırma amacı bulunmaktadır. Bu çalışmada temel amaç, işletmelerin yürüttükleri faaliyetler sonucu, kirlenmesine neden oldukları çevreye karşı, sosyal sorumluluk bağlamında bir değerlendirmesini yapmaktır. Buna bağlı olarak, çevreyi kirleten veya bir şekilde zarar veren kişi veya kurumların, hukuki açıdan durumları ortaya konmaya çalışılmaktadır.

II. ÇEVRE KAVRAMI VE BOYUTU

18. yüzyılın ikinci yarısında başlayan ve daha sonra Avrupa ve Amerika'da yayılan "sanayi devrimi" toplumsal hayatın topyekün değişmesine neden olmuştur. Sanayi devrimi ile beraber ortaya çıkan "sanayi toplumu" da her yönüyle (önceki toplumlara göre) farklı özellikler kazanmıştır. Bu değişimlerden bir tanesi de, doğal çevrenin (tabiat) unutulup, teknolojiye odaklanma olmuştur.

Çevre kavramı genel anlamda, "insanın tüm fiziksel, kimyasal, biyolojik ve sosyal faaliyetlerini sürdürdüğü ortam" [1] olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, "canlı varlıklara tesir eden dış unsurların tümü" [2] çevre olarak nitelendirilebilir. Tanımlardan da anlaşıldığı gibi, işletmeler açısından çevre denince, yalnızca müşteriler, rakipler çalışanlar, hükümet, satıcılar, finans kuruluşları, sendikalar anlaşılmamalıdır. Bunların yanında diğer faktörlerin de –özellikle de doğal çevre-dikkate alınması gerekir.

Kirlilik (çevreye zarar verme) günümüzde önemli bir ekolojik sorun haline gelmiştir. Sanayi Devrimi ve sonrasında gelişen yeni teknolojilerle beraber yeni kimyasal maddelerin icadı, çevre sorunlarının ortaya çıkmasında en büyük rolü oynamaktadır. Çevre sorunu, "kaynakların kullanımını bozan, kalitesini düşüren ve zarar verecek biçimde organik, radyoaktif ve biyolojik bir yabancı maddenin bulunması yolunda ortaya çıkan kirlenmelerin tümü" olarak tanımlanabilir [3].

Çevre kirlenmesi denince ilk akla gelen kavram işletmelerdir [3]. Çünkü, sanayinin vazgeçilmez birimlerinden olan işletmeler, sanayileşme kargaşası içerisinde her türlü kaynağını temin ettiği doğayı sorumsuzca kullanmaya başlamış ve kaynakları sınırlı olan bir dünyada, sınırsız bir büyüme gerçekleştirmeye çalışmıştır. Fakat bu sorunlar karşısında işletme iki farklı

konumdadır. Bunlar; hem sorun üretme, hem de sorun çözme konumlarıdır [2]. Ekolojik dengedeki bozulmanın ve dolayısıyla insan hayatındaki güzelliklerin yok olmaya başladığının farkına varan birçok ülke, buna sebep olan işletmelerin faaliyetlerinin yasaklanması veya sınırlandırılmasına karar vermektedir [4].

III. TEKNOLOJİK GELİŞME VE ÇEVRE KİRLİLİĞİ

19. yüzyılda insan ve hayvan gücünün yerini makinelerin alması ile yaşanan değişim "Endüstri Devrimi" olarak adlandırılmıştır. Sibernetik biliminin babası Norbert Wiener de, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra bilgi teknolojilerinde yaşanan büyük ilerlemeyi Birinci Endüstri Devrimi olarak adlandırır. İnsanın beyninsel süreçlerine katkıda bulunan gelişmeler, ekonomik sistemleri ve toplumsal yapıları derinden etkilemiş ve etkilemeye de devam edecek gibi görünmektedir [5].

Teknolojik gelişmenin yararlarının yanısıra birçok durumda ekolojik sistem üzerinde zararlı etkileri de bulunmaktadır. Kimi kimyasal maddeler ekolojik sistem tarafından, ayrıştırılamaz niteliklere sahipken, kimileri de canlılar üzerinde öldürücü etkilere sahip olabilmektedir. Öte yandan, teknolojinin ekolojik sistem tarafından ayrıştırılamaz niteliklere sahip ürünler ortaya koyması çevre kirliliğine neden olmaktadır. Örneğin, son yıllarda kimi meşrubat ve şişeleme işletmelerinin kullandıkları pet şişeler, ekolojik sistem tarafından ayrıştırılarak tekrar sisteme dönüştürülememektedir [6]. Bu durum, ekolojik sistemin korunmasında işletmelere önemli sorumluluklar düştüğünü açıkça göstermektedir.

Son yıllarda, doğal çevrenin bozulması, bütün dünya ülkelerinin dikkatini çekmiş, Birleşmiş Milletler dahil birçok kuruluş, topyekün çözüme kavuşturma öneri ve kararları almıştır [7].

Tabiattaki kaynakların kıt olması, nüfus artışı ile gelen yeni nüfusa tabii kaynakların yetip yetmeyeceği konusu bilim adamlarını düşündürmektedir. Nüfus artışının çok olduğu bölgelerdeki tahrip edici etkilerin neredeyse sonsuz olduğu söylenmektedir. Toplumun refah düzeyinin yükselmesi, dolaylı olarak doğal çevreyi etkilemektedir. Kapitalist sistemin tüketimi körüklemesiyle, daha çok tüketim, daha çok üretim ve daha çok çevre kirliliği ve çevre sorunu anlamına gelmektedir. Teknolojik gelişmelerin faydası olduğu kadar zararlarının olduğu da bilinmektedir. Zira birtakım maddelerin tabiata geri dönüştürülememesi söz konusudur. Bu maddeler uzun vadede çevre kirliliği yaratmaktadır [7].

"Önümüzdeki 40 yıl içerisinde dünya nüfusu ikiye katlanarak 11 milyara ulaşacaktır. Bu nüfusun sadece temel ihtiyaçlarını karşılamak bile günümüzdeki üretim ve enerji kaynaklarının 5 ila 30 katıyla mümkün

olabilecektir” [8]. Günümüz üretimi bile çevremizi var olan krizlerle karşı karşıya getirdiğine göre, bunun 5 katının neler yapabileceği hayal bile edilemez.

Genel bir değerlendirme ile, tarihi süreç içinde, işletmeler toplumun ihtiyaç duyduğu mal ve hizmeti üretmişlerdir. Günümüzde kişisel ve toplumsal değerlere, geçmişte olduğundan daha fazla duyarlılık gösterilmeye başlanmıştır. Artık toplum, teknolojik gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan çevre sorunlarıyla ilgilenmekte ve hatta bir baskı unsuru olarak da işletmenin karşısına çıkabilmektedir [9].

IV. SOSYAL SORUMLULUK

Her işletmenin kendine özgü bir çevresi vardır. İşletme belirli bir çevrenin etkisi altında kalır ve yine her işletme belirli bir çevreyi etkiler. Bu çevre ekonomik, sosyal ve yasal nitelik ve içerik taşıyan bir yapı sunar. Söz konusu çevreye karşı kuşkusuz işletmenin çok yönlü sorumlulukları da vardır [10].

İşletmelerin topluma karşı görevleri olduğu fikri, son birkaç on yılda insanların iş hayatı ve toplumla ilişkisine bakışlarında devrimsel değişiklikler olmasına rağmen oldukça yerleşmiştir. Başta Carroll olmak üzere birçok araştırmacı, tüzel kişiliklerin sadece ekonomik başarılarına göre değil, ekonomik olmayan kriterlere dayanarak da değerlendirilmesi gerektiğine inanmaktadır. Carroll, tüzel kişiliklerin sorumluluklarını tam olarak yerine getirebilmeleri için bunların dört sorumluluktan oluştuğunu öneren, oldukça popüler bir sosyal sorumluluk tanımı sunmuştur. Bunlar; ekonomik, yasal, etik ve gönüllülük (hayırseverlik, fedakarlık olarak da adlandırılabilir)’tür [11].

Oldukça geniş ve karmaşık bir çevrede faaliyet gösteren günümüz işletmeleri, bu çevreye minimum zarar, maksimum faydayı sağlamak için her zaman dikkatli olmak zorundadırlar. Aslında günümüz işletmeleri de, “kendi beklentilerini gerçekleştirmeye çalışırken, toplumun beklentilerini de göz önünde bulundurmak zorunda olduklarının farkındadırlar” [12].

İşletmelerin, kendileri için hayati önem taşıyan topluma karşı sorumluluklarını dört kategoride inceleyebiliriz.

IV.1. Ekonomik Sorumluluk

İşletmenin üretken ve karlı olma yükümlülüğünü ifade etmektedir [13]. İşletmeler temel ekonomik birimlerdir. Toplumun istediği mal ve hizmetleri üretmek, ortaklarının karlarını en yüksek düzeyde tutmak sorumluluğundadırlar. Bu sorumluluk, Milton Friedman’ın en yüksek fayda görüşüne dayanmaktadır.

18.yüzyıl İskoç filozofu Adam Smith, “Ulusların

Zenginliği” eserinde, bize modern ticaret ve toplumla ilişkisi ile ilgili bir çerçeve oluşturdu. Smith, kapitalizmin kar ve verimlilik arayışını cesaretlendirerek diğer ekonomik sistemlerdekinden daha fazla servet yaratmak için çalıştığını, bireylere iş seçme, satın alma ve yatırım yapma konusundaki özgürlüklerini azamiye çıkartarak, toplumun ortak menfaatine çalıştığını ortaya koymuştur. Kişinin rakiplerini yenmeye çalışması ve yükselmesi için daha iyi iş yapması, ahlaki bir şekilde yapıldığında, yüksek kişisel gelişim ve buna bağlı olarak kişinin zaman, yetenek ve firma imkanlarını mükemmel kullanımıyla sonuçlanacaktır. Yöneticinin görevi, müdürün, patronun ya da hisse sahiplerinin vekili ya da mutemedi olarak davranmak, kurumun varlıklarının etkili ve verimli yönetilmesini sağlamaktır [11].

Öyleyse ekonomik sorumluluk, iyi, kaliteli bir ürünü uygun fiyata mal ederek, işletme sahip ve hissedarlarına kazanç sağlamaktır.

IV.2. Hukuki Sorumluluk

İşletmenin faaliyetlerinin yazılı kanunlara göre olması gerekliliğidir [13]. Bütün işletmeler, genel kural, kanun ve düzenlemelere uymaları gerekir. Yani işletmenin ekonomik amaçlarını, misyonunu kanuni çerçevede içinde gerçekleştirmesidir [14].

Yasal görevler, hukuka uyum ve oyunu kurallarına göre oynamayı gerektirir. Ticari davranışları düzenleyen kanunların çıkmasının nedeni, toplumun, ticarete her zaman doğru olanın yapılacağına güvenmemesidir. Ancak, kanunlar da zaman zaman sorumlu davranışların temin edilmesinde yetersiz kalmaktadır. Çünkü, bakış açısı sınırlı, yani mümkün olan her durumu kapsamıyor. Ticari davranışlara sadece, bir taban veya ahlaken asgari ölçüleri sağlıyor. Yine yasalar, ticari faaliyetlerin lehine bir etkinlik gösterip, yapılması gerekenleri söyleyeceklerine tepkiseller ve yapılmaması gerekenleri söylüyorlar ve de içsel ahlaki kanaatlerle takip edileceklerine, cezalandırılma korkusuyla takip ediliyorlar [11].

IV.3. Etik Sorumluluk

Yazılı olmayan kuralları ve toplumun değerlerini ifade eder [13]. Yani, işletmelerin yasal zorunluluk olmamakla birlikte, ahlaki gereklilik olarak kendilerini uymak sorumluluğunda hissettikleri alanlardır.

Etik görevler, yasal görevlerin sınırlamalarının yarattığı boşluğu kapatmaktadır. Bu sorumluluk, ahlaki olmayı, doğru, haklı ve adil olanın yapılmasını, insanların haklarına saygı göstermeyi gerektiriyor, aynı zamanda başkaları tarafından sebep olunan zararlar kadar, toplumsal zarar veya yaralanmaların da önüne geçiliyor. Ahlaki sorumluluklar yasalarda yer almasa da, toplumun bireyleri tarafından beklenen (pozitif görevler) ya da

yasaklanan (negatif görevler), politikalar, kararlar ya da uygulamalardır. Güçlerinin kaynağını, dinsel hükümlerden, ahlaki törelerden, insancıl prensiplerden ve insan hakları kararlarından alırlar. Bugün ticari sistemin bütün üyeleri, en azından teorik olarak (ancak ne yazık ki uygulamada değil) bu üçüncü grup toplumsal sorumluluk kavramında hemfikirdirler [11].

IV.4. Gönüllü (İsteğe Bağlı) Sorumluluk

İktisadi ve hukuki sorumluluğun ötesinde bir sorumluluktur [13]. İktisadi ve hukuki bir zorunluluk olmadan, işletmenin gönüllü olarak eğitim, kültürel ve sportif faaliyetler, çevreye duyarlılık, toplumsal yardım vb. alanları içeren sorumluluklardır. Başka bir ifade ile, zamanı ve parayı gönüllü hizmet şeklinde topluma geri vermektir.

Gönüllü sorumluluk, kurumsal sosyal sorumluluğun meşruiyetinin en çok tartışıldığı konudur. Geçen yarım yüzyılda, ticaret artan bir şekilde, sadece ekonomik ve ahlaki performansı ile değil, sosyal katkılarıyla da yargılanmıştır. Henry Ford, 1969'da Harvard İşletme Okulu'nda konuşurken bunu şöyle tanımlamaktadır: "Endüstri ve toplum arasındaki aktin şartları değişmektedir... Bizlerden daha geniş yelpazedeki insani değerlere hizmet etmemiz ve ticari ilişkimizin olmadığı toplum üyelerine karşı da yükümlülükler kabul etmemiz bekleniyor [11].

Yukarıda belirtilen sosyal sorumluluk alanları, aynı zamanda bir işletmenin toplam sosyal sorumluluklarını da ifade etmektedir. İşletmelerin sosyal sorumluluklarının bu kadar genişlemesi ve önem kazanması, "insan ihtiyaçlarının, yönetim biçimlerinin, ekonomik sistemin ve önemlisi toplumun değişmesiyle" [15] yorumlanabilir.

V. HUKUKİ AÇIDAN SORUMLULUK

Hukuk, toplumun düzenini sağlayan kuralların en önemlilerini bir araya getirir. Bu önem, söz konusu kuralların yaptırım gücüne, yani zorlayıcı bir unsura sahip olmasından ileri gelir. Din, ahlak, gelenek gibi toplumsal ilişkileri düzenleyen ilke ve kurallar da, toplumun yaşama ve gelişmesi bakımından büyük önem taşırlar. Ancak bunlara uymayan birey üzerindeki baskı, hukuktaki kadar, somut ve objektif değil, daha çok, soyut ve tinsel (subjektif) bir özellik gösterir. Soyut ve tinsel değerlerin gittikçe zayıfladığı bir zamanda, toplum düzeninde; pozitif özellikteki hukuksal kuralların görece önemlerinin artacağı konusu açıktır [16].

Modern toplumlarda iş hayatı, kurallar, yasalar ve düzenlemelerle yürümektedir. İşletmeler amaçlarına, belirlenmiş hukuki ve yasal çerçeveler dahilinde ulaşabilirler. İşletmeler belirli hukuki düzenlemelere göre kurulurlar. Faaliyetlerini bu düzenin öngördüğü çerçevede

gerçekleştirirler.

Günümüz yöneticileri, birtakım kanuni sınırlamalar çerçevesinde hareket etmektedirler. Bu yasal çevre, tüketici haklarının korunması, bireysel haklar, doğal hayatın korunması ve benzeri konularda da etkili olmaktadır. İşletmelerin yüksek standartta ortak sosyal sorumluluğu karşılması, kamu ve özel tüm organizasyonlarda çalışanların da yüksek standartta ahlaki davranışları karşılması gerekmektedir [17].

İşletmeler sosyal sorumluluklarının bir gereği olarak çeşitli kararlar almak zorundadırlar. Bu kararlar üretim, istihdam, iş anlaşmaları, kamuoyu ve sendikalarla ilişkileri kapsadığı gibi, devlet tarafından belirlenmiş normlara, yasa ve yönetmeliklere de uygun olması gerekir. Başka bir ifadeyle, işletmeler kararlarını etik değerler çerçevesinde, toplumun ve çevrenin beklentilerine ve yasal yükümlülüklerine uygun şekilde almak durumundadırlar.

Çevreden olabildiğince geniş bir şekilde yararlanma ve bu yararlanma ile birlikte çevreye verilen zarar giderek artmaktadır. Çevre, açıkça, değişik zararlı kaynaklar ve en önemlisi de insan soyu tarafından risk altında bulunmaktadır. Öyle ki, eğer insanların eylemleri yasal sınırlama altında tutulmazsa, yalnız kendileri bile dünyanın çevresini önemli bozulmalara yol açacak nitelikte görülmektedir [18].

Çevre Hukuku, yeni ve karma bir hukuk dalıdır. İnsan ve doğanın çevreye yönelik zararları karşısında çevre hukukunun öngörmüş olduğu sorumluluk, bu sorumluluğun hukuki ve sosyal boyutunu incelemek çalışmamızın önemini oluşturmaktadır.

Sorumluluk kavramının özünde dinsel bir inanç olduğu ileri sürülmekle beraber; kavramın ahlaki boyutu olduğu da ifade edilmektedir [19]. Bundan dolayı çevre hukuku, hukukun öngörmüş olduğu yaptırımla, eğer çevreye yönelik zararları önleme veya ortadan kaldırma gibi bir etkinliği olmazsa, bunun yerine insanların çevreye ilişkin duyarlılığı ile ancak bu tür zararlar önenebilir.

Sorumluluk, kasıt, ihmal, kusur veya tedbirsizlik sonucu ya da mevzuatın öngördüğü durum ve eylemlerden doğan tehlike ile oluşturulan ya da tehlikenin doğmasına neden olan zararı tazmin etme borcudur [20]. Çok geniş anlamıyla sorumluluk, bir kişinin başkasına verdiği zararı ödeme yükümlülüğüdür. Bu bağlamda hukuk, zararı ortaya çıkarana, o zararı gidermekle yükümlü tutar. Dolayısıyla, meydana gelen zararı gidermek durumunda olan kişi, bir sorumluluk üstlenmiş demektir [21].

VI. SORUMLULUĞUN İKİ ESAS NEDENİ: KUSURLU VE KUSURSUZ SORUMLULUK

VI.1. Kusurlu Sorumluluk

Kişi, kurum veya devlet tarafından yapılan herhangi bir faaliyet kusurlu veya kusursuz bir şekilde zarara yol açabilir. İşte, bu çeşit bir zarar eğer kusurlu bir şekilde, yani hukuka aykırı bir şekilde işlenmişse kusurlu; faaliyet hukuka uygun olmasına rağmen bir zarar meydana gelmişse kusursuz sorumluluk olarak ifade edilmektedir.

Çevre kirlenmesinin önlenmesi ve yurttaşların sağlıklı bir ortamda yaşamlarını sürdürebilmesi sorunu 1982 Anayasası'nda üzerinde durulan konulardan biri olmuştur. 1982 Anayasası sosyal ve ekonomik haklar ve ödevler bölümünde çevreye yer vermiştir. Buna göre "herkes sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir" (1982/56).

Anayasa'da öngörülen "herkes sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahip" hükmü ışığında 2872 sayılı Çevre Yasası yürürlüğe konulmuştur. Bu yasada "kirlen" 3/e bendinde, "kirlenmenin sorumluluğu" 28. maddede düzenlenmiştir .

Burada açıklanması gerek ilk terim "kirlen"dir. Yasa'da kirlen, "fiilleri sonucu doğrudan veya dolaylı olarak çevre kirliliğine neden olan gerçek ve tüzel kişileri ifade eder" denilmektedir (Danıştay'ın çevre kirliliğine ilişkin vermiş olduğu bir kararda da "kirlen" kavramını, "fiilleri sonucu doğrudan veya dolaylı olarak çevre kirliliğine sebep olan gerçek ve tüzel kişileri ifade ettiği..." biçiminde açıklamıştır [22]). Bu bağlamda idare de tüzel kişiliğe sahip olduğu için hizmet ifa ederken verdiği zararlardan sorumludur [23]. Kirlen yalnız kirlenmenin önlenmesi ve giderilmesi için gerekli ödemeleri değil; aynı zamanda kirliliğin neden olduğu çevresel zararlardan da sorumludur [24].

Kirlen öder ilkesi, hem bireyler hem de devlet; kısacası çevreye zarar verebilecek gerçek ve tüzel kişiler için geçerli olabilir. Çoğu zaman idare ya da yönetim sahip olduğu işletmeler nedeniyle kirlenici konumunda bulunabilir.

Kusurlu sorumluluk, haksız fiilden doğan sorumluluk olarak da adlandırılmaktadır. Bir kimsenin çevreyi kirlenmekten dolayı hukuken sorumlu tutulması biçiminde tanımlanacak olan kusurlu sorumluluk; zararı meydana getiren kişinin, o eylemi kasıt ya da taksir ile işlediğinin kanıtlanması ile ortaya çıkar [25].

Kusurlu sorumlulukta, kusur ile zarar arasında bir nedensellik (illiyet) bağının bulunması gerekir. Aksi takdirde zararın tazmin edilmesi söz konusu değildir.

Öte yandan 28 inci maddede, çevreyi kirlenler ve çevreye zarar verenler, neden oldukları kirlenme ve bozulmadan meydana gelen zararlardan kusur koşulu aranmaksızın sorumlu oldukları belirtilmiştir. Bu bağlamda çevreyi kirlen hangi hukuk süjesi olursa olsun, yasa onu, "kusursuzluk sorumluluğu" çerçevesinde sorumlu tutmuştur.

VI.2. Kusursuz Sorumluluk

Gerçek ve tüzel kişilerin faaliyetlerinde her zaman bir kusur bulunmayabilir. Yeri geldikçe kusur olmadan da gerçek ve tüzel kişilerin faaliyetinden veya işletmelerin (kuruluşların) varlıklarından dolayı sorumlu tutulabilmeleri, kusursuz sorumluluğa dayanmaktadır.

Genel olarak kusursuz sorumluluk (objektif) bir hukuk süjesinin kusuru olmadığı halde kendisi ile ilgili görünen bir zarardan sorumlu tutulmasıdır [26]. Bu sorumluluğa yalnız neden-sonuç ilişkisine dayandığı için "neden sorumluluğu" denildiği gibi; zararın varlığından ve bunun tazmin edilmesinin öneminden hareketle "netice sorumluluğu" da denilmektedir.

Öğretide, kusursuz sorumluluk, "adalet ve hakkaniyet", "hukuk devleti", ölçütlerini temel alan sosyal hukuk devletine ve sosyal gelişmeye dayandırılmaktadır.

Bilindiği gibi, herhangi bir teşebbüsün sağlayacağı yararlar, nasıl müteşebbise ait ise, teşebbüsten doğan zarar ve hasarlar da müteşebbise ait olmalıdır. Bu ilke Mecelle'de şu şekilde tanımlanmıştır. "Mazarrat menfaat mukabelesindedir. Yani, bir şeyin menfaatine nail olan onun zararından da sorumlu olur" [27] .

Çevre Yasası'nda kirlenmenin sorumluluğu 28 inci maddede düzenlenmiştir. Bu maddeye göre; "Çevreyi kirlenler ve çevreye zarar verenler, neden oldukları kirlenme ve bozulmadan doğan zarardan kusur şartı aranmaksızın sorumludurlar" denilmektedir. Bu genel kuralda, ne konu ne de derece sınırlaması vardır. Kirlenme ya da zarar için kusur şartı aranmadığı için yasada kusursuz sorumluluk uygun görülmüştür. Dolayısıyla çevreyi kirlenler kusurlu bulunmasa bile "hasar" ya da "risk" ya da "kamu külfetleri karşısında eşitlik" ilkesi gereğince sorumludurlar.

Uygulamada kusursuz sorumluluğun kapsamının ne kadar geniş veya dar tutulması gerektiği konusu tartışmalıdır. Kapsamının geniş tutulması durumunda, çok sayıda ekonomik sektör ağır mali yük altına girebilir. Dar tutulması durumunda da, çevreye zarar vermenin önlenmesi güçleşebilir. Ancak, yasal olarak hangi alanlarda kusursuz sorumluluğun uygulanması gerektiği açık olarak belirlenebilir. Bu alanda da özellikle tehlikeli ve zehirleyici maddelerle sınırlandırılmasının bir çözüm olabileceği söylenebilir [25].

VI.2.1. Olağan Kusursuz Sorumluluk

2872 sayılı Çevre Yasası'nın 3. maddesi göz önüne alındığında, kirleten teriminden olağan kusursuz sorumluluk çıkartılabilir. Bu yorum şu gerekçelere dayanılır [28].

i. 2872 sayılı Çevre Yasası'nın 3/e bendinde "kirletenler, kirlenmenin önlenmesi ve sınırlanması için yapılan giderleri ödeme yükümlülüğünden, söz konusu kirlenmeyi önlemek için gerekli her türlü tedbiri aldıklarını ispat etmek kaydıyla kurtulabilirler" denilmektedir. Dolayısıyla yasa, yönetim ya da özel hukuk, tüzel ya da gerçek kişilere bir kurtuluş beyyinesi (kanıtı) tanımıştır. Bu nedenle buradaki kusursuz sorumluluk, nispi bir kusursuz sorumluluktur. Başka bir ifade ile kusur ilkesine dayanan bir sorumluluktur. Ağırlaştırılmış (mutlak) kusursuz sorumluluk değildir [29].

ii. Ağırlaştırılmış kusursuz sorumlulukta, sorumluluğa neden olan faaliyetlerin, işletmelerin ya da tesisatın zarara yol açmaya yönelik olması ve bunların meydana getirdikleri zararın nicelik ya da nitelik bakımından ağır olması ilkeleri her zaman bulunmayabilir.

iii. Ağırlaştırılmış ve sınırsız bir sorumluluk, Türkiye gibi ekonomisi kalkınma yolunda olan bir ülke için pahalıya mal olabilir.

iv. 2872 sayılı Çevre Yasası kirlenmenin önlenmesi ve sınırlandırılması için yapılan harcamaların kirleten tarafından karşılanması ilkesini teyit etmek amacıyla konulmuştur.

VI.2.2. Ağırlaştırılmış Kusursuz Sorumluluk

Çevre Yasası'nda öngörülen idarenin sorumluluğu ilk bakışta olağan kusursuz sorumluluk olduğu söylenebilir. Yalnız, 3/e bendi ve 28 inci madde birlikte göz önüne alındığında buradaki sorumluluk ağırlaştırılmış kusursuz sorumluluk olduğu da söylenebilir. Çünkü, 28 inci madde de çevreyi kirletenler ve çevreye zarar verenler neden oldukları kirlenme ve bozulmadan dolayı kusur koşulu aranmaksızın sorumlu olduğu belirtilmiştir. 3/e'de ise, kirlenmenin önlenmesi ve sınırlanması için yapılan giderlerin ödeme sorumluluğundan kurtulabilmesi için gerekli her türlü önlemi aldıklarını ispat edenler kurtulabilirler.

Kurtuluş beyyinesi, kirlenmenin önlenmesi ya da sınırlanması için yapılan giderlerin ödenmesi borcundan kurtulmayı sağlayacaktır [30]. Belirtilen önlemler gelecekteki zararın meydana gelmesini önlerse, zarar bulunmadığı için sorumluluk söz konusu olamaz. Önleme giderlerinin kirletene yükletilmesi, onun iradesi dışında mal varlığında bir eksilmeye neden olur. Bu durum, bir

çeşit zarar olduğu kabul edilse bile, bu giderler zararın yalnız bir kısmını oluşturur ve önlenemeyen zararı karşılayamaz [28].

Ayrıca, olağan kusursuz sorumluluk, Borçlar Yasası'nın 58 inci maddesinde belirtilen evrensel ilkeyle, koşutluk kurulduğunda, sorumluluktan kurtulma mümkün değildir. Çünkü, Borçlar Yasası'nda "bir bina veya imal olunan herhangi bir şeyin maliki, o şeyin fena yapılmasından yahut muhafaza kusurundan dolayı mesuldür" hükmü yer almaktadır. Görüldüğü gibi olağan kusursuz sorumluluk özel hukukumuzda yer alan ilkeye ve "kirleten öder"le uyumluluk taşımamaktadır. Bu bağlamda kurtuluş beyyinesinin varlığından söz edilemez [29].

Çevre Yasası'nın 3/e bendinde öngörülen sorumluluktan, işletme gereken önlemleri aldığını kanıtlamakla kurtulabilir. Böyle bir kurtuluş beyyinesi tanımayan Medeni Yasa'nın 656'ncı maddesi, taşınmaz malikinin sorumluluğundan bile hafif kalır ve çevreyi kirletene yeni bir sorumluluk oluşturmanın anlamı da ortadan kalkar [28].

Bir örnek olayda, belediye, bir akaryakıt istasyonu çevre sağlığına zararlı olduğu gerekçesiyle kapatıyor. Bu karara karşı ilgili, idari yargıya dava açıyor. Dosya en son Danıştay'a geldiğinde, yüksek mahkeme, yerinde bilirkişi incelemesi yaptırmış ve bilirkişinin, işletmenin 11.1.1968 gün ve 12797 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan yönetmeliğe uygun olduğu; fakat o işletmenin "konumu itibarıyla çevre sağlığını tehlikeye düşürebilecek yerde olduğu"nu belirterek belediyenin işlemini yerinde görmüştür.

VI. SONUÇ

Geride bıraktığımız çeyrek asırda dünya nüfusunun artmaya devam etmesi ve yeni, karmaşık ve tehlikeli teknolojilerin üretilmesiyle beraber ekolojik sorunlar daha sık ve daha tahrip edici bir biçimde meydana gelmeye başlamışlardır. Şüphesiz ki, bunda ekolojik olarak engellenemeyen veya desteklenemeyen 200 yıllık ekonomik ve endüstriyel gelişimin payı büyüktür.

Dünya, endüstriyel ve ekonomik gelişmenin günümüzde uygulanan modellerinin, ekolojik olarak desteklenmediğinin farkına yeni vardı. Bu durumun gelecekte daha büyük sorunlara neden olacağı da bilinmektedir.

2872 sayılı Çevre Yasası'nda çevreyi kirletenler ve çevreye zarar verenler neden oldukları kirlenme ve zarardan sorumludurlar. Bu durumda kirleten öder, nedene dayanan sorumluluk (olağan ve ağırlaştırılmış) ve kirleten bu sorumluluktan kirlenmeyi önlemek için gerekli her türlü önlemi aldıklarını kanıtlayarak kurtulabilir

olmak üzere üç durum söz konusudur. Yalnız kurtuluş beyyinesi, kirlenmenin önlenmesi ve sınırlanması için yapılan giderleri kapsar.

Çevre Yasası'nda çevreyi kirletenlerin ve çevreye zarar verenlerin neden oldukları kirlenme ve bozulmadan kusur koşulu aranmaksızın sorumlu olduğu belirtilmiştir. Çevre Yasası ve diğer yasalar birlikte göz önüne alındığında, burada, öngörülen sorumluluğun ağırlaştırılmış kusursuz sorumluluk olduğu rahatlıkla söylenebilir.

2872 sayılı Çevre Yasası'nda hangi durumlarda kusursuz sorumluluğun kalkacağı belirtilmemiştir. Fakat sorumluluk hukukunun genel ilkeleri olan uygun illiyet (nedensellik) bağımlı kesen mücbir nedenler, zarara uğrayanın ya da üçüncü kişinin kusuru burada da geçerlidir. Bu koşullardan herhangi birinin oluşması, idarenin sorumluluğunu ya ortadan kaldırır ya da azaltır.

Öte yandan, çevre kirliliğinin bir sonucu olarak ortaya çıkan sorumluluktan dolayı, bu sorumluluğun hiçbir koşulda bir başka gerçek ve tüzel kişilere devrinin söz konusu olamayacağı Danıştay'ın vermiş olduğu kararlarla hükme bağlanmıştır (Danıştay; "Davacı şirkete ait fabrikanın çıkardığı atık maddelerin çevre kirliliğine neden olduğunun saptandığı anlaşıldığından, her ne kadar davacı şirket ile bir firma arasında yapılan sözleşme ile atıkların ... taşıyıcı firmaya ait olduğu belirtilmişse de, şirketin sorumluluğunun herhangi bir şekilde devredilmesi sözkonusu olamayacağı..." sonucuna varmıştır [22].

Günümüzde işletmelerden kazanç sağlama stratejileri ile çevreye duyarlılık arasında bir uzlaşma sağlamaları, artan bir şekilde ve ivedi olarak beklenmektedir. Çevreyi kirleten veya bir şekilde zarar veren işletmeler, sosyal ve hukuki yaptırımlarla karşı karşıya kalacaklardır. Bu durumdaki bir işletmenin karşı karşıya kalacağı sosyal yaptırım, toplum tarafından kötü bir imajla hatırlanmak şeklinde olabileceği gibi, toplum tarafından dışlanmak şeklinde daha da ağır olabilmektedir. Ayrıca sadece sosyal yaptırımlarla kalmayıp, işletme bir takım hukuki yaptırımlarla da karşı karşıya kalacaktır. Hukuki yaptırımlar ise, uyarı gibi hafif yaptırımlar olabileceği gibi, para cezası, süreli veya süresiz kapatma şeklinde çok daha ağır olabilmektedir.

Sorumluluğun sosyal ve hukuki boyutu ilk bakışta çok zıt iki kavram gibi görünse de, tam tersine, aslında iki kavram da birbirini destekleyen iç içe kavramlardır. Şöyle ki; sosyal sorumluluk sahibi her kişi veya kurum, aynı zamanda yasalara uyma sorumluluğunu da yerine getirir. Aynı şekilde, kişi veya kurumlar, sosyal sorumlulukları gereği çevreye karşı gereken duyarlılığı göstermedikleri takdirde, bu durumda yasalar devreye girer. Arzu edilen ve doğru olan ise; kişi veya kurumların, faaliyetlerinden dolayı herhangi bir hukuki yaptırımla karşı karşıya

kalmadan, hem kendilerinin hem de toplumun menfaatlerini gözeterek, sosyal sorumluluklarını yerine getirmeleridir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Bilginoglu, M.A. (1993). Çevre Sorunları ve Çözüm Yolları. *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 10, 55-67.
- [2] Karpuzcu, M. (1996). *Çevre Kirlenmesi ve Kontrolü*. İstanbul: Kubbealtı Neşriyat.
- [3] Naktiyok, A. (1996). Doğal Çevre Sorunları ve İşletmeler. *Standart*, 43(413), 71-73.
- [4] Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Beta Basım ve Yayım.
- [5] Hofstede, G. (1994). *Uncommon Sense About Organizations*. London: Sage Publications.
- [6] Oktav, M. & Alpugan, O., (1995). *İşletme Ekonomisi ve Yönetimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- [7] Kabaoğlu, İ. (1998). *Çevre Hakkı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- [8] Shrivastava, P. (1995). *Industrial/ Environmental Crises and Corporate Social Responsibility*. *Journal of Socio-Economics*, 24(1), 208-219.
- [9] Bernays, E. (1988). *Social Responsibility of Business*. R.E. Hiebert Edition. New York: Presicison Public Relations.
- [10] Sabuncuoğlu, Z. & Tokol, T. (2001). *İşletme*. Bursa: Ezgi Yayınları.
- [11] Lantos, G.P. (2001). *The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility*. *Cournal of Consumer Marketing*, 18(7), 593-602.
- [12] Koontz, H. & Fulmer, R. (1981). *Business*. New York: Richard D. Irwin Inc.
- [13] Labatt, S. (1997). Corporate Response To Environmental Issues: Packaging. *Growth&Change*, 28(10), 65-79.
- [14] Farmer, R.N. & Hogue, W.D. (1985). *Corporate Social Responsibility*. Toronto: D.C. Heath and Company.
- [15] Hicks, H. & Gullett, C. (1981). *Management*. New York: McGraw- Hill Book Company.
- [16] Tosun, K. (1992). *İşletme Yönetimi*. Ankara: Savaş Yayınları.
- [17] Schermerhorn, J.R., (1994). *Introducing Management*. Orlando: The Dryden Press.
- [18] Wilkinson, D. (2001). *Environment and Law*. Florence: Routledge.

- [19] Atay, E.E.; Odabaşı, H. & Gökcan, H.T. (2003). *İdarenin Sorumluluğu ve Tazminat Davaları*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- [20] Armağan, T. (1997). *İdarenin Sorumluluğu ve Tam Yargı Davaları*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- [21] Deschenaux, H. & Tercier, P. (1983). *Sorumluluk Hukuku*. (Çev.: Özdemir, S.). Ankara: Kadioğlu Matbaası.
- [22] (1999). Esas No:1997/4721. Karar No: 1998/4740. *Danıştay Dergisi*, 99, 244-247.
- [23] Kantar, H.E. (1984). Çevre Hukukunda Sorumluluk Kavramı. *İstanbul Barosu Dergisi*, 58, 14-19.
- [24] Turgut, N.(1995). Kirleten Öder İlkesi ve Çevre Hukuku. *A.Ü Hukuk Fakültesi Dergisi*, 44(1-4), 622-639.
- [25] Keleş, R. & Ertan, B. (2002). *Çevre Hukukuna Giriş*. Ankara: İmge Kitabevi.
- [26] Yüksel, E. (1973). *Danıştay'da Açılacak Tazminat Davaları*. İkinci Kitap. Ankara: Esas. Balkanoğlu Matbaası.
- [27] Onar, S.S. (1966). *İdare Hukukunun Umumi Esasları*. C.III. 3.Baskı. İstanbul: Maarif Matbaası.
- [28] Tandoğan, H. (1987). Medeni Hukuk Açısından Çevre Kanunu. *Çevre Kanununun Uygulanması*. Ankara: TÇVS Yayını.
- [29] Azrak, A.Ü. (1987). Kentleşmenin Getirdiği Çevre Sorunları. *Kentleşmenin Getirdiği Çevre Sorunları Sempozyumu (İdare Hukuku Açısından)*. Ankara: Danıştay Yayını.
- [30] Akıllıoğlu, T. (1987). İdare Hukuku Açısından Çevre Kanunu. *Çevre Kanununun Uygulanması*. Ankara: TÇSV.

Nihat GÜLTEKİN (nigultekin@yahoo.com) has a Ph.D. of Management and Organization at Marmara University Institute of Social Sciences. He is a lecturer of Management and Organization at Harran University. His research areas are business administration, business ethics, and strategic management.

Abdullah ÇELİK (acelik@harran.edu.tr) has a Ph.D. of at Public Administration Ankara University Institute of Social Sciences. He is a lecturer of Sciences of Administration at Harran University. His research areas are public administration, local government, and local representation.

Suayıp AYKANAT (aykanatsuayip@hotmail.com) has a Ph.D. of Public Administration at İstanbul University Institute of Social Sciences. He is a lecturer of Sciences of Administration at Harran University. His research areas are administration law, public law, and personnel law.

FINANS ETİĞİ

Serpil ALTINIRMAK GÖKBEL

Anadolu Üniversitesi, Eskişehir Meslek Yüksekokulu, Yardımcı Doçent Dr.

FINANCIAL ETHICS

Abstract: Ethics is a philosophical discipline including rules and standards for relations governing human behaviors of individuals and groups. Ethics is related to philosophical values, moral and behavioral norms guiding behaviors within the society. Working with ethic values in business was not taken sufficient attention in the past until last years.

Even though, ethics has become one of the most important topic for the public opinion and business enterprises, a number of companies claim that ethic principles conflicts with profit maximization and there is a reverse relation (balance) in between them. Recent studies however showed that the business enterprise which are running ethically and are aware of the ethic has stronger structures. In this study, it is aimed to prove that acting ethically in financial management and financial markets provide a positive environment for investors and stakeholders and ethic principles do not form conflict with profit maximization, on the contrary they support each other.

Keywords: Profit Maximization Financial Ethics, Stakeholders

FİNANS ETİĞİ

Özet: Etik insan davranışlarındaki ilişkileri yöneten kural ve standartları içeren felsefi bir disiplindir. Etik; değerler, ahlak ve toplum içinde davranışlara rehberlik eden normlarla ilgilidir. Son yıllara kadar etik değerlere uygun çalışmak yeterli ilgi görmemiştir. Her geçen gün kamuoyu ve işletmeler için etik önemli bir konu haline gelmesine rağmen, çok sayıda işletme kar maksimizasyonu sağlamanın etik prensiplerle çeliştiğini ve aralarında ters orantı olduğunu düşünmektedir. Oysa yapılan çalışmalar göstermiştir ki, etik davranan ve bu bilinçte olan işletmelerin finansal yapıları da güçlü olmaktadır. Bu çalışmada, finansal yönetimde ve finansal piyasalarda etik davranışların benimsenmesinin yatırımcıların ve hissedarların lehine bir ortam oluşturduğunu ve etik ile kar maksimizasyonu hedefinin çelişmeyerek aksine birbirini desteklediğinin gösterilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kar Maksimizasyonu, Finansal Etik, Paydaşlar

I. GİRİŞ

Ekonomiler giderek globalleşmekte, dolayısıyla sosyalleşmektedir. İşletmelerin kendi çıkarlarının yanında toplumun refahını sağlamak ve geliştirmek gibi önemli yükümlülükler taşıması gerektiği düşüncesi giderek yaygınlaşmaktadır. Gelişmiş ekonomilerde, girişimci ve işletmeler kendi rolünü tam olarak kavramıştır. Artık işletmelerin toplumun özelliklerini ve beklentilerini karşılayacak şekilde faaliyet göstermesi ve yöneticilerinin de sosyal değerlere gereken önemi vermesi beklenmektedir. Bu anlayış, hem işletmelerin olumlu imajı, hem de insani değerlere önem veren, iyimser, sağlıklı ve aktif bir toplum yaratmak için de hayati öneme sahiptir.

İşletmeler çatışan talepler nedeniyle faaliyet gösterdikleri rekabetçi ortamda paydaşların (stakeholder) beklentilerini gözetmek zorundadır. Büyük işletmeler tarafından alınan kararlar toplumda, ekonomik, sosyal ve siyasi etkiler yaratmaktadır. İşletmeler kararlarını sadece ekonomik bakış açısından veremezler aynı zamanda etik ve sosyal sorumluluk faktörlerini göz önüne almak zorundadırlar. Bu nedenle bir organizasyon uzun süreli hayatta kalmayı temin edebilmek için farklı beklentileri dengelemeli ve optimal kararları almalıdır. Her geçen gün kamuoyu ve işletmeler için etik önemli bir konu haline

gelmesine rağmen, çok sayıda çalışan ve işletme hissedarların gelirini artırmak yada kar maksimizasyonunu sağlamanın etikle çeliştiğini ve aralarında ters orantı olduğunu düşünmektedir. Yani bugün pek çok işletmeye göre etiğin dayandığı temel ile kar maksimizasyonu birbiriyle çelişmektedir [1].

Oysa bu konuda yapılan birçok çalışmada, etiğe uygun davranan ve bu bilinçte olan işletmelerin finansal yapılarının da güçlü olduğu ispatlanmıştır [1]. Bu çalışmada amaçlanan, finansal yönetimde ve finansal piyasalarda etiğe uygun davranışların benimsenmesinin yatırımcıların ve hissedarların lehine bir ortam oluşturacağı ve etik ile firmaların kar maksimizasyonu hedefinin çelişmediği aksine birbirini desteklediğinin gösterilmesidir.

II. ETİK KAVRAMI

Etik, genellikle normal iş yaşamı dışında iyi, uygun, sahip olunması faydalı fakat iş hayatının karmaşıklığı ve rekabeti içinde lüks bir şeymiş gibi görülür. Oysa etik, söz konusu ortam ne olursa olsun yokluğu hemen hissedilen dolayısıyla da yokluğu ciddi sorunlara neden olabilen bir olgudur.

Etik; ahlaki, felsefi değerler ve toplum içindeki davranışların rehberi davranış normları ile ilgilidir [2]. Etik; tanımlanmış prensipler ve yapılan işte ortaya çıkabilen etiksel durumlara başvurmada nasıl davranılması gerektiğine rehberlik eden değer sistemleri yönetimidir [3].

Etik; insanların kurduğu bireysel ve toplumsal ilişkilere temel oluşturan değer ve kuralların doğruluğunu yada yanlışlığını ahlaki yönden araştıran felsefik bir disiplindir [4].

Etik; ahlaki davranış, eylem ve yargıları ilgilendiren bir konu olarak felsefe ve bilimin önemli bir parçası ve sistematik bir çalışma alanı olmuştur. Ahlak, iyi-kötü, erdem ve kusur ile davranışları ve davranışların sonuçlarını değerlendirme ile ilgilidir. Ahlak felsefesi ya da etik, ahlaki konu edinen felsefe dalıdır. Etik tartışmasının temel konusu, insanın eylemlerini ahlaki bakımdan değerli ya da değersiz kılanın ne olduğudur. Aslında ahlak ve etik birbirinden farklı kavramlardır. Ancak pek çok yazar iki kavramı karıştırmaktadır. Etik ile ahlakın farklı olmasının nedeni, etiğin ahlak felsefesi olması, ahlakın ise etiğin araştırma konusu olmasındandır [5].

Francis firma yöneticilerinin sahip olması gereken 7 etik prensipten bahsetmiştir ki bunlar etiğe uygun davranışlara rehberlik edecek unsurlardır:

- **Saygınlık (Dignity)** diğerlerinin ilgilerine saygıdır. Bu prensip, örneğin diğerlerinin ilgilerini dikkate alan hareketler müşterileri düşünmek, çalışanların güvenliği gibi alanları kapsar. Bu ilke, acımasızlıktan, hissizlikten ve kibirden sakınmadır.

- **Eşitlik (Equitability)** ilkesi ise kararlarda dürüstlüktür.

- **Basiret (Prudence)**; Üretim hatası, bulaşıcı hastalık veya güvenli olmadığı fark edilen ürünler için toplum sağlığını kısa vadeli firma menfaatlerinin üzerinde tutarak piyasadaki ürünlerin geri çağırılması kararlarını alabilecek basiretli uygulayıcı insanları gerektirir.

- **Dürüstlük (Honesty)**; doğruluk ve dürüstlüğün yansımaları ve yalandan, hırsızlıktan ve dolandırıcılıktan kaçınmadır.

- **Açıklık (Openness)**; açığa vurulması gereken şeylerin saklanmamasıdır. Ancak işle ilgili pazarlıklarda ticari gizlilik hakkını ihlal etmek demek değildir. Bu konuda kamunun bilgi hakkı ve ilgisi iyi ayırt edilmelidir. Açıklık kişinin mahremiyet hakkına saygı duymayı da gerektirir.

- **İyi niyet (Goodwill)**; kibarlık ve toleransın diğerlerine yansıtılmasıdır. İyi niyetin esas görünüşü,

insanları sevmek ve firmanın sosyal sorumluluğudur. İşletme kararlarına etkisi ise toplumla ilgili, vergi paylarının ödenmesi ile ilgili veya çok farklı alanlarda olabilir.

- **Acılardan Sakınma (Avoidance of Suffering)**; Acılardan sakınmanın desteklenmesi, acı ve ızdırabın önlenmesi ve alınan işletme kararlarıyla ortaya çıkan ızdırapların hafifletilmesidir. Örneğin, petrol sızıntısını önlemek için yatırım harcamaları, biyolojik veya kimyasal savaştan kaçınmak için yatırım yapmak veya tütün endüstrisi gibi endüstrilerde yatırımdan kaçınmak gibi.

Etik ile ilgili prensipler önemli görüldüklerinde değer kazanırlar. Firmalar başka önemli değerlere sahip olabilirler (ilk müşteri hizmetleri, vb.). Yöneticiler ve profesyoneller, hisse sahiplerinin fırsat eşitliği ve değer artışının desteklenmesi gibi kendi değerlerini öne çıkarabilirler [6].

III. FİNANS ETİĞİ

Firmaların finansal amacı yakın tarihe kadar kar maksimizasyonu olmuştur. Ancak yaşanan gelişmeler firmaların finansal amaçlarının sorgulanmasına neden olmuştur. Kar maksimizasyonu amacı rasyonel olmayan kararların alınmasına neden olmuştur. Günümüzde firmalar, işletmelerin cari değerini maksimum yapma yani hissedarların değerini maksimum yapma nihai amacını benimsemektedirler. Bazı bilim adamlarının ise paydaşların korunmasının firmaların nihai amacı olması gerektiği konusunda görüşleri vardır. Finans etiği konusu tartışılırken firmaların klasik karı maksimize etme amacı ve çağdaş hissedarlarının servetlerini maksimize etme amacı ve paydaşların korunması amacının etik açısından kıyaslanması gerekli görülmüştür.

III.1. Paydaşların (Stakeholder) Korunması ve Etik

Firmaların politika uygulamalarının en az iki görünümünden söz etmek mümkündür, bunlar kaynakların yönetimi ve paydaşların (stakeholders) yönetimidir [7]. Kaynakların yönetimi; firmanın yönetimi (yatırım ve dağıtım yönetimi, yeni ürünlerin yönetimi, ilişkide bulunulan yerlerdeki dış politika çevresi ile ilişkiler), yönetsel sistemler (borç sistemleri) veya insan kaynakları (yetenekli personelin kaybı) gibi konuları içerir.

Paydaşların yönetimi; bu gruplarla ilişkiler hakkındaki kararlardır ve firmayla ilgili tarafların iyi olması (müşteriler, tedarikçiler, çalışanlar gibi firma kararlarından etkilenen topluluklar ve firmanın performansı ile ilgilene diğerleri) ile ilgilidir [8].

Firma, çalışanlarından müşterilerine, halktan hükümetlere kadar uzanan değişik gruplara karşı

sorumludur. Politikacılar, etiğin paydaşların korunması için gerekli olduğunu vurgularlar. Carroll çalışmalarında firmaların sosyal kurumlar olarak hissedarlara sorumluluktan çok daha geniş bir sorumluluğa sahip olduklarını vurgulamaktadır. Aslında paydaşların korunması teorisi zayıftır. Bu teori, paydaşların servet maksimizasyonundan ziyade farklı grupların iyiliği ile ilgili davranışlarda bulunmayı gerektirir. Ne yazık ki, bu durum firma yöneticilerine karışık sinyaller gönderir. Firmaların bir grubun beklentilerini yerine getirme uğraşı verirken başka bir grubun beklentilerinde başarısızlığa düşmesi eleştirilir, bu çelişkilidir. Bu durum firma yöneticileri için ahlaki bir şizofreni yaratır. Bir firmanın bir şeyi en iyi yapması olası iken, her şeyi en iyi yapma şansı oldukça düşüktür [9].

Paydaşları koruma teorisinin bir başka zayıflığı ise, bütün grupları mutlu etme uğraşısında etiğe uygun davranmanın detaylarının zaman alıcı ve boş olarak görülmesidir. Belki de paydaşların firmalara, firmaların paydaşlara bakış açısı önce sosyal sonra da finansal performansa odaklanabilir. Bir gruba göre etiğe uygun bir davranış diğer bir grubun menfaatlerine aykırı olabilir ve kötü etkilenen grup tarafından adaletsiz ve etiğe uygun olmayan olarak görülebilir [9]. Bugün şu gerçek artık kabul edilmektedir ki, çok iyi finansal performans optimal sosyal performans ile uyumludur ve orada toplumun geniş kesimleri için fayda vardır. Hilman ve Keim çalışmalarında [6] paydaş ilişkilerinin yönetiminin müşteri ve tedarikçi bağlılığını azalttığını, çalışan devir hızını düşürdüğünü ve firma ününü geliştirdiğini bulmuşlardır. Francis ise, paydaş değeri ve bu grupların yönetimi arasındaki pozitif ilişkinin, paydaş yönetiminin etkili olduğu yerlerde finansal performansı arttırdığını savunmuştur [6]. Yine Friedman, firmaların sosyal sorumluluklarını yerine getirmelerinin, firmaların karlılığını arttırdığını iddia etmektedir [10].

Sürdürülebilir Kalkınma için İş Dünyası Konseyi firmaların geniş fırsat yelpazelerine dikkat çekmiştir [11]. Gelişmiş ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde firmalar, insanların yaşamını iyileştiren hizmet ve ürünleri sağlayarak karlılıklarını artırabilirler. Etiğe uygun davranışlara devam etme taahhüdü veren firmalar kamuoyunun hayat seviyesini iyileştiren ekonomik gelişmelere pozitif katkı sağlarlar.

Waddock ve Graves bu bağlamda, sosyal sorumluluk performansı ve finansal performans arasındaki ilişki varsayımını yeniden formüle etmeyi tartışmıştır. Elde ettikleri sonuçlar, paydaşların (sahipler, müşteriler, çalışanlar, halk ve çevresi) kaliteli yönetiminin, firmanın sosyal performansını yansıttığını göstermektedir [6].

Ancak bu ipuçları, genellikle, paydaş ilişkilerine yatırımın pozitif bir risk yönetim stratejisi teklifi sunduğu görüşünü açık destekler nitelikte değildir [6].

III.2. Hissedarların Servetlerinin Maksimizasyonu Hedefi ve Etik

Hissedarların servetlerini maksimize etme, işletmelerin cari pazar veya piyasa değerini maksimize etme; işletmenin gelecekte beklenen gelirlerinin şimdiki değerinin maksimum edilmesi şeklinde ifade edilebilir. Hissedarların gelecekte elde edecekleri gelirler; periyodik dividant ödemeleri ya da hisse senetlerinin satışlarından elde edilecek gelirler olarak ele alınabilir. Gelecekte elde edilecek gelirlerin bugünkü değeri ise, bu gelirlerin uygun iskonto oranıyla iskonto edilmesiyle bulunur [12] Hissedarların servet maksimizasyonu konusu sıklıkla bir ahlak konusu gibi ele alınır. Yönetim, bir grubun menfaatlerini diğerlerinin üzerinden sağlamak yerine bütün gruplara adilce en iyi menfaatleri sağlamak zorundadır. Etik üzerine çalışan bilim adamları ve paydaşlar bu düşünceyi desteklerler ve firmaların hissedarlarının servetlerini maksimize etmek için paydaşlarını kullandıklarını ima ederler. Oysa bu manzara firma organizasyonunun durumunu göstermez. Yönetim, menfaatlerle çatışan serveti artırma ilkesini benimserse kaos ve verimsizliğe yol açabilir. Firmalar farklı menfaat gruplarına sahip olduğundan ve yönetimin bütün gruplara hizmet zorunluluğu olmasından dolayı yönetim gücüne odaklanır ve bu çerçevede yönetim sorumluluğu eksikliğine neden olabilir. Ayrıca yönetim hakem olmaya zorlanırsa bu sonuçta firmanın doğrudan işlemlerin öneminden yönetimin dikkatini diğer konulara dağıtabilir. Üstelik organizasyon perspektifinden bakıldığında, yönetimin bir başarısı hissedarların servet artışı için enerji sağlar. Bu da uzun dönemde paydaşların servet maksimizasyonu anlamına gelir.

Hissedarlar firmaların ana sermayelerinin sağlayıcılarıdır ve paydaşlar grubunun bir üyesidirler. Hissedarlar yalnızca fonksiyonları nedeniyle farklıdır. Üstelik hissedarlar ilk sermaye sağlayıcıları oldukları gibi, firmanın diğer paydaşları telafi edildikten sonra kalan geliri kabul ederler [9].

Firmaların Yeniden Yapılandırılması ve Hissedarların Servetlerinin Maksimizasyonu

Etik üzerinde çalışan bilim adamları firmaların yeniden yapılandırılması; birleşme, satın alma, ele geçirme vb. ile ilgili konuları sıkça tartışmaktadırlar. Jensen ve Rubock (1983), De Angello, De Angello ve Rica (1982), Muscarella ve Vetsuypens (1990) Linn ve Rozelf, Hite ve Owners araştırmalarında son zamanlardaki firma yeniden yapılandırma faaliyetlerinin genellikle firma hissedarlarının servetlerini arttırdığını göstermektedir. Daha yüksek hisse senedi fiyatlarının oluşması firmanın verimli kazancıyla ilgilidir. Ancak firmanın gizli değerinin transferi ve yeniden yapılandırma sonucu verimli kullanılmayan varlıkların daha karlı kullanılmaya başlanması ile de hisse senedi fiyatları yükselir. Ayrıca yeni teknoloji ve ürünler topluma fayda

sağlar.

Yeniden yapılandırılan firmalarda istihdam bir sorundur. Yeniden yapılandırma bazı paydaşlara geçiş maliyetleri aktarır. Bu kısa dönem maliyetleri için genellikle hissedarların servet maksimizasyonu modeli sorumlu tutulur ve “etiğe uygun olmayan davranış” olarak sınıflandırılır. Bu düşünce bazı ekonomistler tarafından desteklenmektedir. Uzun süre görevde kalan hükümetler teşviklerin az sayıda kişide yoğunlaştığı ve maliyetlerin bütün vergi mükelleflerine yansıtıldığı durumun güçlüğünden kurtulamamaktadırlar. Bu tezat firmaların yeniden yapılandırılma işlemlerine uygulanabilir, faydalar genişçe dağıtılırken maliyetler yoğunlaşabilir. Maliyetler; politikacılar, düzenleyiciler ve medya tarafından dile getirilirken faydalar göz ardı edilebilir.

Sonuçta yeniden yapılandırma yatırımları zenginlik yaratır ve müşterilerin refahını artırır, fayda ekonomiye girer ve paydaşlara yansır.

III.3. Firmaların Kar Maksimizasyonu Hedefi ve Etik

Finans etiği konusunda karlılık ve etik arasındaki ilişki de önem kazanmaktadır. Bu konu, yönetim bilimcilerin üzerinde nadir düşündükleri bir konudur. Ancak, karın iş etiğinde önemli bir konu olmadığını düşünmek hatalıdır [6]. Karlılığın firma için önemini anlamada firma hedeflerini takip etmek faydalı olabilir. Firmaların yaşam süreleri boyunca sahip oldukları hedefleri (kar, rekabet, devamlılığı sağlama, devlete karşı sorumluluk, sosyal sorumluluk, kaliteli mal ve hizmet üretme, finansal bağımsızlık vb.) Tablo.1’de görülmektedir [13]. Buna göre, firmaların hedef öncelikleri arasında kar çok önemlidir. Yöneticilerin kafalarındaki soru ise, etiksel prensiplere uyulması karlılığı azaltır mı? Kar böyle kritik bir soruda çok kolay bir hedef olabilir. Çünkü iyi tanımlanmıştır. Eğer harcamalar yapıldıktan sonra çok büyük bir miktar kalıyorsa soru şöyle değişebilir. Karı ne haklı çıkarır? Kar neyi ödemek içindir? Çalışanlar için ücret ve faydalar, hammadde alımı, vergiler, reklam ve piyasa giderleri, sermayenin geri ödenme ihtiyacı vb. harcamalar, müşteriler açısından genellikle ürün fiyatının bir kısmını yasal hale getirmek için yapılan maliyetler olarak görülür. Aslında karla ilgili kaçınılmaz soru, ne kadar kar yeterlidir? sorusudur.

Ayrıca çevre kirliliğini önleme, yeterli maaş ve faydalar, güvenlik, memnuniyet verici çalışma şartları sağlama, iyi emeklilik koşulları, iyi personel politikası, dürüstlük, güvenli ve kaliteli ürünler, bilgi verici reklamlar gibi prensipler karı tehdit ediyor görülebilir. Örneğin, firmalar çevrenin kirlenmemesini destekliyor olabilir. Ancak, kirliliğin önlenmesi için gerekli maliyetleri, karlılığı düşürücü gereksiz giderler olarak görebilirler. Üstelik firmanın diğer ortakları bu giderleri hoş görmeyebilir ve giderlere karşı direnebilirler.

Tablo.1. Firmaların Hedef Öncelikleri

Fritz/Förster/Rafee/Siberer (1985)	Fritz/Förster/Wredman/Rafee (1988)	Rafee/Fritz (1992)
İşletmenin devamlılığını sağlayacak sermayeyi kaybetmeme	Rekabet	Müşteri memnuniyeti
Ürün kalitesi	Ürün kalitesi	İşletme varlığının korunması
Kazanç	İşletme devamlılığını sağlama	Rekabet
Maliyetleri karşılama	Kalitede iyileştirme	Mallarda kalite
Sosyal sorumluluk	Devlete karşı sorumluluk	Uzun vadeli kazanç
Devlete karşı sorumluluk	Tüketiciye karşı sorumluluk	Karlılık
Büyüme	Maliyetleri karşılama	Kısa ve uzun vadeli kazançları elde etme
Tüketici sorunları	Kazanç	Maliyetleri azaltma
Pazar payı	Sosyal sorumluluk	Sağlamlık
Pazarda güç elde etme	Çevre	Müşteri güvenliği sağlama
Çevre	Tüketici sorumluluğu, çevreye karşı ayarlama	Kapasite artışı
	Bağımsızlık	Tam kapasitede verimlilik
	Ciro	Verimliliği artırma
	Pazar payı	Finansal bağımsızlık
	Miktar olarak büyüme	Çalışanlar arasında mutluluk
	Güç etki	Ciro
		Çalışma yerlerini muhafaza ve yeni çalışma yerleri oluşturma

Karla ilgili diğer bir sorun ise, yüksek karın dürüst yollardan sağlanamayacağı önyargısıdır. Karla ilgili yadsınamayacak bir gerçek, karın dünya ekonomisinin baş aktörlerinden birisi olmasıdır. Kar firmalar için ödüldür. Bu durumda, firma içinde etik kurallar benimsenerek ve iyi dış denetimle ahlaki normlar içinde kar elde edilmelidir. Friedman’ın “sosyal sorumluluğu yerine getirme firmaların değerini artırır” [10] tespiti, aslında bu gerçeğe işaret etmektedir.

Firmada etik kuralların eksikliğinin finansal açıdan başka bir maliyetinden daha söz edilebilir, bu da dava edilme riskidir. Bazı ülkelerde yanlış davranan firmaların isimleri çeşitli yayın organlarında yayınlanmaktadır Türkiye’de de sermaye piyasası ile ilgili yolsuzluklara adı karışanlar kamuya açıklanmaktadır. Francis çalışmasında dava eğilimli firmaların gelir elde etmede sürprizler yaşadıklarını ortaya koymuştur [6].

Finans yöneticileri için dezavantajları varmış gibi görülen etik kuralların kabul edilebilmesi için, açıkça ve yansız tanımlanmış gerekçeler gerekir. Etik kuralları davranış sınırlaması gibi göstermek hatalıdır. Etik, insan davranışlarının motivasyonu ile ilişkilidir. Finans teorisinin materyalist yaklaşımı düşünüldüğünde, etik kurallara ters düştüğü düşünülebilir. Pluto “ materyalizm bizim ahlaki hastalığımızın temelidir” demiştir. Finans teorisinin bu anlamda iflasına en iyi örnek olarak “firma ünü” gösterilmektedir. Dobson ve Dorsey ünü şöyle tanımlamışlardır, “ün davranışsal bir ayırt edici özelliktir”. Bir firma, anlaşma maddelerine uyumu ve bir dönem boyunca anlaşmalarının istikrarla devam etmesiyle ün yapar. Ün sağlandığında, paydaşların hak iddia ettikleri firma değerinde artış sağlanır. Ancak, sadece ünün kazanılması değil sürdürülmesi de önemlidir. Aslında sonuç olarak, firma değerinin artırılması hedeflendiğinde, finansal ekonomi teorisinin bu amacı ünün kazanılması ve sürdürülmesi ile sağlanabilir görülmektedir [10].

Firma içinde etik davranışlar sadece hisse senedi sahiplerinin servetlerini maksimize etmek değildir. Fakat uzun dönemde firmalar etiğe uygun davranarak hisse senedi sahiplerinin servetlerini maksimize edebilirler. Etik dışı davranışlar ise, maliyetleri artırır ve firmanın ününe zarar verir. Bunlar da bilançoya yansır. Firma yöneticileri dürüst ve kararlı davranışları ile doğruyu yapmak için çaba göstermelidirler [14].

Finansal yöneticiler, profesyonel yaşamın ahlaki sınırları içinde, hisse senedi sahiplerinin servetlerini maksimize etmeye çalışan yöneticiler olmalıdır. Finans yöneticileri, topluma karşı görevleri olan profesyonellerdir ve hisse senedi sahipleri ile paydaşlara karşı sorumlulukları vardır.

IV. FİNANS ETİĞİ VE UYUM

Uyum, çevre yönetim sistemleri, ün, finansal, mesleki, sağlık ve güvenlik, rekabet konuları, müşteri konuları ve entelektüel sermaye konuları ile ilgili olabilir

Son 30 yıldır uyum kuralları oluşturma konusunda kuvvetli bir hareket olmaktadır.

Menkul Kıymet Borsaları bu konuda önemli adımlar atmışlardır. Bazı Borsalarda, kayıtlı firmaların yönetim uygulamaları politikalarının yer alacağı yıllık

raporlar yayınlanmaktadır. Raporlarda, risk yönetimi ve kurul kararlarında şeffaflık ve açıklık sağlayan süreçler, Hesap Denetim Kurulu’nun hak ve sorumlulukları, yönetimin belirli iş risklerini tanımaya yönelik yaklaşımı ve bu riskleri yönetim süreçleri kurulmasında dikkate alması, firmaların etik standartları sürdürmesi ve etik politika kurması vb. yer almaktadır. Yatırımcılar, firmalarla ilgilenenler ve paydaşlar bu raporları takip etmektedirler. Firma yönetimleri bilanço perdelemenin ötesinde bir politikaya sahipse, gerçek verimi sağlar ve firmanın rapor altındaki yıllarda etik denetime tabi olduğu düşünülür. Böyle bir güvence, firmaya karşı eleştirilerden korunma imkânı verir ve kararlarını almadaki geniş ve etik bakış açısı onun ününü artırır. Türkiye’de bu amaçla Sermaye Piyasası Kurulu 2003 yılında Kurumsal Yönetim İlkeleri yayınlamıştır. Kurumsal Yönetim ile amaçlanan ilgili tarafların karşılıklı hak ve yükümlülüklerinin belirlenmesi, yatırımcı güveninin sağlanmasıdır. Ayrıca Gürbüz ve Ergincan çalışmalarında Kurumsal Yönetim İlkelerini görece olarak daha iyi uygulayan şirketlerin borsa performanslarının bunları yeterince uygulamayan şirketlere göre daha yüksek olduğu, kurumsal yönetim ilkelerini ileri derecede uygulayan şirketlerin özsermaye karlılığının genelde daha yüksek çıktığı, halka açıklık oranı yüksek şirketlerin Kurumsal Yönetim İlkelerini daha iyi uyguladıkları, daha iyi yönetilen şirketlerin kreditelere daha çok güven verdikleri sonuçlarına ulaşmışlardır [15].

Etik kavramının merkezi şeffaflıktır. Kensicki ve Veysey şeffaflık konusu ile ilgili yaptıkları incelemelerde, şeffaflık eksikliğinin ünü kaybetme riskine neden olduğunu saptamışlardır [16, 17]. Stapledon ve Taylor ise, inceledikleri en iyi 100 firmanın birçoğunda yönetimin belli başlı konularda kusurlu anlayışını keşfetmişlerdir [18].

Yasal uyum ise gerekli ve önceliklidir. Yasa doğrudan standartlar koyar ve onay arar, firma etiği ise esneklik ve çözüm yaratır. Firmanın iç etiği kendi yönetmelikleri ve Yasalarla tamamlanır. Firma etiği cezalandırmaktan ziyade pozitif olduğunda çok etkili olur. Firmanın kendi değerleri olması, övgüyle karşılanmalıdır. Ancak yasal denetimin gerekliliği tartışmasıdır.

Yönetimin etik kararları, çalışanlara organizasyon kültürü ve davranış beklentileri hakkında açık mesajlar vermelidir. Böylece çatışma yaşanmaz. Birçok çalışmada (Waddock ve Graves, Francis ve Armstrong) iyi sosyal performans ile iyi finansal performans arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Yine Cockorell ve Armstrong çalışmalarında, etik iklimi eksikliğinin, hileli işlemlerin yinelenmesi sonucuna neden olduğunu bulmuşlardır [19].

V. SONUÇ

Finansal piyasalar istenilen şekilde etiğe uygun hale gelebilir. Bunun için de, finansal teorist ve

uygulayıcıların değer temellerini sınırlandırmaları gerekir. Servet artırma, davranış motivasyonu olarak tek başına temel olmamalıdır. Firma paydaşlarıyla ilişkilerde, etik olmayan kararların bir tehdit olarak algılanması risk olarak tanımlanırsa, etiğe uyum uzun dönemde organizasyonda bir risk yönetim stratejisi olarak da işlev görür. Etik hareket eden yönetime sahip bir firmada, sistem ve süreçler etik olmayan davranışların cesaretini kırar ve etik davranışları ödüllendirir. Bu sadece paydaşlar için değil, bütün organizasyon için pozitif sonuçlar verir. Karların oluşturulması, hileli davranışların azaltılması, davalardan kaçınma, yasalara uyumlu ve düzenli, güvenli ve sağlıklı bir çevre garanti edilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Lee, C.Y. & Hildeki, Y. (1997). Business Ethics of Korean and Japanese Managers. *Journal of Business Ethics*, 16(1), 464-471.
- [2] Daft, R.(1998). *Management*. Fifth Editon. New York: The Dryden Pres.
- [3] Velasquez, M.G. (1998). *Business Ethics: Concepts and Cases*. Forth Edition.. New Jersey: Prentice Hall.
- [4] Uçkun, G.; Uçkun S. & Latif, H. (2004). *Turizmde Etik*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- [5] Aydın, P.İ. (2002). *Yönetmel Mesleki ve Örgütsel Etik*. 3. Baskı. İstanbul: Pagem A. Yayınları.
- [6] Francis, R. & Anona, A. (2003). Ethics as a Risk Management Strategy; The Australian Experience. *Journal of Business Ethics*, July, 45(4), 2-17.
- [7] Weiss, J.W. (1998). *Business Ethics*. Second Edition. New York: The Dryden Pres.
- [8] Post, J.E.; Frederick, W.C.; Lawrence, A.T. & Weber, J. (1996). *Business and Society*. Eighth Edition. New York: McGraw-Hill Inc.
- [9] Dufrene, U. & Wang, A. (1996). Stakeholders versus Stockholder and Financial Ethics; Ethics to Whom? *Managerial Finance*, 22(4), 2-22.
- [10] Dobson, J. (1993). The Role of Ethics in Finance. *Financial Analyts Journal*, November-December, 49(6), 58-69.
- [11] (2002). The World Business Council for Sustainable Development. *2001 Annual Report*, WCDSD, February, 4-15.
- [12] Aydın, N.; Başar, M. & Coşkun, M. (2006). *Finansal Yönetim*. Eskişehir: Aktüel Basım.
- [13] Becker, J. (1998). *Marketing- Konzeption, Grundlagen Des Strategischen und Operativen Marketing, Managements*. 6. Auflage. Münih: Verlag Franz Vahlen.
- [14] James, S. (1993). On Finacial Ethics. *Financial Management*, 22(3), 46-53.
- [15] Gürbüz, O. & Ergincan, Y. (2004). Dünya'da ve Türkiye'de Kurumsal Yönetim Düzeyinin ve Şirket Performansının Karşılaştırmalı Analizi. *Geleneksel Finans Sempozyumu*. M.Ü. Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, MÜ Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, İstanbul, 216-226.
- [16] Kensicki, P.R. (2000). Do Ethical Mandates Go Beyond Merely Following the Letter of the Law? *National Underwriter*, 104(43), 59-60.
- [17] Veyesy, S. (2000). Broader View of Risks Taken. *Business Insurance*, 34(42), 65-67.
- [18] Stapledon, G. & Taylor, M. (1998). Applied Corporate Governance, Disclosure Under Listing Rulo 4.10.3. *Australian Company Secretary*, 50(2), 334-336
- [19] Comenisch, P.F. (1998). *Perspectives in Business Ethics*. (Ed.: Hartman, L.C.). Singapore: Mc. Graw Hill.

Serpil ALTINIRMAK GÖKBEL

(saltinirmak@anadolu.edu.tr) is an Assistant Professor in finance in Eskişehir Vocational School, Anadolu University. She has been Vice Principal of the school. Her main interests include portfolio management, risk management, ethics and mergers.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİNDE İLETİŞİMİN ROLÜ

Gökhan YOLAÇ

İstanbul Kültür Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Öğretim Görevlisi Dr.

THE ROLE OF COMMUNICATION IN CUSTOMER RELATIONSHIP

Abstract: Changing market place conditions during the past decades, increased competition and alternative sources of supply have forced companies to have a customer orientation approach. Customer relationship is one of the most important elements of marketing, more than convenience, speed of delivery and product quality. Marketers must create and maintain good relationship with their customers. In this frame companies focus on changing customer needs and wants. In today's marketing, customer relationship concept environment is inevitable since rapidly changing customer preferences, technology, shorter product life-cycles and increased foreign competition. Moreover, proper handling of customer complaints is an important aspect of good customer relationship. Firms should give customers a chance to complain or compliment. Listening to customer complaints can alert companies to errors. For this reason companies must realize importance of having customer relationship and use this approach effectively.

Keywords: Customer, Customer Relationship, Communication

I. GİRİŞ

Küreselleşmenin hızla yayıldığı, rekabetin günden güne daha fazla arttığı günümüz ekonomisinde işletmelerin karları gittikçe azalmakta, varlıklarını sürdürmeleri ve hayatta kalarak faaliyetlerine devam etmeleri zorlaşmaktadır. Üretim ve arza oranla, mamullere olan talep ve dolayısıyla "müşteri" kıt hale gelmektedir. Bu nedenle işletmelerin var olmalarını ve ayakta kalabilmelerini sağlayan en önemli faktörlerin başında müşteri gelmektedir. Müşteri ilişkileri yoluyla müşterileri kazanmak, onları memnun etmek ve elde tutmak önemli hale gelmiştir. Çünkü müşterilerin beklenti, arzu ve istekleri bir yandan artarken, diğer yandan da farklılıklar göstermektedir. Modern pazarlama anlayışı çerçevesinde, müşteriye ürettiğini satmak yerine, müşterinin arzu, istek ve beklentilerine uygun, onun ihtiyaçlarını giderecek bir anlayış gerekmektedir. Bu nedenle müşteri ilişkileri bu noktada daha da önemli olmakta, bir satıcı ile bireysel müşteriyle olan ilişkisi dışında, işletmelerin top yekûn bir anlayışı, kültürü haline gelmektedir. Bu özelliğe sahip olan işletmeler ise rakiplerinden farklılaşmaktadır. Böylece müşteri ilişkileri anlayışına sahip işletmelerin bu özellikleri kolayca taklit edilemeyeceğinden bu durum onlara büyük bir rekabet avantajı yada üstünlüğü sağlamaktadır. Müşteri

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİNDE İLETİŞİMİN ROLÜ

Özet: Son yıllarda pazar koşullarında meydana gelen değişimler, rekabetin ve alternatif arz kaynaklarının artması işletmeleri müşteri odaklı bir yaklaşıma sahip olmaya zorlamıştır. Müşteri hizmetleri mamulün kalitesinden, kullanıma uygunluğundan ve dağıtım hızından daha önemlidir. Pazarlamayla uğraşanlar müşterileriyle iyi ilişkiler oluşturmak ve bu ilişkileri devam ettirmek zorundadır. Bu çerçevede işletmeler değişen müşteri istek, ihtiyaç ve arzularına odaklanmalıdır. Müşteri ilişkileri anlayışı hızla değişen müşteri tercihleri teknoloji, mamulün hayat süresinin kısılması ve dış rekabetin arttığı günümüz pazarlamasında kaçınılmazdır. Bunun ötesinde müşteri şikayetlerini gerekli şekilde gidermek, iyi müşteri ilişkilerinin önemli bir parçasıdır. İşletmeler müşterilere şikayetlerini ve memnuniyetlerini dile getirmelerine fırsat vermelidir. Müşteri şikayetlerini dikkate almak işletmeler için hatalara ilişkin bir uyarı niteliğindedir. Bu nedenle işletmeler müşteri ilişkilerine sahip olmanın önemini anlamalı ve bu yaklaşımı etkin biçimde kullanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri, Müşteri İlişkileri, İletişim

İlişkilerinin işletmelerin bir hayat tarzı olması için, bu anlayışın önce üst yönetimden başlayarak organizasyonun tüm kademelerince kabul edilmesi gereklidir. Bu açıdan bakıldığında müşteri ilişkileri sadece yapılacak veya yapılmayacak işlerin toplamı değildir. Müşteri ilişkileri anlayışına sahip olmak kadar onu başarılı bir şekilde uygulamak gereklidir. Çünkü bu anlayışa sahip olmak uzun zamanda gerçekleşmektedir. Söz konusu anlayış güçlükler içermekte ve uygulanmasının maliyeti yüksek olmaktadır. Bu konuda başarılı işletmeler gereken zamana sabır gösterebilen, güçlükleri aşabilen ve ortaya çıkacak maliyetlere göğüs gerebilen işletmelerdir.

Müşteri ile olan ilişkilerde başarıyı belirleyen en önemli unsurların başında iletişim gelmektedir. Başarılı bir müşteri ilişkileri yönetimi için iletişim en önemli kavram olmaktadır. Bu nedenle çalışmada temel özellikleri itibariyle önce müşteri ilişkileri kavramı ele alınacak, sonra iletişim kavramı incelenecektir.

II. MÜŞTERİ VE MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ

II.1. Müşteri Kavramı ve Türleri

Pazarlama faaliyetlerinin odağında yer alan "müşteri" kavramı literatürde "tüketici" ve "alıcı"

kavramlarıyla eş anlamlı olarak, aralarındaki farklılıklar göz ardı edilerek, biri diğersinin yerine kullanılmaktadır. Ancak aradaki farklılıkları belirtmek kavram karmaşasını önlemede ve konunun daha iyi anlaşılmasında yardımcı olacaktır. Bu çerçevede tüketiciyi; tatmin edilecek ihtiyacı olan, bu ihtiyaçla birlikte harcayacak parası olan ve bu parayı harcama isteği olan kişi, kurum ve kuruluşlar olarak tanımlamak mümkündür. Bu tanım doğrultusunda tüketiciler satın almadaki amaçlarına göre nihai tüketiciler ve endüstriyel tüketiciler olmak üzere iki gruba ayrılabilir. Nihai tüketiciler mal ve hizmetleri bireysel ya da ailevi ihtiyaçlarını gidermek için satın alırken, endüstriyel tüketiciler ise satın alma işlemini kendi üretimlerine katmak veya onu desteklemek, tekrar satmak gibi ekonomik veya normal faaliyetlerini sürdürmek için yaparlar [1].

Müşteri ise, belirli bir işletmenin belirli bir marka malını, ticari veya kişisel amaçları için satın alan kişi veya kuruluştur. Müşteri kavramı farklı bakış açılarıyla ele alınarak farklı biçimlerde gruplandırılmakla birlikte, genel kabul görmüş bir ayırımla müşterileri “iç” ve “dış” müşteriler olmak üzere iki grupta toplamak mümkündür. İşletmelerin dış müşterileri, sunulan mamul ve hizmeti satın alarak işletmeye nakit akışı sağlarlar. İç müşteriler ise işletme içinde çalışan herkeştir. Bilindiği gibi çalışanların temel amacı, dış müşterilerin beklentilerini karşılayacak mamul veya hizmeti sunabilmek için takım halinde çalışmaktır. Hiyerarşik olarak en üst düzeyden, en alt düzeydeki çalışanlara kadar, her kademede çalışanlar, eğer birbirleri ile ilgili iş ve görev yapıyorlarsa, iç müşteri tanımı içine girmektedir [2].

II.2. Müşteri İlişkileri ve Temel Özellikleri

Müşteri ilişkileri, işletme ile müşteri arasında kurulan, satış öncesi ve satış sonrası tüm eylemleri kapsayan, karşılıklı yararı ve ihtiyaçların tatminini içeren bir süreçtir. Tanımdan da anlaşıldığı gibi söz konusu süreç sadece satışın gerçekleştiği belli bir zaman dilimini değil, satış öncesinden başlayıp, satış sonrasına dek uzanan bir süreyi kapsamaktadır. Bu süreç zarfında aynı zamanda her iki tarafında kazandığı bir davranış söz konusu olup, bu çerçevede ihtiyaçların da tatmini gerekmektedir. Müşterilere dönük olarak gerçekleştirilen müşteri ilişkileri faaliyetiyle ana amacın müşteri tatmini ve bağlılığı (sadakati) yaratmanın ana amaç olduğu da söylenebilir. Müşteri tatmini, müşterinin bekledikleri ile elde ettikleri arasındaki örtüşmedir. Müşteri beklediklerini elde ettiğinde tatmin olacak, ancak beklentileri ile elde ettikleri arasında bir boşluk olduğunda ortaya tatminsizlik çıkacaktır. Müşteri bağlılığını ise, müşterinin bir seçim hakkı olduğunda, aynı markayı satın alma veya benzer ihtiyaçlarına çözüm bulmak için her zamanki sıklıkla aynı yeri tercih etme eğilimi, arzusu ve eylemi olarak tanımlamak mümkündür [3]. Tatmin düzeyini yükseltmek ve müşteri bağlılığı oluşturmak, sonuç olarak iyi bir müşteri ilişkileri yönetimini zorunlu kılmaktadır.

Görüldüğü gibi tatmin geriye dönük, bağlılık ise ileriye yöneliktir. Bağlılığın iki büyük boyutu vardır. Bu boyutlar duygusal bağlılık ve devam (hesaplanabilen) bağlılığıdır [4]. Devam bağlılığı daha rasyonel nitelikte olup, mamulün ya da işletmenin birtakım yararlarından dolayı onları değiştirmenin maliyetli olması, başka mamul ve işletme seçme şansının olmadığı durumlarda ortaya çıkmaktadır. Bu tür bağlılık zorunluluktan kaynaklanmaktadır. Duygusal bağlılıkta ise işletmeyle ilgili olarak iyi şeyler hissetme ve işletmeye, mamule inanma, güvenme söz konusudur.

Müşteri ilişkilerinin öneminin farkına varan ve değişen ilk isimlerden John Speden Lewis konuyla ilgili olarak 1917 yılında şu sözleri dile getirmiştir [5]:

“Sadece kendi değerimize güvenirse, dikkate değer bir başarıya ulaşabiliriz. Değerimize bir de iyi şöhret sağlamak ve bunu sürdürmek sanatını eklersek, rakiplerimiz için daha korkutucu oluruz ve çok daha büyük başarı elde ederiz.”

1980’li yıllarda Ford motorları Başkan yardımcısı Edson P. Williams’ın, T. S. Peters’in ve N. Austin’in “Passion for Excellence” (Mükemmellik Tutkusu) adlı kitaplarındaki sözleri ise çok çarpıcıdır [5]:

“Çok çetin geçen son dört yıldaki olaylardan önce, Ford motorlarındaki işimizde, tek merkezi hedefin yatırımlarımızın geri dönmesini sağlamak olduğunu söyledim. Ancak bugün, yine o kadar önemli bir başka şeyi öğrendiğimizi düşünüyorum ve bu konuya gereken önemi verdiğimizde kar da arkasından geliyor. “Müşteriye hizmet”. Maliyetleri ve kalitenizi doğru bir noktada tutmak ve yapılması gereken her şeyi yapmak zorundasınız. Ancak her zaman akılda tutulması gereken, müşterinin bütün bu çabaların tam ortasında durduğudur.”

Görüldüğü gibi her iki yöneticinin, daha başarılı olup daha fazla kar elde etmekten başka bir odak noktaları bulunmaktadır. Bu odak nokta ise müşteri ilişkileridir. Lewis, müşteri ilişkilerinde rakiplerden farklılaşma ihtiyacı üzerinde dururken, Williams ise yapılan her şeyin merkezine müşteriye koyma gereğini hatırlatmaktadır. Bu bağlamda çoğu işletmede müşteri ilişkilerinin, organizasyonun tüm parçalarına ve etkinliklerine nüfuz ettiği söylenmektedir. Şöyle ki; kalite devrimi, “sıfır hata” imalat sektöründe başlamış, bu fikir müşterilere doğru, “sıfır hata” yaparak hiçbir müşteriyi kaybetmeme amacına doğru genişlemiş, bu konuda uygulanmaya başlanmıştır. Bir müşteri kaybetmenin ağır maliyetini ya da bir müşteri “hatası” yapıldığında karın ne kadar azaldığını ortaya koyan araştırmalar sonucunda, müşteriden kazanılan kar, zamanla belirgin bir şekilde artmaktadır. Bu artışın kaynakları ise genel hatlarıyla şöyle tespit edilmiştir [5]:

- Müşterinin zamanla satın almalarının artışı,

- Müşteriye bağlı olan çok sayıda işlem maliyetlerinden tasarruf,
- Tatmin olan bir müşterinin etkilediği yeni müşteriler ve
- Müşterilerin güvendikleri mal ve hizmetler için ödedikleri fazladan para.

İyi müşteri ilişkileri sonucunda yeni müşteriler elde etmek ve onları kaybetmemek temel amaçtır. Burada en önemli noktalardan biri de, bir müşteri kaybedildiğinde bunun sadece kaybedilmiş bir satış değil, ömür boyu sürecek bir satış zinciri olmasıdır. Geleceğe yönelik bir satış gelirinden mahrum kalmak şüphesiz işletmelere büyük zararlar verebilecektir.

Pazarlama literatüründe müşteriyi geri kazanma çok ihmal edilmiş bir konudur. Oysa müşteri ilişkilerinde müşteriyi muhafaza etme, kaybetmeme kadar, geri kazanma da önemlidir. Müşteriyi geri kazanma, satın almasını devam ettirmeyen müşteri ile ilişkileri yeniden canlandırma, güçlendirmedir. Yapılan araştırmalar satışların % 60 – % 70'inin mevcut aktif müşterilere, % 20 - % 40'ının kaybedilmiş müşterilere, % 5 - % 20'sinin yeni müşterilere yapılma şansının olduğunu göstermiştir. Kaybedilen müşterileri tekrar kazanmak için, onlara özel "geri dönme" kampanyaları, özel indirimler gibi çeşitli taktikler uygulanarak söz konusu müşteriler tekrar geri kazanılabilir [6].

III. MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ VE İLETİŞİM

İletişim toplumsal hayatın ve kültürün en önemli unsurlarından biridir. İletişim teknolojisinde ortaya çıkan hızlı gelişmeler ve yüksek teknoloji insanların hayatını önemli biçimde etkilemekte ve değiştirmektedir. Bu özelliği, iletişimi toplumların ve bireylerin hayatında önemli hale getirmiştir. Özellikle kitle iletişim araçları günlük hayatımız için vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Pazarlama biliminde önemli bir yer tutan iletişim, özellikle müşteri ilişkilerinde belirleyici bir rol oynamaktadır.

III.1. İletişim Kavramı

İletişim dar anlamda, bireyler ve kurumlar arası bilgi, düşünce ve duygu alışverişi olarak tanımlanabilir [7]. İletişimin en temel özelliği iki yönlü ya da karşılıklı olmasıdır. Geniş anlamda iletişim kavramı değişik alanlarda ve birbirinden çok ayrı anlamlar yüklenmektedir. Yapılan bir araştırmada sözcüğün 4560 kullanımı derlenmiş ve daha sonra 15 anlamı belirlenmiştir [8]. İletişimde alışverişin sağlanabilmesi için aktarımda bulunmak isteyen bir kaynak, aktarmak istenilen bir mesaj, bu mesajı iletmek üzere bir iletişim kanalı ve mesajın aktarılacağı bir alıcı olmalıdır. İletişim

ancak bu unsurların varlığı sonucu gerçekleşebilir. Ancak doğru iletişim her zaman gerçekleşmeyebilir. İletilmek istenilen mesajla ifade etmek istenilen mesaj arasında fark olabilir. Bir başka deyişle anlatılmak istenilen mesaj yeterince ve gerektiği kadar anlaşılabilir. Yanlış bir iletişim kanalı kullanılabilir, farklı nedenlerle mesaj yanlış algılanabilir. Böylece sağlıklı iletişim sonucu oluşan farklı algılamalar, yanlış uygulamaları doğurabilir. Bu tip yanlışlıkları önlemek için, iletmek istenen mesaj açık ve net olmalı, doğru iletişim kanalı seçilmeli ve alıcının mesajı nasıl algıladığına ilişkin bir geribildirim alınmalıdır. Geribildirim sayesinde algılamada, mesajda veya iletişim kanalında bir hata olduğu anlaşılır, gerekli düzeltmeler yapılarak mesaj tekrar gönderilir ve sağlıklı bir iletişim kurulabilir [9].

Müşteri ilişkilerinde iletişimin önemi, bilindiği gibi müşterinin belli zaman dilimleri itibarıyla mal ve hizmetleri tekrar satın almasıyla, işletmeyle iletişim kurmasından kaynaklanmaktadır. Müşterinin kurduğu söz konusu iletişim farklı iletişim kanalları ve boyutlarda olabilir. Örneğin, müşteri işletme içinde bir bölümle, bir bireyle iletişim kurabilir. Bu nedenle bu iletişimde sağlıklı bir müşteri iletişimi kurmak, "iletişim kazalarına" yol açmamak son derece önemlidir. Etkin bir iletişim, müşteri ilişkilerinin en temel unsurlarının başında gelmektedir.

İletişim, uzun dönemli müşteri – işletme ilişkisinin geliştirilmesinde önemli rol oynar. Yüksek düzeyde bir iletişim güçlü bir ilişkinin varlığına işaret eder. Söz konusu iletişimin içeriği çok farklı olabilir. Müşteriler, işletmeye şikâyetle bulunmak, mamul hakkında bilgi almak, işletmenin ne tür hizmetlerini alabileceğini öğrenmek için işletmeyle iletişim kurabilirler [10].

Müşterilerle olan iletişim daha geniş kapsamlı olarak pazarlama iletişimi alanında incelenebilir. Pazarlama alanında müşterilerle veya tüketicilerle olan iletişimi temel alan pazarlama iletişiminin bazı temel özellikleri şu başlıklar altında toplanabilir [11]:

- Pazarlama iletişimi, genel iletişim modeline dayanır ve tüm iletişim unsurlarını içerir. Kaynak, mesaj, iletişim kanalı ve alıcı olarak bilinen bu unsurlar, pazarlama boyutu içinde ele alınır ve incelenir.

- Pazarlama iletişimi ile iletilen mesajların tüketicinin, müşterinin zihninde yer alması ve kalıcı olması sağlanarak gelecek dönemlerde satın alma kararlarını etkilemesi hedeflenir.

- Pazarlama iletişiminde önce tüketicilerin deneyim, arzu ve ihtiyaçları analiz edilip, sonra gerekli ve uyumlu mesajlar oluşturulmalıdır.

- Pazarlama iletişiminin en büyük özelliği iki yönlü olmasıdır. İki yönlü bilgi ve deneyim alışverişi

gerçekleştirilir.

- Pazarlama iletişimini oluşturan unsurlar arasında uyum ve tutarlı bir mesaj birliği vardır.

Genelde pazarlama iletişimi, özelde de müşteri ilişkilerinde etkin ve sağlıklı bir iletişim kurabilmek için göz önünde bulundurulması gerekli bazı noktalar vardır. Bunları aşağıdaki gibi başlıklar altında toplamak mümkündür [8]:

- İletişimin amacıyla, mesajın iletildiği hedefin birbirinden ayrı olmaması gereklidir. Kaynak ve hedef alıcı uyumsuzluğu beklenmedik tepki ve eleştirilerin ortaya çıkmasına sebep olur, uygulama hatalarına yol açar.

- Kaynak – alıcı uyumsuzluğunu ortadan kaldırmamanın en doğru biçimi, sözlü iletişim yerine yazılı iletişimi tercih etmektir.

- İletişimde kullanılacak mesajın hedef kitleye ulaşmasında dinleme önemli bir yer tutar. Bu nedenle dinlemede zayıflığa yol açacak etkileri ortadan kaldırmak gereklidir.

- Kişiler arası etkileşimde empati düzeyinin yüksekliği iletişimin etkinliğini olumlu yönde etkilemektedir.

Müşterilerle olan iletişimin önemli bir boyutunu da “müşteri şikâyetleri” oluşturmaktadır. Müşteri şikâyetleri bir anlamda müşterinin işletmeye olan ilgisinin göstergesidir. Şikâyetler var olduğu sürece iş ilişkisi devam edecektir. Ne tür iş yapılırsa yapılsın yapılan işin, ilişkinin iyi yada kötü olması, önemli değildir. Eninde sonunda müşteriler şikâyet edeceklerdir. Bu kaçınılmazdır. Önemli olan bu şikâyetleri bir geri bildirim olarak kabul edip, gerekli düzeltmeleri yapmaktır. Aslında şikâyetler birtakım sorunların olduğunun bir işaretidir. Eğer müşteriler hiç şikâyet etmiyorsa asıl o zaman sorun vardır. Çünkü artık müşteri yoktur, kaybedilmiştir. Müşteri şikâyetleri ile ilgili diğer bir önemli konu da şikâyetlerin bir buz dağının görünen kısmından çok, suyun altındaki görünmeyen kısmıdır. Görünen kısım bildirilen şikâyetlerdir. Oysa asıl şikâyetler, buz dağının suyun altında olan bildirilmeyen, kayıtlara geçmeyen kısmıdır. Önemli olan bu şikâyetleri ortaya çıkarmak ve çözüm bulmaktır. Şikâyetlerin hepsini kısa sürede gidermek bazen mümkün olmayabilir. Fakat şikâyetleri dinlemek ve onlara kısa sürede cevap vermek en doğru yoldur [12].

Müşterilerle sürekli iletişim kurma, sürdürme ve geliştirme pazarlamanın temel amacıdır. Böyle bir amaç müşteri ilişkilerine odaklanmayı zorunlu kılmaktadır. Buradan hareketle, müşterilerle sürekli iletişim kurmayı

amaçlayan, işletmenin mamul ve hizmetlerinin tüm ilişkiyi yönlendirmesi olarak tanımlanabilen bir pazarlama stratejisi olan “ilişkisel pazarlama” son yıllarda literatürde gündeme gelmiştir. Bu bağlamda ilişkisel pazarlama işletmelere çeşitli yararlar sağlayabilir. Bu yararlar aşağıdaki gibi sıralanabilir [13]:

- Müşterilerle yakın ilişkiler geliştirilerek, zamanla çok sıkı bağlar oluşturulabilir. Böylece işletme üstün bir rekabet avantajı sağlayabilir.

- Müşteri tatmin ve bağlılığındaki artış sonucu müşteriler daha uzun süre işletmeyle iş yaparak, daha çok ve sık satın alırlar.

- Uzun dönemli ilişkiler sayesinde taraflar arasında oluşan etkin iletişim, ilişki maliyetlerinin düşmesi ve pazarlama kampanyalarının etkinliğinin artması gibi birtakım finansal yararlar sağlayabilir.

- Müşteri karlılığındaki artış, müşterinin işletmeye sağladığı karlılığı artırabilir.

- Mevcut müşteriyi muhafaza etme maliyetinin, yeni müşteri kazanma maliyetinden daha düşük olması sebebiyle ve aynı zamanda memnun olmuş mevcut müşterilerin yeni müşteriler kazandırması da karlılığı olumlu yönde etkileyebilir.

- Müşteri bağlılığının artması, çalışan bağlılığının da artmasına yol açabilir.

IV. SONUÇ

Pazarlama iletişimi, işletmelerin pazarlama faaliyetlerinin başarısında büyük rol oynamaktadır. Günümüz işletmelerinde, pazarlama bölümlerinde yer alan “iletişim koordinatörleri” hedef kitle ve tüketicilerle daha iyi iletişim kurulmasını sağlamaktadırlar. Müşteri ilişkileri ve iletişimin daha etkin kullanılmasıyla bir yandan tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemek, onları ikna etmek ve işletmeye bağlı, sadakati yüksek müşteriler oluşturmak mümkündür. Bir yandan da oluşturulan müşterilerin muhafaza edilmesi de kolaylaşmaktadır. Müşteri ilişkilerinin uzun süreli olabilmesi ancak müşteri odaklı düşünce ve uygulamalarıyla gerçekleşmektedir. Bu bağlamda müşterinin ihtiyaç, istek ve beklentilerinin iyi analiz edilip uygun stratejilerin geliştirilmesi gereklidir. Modern pazarlama anlayışı içinde müşteri odaklılık ve bu amaca ulaşabilmek, etkin ve sağlıklı bir iletişim içeren müşteri ilişkileriyle gerçekleştirilebilir. Kişiye özel hizmet ve mamulün yüksek düzeyde istenmesi, müşteri ilişkilerinde yeni bir boyut olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada bireysel ilişki boyutu etkin bir iletişim içeren müşteri hizmetlerini zorunlu kılmaktadır. İşletmelerin varlığını sürdürmeleri yeni müşteri bulma, mevcut müşterileri elde

tutma ve onları kaybetmeme ile doğrudan ilişkili olduğu göz önünde bulundurulduğunda müşteri ilişkilerinin ve bu ilişkileri gerçekleştirmede etkin iletişimin önemi çok daha kolay anlaşılabilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Mucuk, İ. (2006). *Pazarlama İlkeleri*. 15. Basım. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- [2] Taşkın, E. (2000). *Müşteri İlişkileri Eğitimi*. 2. Basım. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- [3] Odabaşı, Yavuz. (2003). *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*. 3. Baskı. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- [4] Gustafsson, A.; Johnson, D. M. & Roos, I. (2005). The Effects of Customer Satisfaction, Relationship Commitment Dimensions, and Triggers on Customer Retention. *Journal of Marketing*, 69(4), 210-218.
- [5] Frances, B. & Roland, B. (1997). *Müşteri İlişkileri*. (Çev: Bora, A. & Cankoçak, O.). Ankara: İlk Kaynak Kültür ve Sanat Ürünleri.
- [6] Thomas, J.S.; Blattberg, R.C. & Fox, E.J. (2004). Recapturing Lost Customers, *Journal of Marketing Research*, XLI(11), 31-45.
- [7] Sabuncuoğlu, Z. (2001). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. 5. Baskı. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- [8] Zillioğlu, M. (2003). *İletişim Nedir?* 2. Basım. İstanbul: Cem Yayınevi.
- [9] Saruhan, Ş.C. & Özdemir, A.Ö. (2004). *Değer Hedefli İşletmecilik*. İstanbul: M. Ü. Nihad Sayar Eğitim Vakfı.
- [10] Moore, R. & Moore, M. (2004). Customer Inquiries and Complaints: The Impact of Firm Response Time to E- Mail Communications, *Marketing Management Journal*, 14(2), 1-12.
- [11] Odabaşı, Y. & Oyman, M. (2002). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*. İstanbul: Kapital Medya.
- [12] Baptista, C. & Sliburyte, L. (2003). Customer's Complaints Analysis and how to Improve Customer Relations, *Organizacijų Vadyba: Sisteminiai Tyrimai*, 27-42.
- [13] Varinli, İ. (2006). *Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Gökhan YOLAÇ (g.yolac@iku.edu.tr) has a Ph.D. of International Business at İstanbul University Social Sciences Institute. He is a lecturer at İstanbul Kültür University. His main research areas are marketing communication, customer relationship, distribution channels and selling management.

BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE DOĞRU YAŞAM DÖNGÜSÜ MODELİNİN SEÇİMİ

Yücel YILMAZ

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F, Almanca İşletme Enformatiği Bölümü, Dr.

CHOOSING THE RIGHT LIFE –CYCLE MODEL FOR THE DEVELOPMENT OF INFORMATION SYSTEMS

Abstract: Information Systems provide new possibilities to companies in different areas in time, cost and quality aspects, nevertheless many information system development projects could not result successfully. The life-cycle models, that aim the development of information systems as possible as with fulfilled requirements and economical use of resources, influence with their pros and cons the success of the system development activities. Choosing the right model facilitates the realization of processes on the basis of objectives and increases the benefits obtained from the intensive investments in this area, provides more uses from intensive investments in this area. In this article main life-cycle models used in the development of information systems are introduced and opportunities and threats provided by these models are evaluated in relation to requirements of information systems to be developed.

Keywords: Life-cycle Models, Information Systems, System Development.

BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE DOĞRU YAŞAM DÖNGÜSÜ MODELİNİN SEÇİMİ

Özet: Farklı sektörlerde faaliyet gösteren her türlü kurum ve kuruluşta kullanılan bilişim sistemleri, zaman, maliyet, kalite alanında önemli kazanımlar sunmakta, buna karşın uygulamada bilişim sistemi geliştirme projelerinden önemli bir kısmının başarısızlıkla sonuçlandığı görülmektedir. Sistemlerin mümkün olduğunca gerekliliklere uygun şekilde ve ekonomik olarak geliştirilmesini hedefleyen yaşam döngüsü modelleri, sundukları çeşitli olanaklar ve riskler ile bilişim sistemi geliştirme çalışmalarının başarısını önemli oranda etkilemektedir. Doğru modelin seçimi, süreçlerin hedeflere uygun şekilde gerçekleştirilmesini kolaylaştırmakta, bu alanda yapılan yoğun yatırımların sağladığı faydaları artırmaktadır. Bu çalışmada, bilişim sistemlerinin geliştirilmesinde kullanılan başlıca yaşam döngüsü modelleri tanıtılmakta, bu modellerin sundukları çeşitli olanaklar ve riskler, geliştirilecek bilişim sistemlerinin ihtiyaçları bağlamında değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaşam Döngüsü Modelleri, Bilişim Sistemleri, Sistem Geliştirme.

I. GİRİŞ

Bilişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler, her geçen gün hayatımıza yeni kavramlar katmaktadır. Birkaç yıl öncesine kadar kimsenin bilmediği veya çok az kişinin kullandığı kavramlar, günümüzde milyonlarca kişi tarafından kullanılır hale gelmiştir. Veri, enformasyon, bilgi, bilişim gibi kavramlar farklı araştırmacılarca farklı bakış açılarına göre tanımlanmaktadır. Bilgi ve iletişim kavramlarını biraraya getiren bilişim kavramı sistem kavramı ile birlikte kullanıldığında, sadece teknolojiyi değil, insan, organizasyon, kültür ve süreç boyutlarını da kapsamaktadır. Bilişim sistemlerinin verimli şekilde yönetiminde, bu unsurların tümünün önemli rol oynadığı açıktır ancak etkin bir bilişim sisteminin oluşturulması öncelikle teknik çalışmaların başarılı şekilde gerçekleştirilmesini gerektirmektedir.

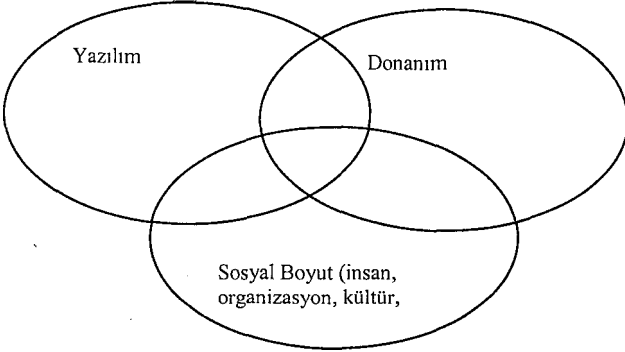
Bilişim sistemi kavramının literatürdeki tanımlarından biri şu şekildedir: İşe ait veri işleme gerekliliklerini karşılamak; yönetime, planlama, kontrol ve karar verme etkinliklerinde destek olmak için bilgi sağlamak, ihtiyaç duyulduğunda kullanılmak üzere dışsal

ve içsel koşullarla ilgili raporlar hazırlayarak, veri işleme operasyonlarını yapan bileşenlerin sistematik ve formel olarak biraraya getirilmesinden meydana gelen sistemlere "Bilişim Sistemleri" denilmektedir [1]. Bu tanımda da görüldüğü gibi bilişim sistemleri öncelikle veriyi işlemekte, veriyi çeşitli işlemlerden geçirerek (Örnek: Sınıflandırma, ayırma, birleştirme, hesaplama, özetleme vb.) enformasyonlara dönüştürmektedir [2]. Bilişim sistemleri, oluşturulan enformasyonları çeşitli şekillerde (Örnek: Raporlar aracılığıyla) sunmakta, bu sayede hem çalışanlara hem de yönetim kademesine alacağı kararlarda önemli oranda yol göstermektedir.

II. BİLİŞİM SİSTEMLERİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE MODELLERİN GEREKLİLİĞİ

Bilişim sistemlerinin temel unsurlarını donanım ve yazılım oluşturmaktadır. Donanım kavramı, mikro işlemcilerden monitörlere, sabit disklerden transistörlere kadar birçok kavramı içermektedir. Donanım ürünleri arasında yer alan transistörlerin ve mikro işlemcilerin üretimleri oldukça zor şekilde gerçekleşmekte, üretim süreçleri masraflı ve yorucu olmaktadır. Bu ürünler ancak

çok miktarda üretildiklerinde masraflarını karşılayabilen ürünlerdir. Buna karşın hemen hiçbir sektör, faaliyetlerinde çok sayıda transistöre ve mikro işlemciye ihtiyaç duymamaktadır. Bu ürünlerin daha fazla sayıda üretilebilmesi ancak diğer sektörlerde de transistör ve mikro işlemci kullanımının yaygınlaşması ile olmuştur. Söz konusu yaygınlaşmada ana rolü, donanım parçalarını farklı alanlardaki ihtiyaçlara uygun şekilde kullanılabilir kılan yazılımlar oynamıştır. Böylece donanım ve yazılım birbirinden ayrılmaz iki unsur olarak karşımıza çıkmıştır.



Şekil.1. Bilişim Sistemlerinde Başlıca Boyutlar

Yazılımları donanımlardan ayıran diğer özellikler aşağıdaki şekilde belirtilebilir [4]:

- Yazılımların bakım zamanları, somut ürünlerdeki gibi sabit koşullara bağlanamaz, çünkü yazılımlarda "aşınma" söz konusu olmamaktadır,
- Geliştirilen yazılımın hangi aşamada olduğu maddi ürünlerde olduğu gibi kolayca belirlenmemektedir,

Gerek donanımların gerekse yazılımların geliştirilmesi, mühendislik faaliyetlerini gerektirmiştir. Donanım mühendislikleri ile yazılım mühendisliği arasındaki en önemli farkı, ortaya konan ürün oluşturmaktadır. Donanım mühendislikleri maddi ürünlerin üretimiyle ilgilenirken, yazılım mühendisliği fikri ürünlerle ilgilenmiştir, çünkü yazılım "fikri" bir üründür. Dolayısıyla, maddi bir ürün için gereken kaynak tanımlama ve kontrol metodları, burada tam olarak uygulanamamaktadır. Müşterilerin ne istediklerini tam olarak tanımlayamaması, sistemin tamamen oluşturuluncaya kadar ne geliştiriciler ne de müşteriler tarafından tam olarak bilinmemesi, yazılım geliştirme sürecinin en önemli sorunları arasındadır. Başka bir deyişle, yazılım insan zekasının bir ürünüdür. Yazılımı üretmek için oluşturulması gereken entelektüel değer üretimi, geleneksel üretim yöntemleriyle doğrudan karşılaştırılabilecek türden bir unsur değildir [3].

- Yazılımın geliştirilmesi fiziksel kanunlarla sınırlandırılmaz, bu yüzden geliştiricilere önemli şekillendirme olanakları vermektedir.

• Yazılımların yedek parçası yoktur, maddi ürünlerde arızalı parçalar kolayca değiştirilebilirken, yazılımlarda sistemin tekrar oluşturulması gerekmektedir.

• Yazılımlar çok hızlı yaşlanmaktadır. Bu özellik, yazılımlarda aşınma olmaması özelliğiyle çelişkili görülebilir ancak yaşlanma kavramıyla, yazılımın kullanıldığı ortamdaki koşulların değişmesinden bahsedilmektedir. Değişen koşullara uyum sağlayayan yazılımlar kullanıcılar tarafından tercih edilmemekte, böylece yazılım geçerliliğini ve güvenilirliğini kaybetmektedir.

• Teknik ürünler ölçüm aletleriyle mükemmel şekilde ölçülebilmektedir. Böylece ürünler standartlarla ve örneklerle karşılaştırılabilmektedir. Buna karşın yazılımlarda bu değerlendirmeler sınırlı oranda mevcuttur. Yazılımın kalitesi zorlukla belirlenebilir ve sayısallaştırılabilir. Ayrıca ölçülen özellikler ile kalitenin gerektirdiği özellikler arasındaki fark sadece yaklaşımlarla tanımlanamamaktadır.

Yukarıda belirtilen özellikler, yazılımların geliştirilmesinde modellere neden ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır. Yazılımın fikri bir ürün olması, bu alanda modellerin kullanılamayacağı şeklinde yorumlanmamalıdır, çünkü hedeflenen bir kerelik değil, yinelenen başarıdır. Ayrıca yazılımın bir kere geliştirildikten sonra unutulabilecek bir ürün olmadığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Yapılan hemen tüm araştırmalar, yazılım geliştirme projelerinde en fazla zaman, emek ve dolayısıyla para harcanan sürecin "bakım – onarım süreci" olduğunu ortaya koymaktadır [4].

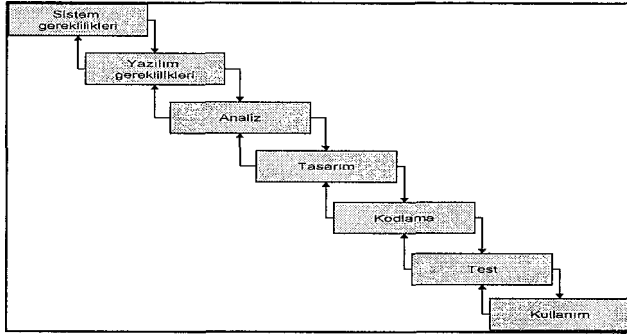
Bütün bunların dışında, bilişim sistemlerinin temel unsurlarından olan yazılımlar, her geçen gün fonksiyonlarını ve büyüklüklerini artırmaktadır. Müşterilerin yeni özellikleri talep etmeleri, üreticilerin müşterilere daha kaliteli ürünler sunma çabaları (özellikle ara yüzler ve on-line yardım menüleri temelinde) yazılımların donanımsal kaynak ihtiyaçlarını artırmaktadır. Yeni versiyonlar daha güçlü mikro işlemcilerle ihtiyaç duymakta, yazılımların sabit disklerde kapladığı alan gittikçe artmaktadır. Bu gelişmeler, yazılım geliştirme projelerinin başarısını güçleştirmektedir, çünkü programcılara duyulan ihtiyaç, dolayısıyla masraflar artmaktadır. Ayrıca yazılımların yapısındaki fonksiyonel değişiklikler de göz önünde bulundurulmalıdır. Önceleri bir ana programdan ibaret olan yazılımlar, ihtiyaçların farklılaşması üzerine çeşitli parçalara (modüllere) ayrılmıştır. Böylece temel problem, farklı birimler tarafından kullanılan modüllerin entegrasyonu olmuştur. Yazılımlar başta yalnızca kullanıcılar için destek dokümanları sunarken, günümüzde geliştiriciler için de teknik dokümanlar sunmaktadır. Özetle, yazılım kavramının kapsamı geçmişe göre oldukça artmıştır [3].

III. YAŞAM DÖNGÜSÜ MODELLERİ

Bilişim sisteminin başlıca unsurlarından biri olan yazılımların geliştirilme süreçleri bir yaşam döngüsü (life-cycle) olarak ifade edilebilir. Geliştirme projelerinin aşamalarının neler olduğu ve bu aşamaların nasıl bir sıralama ile uygulanacağı yaşam döngüsü modellerinde belirtilmektedir. Bu bölümde yaşam döngüsü modellerinden, yaygın olarak kullanılan 5 model ana hatlarıyla ele alınmaktadır.

III.1. Çağlayan Modeli

Çağlayan yaşam döngüsü modeli (kısaca “çağlayan modeli”), 1960’ların sonları, 1970’lerin ilk yıllarında geliştirilmiştir. Winston Royce tarafından 1970’de yayınlanan “Managing the Development of Large Software Systems” başlıklı makale, bu yaşam döngüsü modelini tüm dünyaya tanıtmıştır. Çağlayan modeli, yaşam döngüsü modellerinin en eski örneğidir ve yoğun eleştirilere hedef olmuştur. Söz konusu eleştiriler, yeni yaşam döngüsü modellerinin geliştirilmesinde önemli rol oynamıştır.



Şekil.2. Çağlayan Modeli

Kaynak: Royce, W. (1970). Managing the Development of Large Software Systems. Proceedings of IEEE WESCON, August, 3. (http://www.cs.umd.edu/class/spring2003/cmsc838p/Process/waterfall.pdf). [03.03.2006]. [6].

Çağlayan modeli, yazılım geliştirmede yukarıdan aşağıya (top-down) bir yaklaşıma göre oluşturulmuştur ve doğrusal bir şekilde sıralanan aşamalar içermektedir. Çağlayan modelinde her aşamanın sonunda bir geliştirme dokümanı oluşturulmaktadır. Geliştirilen bu dokümanın tutarlılığı, önceki sürecin dokümanları temelinde gerçekleştirilen bir onaylama süreciyle güvence altına alınmaktadır. Çağlayan yaşam döngüsü, geri besleme çalışmalarını gerçekleştirerek kalite güvencesiyle ilgili boyutları sisteme entegre etmeyi hedeflemektedir. Bitirilen her aşama bir kilometre taşı olarak belirtilmektedir. Bu yaklaşım, her aşamanın sonunda projenin devamını saptayan yönetim kararını öngörmektedir. Roller prosedürel yapıya göre, aşamalar boyunca tanımlanmaktadır. Bu yüzden, takım üyeleri belirli fonksiyon-spesifik roller üstlenebilirler (Örnek:

Sistem analisti, sistem tasarımcısı, programcı vb.) [5].

Çağlayan yaşam döngüsü modeli, farklı kaynaklarda farklı şemalarla ifade edilebilmektedir. Bazı kaynaklar, iki aşamayı tek aşama altında biraraya getirirken, bazıları modelin ilk aşaması olan sistem gereksinimlerinin belirlenmesine yer vermemektedir. Bununla birlikte, modeller farklı şemalarla ifade edilse de ana fikir değişmemekte, işlemler aynı olmasına karşın bu işlemlerin ne şekilde yönetildiği modellerde farklılık göstermektedir.

Çağlayan modeli yaygın olarak kullanılsa da uygulamada oldukça önemli eleştirilere hedef olmuştur. Örneğin her aşama, tam anlamıyla kesin olarak tanımlanmış bir sisteme ihtiyaç duymaktadır ve bu sistemin yetkinliği uygulamada henüz kanıtlanmış değildir. Kapsamlı analiz, tanımlama ve tasarım çalışmaları oldukça uzun zaman almaktadır. Yazılım kullanıcılara teslim edildiğinde, kullanıcının ihtiyaçları değişmiş olabilir. Sistemin kullanılabilirliği, gereksinimler analizinin doğruluğuna bağlıdır. Yaklaşımın hiyerarşik yapısından dolayı, değişiklikler oldukça fazla çabayla gerçekleştirilebilmektedir. Hepsinden önemlisi, en kritik tasarım kararları, sadece sınırlı enformasyonların söz konusu olduğu, yazılım geliştirme sürecinin başında alınmaktadır. Ayrıca, bir aşamanın modellenmesinde kullanılan unsurlar, diğer aşamalarınkine uyum göstermeyebilir. Uygun olmayan model unsurları tüm süreçler boyunca ortaya çıkabilecek yanlışlara yol açabilir [5].

Yukarıda belirtilen dezavantajların dışında, yaşam döngüsündeki süreçlerin döngünün adil şekilde bölüşümünü yansıtmadığı, bir aşamada ortaya çıkan sorunların tam olarak çözümü öngörülmeden diğer aşamaya geçildiği, böylece sorunların diğer aşamaya taşındığı ve burada çözüm beledikleri belirtilmektedir. Çağlayan modelinin izlenmesi halinde, risk faktörünün yazılımın başarısını etkileyen en önemli unsur olacağı ifade edilmektedir [7].

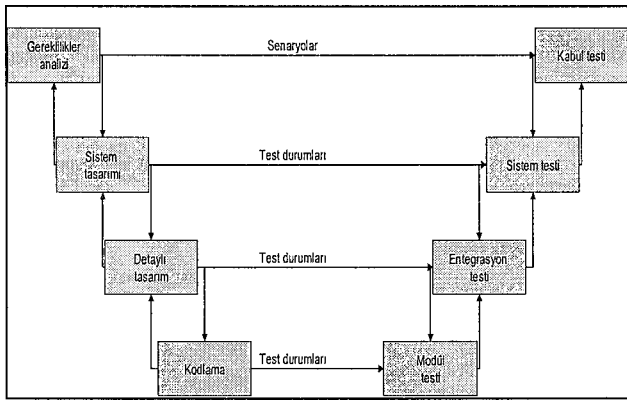
III.2. V-Modeli

Boehm tarafından geliştirilmiş olan bu modelde sıralı bir yaşam döngüsü modeli söz konusudur ve doğrulama / onaylama ölçüleri her sürecin sonunda süreç çıktılarına uygulanmaktadır. Modelin ismindeki V harfi, Almanca’da hareket tarzı anlamına gelen “Vorgehensweise” kelimesinin ilk harfinden gelmektedir.

V-Modeli Alman Hükümeti tarafından hem askeri alandaki hem de diğer alanlardaki yazılım geliştirmelerinde temel olarak kullanılmaktadır. Bunun dışında birçok firmada da standart yazılım geliştirme modeli olarak temel alınmaktadır. Model, yazılım geliştirmede ve ilgili çalışmalarda kalite güvencesi, konfigürasyon yönetimi ve teknik proje yönetimi için

gerçekleştirilecek faaliyetleri ve elde edilecek ürünleri (sonuçları) başlangıçta belirlemektedir. Bu modelin ulaşılmasına katkı sağladığı hedefler şunlardır:[8]

- Yazılım kalitesinin sağlanması ve iyileştirilmesi,
- Yaşam döngüsü üzerinde yazılım masraflarının azaltılması,
- Projenin tüm katılımcıları arasındaki iletişimin iyileştirilmesi, ayrıca projeyi veren kişilerin projeyi gerçekleştiren kişilere olan bağımlılığının azaltılması.



Şekil.3. V - Modeli

Kaynak: Knöll, H.D.; Kuhl, R.W.A.; Kuhl, L.W.H. & Moreton, R. (2001). *Optimising Business Performance with Standard Software Systems*. Braunschweig / Wiesbaden: Der Verlag Vieweg. 135 [5].

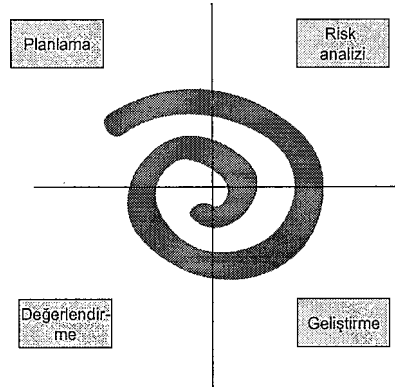
V-Modeli, organizasyon(lar)a bağlı saptamalarda bulunmamaktadır. Başka bir deyişle model organizasyon-bağımsızdır. Bu yüzden, farklı alanlardaki farklı süreç yapılarında kolayca uygulanabilmektedir. Söz konusu uygulamanın gerçekleştirilmesi amacıyla, modeldeki faaliyetler gruplandırılmış ve her grup için roller belirlenmiştir.

III.3. Helezonik Model

Helezonik model (spiral modeli), çağlayan modelinin dezavantajlarını gidermek üzere geliştirilmiştir. Boehm tarafından geliştirilen helezonik model 4 aşama içermektedir. Bunlar; planlama, risk analizi, geliştirme ve değerlendirme aşamalarıdır. Bu aşamalar, tüm sorunların giderilmesi amacıyla sırayla birbiri ardına tekrarlanmaktadır. Aşamaların tekrarlanması, bir aşamada ortaya çıkan sorunların daha iyi anlaşılmasına ve bu aşama tekrarlandığında sorunlarla daha iyi başa çıkılmasına yardımcı olmaktadır. Planlama ve geliştirme stratejileri, aşamaların tekrarlanması sırasında takip edilmektedir [9].

Bu modelin en önemli özelliği, her döngüde risk analizinin gerçekleştirilmesidir. Risk analizi temel

olarak, sonraki adımlar belirlenmektedir. Helezonik modelde, gereklilik tanımlaması odaklı, ön ürün odaklı, kıyaslama odaklı ve simülasyon odaklı yaklaşımlar mevcuttur. Her döngünün sonunda, tüm sonuçların değerlendirildiği bir gözden geçirme çalışması gerçekleştirilmektedir. Kullanıcılar sistem geliştirme çalışmalarına belirli aşamalarda katılmaktadır [7].



Şekil .4. Helezonik Model

Kaynak: Boehm, B. (1988). *A Spiral Model of Software Development and Enhancement*. Computer, 21(5), 3. [7].

III.4. Nesne Yönelimli Model

Nesne yönelimli anlayışın ve nesne yönelimli programlama dillerinin ortaya çıkışı, 1970'lere kadar uzanmaktadır. Nesne yönelimli modelleme kapsamında geliştirilen ilk metodlar, sadece belirli alanlardaki uygulamaları desteklemiş, zamanla metodların kapsamı genişletilmiştir. UML (Birleştirilmiş Model Oluşturma Dili-Unified Modelling Language), 1997'de OMG (Object Management Group) tarafından sahiplenilmiş ve açık standart olarak geliştirilmeye başlanmıştır. OMG kar gütmeyen, bilgisayar endüstrisi standartlarının oluşturulmasında faaliyet gösteren bir organizasyondur. Dolayısıyla UML herhangi bir şirkete veya kişiye ait değildir, günümüzde Rational, MS Visio, Together Soft, vb. birçok modelleme aracı tarafından sunulmaktadır. UML nesne tabanlı sistemleri modellemede kullanılmaktadır, görsel bir modelleme dilidir ve modellemedeki başarısını sıkça kanıtlamıştır [10].

Nesne yönelimli metodlar, enformasyonu ve bu enformasyonun işlendiği süreci, enformasyonun betimlediği gerçek dünyadaki nesnelere göre organize etmektedir. Yeni olmasına karşın, nesne yönelimli metodlama bilişim sistemleri endüstrisinin ilerleyeceği yön olarak değerlendirilmektedir. Bu modelleme türü deneme safhasını geride bırakmıştır ve bilişim sistemlerinin geliştirilmesi için kullanılmaya başlanmıştır. Bu yönelim iki etken tarafından hızlandırılmıştır:

- Nesne yönelimli programlamanın başarısı ve hızlı şekilde yaygınlaşması,

- Nesne yönelimli metodların; daha etkin, verimli, esnek ve kalıcı bilişim sistemlerini oluşturması.

1960'lı yıllarda analiz ve problemin tanımlanması süreçleri için kullanılan herhangi bir yöntem yoktu. Yapılabilen, müşteriler ile gerçekleştirilen görüşmeler yoluyla problemin tanımlanmasına ve çözümünün geliştirilmesine ilişkin yeterli bilgiye ulaşmaya çalışılmaktı. 1960'lardan 1990'lara kadar birçok metod geliştirildi, ancak bu metodlar çeşitli sorunlar nedeniyle hala yeterince etkin değildi. Bu sorunlardan en önemlileri şunlardır:

1. Bakım

Yazılımların büyüklüğü ve yapılarının karmaşıklığı her geçen gün artmaktadır. 60'lı yıllarda bir yazılım en fazla 15.000 kod satırına sahipken günümüzde yazılımların içerdiği kod satırları on milyonlarla ifade edilmektedir. Ayrıca günümüzde kullanılan yazılımlar diğer yüzlerce yazılım türü ile etkileşimde bulunmalı, haberleşmeli ve ortak operasyonlar gerçekleştirmelidir.

2. Yapılması Gereken Çalışmalar

Geliştirilen yeni teknikler ve araçlar sayesinde süreçler daha iyi anlaşılrsa da kullanıcıların ihtiyaçları büyük ölçüde artmıştır. Neyin, nasıl yapılması gerektiği daha iyi kavranmasına karşın, yapılması gereken çalışmaların kapsamı azalmış değildir.

3. Güvenilirlik

Tarih boyunca yazılımların tasarımı aşamasında yapılan hatalar çok sayıda probleme yol açmıştır. Bu problemlerin çözümü için yapılan çalışmalar ise bakım faaliyetlerini daha zor, daha zaman-yoğun ve daha pahalı kılmıştır.

Nesne yönelimli tekniklerin sağladığı faydalar ise şöyle özetlenebilir [11]:

1. Değişikliklere Uyum

Bir kere kurulmuş olan ve çalışan bir bilişim sistemi, yıllar sonra, kullanıcılarının ihtiyaçlarında yaşanan değişikliklere paralel olarak tekrar biçimlendirilebilmelidir. Sistemin esnekliği iki temel faktöre bağlıdır. Bunlardan birincisi, sistemdeki değişikliklerin en az zaman ve çaba harcanarak, önemli aksaklıklara yol açmadan yapılabilmesidir. İkincisi ise değişiklikler yapılırken, sistemdeki diğer unsurların zedelenmesi riskinin en az seviyede olmasıdır.

2. Bakım Kolaylığı

Önceki yöntemler, raporların şu anki ihtiyaçlarını

karşılama üzerine temellendirilmişlerdir. Raporlarda değişiklikler gerektiğinde, yazılımların da sürekli değiştirilmesi gerekmekte, bu durum sistemin bakımı alanında önemli sorunlara yol açmaktadır. Nesne yönelimli metodlarla oluşturulan sistemlerin bakımı ve değiştirilmesi / genişletilmesi ise kolayca gerçekleştirilebilmektedir.

3. Tekrar Kullanılabilirlik

Nesne yönelimli tekniklerin en önemli faydalarından biri, program kodunun ve analiz sonuçlarının tekrar kullanılabilmesidir.

4. Gerçeğe Dayalı Sistemler

Nesne yönelimli metodlarda kullanılan teknikler, kullanıcıların iş hareketleri ve bu hareketlerin enformasyon ihtiyacı ile ilgili daha doğru değerlendirmeleri mümkün kılmaktadır.

5. Verilere Erişilebilirlik

Verileri dosyalamak sadece tek bir işlemdir, buna karşın aynı verilere tekrar erişmek oldukça farklı işlemleri gerektirebilir. Veri tabanının tasarımı, iyi bir veri tabanını kötü bir veri tabanından ayıran başlıca unsurdur. Bu tasarım, kullanıcı verilerinin ve bu veriler arasındaki ilişkinin tam olarak anlaşılmasına bağlıdır.

6. Kullanıcıların Katılımı

Nesne yönelimli teknikler yoluyla, kullanıcıların sistem geliştirme projesine doğrudan katılımı sağlanmaktadır. Sistem geliştiricilerin işlerini verimli olarak yapıp yapmamaları, oluşturulan sistemin kullanıcıların işlerini kolaylaştırmasına bağlıdır. Sonuç olarak kullanıcılar sistemi sahiplenmekte, faaliyetlerinde daha etkin şekilde kullanılmaktadır.

III.5. Hızlı Uygulama Geliştirme Modeli

Hızlı uygulama geliştirme (HUG) yaklaşımı, iş dünyasında artan değişim baskısının, bilişim sistemlerinin oluşturulmasında dikkate alınması amacıyla geliştirilmiştir. Hızla değişen pazarlar, şirketleri hızla değişen gereklilikler ile karşı karşıya bırakmaktadır. Bu hızlı değişiklikler bilişim sistemleri tarafından karşılanmalı ve geliştirilen uygulamalar hızla kullanıma sunulmalıdır. HUG'nin başlıca amacı şöyle özetlenebilir: Yüksek kalitedeki sistemlerin en az masrafla, hızlı şekilde geliştirilmesi ve teslimi. HUG yaklaşımında vurgulanması gereken bir nokta, bu yaklaşımda kullanıcıların ve müşterilerin katılımının önemli rol oynadığıdır. Söz konusu katılımı gerçekleştirmede çeşitli zorluklarla karşılaşılabilir, çünkü "temel kullanıcılar"ın sistem geliştirme sürecine dahil edilmesi gerekmektedir. Bu ise

temel kullanıcılar ile diğer kullanıcıların ayırt edilmesini gündeme getirmektedir [5].

HUG yaklaşımında, sistemin kalite kriterleri tespit edilmekte ve sistem sınırları belirlenmektedir. Ayrıca belirlenen kalite kriterleri ve fonksiyonel özellikler için öncelikler belirlenmektedir (Örnek: Zorunlu özellikler, zorunlu olmayan ancak fayda sağlayacak olan özellikler, istenmeyen özellikler vb.). Herhangi bir zaman kısıtı söz konusu olduğunda, yukarıda belirtilen öncelikler temel alınmakta ve yüksek öncelikli olan özellik tercih edilmektedir. HUG yaklaşımı, hızlı ön ürün ve evrimsel sistem geliştirme yaklaşımlarını kendi süreçlerinde içermektedir. Ön ürün, belirli sistem özelliklerinin (Örnek: Kullanıcı ara yüzleri) analizi ve kolayca anlaşılması amacıyla tasarlanmaktadır [12].

IV. UYGULANACAK YAŞAM DÖNGÜSÜ MODELİNİN BELİRLENMESİ

Geliştirilecek olan bilişim sisteminde hangi yaşam döngüsü modelinin kullanılacağı, sistemin sahip olması gereken özellikler ve geliştirme sürecinde hangi önceliklerin söz konusu olduğuyula yakından ilgilidir. Oluşturulacak olan sistemin özellikleri bağlamında, sistemin kullanılacağı ortamın ve sistemin özelliklerinin kesin olarak tanımlanabilmesi büyük önem taşımaktadır. Eğer sistemin hangi koşullar altında kullanılacağı ve hangi özellikleri içermesi gerektiği biliniyorsa kullanıcı katılımına fazla ihtiyaç duyulmuyorsa ve sistemin bir an önce kullanıma sunulması beklenmiyorsa çağlayan modeli temel alınabilir. Yukarıdaki koşulların yanında, her aşamanın sonundaki çıktılara uygulanacak değerlendirme / onaylama kriterleri önceden belirlenmişse V-modeli sistem geliştirmede kullanılabilir. Sistemin geliştirilmesinde önemli yatırımların yapılması ve buna bağlı olarak risk faktörünün minimize edilmesi isteniyorsa ayrıca sistem geliştirme sürecinde önemli sorunlarla karşılaşılacağı ön görülüyorsa helezonik modelin kullanımı gündeme gelmektedir. Geliştirme sürecinde çok sayıda fonksiyonun ve bu fonksiyonların içerdiği çok miktarda enformasyonun modellenmesi gerekiyorsa söz konusu modellemeleri tek çatı altında biraraya getiren nesne yönelimli modelleme önemli katkılar sunabilir. Bilişim sistemlerinin geliştirilmesine kullanıcıların aktif katılımı isteniyorsa ve sistemin bir an önce kullanıma alınması hedefleniyorsa hızlı uygulama geliştirme yaklaşımı ön plana çıkmaktadır.

V. SONUÇ

Bilişim sistemlerinin geliştirilmesinde, yaşam döngüsü modelleri önemli katkılar sunmaktadır. Geliştirme çalışmalarının başarılı şekilde yürütülmesinde ve sonlandırılmasında, doğru modelin seçimi en kritik aşamalardan biridir. Bu seçimde, gerek geliştirilecek olan bilişim sisteminden beklentiler gerekse geliştirme süreciyle ilgili saptamalar belirleyici olmaktadır. Özetle

her durum için doğru kabul edilebilecek bir yaşam döngüsü modeli bulunmamakta, sistem geliştirme çalışmalarında hangi modelin temel alınacağı ilgili koşullar bağlamında değişiklik göstermektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Erkut, H. (2000). Sistem Yönetimi. İstanbul: İrfan Yayıncılık.
- [2] Barutçugil, İ. (2002). Bilgi Yönetimi. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- [3] Thaller, G.E. (2003). Software-Projekt Management. Frankfurt: Software & Support Verlag.
- [4] Balzert, H. (2001). Lehrbuch der Software Technik. Berlin: Spektrum Verlag.
- [5] Knöll, H.D.; Kuhl, R.W.A.; Kuhl, L.W.H. & Moreton, R. (2001). Optimising Business Performance with Standard Software Systems. Braunschweig / Wiesbaden: Der Verlag Vieweg.
- [6] Royce, W. (1970). Managing the Development of Large Software Systems. *Proceedings of IEEE WESCON*, August, 1-9. (<http://www.cs.umd.edu/class/spring2003/cmsc838p/Process/waterfall.pdf>). [03.03.2006].
- [7] Boehm, B. (1988). A Spiral Model of Software Development and Enhancement. *Computer*, 21(5), 61-72.
- [8] Fraunhoferinstitut. (2005). Experimentelles Softwareengineering. (<http://www.iese.fhg.de/VModel/Intro/vm.introMain.html>). [03.03.06].
- [9] Lehner, F.; Auer-Rizzi, W.; Bauer, R.; Breit, K.; Lehner, J.M. & Reber, G. (1991). *Organisationslehre für Wirtschaftsinformatiker*. München/Viyana: Carl Hanser Verlag.
- [10] Tokgöz, G.M. (2004). UML ile Yazılım Modellenmesi. *EMO Bilgisayar Mühendisliği Dergisi*, 2003-2004. (http://bm-dergi.emo.org.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=18&Itemid=74) [04.03.06].
- [11] Brown, D.W.M. (1997). *Introduction to Object-oriented Analysis*. John Wiley and Sons: New York.
- [12] Fischer, J.; Herold, W. & Dangelmaier, W. (2002). *Bausteine der Wirtschaftsinformatik*. Hamburg: Erich Schmidt Verlag.

Yücel YILMAZ (yucelyilmaz@marmara.edu.tr) has a PhD in Informatics from Marmara University. Presently he is a lecturer in the Department of Business Informatics at Marmara University. His research areas are information systems and knowledge management.

YÖNETİCİ VE ÇALIŞANLARIN ISO 9000 SERTİFİKASINI ALGILAMALARI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA “BİR İMALAT İŞLETMESİ ÖRNEĞİ”

Dilek DÖNMEZ

İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Araştırma Görevlisi

*A COMPARATIVE RESEARCH ON PERCEPTIONS OF
ISO 9000 CERTIFICATE BY MANAGERS AND
EMPLOYEES: “THE CASE OF A MANUFACTURING
COMPANY”*

Abstract: This research, conducted within one manufacturing firm, aims to examine perceptions reasons and benefits of ISO 9000 Certificate by managers and employees, to examine if there are any differences and similarities between perceptions of managers and employees. So, this research aims to present findings for business to overview their quality systems based on ISO 9000 Certificate. Idea of this research is that reasons and benefits of ISO 9000 Certificate can be perceived different by managers and employees. Most important finding of research is that there are no statistical differences between managers and employees in perceiving reasons of ISO 9000 Certificate but on the other hand there are statistical differences between managers and employees in perceiving benefits of ISO 9000 Certificate in this firm. This case reveals importance of concerning both of two groups instead of concerning only one of them in perceiving ISO 9000 Certificate.

Keywords: ISO 9000, Perception, Managers, Employees

1. GİRİŞ

İşletmeler, işlerin yürütülmesinde çeşitli düzenlemelere ve kurallara sahiptirler. Bunun yanı sıra çeşitli endüstrilerin ürün ve hizmetlerini değerlendirmeye yardımcı olmak için bazı standartlar geliştirilmiştir. Bunlardan birisi, 1987 yılında Uluslararası Standardizasyon Örgütü tarafından geliştirilen ISO 9000 kalite standartları serisidir. Bu standartlar ürün ve hizmet tüketicileri için kalite yönetim sistemi uygulamalarını tanımlamaktadır [1].

Günümüzde, rekabet gücünün belirleyici unsurları arasına giren kalite olgusuna bağlı olarak ISO 9000'e dayalı kalite sistemi kurma ve belgelendirme çalışmaları, işletmelerde giderek yaygınlaşmaktadır. ISO 9000 imalat ve hizmet endüstrilerinde kalite güvencesi için kurulmuş,

*YÖNETİCİ VE ÇALIŞANLARIN ISO 9000 SERTİFİKASINI
ALGILAMALARI ÜZERİNE KARŞILAŞTIRMALI BİR
ARAŞTIRMA: “BİR İMALAT İŞLETMESİ ÖRNEĞİ”*

Özet: Bu araştırmanın amacı; ISO 9000 sertifikasına sahip bir imalat işletmesinde gerçekleştirilen bir araştırma ile işletmelerin ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerinin ve ISO 9000 sertifikasından elde edilen yararların algılanmasını yönetici ve çalışanlar açısından incelemek, yönetici ve çalışanlar arasında algılama benzerlik ve farklılıkları olabileceğini ortaya çıkarmaktır. Böylece, işletmelerin ISO 9000 sertifikasına dayalı kalite sistemlerini yeniden gözden geçirmelerini sağlayacak bulgular sunmaktır. Araştırmanın ortaya çıkış noktası, ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerinin ve bu sertifikanın işletmeye sağladığı yararların yönetici ve çalışanlar tarafından farklı algılanabileceğidir. Araştırmanın en önemli bulgusu; söz konusu işletmede ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerinin yöneticiler ve çalışanlar tarafından algılanmasında istatistiksel olarak farklılık olmadığı, diğer taraftan ise ISO 9000 sertifikasının işletmeye sağladığı bazı yararların algılanmasında yönetici ve çalışanlar arasında istatistiksel olarak fark olduğudur. Bu durum, işletmelerde ISO 9000 sertifikasının algılanmasında sadece yöneticilerin ya da sadece çalışanların algılamalarını dikkate almak yerine, her iki grubunda algılamalarını da dikkate almak gerektiğini ortaya çıkarmaktadır.

Anahtar Kelimeler: ISO 9000, Algı, Yöneticiler, Çalışanlar

kapsamlı bir standartlar kümesidir. ISO 9000 standart serileri, bir firmanın kalite sistemini geliştirmesini, belgelemesini ve çalıştırılmasını ister, yani firma içinde yönetimin kalite kontrol uygulamaları için sahip olduğu sorumluluktan, satın alma politikalarından eğitime kadar uzanan kalite yönetimi uygulamalarının tümünü kapsar [2]. Daha açık bir ifade ile, ISO 9000 standartları bir işletmedeki üretim, kalite kontrol, satın alma, pazarlama, sevkiyat ve depolama vb. alınan kararların, ürün kalitesine etki eden tüm faktörlerin nasıl olması gerektiğini açıklamaktadır [3]. Bu standartların uygulanması gönüllü olmasına rağmen, imalat ve hizmet endüstrisindeki ISO 9000 sertifikasına sahip işletme sayısı giderek artmaktadır. Çok sayıda Türk imalat ve hizmet işletmesi de ISO 9000 sertifikası almak istemekte ve ISO 9000 sertifikası Türkiye'de kaçınılmaz bir pazar zorunluluğu haline gelmektedir. Bu yüzden, sertifikaya

sahip olmak için Türk Standartları Enstitüsüne olan başvuru sayısı artmaktadır [4].

Tüm işletmeler kalitelerini güvence altına almak, bu yüzden, karşılaşılan engelleri yenmek, iyiye doğru gelişme yolundaki güçlükleri ortadan kaldırmak zorundadırlar. Bunun için, kalite yönetim sistemi ve kalite uygulamaları planlı aralıklarla gözden geçirilmelidir. Bu gözden geçirmenin amacı; kalite yönetim sisteminin uygunluğunu, yeterliliğini ve etkinliğini sağlamak ve sürdürmek ve tüm organizasyonun kalite politikasını anladığından emin olmaktır [5] [6]. Bu amaçla, ISO 9000 konusu üzerinde yapılan araştırmaların genellikle başarılı bir ISO 9000 uygulamasında karşılaşılan engelleri tanımlamaya odaklandığı görülmektedir [7]. Oysa sadece ISO 9000 için gerekli koşulları anlamak ve ISO 9000 koşullarına uygun bir sisteme sahip olduğuna inanmak yeterli değildir. İşletmenin ISO 9000'den beklentilerini ve bu belgenin nasıl algılandığını anlamak gereklidir [8] Birçok araştırma, ISO sertifikasına sahip işletmelerin özelliklerini tanımlamış, işletmelerin ISO sertifikasına sahip olma sebeplerini ve bu sertifikanın işletmelere getirdiği yararları incelemiş ancak bu araştırmalar genellikle tek boyutta ve yönetici boyutunda gerçekleştirilmiştir [9].

Bu araştırma, yönetici ve çalışanların ISO 9000 sertifikasına sahip olma nedenlerini ve bu sertifikadan elde edilen yararları farklı algılayabileceklerinden yola çıkarak gerçekleştirilmiştir. Literatürde yönetici ve çalışanların ISO 9000 sertifikasını farklı algılayabileceklerini destekleyen araştırmalar bulunmaktadır. Hopkins, Nie ve Hopkins [10], Tayvan ve Çin'de elektronik endüstrisindeki kalite yönetimi uygulamalarındaki farklılığı ortaya koymaya çalıştıkları araştırmalarında, yönetici ve çalışanların kalite yönetim ilkelerini farklı algıladıklarını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde; uzak doğu ülkeleri arasında ISO 9000 sertifikalarının algılanmasını karşılaştırmak amacıyla gerçekleştirilen araştırmada, bu sertifikalara sahip olma sebeplerinin ve bu belgelerden elde edilen yararların çalışanlar tarafından algılanmasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur [11]. Diğer taraftan, Foster ve Gallup [12] işletmenin farklı birimlerinde görev yapan iki farklı çalışan arasında da kalite uygulamalarının algılanmasında farklılıklar olabileceğini ifade etmiştir.

Yukarıda bahsedilen araştırmalar sonucunda, bir kalite yönetimi uygulaması olan ISO 9000 sertifikasının algılanmasında sadece yöneticilerin ya da sadece çalışanların algılamalarını dikkate almak yerine, her iki grubunda algılamalarını dikkate almak gerektiği ortaya çıkmaktadır.

II. LİTERATÜR TARAMASI

II.1. İşletmelerin ISO 9000 Sertifikasına Sahip Olma Sebepleri

Literatürde işletmelerin ISO 9000 sertifikası alma sebeplerini sıralayan birçok araştırma bulunmaktadır. Çoğu araştırma, bazı işletmelerin ISO 9000 sertifikasına sahip olmalarının sebebini sadece pazarlama amaçlarını gerçekleştirmek olduğu sonucunu ortaya koymuştur [13].

Taylor [14], geniş bir endüstri yelpazesinde 700 organizasyon üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada ISO 9000 sertifikasına sahip olmanın en önemli dört sebebini; müşteri baskısı, etkinlik ve verimliliğin artırılması, yüksek kalitede ürün ve hizmet üretmek ve işletmenin imajını geliştirmek ve pazarlama avantajı sağlamak olarak sıralamıştır. Benzer şekilde, Çalışır, Bayraktar ve Beşkeş [4]'de, işletmelerin ISO sertifikasına sahip olmasındaki en önemli sebepleri, üretimdeki hataları azaltmak, ürün ve hizmet kalitesini arttırmak ve işletmenin kalite imajını geliştirmek olarak belirlemiştir. 2002 yılında İsveç'te Poksinska, Dalgaard ve Antoni [13] tarafından gerçekleştirilen araştırmada ise, işletmelerin ISO 9000 sertifikası almasındaki en önemli sebepler işletmenin imajı ve işletmedeki kalite iyileştirmeleri olarak belirlenmiştir. Douglas, Coleman ve Oddy [15] ve Magd ve Curry [16] işletmelerin ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerini; pazar payını arttırmak, toplam kalite sistemini geliştirmek, müşteri hizmetlerini geliştirmek ve müşteri tatmini sağlamak olarak sıralamışlardır. Pan [11] ise yukarıda bahsedilen ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerine ek olarak, maliyetleri düşürmek ve ihracatı arttırmaktan bahsetmiştir.

İşletmelerin ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebepleri Tablo.1'de görülmektedir.

II.2. İşletmelerin ISO 9000 Sertifikasından Elde Ettikleri Yararlar

İşletmelerin ISO 9000 sertifikasından elde ettikleri yararları belirlemeye yönelik birçok araştırma gerçekleştirilmiştir. Farklı yazarlar tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda belirlenen ISO 9000 sertifikasından elde edilen en önemli yararlar; maliyetlerin azalması, daha etkin bir kontrol sisteminin kurulması, müşteri şikayetlerinin azalması şeklinde sıralanmıştır [17] [18] [15] [19]. Casadesu's, Gime'nez ve Heraz [9]'ın gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçları ise, ISO 9000 sertifikasının işletmelere ticari bir önem ve kalite imajı sağladığını göstermiştir. ISO 9000 sertifikasından elde edilen yararları araştıran bir başka araştırmanın sonuçlarına göre öne çıkan yararlar belgeleme sisteminin geliştirilmesi ve kalite sisteminin etkinliğinin artması olarak sıralanmaktadır [16].

H.Magd, N.Kadasah ve A. Curry [20]'nin Suudi Arabistan'daki imalat işletmelerinde gerçekleştirdiği araştırmada, ISO 9000 sertifikasının sağladığı birincil yararlar; kalite farkındalığının artması ve kalite sisteminin etkinliğinin artması olarak ifade edilmektedir. Yukarıda sayılan yararlardan farklı olarak, Pan [11] ise, ISO 9000 sertifikasının işletmelere sağladığı yararlar arasında pazarlama avantajı elde edilmesi ve ihracatın artmasına dikkati çekmiştir. Diğer taraftan Koo, Tao ve Koo [21], ISO 9000 sertifikasının işletmelere sağladığı en önemli yararları iç süreçlerin gelişmesi, işletmenin kalite imajının geliştirilmesi ve çalışanların iş tatmininin artması olarak sıralamıştır. Casadesu's ve Gime'nez [22], İspanya'daki 288 işletme üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında ISO 9000 sertifikasının işletmelere sağladığı yararları; ihracatın artması, müşteri şikayetlerinin azalması, pazar payının artması ve müşteri tatmininin artması olarak ifade etmişlerdir.

Tablo.1. İşletmelerin ISO 9000 Sertifikasına Sahip Olma Sebepleri

Araştırmanın Sahibi ve Yılı	ISO 9000 Sertifikasına Sahip Olma Sebepleri
W.A. Taylor (1995)	Müşteri baskısı, etkinlik ve verimliliği arttırmak, yüksek kalitede ürünler üretmek ve imaj/pazarlama avantajı elde etmek.
F. Çalışır, C. Bayraktar ve B.Beşkese (1996)	Üretimdeki hataları azaltmak, ürün ve hizmet kalitesini arttırmak, işletmenin kalite imajını geliştirmek, standardizasyonun geliştirilmesi, tedarikçilerden gelen istek, pazar payını arttırmak.
R. McAdam ve N.Canning (2001)	İşletmenin imajını geliştirmek, müşteriden gelen baskı ve rakiplerin ISO 9000 sertifikasına sahip olması
B. Poksinska, J.Dahlgaard ve M.Antoni (2002)	İşletme imajının geliştirilmesi, kalite iyileştirmeleri, pazarlama avantajı sağlamak, müşteri baskısı/talebi, maliyetlerin azaltılması, rakiplerin ISO 9000 sertifikasına sahip olması, diğer sertifikalı işletmeler tarafından faydalı bulunması, mevcut ihracat engellerini aşmak.
A.Douglas, S. Coleman ve R. Oddy (2003)	Müşteri hizmetlerinin gelişmesine yardımcı olmak, pazar payını arttırmak, kalite iyileştirmeleri sağlamak, pazarlama avantajı elde etmek.
H. Magd ve A. Curry (2003)	Kalite iyileştirmeleri sağlamak, birçok rakip firmanın ISO 9000 belgesine sahip olması, pazar payını arttırmak ve müşteri tatminini sağlamak.
J. N. Pan (2003)	Maliyetleri düşürmek, kalite iyileştirmeleri, müşteri tatminini arttırmak, pazar payını arttırmak, verimliliği arttırmak, işletmenin imajını geliştirmek, ihracatı arttırmak.

Tablo.2'de işletmelerin ISO 9000 sertifikasından elde ettikleri yararlar görülmektedir.

Tablo.2. İşletmelerin ISO 9000 Sertifikasından Elde Ettikleri Yararlar

Araştırmanın Sahibi ve Yılı	ISO 9000 Sertifikasından Elde Edilen Yararlar
G. Tsiotras ve K Gotzamani (1996)	İşletmenin iç organizasyon ve faaliyetinin modernleşmesi, çalışanların kalite farkındalığına sahip olması, daha iyi belgeleme sistemi geliştirilmesi, işletme içi iletişimin artması, personel eğitimine sistematik yaklaşım, rekabet avantajı, müşteri talebinin artması ve yeni müşterileri etkileme, işletme imajının geliştirilmesi.
L.C.Koo, F.Tao ve H. Koo (1999)	İç süreçlerin gelişmesi, işletmenin kalite imajının geliştirilmesi ve çalışanların iş tatmininin artması.
M.Casadesu's ve G.Gime'nez (2000)	İhracatın artması, müşteri şikayetlerinin azalması, pazar payının artması ve müşteri tatmininin artması.
R. McAdam ve N.Canning (2001)	İşletme içi iletişimin artması, ürün ve hizmet kalitesinin artması, israfın azalması ve kalite sisteminin etkinliğinin artması.
M. Casadesu's, G. Gime'nez ve I. Heraz (2001)	İşletmenin kalite imajının geliştirilmesi, müşteri ilişkilerinin gelişmesi, müşteri hizmetlerinin geliştirilmesi, müşteri tatmininin artırılması, müşteri şikayetlerinin azalması, pazar payının artması, iç süreçlerin geliştirilmesi, işletme içi iletişimin artması, çalışanların iş tatmininin artması.
H. Magd ve A. Curry (2003)	Belgeleme sisteminin geliştirilmesi, kalite sisteminin etkinliğinin artırılması, ürün ve hizmet kalitesinin artması, işletmede modern yönetim tekniklerinin uygulanması.
H.Magd, N.Kadasah ve A. Curry (2003)	İşletmedeki kalite farkındalığının artması, kalite sisteminin etkinliğinin artması, müşteri hizmetlerinin geliştirilmesi, ürün ve hizmet kalitesinin artması, müşteri ilişkilerinin gelişmesi, israfın azalması, çalışanların iş tatmininin artması, pazar payının artması, maliyetlerin azaltılması, ihracatın artması.
J. A. Williams (2003)	Belgeleme sisteminin geliştirilmesi, kalite farkındalığının artması, müşteri ilişkilerinin gelişmesi, rekabet avantajının kazanılması, işletme içi iletişimin artması, maliyetlerin azalması, iç süreçlerin geliştirilmesi, müşteri tatmininin artması.
A.Douglas, S. Coleman ve R. Oddy (2003)	Maliyetlerin azaltılması, daha güçlü bir işletme imajının yaratılması, israfın azalması (zaman ve materyal), pazar payının artırılması, müşterilerin tatmin edilmesi, yüksek kar marjı elde edilmesi.
J.N. Pan (2003)	Maliyetlerin azaltılması, pazarlama avantajı sağlamak, ihracat engellerinin aşılması, müşteri tatmininin sağlanması ve pazar payının artırılması.
H. A. Quazi ve R. L. Jacobs (2004)	Maliyetlerin azalması, daha etkin bir kontrol sisteminin kurulması, müşteri şikayetlerinin azalması, daha yüksek verimlilik ve ihracat oranı, müşteri tatmininin sağlanması ve müşteri talebinin artması, rekabet avantajı kazanılması ve işletmenin kalite imajının geliştirilmesi.

II.3. Yöneticilerin ISO 9000 Sertifikasını Algılaması

Türkiye’de ki ISO 9000 sertifikasına sahip 73 büyük işletmenin yöneticileri ile gerçekleştirilen araştırmada yöneticilerin işletmelerinin ISO 9000 sertifikasına sahip olmasının en önemli sebeplerinin; üretimdeki hataları azaltmak, ürün ve hizmet kalitesini arttırmak ve işletmenin kalite imajını geliştirmek olarak sıralandığı görülmektedir [4]. Yöneticilerin ISO 9000 sertifikasına karşı tutumlarını belirlemeye yönelik olarak Magd ve Cury [16]’nin gerçekleştirdiği araştırmada, yöneticiler ISO sertifikasına sahip olunmasındaki en önemli sebepleri; kalite iyileştirmeleri sağlamak, rakiplerin ISO 9000 sertifikasına sahip olması, pazar payını arttırmak ve müşteri tatminini sağlamak olarak sıralarken, yöneticilerin ISO 9000 sertifikasından elde edilen en önemli yararları; belgeleme sisteminin geliştirilmesi, kalite sisteminin etkinliğinin artması, ürün ve hizmet kalitesinin artması ve işletmede modern yönetim tekniklerinin kullanılması olarak sıralamışlardır. Casadesu’s ve Gime’nez [22], İspanya’daki 288 işletmenin yöneticileri ile gerçekleştirdikleri araştırmalarında ISO 9000 sertifikasının işletmelere sağladığı en yüksek ortalamaya sahip yararları ihracatın artması, müşteri şikayetlerinin azalması, pazar payının artması ve müşteri tatmininin artması olarak ifade etmişlerdir.

II.4. Çalışanların ISO 9000 Sertifikasını Algılaması

J. A. Williams [18], çalışanların işletmelerinin ISO 9000 sertifikasından elde ettiği yararları algılamalarına yönelik gerçekleştirdiği araştırmada, en yüksek ortalamaya sahip yararlar; belgeleme sisteminin geliştirilmesi, işletmedeki kalite farkındalığının artması ve müşteri ilişkilerinin gelişmesi olarak sıralanmıştır. McAdam ve Canning [23], ISO 9000 sertifikasının müşteriler ve çalışanlar tarafından algılanmasını araştırdıkları çalışmalarında çalışanların işletmelerinin ISO 9000 sertifikasına sahip olmasındaki en önemli sebepleri; işletmenin imajının geliştirmek, müşteriden gelen baskı ve rakiplerin ISO 9000 sertifikasına sahip olması olarak sıralarken, çalışanların işletmelerinin ISO 9000 sertifikasından elde ettiği en önemli yararları ise; işletme içi iletişimin artması, ürün ve hizmet kalitesinin artması, israfın azalması ve kalite sisteminin etkinliğinin artması olarak sıralamıştır. Diğer taraftan Koo, Tao ve Koo [21], çalışanların ISO 9000 sertifikasına karşı tutumlarını ölçtükleri çalışmalarında çalışanlara göre ISO 9000 sertifikasından elde edilen en yüksek değere sahip yararları; iç süreçlerin gelişmesi, işletmenin kalite imajının geliştirilmesi ve çalışanların iş tatmininin artması olarak ifade etmişlerdir.

Görüldüğü gibi, yöneticilerin ve çalışanların ISO 9000 sertifikasına sahip olmadaki sebepleri ve bu sertifikadan elde edilen yararları algılamalarında farklılıklar olabilmektedir.

III. YÖNTEM

III.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Bu araştırmanın amacı; ISO 9000 Sertifikasına sahip bir işletmede gerçekleştirilen bir araştırma ile (1) ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerinin ve bu sertifikadan elde edilen yararların yönetici ve çalışanlar tarafından nasıl algılandığını belirlemek, (2) eğer varsa, yönetici ve çalışanların ISO 9000 sertifikasını algılamaları arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koymaktır.

ISO 9000 sertifikasının algılanmasını yönetici ve çalışanlar açısından karşılaştırmalı olarak inceleyen bu araştırma, işletmelerin ISO 9000 sertifikasına dayalı kalite sistemlerini yeniden değerlendirmeleri konusunda önemli bulgular sunmaktadır. Araştırmanın gerçekleştirildiği işletme, kolayda örneklem-elverişlilik yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Araştırma, İstanbul’da bulunan Termal Elektronik A.Ş.’nin yöneticileri ve çalışanları ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamına alınan işletme 1985 yılında kurulmuştur ve imalat sektöründe faaliyet göstermektedir. İşletme ISO 9000 sertifikasını ilk kez 1995 yılında almıştır. İşletme, çalışmanın yapıldığı tarih itibarıyla ISO 9001:2000 sertifikasına sahiptir. Bunun yanı sıra işletmede belli aralıklarla çalışanlara ISO 9000 eğitimi verilmektedir. İşletme kalite çalışmaları bünyesinde ISO 14000 sertifikasına sahip olma çalışmalarını da sürdürmektedir.

Araştırma, tek bir işletmede gerçekleştirildiğinden sonuçların söz konusu işletmeye ait olması, genellenemez olması ve araştırmanın tanımlayıcı bir araştırma özelliği taşıması gibi kısıtlara sahiptir.

III.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada; (1) ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebepleri ve bu belgeden elde edilen yararların yöneticiler ve çalışanlar tarafından algılanması ve (2) demografik özelliklerin belirlenmesi bölümlerini içeren anket formu uygulanmıştır. Anket formunun birinci bölümünde yer alan sorular, cevaplayıcıların ISO 9000 sertifikasını nasıl algıladıklarını ifade etmelerine olanak tanımaktadır. 5’li Likert tipi ölçekle hazırlanan sorularda cevaplayıcılardan 1=Hiç önemli değil/Hiç yararı yok, 2=Önemli değil/Yararı yok, 3=Kararsızım (nötr), 4=Önemli/Yararı var, 5=Çok Önemli/ Çok yararı var seçeneklerinin işaretlenmesi istenmiştir. Anket formunun ikinci bölümü, cevaplayıcıların demografik profillerini belirleyecek (eğitim düzeyi ve işletmede çalışma süresi) sorularını kapsamaktadır.

Anketin uygulandığı Termal Elektronik A.Ş.’de görev yapan üst ve orta düzey yönetici sayısı 45’tir. İşletmede çalışan sayısı, yöneticilerden alınan bilgiye göre toplam 265’dir. Araştırmanın yönetici boyutunda 38 anket formu doldurulmuştur. Anket formunu cevaplayan

çalışan sayısı ise 217'dir. Ancak, anket formları üzerinde yapılan ön değerlendirme sonucunda, toplam 181 çalışanın doldurduğu anket formu araştırmaya dahil edilmiştir. Böylece yöneticilerin %84'üne, çalışanların ise % 68'ine ulaşılmıştır.

III.3. Anket Formunun Geliştirilmesi

Bu araştırmanın temelini oluşturan ve işletmedeki çalışan ve yönetici boyutlarına uygulanan anket formu, aynı konuda gerçekleştirilen diğer araştırmalarda kullanılan anket formları ile benzerlik göstermektedir [11] [24]. Bunun yanı sıra, literatür araştırması sonucu elde edilen farklı sebep ve yarar boyutları araştırmada kullanılan anket formuna eklenmiştir.

IV. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmada, yönetici ve çalışanların, ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerini ve ISO 9000 sertifikasından elde edilen yararları algılamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek amacıyla, araştırma değişkenleri aralıklı ölçekle ölçüldüğünden Independent T-Test kullanılması gerekirdi. Ancak farklılık testlerinin istatistiksel varsayımları doğrultusunda, verilerin normal dağılımdan bir sapma gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla öncelikle Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmıştır. Test sonucunda hemen hemen tüm değişkenler için istatistiksel anlamlık düzeyinin 0,05'ten küçük olduğu anlaşıldığından, verilerin analizinde "T-Testi" değil, non-parametrik bir test olan Mann Whitney U testi kullanılmıştır [25] [26]. Analizler SPSS 10.0 paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

IV.1. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Nihai istatistiklere geçmeden önce araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Böylece 40 değişkenden oluşan ölçeğin kendi içindeki güvenilirlik katsayısına ulaşılmıştır. SPSS for Windows 10.0 programında gerçekleştirilen güvenilirlik analizi sonucu ölçeğin *Cronbach Alfa* değeri ,8978 olarak bulunmuştur.

Bu değer, yüksek bir güvenilirlik değerini ifade etmektedir

IV.2. Yönetici ve Çalışanların Demografik Özellikleri

Tablo.3. araştırma kütesinin demografik özelliklerini özetlemektedir.

Tablo.3. Araştırma Kütesinin Demografik Özellikleri

Faktör	Yöneticiler		Çalışanlar	
	n(38)	%	n(181)	%
Eğitim Düzeyi				
Lise ve altı	12	0,32	133	0,74
Yüksekokul	10	0,26	37	0,20
Fakülte	16	0,42	11	0,06
Yüksek Lisans / Doktora	-	-	-	-
Çalışma Süresi*				
1-5 yıl	8	0,21	108	0,60
6-10 yıl	10	0,26	31	0,17
10 yıldan fazla	20	0,53	42	0,23

* Çalışma süresi, yönetici ve çalışanların işletmedeki çalışma sürelerini ifade etmektedir.

Demografik özellikleri incelendiğinde, yöneticilerin çoğunlukla fakülte ve yüksekokul mezunu (%42) oldukları ve işletmede 10 yıldan fazla çalışma süresine sahip oldukları (%53) görülmektedir. Çalışanların ise çoğunluğunun lise ve altı eğitime sahip oldukları (%74) ve işletmede 1-5 yıl arasında çalışma süresine sahip oldukları (%60) görülmektedir.

IV.3. ISO 9000 Sertifikasına Sahip Olma Sebeplerinin Algılanması

Araştırmanın gerçekleştirildiği işletmenin yönetici ve çalışanlarının ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerini algılamalarına ilişkin bulgular Tablo.4'de görülmektedir.

Tablo 4'de, önem derecesini 5'li Likert tipi ölçek üzerinden değerlendirdiğimizde, iki grubun ortalamalarına bakarak ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerini şu şekilde sıraladıklarını görülmektedir. Yöneticilerin algılamasına göre işletmenin ISO 9000 sertifikasına sahip olmasının en önemli sebepleri kalite iyileştirmeleri sağlamak (4,7105), kaliteli mal ve hizmet üretmek (4,6053), işletmenin imajını geliştirmek (4,3421), üretimdeki hataları azaltmak (4,3421), müşteri tatmini sağlamak (4,3158) ve işletmenin pazar payını arttırmak (4,2895) olarak sıralanmaktadır. Çalışanların algılamasına göre işletmenin ISO 9000 sertifikasına sahip olmasının en önemli sebepleri ise kaliteli mal ve hizmet üretmek (4,5912), kalite iyileştirmeleri sağlamak (4,5525), işletmede etkinlik ve verimliliği arttırmak (4,3204), pazarlama avantajı elde etmek (4,2597) ve üretimdeki hataları azaltmak (4,2320) olarak sıralanmaktadır. Genel olarak bakıldığında ise; yönetici ve çalışanların ISO 9000 sertifikasına sahip olma nedenlerini benzer önem düzeylerinde algıladıkları ifade edilebilir.

Tablo.4. ISO 9000 Sertifikasına Sahip Olma Sebeplerinin Algılanması

ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebepleri	n (a)	Ort. (b)	Mann Whitney U Testi anlamlılık düzeyi (p)
1- Maliyetleri düşürmek	38 181	3,5789 3,6464	0,645 (c)
2- Kalite iyileştirmeleri sağlamak	38 181	4,7105 4,5525	0,079 (c)
3-Pazarlama avantajı elde etmek	38 181	4,2105 4,2597	0,229 (c)
4-Müşteriden gelen baskı ve talep	38 181	3,8684 3,6685	0,487 (c)
5-Birçok rakip firmanın ISO 9000 sertifikasına sahip olması	38 181	3,6053 3,6354	0,696 (c)
6-Diğer belgeli işletmeler tarafından faydalı bulunması	38 181	3,5263 3,5912	0,614 (c)
7-Mevcut ihracat engellerini aşmak	38 181	3,9737 4,0055	0,689 (c)
8-İşletmenin imajını geliştirmek	38 181	4,3421 4,0994	0,193 (c)
9-İşletmede etkinlik ve verimliliği arttırmak	38 181	4,1579 4,3204	0,470 (c)
10-Kaliteli mal ve hizmet üretmek	38 181	4,6053 4,5912	0,361 (c)
11-Üretimdeki hataları azaltmak	38 181	4,3421 4,2320	0,418 (c)
12-Standardizasyonu geliştirmek	38 181	4,0263 3,8398	0,385 (c)
13-Tedarikçilerden gelen istek	38 181	3,9474 3,5359	0,051 (c)
14-İşletmenin pazar payını arttırmak	38 181	4,2895 4,0276	0,092 (c)
15-Müşteri hizmetlerini geliştirmek	38 181	4,2632 4,0000	0,194 (c)
16-Müşteri tatminini sağlamak	38 181	4,3158 4,1215	0,682 (c)

Ölçeğin açıklanması:

- (a) Yöneticiler (n:38), çalışanlar (n:181)
 (b) (1) Hiç önemli değil, (2) Önemli değil, (3) Kararsızım (nötr), (4) Önemli, (5) Çok önemli
 (c) $p>0,05$ (d) $p<0,05$

Yöneticiler ve çalışanlar açısından ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerinin algılanması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen 16 testten hiçbirisi istatistiksel olarak anlamlı değildir. Tablo 4'teki bulgular değerlendirildiğinde, yönetici ve çalışanların ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerini algılamalarında büyük ölçüde benzer özellikler ($p>0,05$) sergilediği görülmektedir. ISO 9000 sertifikasına sahip olma nedenleri her iki grup tarafından da yüksek önem derecesine sahip olarak algılanmaktadır.

IV.4. ISO 9000 Sertifikasından Elde Edilen Yararların Algılanması

Araştırmanın gerçekleştirildiği işletmenin yönetici ve çalışanlarının ISO 9000 sertifikasından elde edilen yararları algılamalarına ilişkin bulgular Tablo 5'de görülmektedir.

Tablo.5'de yarar derecesini 5'li Likert tipi ölçek üzerinden değerlendirdiğimizde, iki grubun ortalamalarına bakarak ISO 9000 sertifikasının işletmeye sağladığı yararların şu şekilde sıralandıkları görülmektedir. Yöneticilerin algılamasına göre işletmenin ISO 9000 sertifikasından elde ettiği en önemli yararlar işletmenin ürün ve hizmet kalitesinin artması (4,7632), işletmenin kalite imajının geliştirilmesi (4,5526), kalite sisteminin etkinliğinin artması (4,4474), işletmedeki kalite farkındalığının artması (4,3421) ve müşteri tatmini sağlamak (4,3158) ve işletmenin pazar payını arttırmak (4,2895) olarak sıralanmaktadır. Çalışanların algılamasına göre işletmenin ISO 9000 sertifikasına sahip olmasının en önemli sebepleri ise kaliteli mal ve hizmet üretmek (4,5912), kalite iyileştirmeleri sağlamak (4,5525), işletmede etkinlik ve verimliliği arttırmak (4,3204), pazarlama avantajı elde etmek (4,2597) ve üretimdeki hataları azaltmak (4,2320) olarak sıralanmaktadır. Genel olarak bakıldığında ise; yönetici ve çalışanların ISO 9000 sertifikasına sahip olma nedenlerini benzer önem düzeylerinde algıladıkları ifade edilebilir.

Yöneticiler ve çalışanlar açısından ISO 9000 sertifikasının işletmeye sağladığı yararların algılanması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen 24 testten 13'ü istatistiksel olarak anlamlıdır. İstatistiksel olarak anlamlı farklılıklar ISO 9000 sertifikasından elde edilen şu yararlar da görülmüştür; maliyetlerin düşürülmesi, verimliliğin artması, işletme içi iletişimin artması, işletmenin ürün ve hizmet kalitesinin artması, iç süreçlerin gelişmesi, çalışanların iş tatmininin artması, işletmenin kalite imajının geliştirilmesi, işletmedeki kalite farkındalığının artması, kalite sisteminin etkinliğinin artması, çalışanların eğitilmesi, rekabet avantajının sağlanması, müşteri talebinin artması, işletmede modern yönetim tekniklerinin uygulanması. Görüldüğü gibi, iki grup tarafından istatistiksel olarak algılanmasında fark olan yararlar daha çok ISO 9000 sertifikasının işletmeye sağladığı iç yararlar ile ilgilidir. Maliyetlerin düşürülmesi, işletme içi iletişimin artması, iç süreçlerin gelişmesi, çalışanların iş tatmininin artmasında ISO 9000 sertifikasının sağladığı yararlar konusunda çalışanlar kararsız (nötr) olduklarını ifade ederken, yöneticiler ise bu konularda ISO 9000 Sertifikasının çok yarar sağladığını ifade etmiştir. Genel olarak ise; algılanmasında fark bulunan yararlar, yöneticiler tarafından çalışanlara göre daha yüksek yarar seviyesinde algılanmaktadır.

Tablo.5. ISO 9000 Sertifikasından Elde Edilen Yararların Algılanması

ISO 9000 sertifikasından elde edilen yararlar	n (a)	Ort. (b)	Mann Whitney U Testi anlamlılık düzeyi (p)
1-Maliyetlerin düşürülmesi	38 181	3,7895 3,2707	0,016 (d)
2-Verimliliğin artması	38 181	4,5000 4,0497	0,013 (d)
3-İşletme içi iletişimin artması	38 181	4,0789 3,5856	0,005 (d)
4-İşletmenin ürün ve hizmet kalitesinin artması	38 181	4,7632 4,3481	0,002 (d)
5-Müşteri ilişkilerinin gelişmesi	38 181	4,1579 4,0994	0,975 (c)
6-Müşteri tatmininin artması	38 181	4,2895 4,2265	0,796 (c)
7-Pazar payının artması	38 181	4,2105 3,9227	0,124 (c)
8-Kar marjının artması	38 181	3,6842 3,7680	0,634 (c)
9-İç süreçlerin gelişmesi	38 181	3,9211 3,4807	0,036 (d)
10-Çalışanların iş tatmininin artması	38 181	4,0789 3,5083	0,004 (d)
11-Daha etkin bir kontrol sistemin kurulması	38 181	4,2632 3,8950	0,064 (c)
12-Müşteri şikayetlerin azalması	38 181	4,1842 4,0984	0,869 (c)
13-İşletmenin kalite imajının geliştirilmesi	38 181	4,5526 4,1381	0,002 (d)
14-İşletmedeki kalite farkındalığının artması	38 181	4,3421 3,8508	0,008 (d)
15-Kalite sisteminin etkinliğinin artması	38 181	4,4474 3,9945	0,002 (d)
16-Belgeleme sisteminin gelişmesi	38 181	3,7105 3,6961	0,731 (c)
17-Çalışanların eğitilmesi	38 181	4,2368 3,7790	0,003 (d)
18-Rekabet avantajı sağlanması	38 181	4,2105 3,8785	0,009 (d)
19-Müşteri talebinin artması	38 181	4,2105 3,8785	0,040 (d)
20-İsrafın azalması	38 181	3,7895 3,8564	0,736 (c)
21-İhracatın artması	38 181	4,2632 4,0884	0,276 (c)
22-Müşteri hizmetlerinin geliştirilmesi	38 181	4,0000 3,9171	0,643 (c)
23-Pazarlama avantajı elde edilmesi	38 181	4,0526 3,9945	0,673 (c)
24-İşletmede modern yönetim tekniklerinin uygulanması	38 181	4,2368 3,7403	0,017 (d)

Ölçeğin açıklanması:

- (a) Yöneticiler (n:38), çalışanlar (n:181)
(b) (1) Hiç önemli değil, (2) Önemli değil, (3) Kararsızım (nötr),
(4) Önemli, (5) Çok önemli (c) $p>0,05$ (d) $p<0,05$

V. SONUÇ

Bu araştırmadan elde edilen bulguların yorumlanmasına geçmeden önce bazı sınırlılıklara da dikkat çekmek gerekmektedir. Öncelikle, bu araştırma tanımlayıcı bir araştırma özelliği taşımaktadır. ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebepleri ve bu sertifikadan elde edilen yararların neden yönetici ve çalışanlar tarafından farklı algılandığı ve bu farklılıkların giderilmesi için neler yapılması gerektiği başka araştırmalara konu olabilir. İkincisi, tek bir işletmede gerçekleştirilen bu araştırma, yapıldığı ana kütle ve zaman dilimi ile sınırlı olduğundan sonuçlar genellenemez. Dolayısı ile, farklı bir zamanda, farklı endüstrilerdeki ve farklı işletmelerdeki yönetici ve çalışanlar ile gerçekleştirilecek araştırmalardan farklı sonuçlar elde edilebilir.

Bu araştırma, ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerinin ve ISO 9000 sertifikasının sağladığı yararların yöneticiler ve çalışanlar tarafından farklı algılanabileceğini ve bu iki boyutun algılamalarının araştırılması gerektiğini ifade eden araştırmaların ışığında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın gerçekleştirildiği işletmedeki yönetici ve çalışanlardan elde edilen verilere dayanarak, ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebepleri ve ISO 9000 sertifikasından elde edilen yararların yönetici ve çalışan boyutları ile algılanmasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda aşağıda belirtilen sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmada uygulanan analizlerin sonucuna göre; söz konusu işletmede, ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerinin algılanmasında iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olduğuna dair bulgular tespit edilememiştir. Sonuçlar, iki grubun ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerini algılama düzeylerinin benzer olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ölçüm 5'li Likert tipi ölçek ile yapıldığından ortalamaların 4'ün üzerinde olması gerek yöneticilerin gerekse diğer çalışanların ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerini üst düzeyde olumlu olarak algıladıklarını ortaya koymuştur. Araştırmanın bir diğer bulgusu da yöneticilerin, ISO 9000 sertifikasına sahip olma sebeplerini çalışanlara göre daha yüksek önem düzeyinde algılamasıdır. ISO 9000 sertifikasından elde edilen yararlarının algılanmasında ise iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olup olmadığını belirlemek üzere gerçekleştirilen analizlerin sonucuna göre, yönetici ve çalışanların ISO 9000 sertifikasının işletmeye sağladığı maliyetlerin düşürülmesi, verimliliğin artması, işletme içi iletişimin artması, işletmenin ürün ve hizmet kalitesinin artması, iç süreçlerin gelişmesi, çalışanların iş tatmininin artması, işletmenin kalite imajının geliştirilmesi, işletmedeki kalite farkındalığının artması, kalite sisteminin etkinliğinin artması, çalışanların eğitilmesi, rekabet avantajı sağlanması, müşteri talebinin artması ve işletmede modern yönetim tekniklerinin uygulanması yararlarının

algılanmaları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yöneticiler ISO 9000 sertifikasından elde edilen bu yararları genellikle yarar düzeyi yüksek olarak algılayarak, çalışanlar ise bu yararları ya yöneticilerden daha az yarar düzeyinde algıladıklarını ya da ISO 9000 sertifikasının bu yararları sağladığı konusunda kararsız olduklarını belirtmiştir. Sonuç olarak, 5'li Likert tipi ölçek kullanıldığından aritmetik ortalamalara dayanarak araştırmanın gerçekleştirildiği işletmede algılamaların genelde oldukça yüksek düzeyde olduğu ve yapılan analizler sonucunda her iki grup arasında ISO 9000 sertifikasının algılanması yönünden bir farklılık olmadığı anlaşılmıştır.

ISO 9000 sertifikasının çalışanlar ve yöneticiler tarafından nasıl algılandığının ortaya konulması, işletmelerde ISO 9000 kalite güvence sisteminin kurulması ve yürütülmesinde önemlidir. Bu yüzden iki grup arasında algılama farkları söz konusu ise, bu farkların giderilmesinde, işletme tarafından çalışanlara yönelik eğitim programları uygulanması, yönetimin gözden geçirilmesi, müşteri tatmini araştırmaları, ürün ve hizmet kalitesinin ölçülmesi vb. gibi çeşitli uygulamalar gerçekleştirilebilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Beattir, K.R. & Sohal A.S. (1999). Implementing ISO 9000: A Study Of Its Benefits Among Australian Organizations. *Total Quality Management*, 1(10), 95-106.
- [2] Yenersoy, G., (1998). *ISO 9000 Nedir ? Niçin? Nasıl?* İstanbul: Rota Yayınevi.
- [3] Küçük, O. (2004). *Standardizasyon ve Kalite, ISO 9000:2000 Kalite Güvence Sistemleri Kalite El Kitabı Uygulaması ve Örnek Meslek Standardı*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [4] Çalışır, F.; Bayraktar, C. & Beşkese, B. (2001). Implementing The ISO 9000 Standards In Turkey: A Study of Large Companies' Satisfaction With ISO 9000. *Total Quality Management*, 12(4), 429-438.
- [5] Baş, T. (2003). *ISO 9000:2000 Kalite Yönetim Sistemi*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- [6] Şale, İ. (2004). *ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi ve Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [7] Sissel, K. (1996). Survey Rates ISO 9000 Success. *Chemical Week*, 13(158), 33.
- [8] Dzus, G. (1991). Planning A Successful ISO 9000 Assesment. *Quality Progress*, 24(11), 43.
- [9] Casadesus's, M.; Gime'nez, G. & Heras, I. (2001). Benefits of ISO 9000 Implementation in Spanish Industry. *European Business Review*, 13(6), 327-336.
- [10] Hopkins, S.; Winter, N. & Hopkins, E. (2004). A Comparative Study of Quality Management in Taiwan's and China's Electronics Industry. *International Journal of Quality&Reliability Management*, 21(4), 362-376.
- [11] Pan, J. (2003). A Comparative Study on Motivation for and Experience with ISO 9000 and ISO 14000 Certification Among Far Eastern Countries. *Industrial Management & Data Systems*, 103(8), 564-578.
- [12] Foster, S.T. & Gallup, L. (2002). On Functional Differences and Quality Understanding. *Benchmarking: An International Journal*. 9(1), 86-102.
- [13] Poksinska, B; Dahlgaard, J & Antoni, M. (2002). The State of ISO 9000 Certification: A Study of Swedish Organizations. *The TQM Magazine*, 14(5), 297-306.
- [14] Taylor, W.A. (1995). Organizational Differences in ISO 9000 Implementation Practices. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 12(7), 10-28.
- [15] Douglas, A.; Coleman, S. & Oddy, R. (2003). The Case for ISO 9000. *The TQM Magazine*, 15(5), 316-324.
- [16] Magd, H. & Curry A. (2003). An Empirical Analysis Of Management Attitudes Towards ISO 9001:2000 In Egypt. *The TQM Magazine*, 15(6), 381-390.
- [17] Tsiotras, G. & Gotzamani, K. (1996). ISO 9000 as an Entry Key to TQM: The Case of Greek Industry. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 13(4), 64-77.
- [18] Williams, J.A. (2003). The Impact of Motivating Factors on Implementation of ISO 9001:2000 Registration Process. *Management Research News*, 27(1), 74-84.
- [19] Quazi, H.A. & Jacobs, R.L. (2004). Impact of ISO 9000 Certification on Training and Development Activities. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 21(5), 497-517.
- [20] Magd, H.; Kadasah, N. & Curry, A. (2003). ISO 9000 Implementation: A Study of Manufacturing Companies in Saudi Arabia. *Managerial Auditing Journal*, 18(4), 313-322.
- [21] Koo, Lc.; Tao, F. & Koo, H. (1999). Charting Staff Attitude Along The Journey Toward Getting ISO Certification. *Managerial Auditing Journal*, 4(1-2), 44-50.
- [22] Casadesus's, M. & Gime'nez G. (2000). Benefits of The Implementation of the ISO 9000 Standart: Empirical Research in 288 Spanish Companies. *The TQM Magazine*, 12(6), 432-441.
- [23] Mcadam, R. & Canning N. (2001). ISO in the Service Sector: Perceptions of Small Professional Firms. *Managing Service Quality*, 11(2), 80-92.

- [24] Poksinska, B.; Dahlgaard, J. & Eklund, J. (2003). Implementing ISO 14000 in Sweden: Motives, Benefits and Comparisons with ISO 9000. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 20(5), 585-606.
- [25] Ergün, M. (1995). *Bilimsel Araştırmalarda Bilgisayarla İstatistik Uygulamaları*. Ankara: Ocak Yayınları.
- [26] SPSS. (1996). *SPSS Base 7.0 for Windows User's Guide*. Chicago, IL: Prentice Hall.

Dilek DÖNMEZ (ddonmez@istanbul.edu.tr) is a Research Assistant of Business Administration at Istanbul University. Her research area is business administration and organization.

ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE STRATEJİ UYUMU

Nevzat DEMİR

Fırat Plastik, Dr.

ORGANIZATIONAL CULTURE STRATEGY FIT

Abstract: Organizational culture plays major role companies' long term success. Organizational culture can have a major impact on corporate strategy and organizational culture is important concept that taken into account to determine company strategies. Meanwhile corporate strategy affected by the established value systems of organization, basic assumption and behavior norms as well. For this reason manager, must manage organizational culture successfully and provide organizational culture – corporate strategy fit. There are two approach regarding corporate culture – strategy fit. The first is that accept culture to fit according to strategy. The second is that accept strategy to fit according to culture. Organizational culture is an important part of strategic management. Organizational culture has a strong impact on the success of the company and can make a significant contribution to creation and maintenance of strategic fit.

Keywords: Organizational Culture, Strategy

I. GİRİŞ

80'li yıllardan sonra gerek akademisyenler, gerekse yönetici ve uygulamacıların çoğu işletme yönetiminde örgüt kültürünün işletmelerin uzun dönemli başarılarının temel belirleyicilerinden biri olduğu konusunda fikir birliğine varmışlardır. Özellikle bu konuda Peters ve Waterman'ın yaptıkları çalışmalar ve yayınladıkları "In Search of Excellence (1982) (Mükemmeli Arayış)" adlı kitap dikkatleri örgüt kültürü kavramı üzerine çekmiştir. Yazarlar söz konusu çalışmada en başarılı Amerikan şirketlerinin temel ve ayırıcı özelliği olarak örgüt kültürü ortaya koymuşlardır. Bu çalışmadan sonra yapılan çalışma ve araştırmaların yönetim literatüründe arttığı gözlenmektedir.

İşletme yönetiminde stratejistler işletmenin uzun dönemde başarılı olmaları için çok sayıda faktörü bir uyum içinde yönetmek zorundadırlar. Bu faktörlerden biri de örgüt kültürüdür. Örgüt kültürü ve strateji karşılıklı bir etkileşim içinde olup, her iki kavram da birbirini etkilemektedir. Bu nedenle stratejistler strateji seçim ve uygulamalarında örgüt kültürü faktörünü göz önüne almak zorunda kalmışlardır. Bu çalışmada her iki kavram ana hatları ile incelendikten sonra, aralarındaki karşılıklı ilişkiler ve uyum sorunu çeşitli yönleriyle ele alınacaktır.

ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE STRATEJİ UYUMU

Özet: Örgüt kültürü işletmelerin uzun dönemli başarılarında önemli rol oynamaktadır. Örgüt kültürü işletme stratejileri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve örgüt kültürü işletme stratejilerinin belirlenmesinde göz önünde bulundurulması gereken bir kavramdır. Bu arada işletme stratejisi de organizasyonun mevcut değer sistemlerinden, temel varsayımlarından ve davranış normlarından etkilenmektedir. Bu nedenle yöneticilerin örgütsel kültürü başarı ile yönetmek ve işletme stratejisi ile uyumunu sağlamaları gerekmektedir. Örgüt kültürü – strateji uyumunda farklı yaklaşımlar vardır. Bu yaklaşımların ilki örgüt kültürünün stratejiye göre uyumlu hale getirilmesi taraftarıdır. İkinci yaklaşım ise stratejinin örgüt kültürüne uyumlu hale getirilmesini savunur. Örgüt kültürü stratejik yönetimin önemli bir parçasıdır. Örgüt kültürü işletmelerin başarıları üzerinde güçlü bir etkiye sahip olup stratejik uygunluğun oluşturulması ve devam ettirilmesine önemli katkılarda bulunabilir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt Kültürü, Strateji.

Bu çerçevede işletme yönetiminde alternatif politikalar değerlendirilecektir.

II. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ

1900'lü yılların başlarından itibaren yöneticilerin ve liderlerin yönetim felsefelerine hâkim görüş "bilimsel yönetim" tarzıydı. Son 30 yılda bu mekanik organizasyon görüşünün büyük ölçüde değişerek organik organizasyon görüşü benimsenmiştir. Bu değişimde, savaş sonrası dönemde "The Tavistock Institu's" ün sosyo teknik yaklaşımları, yönetim anlayışında Amerikan insan ilişkileri ekolünün büyük rolü olmuştur. Bu ekol organizasyonlarda insan unsurunun ve çalışan motivasyonunun önemini gündeme getirmiştir. 1970'ler den sonra yönetim literatüründe ortaya çıkan örgütsel düşünce ekolünün etkisiyle organizasyonlarda kültürel yapıya önem verilmeye başlanmıştır. Organizasyonların kültürel yapı olarak ele alınmasında antropoloji bilimi etkili olmuştur. Antropoloji biliminin önde gelen uzmanlarından Herskowitz kültürü "insanların yaşam biçimini oluşturan inanç, davranış, bilgi, yaptırımlar, değerler ve hedefler bütünü" tanımlayan bir yapı" olarak tanımlamıştır. Konunun bir başka uzmanı Geerts ise kültürü "sembollerle ortaya konulan geçmişten günümüze iletilen anlamlar kalıbı, insanların iletişim kurabildikleri, hayat hakkındaki bilgilerini ve hayata ilişkin

yaklaşımlarını iletip, sürdürmelerini ve geliştirmelerini sağlayan, sembolik şekillerle ifade edilen geçmiş nesillerden iletilmiş bir kavramlar sistemi” olarak tanımlanmıştır [1]. Kültür kavramı konusunda yapılan bu tanımlar örgüt kültürünün tanımlanmasında temel teşkil etmiştir.

Örgüt kültürü tanımı bağlı bulunan disipline (yönetim, pazarlama, sosyoloji, antropoloji v.b.) ve tanımı yapan kişi tarafından benimsenen bakış açısına göre değişmektedir. Schein örgüt kültürünü, “belli bir grup tarafından dış uyum ve iç bütünleşme sorunları ile başa çıkmayı öğrendikçe icat edilen, keşfedilen veya geliştirilen, geçerli olarak değerlendirilebilecek ve bu nedenle yeni üyelere söz konusu sorunlara ilişkin algılayıcı, düşünme ve hissetmenin doğru biçimi olarak öğretilecek yeterlilikte işlev görmüş temel varsayımlar bütünü” şeklinde tanımlamaktadır. Smircich’e göre örgüt kültürünün bu tanımı ve bakış açısı müdahaleci nitelikte olup, kültürel yapıların “örgütsel bağlılık oluşturmak, bir yönetim felsefesi iletmek, faaliyetleri rasyonalize etmek ve meşrulaştırmak, personeli motive etmek ve sosyalizasyon sürecini kolaylaştırmak amacıyla kullanılabilir” inancına dayandırılmaktadır. Camerer ve Vepsalainen ise işletmelerin, örgüt kültürünü yazılı sözleşmelere alternatif olarak kullanabileceklerini söylemişlerdir. Yeni işe alınanların beklenen davranışları göstermesi ritüeller, semboller ve hikâyelerin iletilmesiyle oluşan sosyalleştirme süreciyle gerçekleşmektedir. Bu yönüyle örgüt kültürü, iletişim açısından yönetimin kullanabileceği alternatiflerin çoğundan daha etkili olmaktadır [2].

Hofstede ulusal kültürlerin özelliklerini oluşturan değerlerde dört farklı boyut ortaya koymuştur. Bu dört boyut bağlamında Hofstede örgüt kültürünü “bir grubun üyelerini diğerlerinden ayıran zihnin kolektif olarak programlanması” olarak tanımlamış ve kavramlaştırmıştır. Bu kolektif programlama yazılı ve yazılı olmayan kurallar bağlamında insanların hem liderler hem de çalışanlar olarak nasıl organize olacaklarını etkilemektedir. Deshpande ve Webster ise örgüt kültürünü “bireylerin organizasyonu anlamalarına yardım eden ve davranış normları sunan, ortak inançlar ve değerler kalıbı” olarak tanımlamışlardır [3].

Flanneru, Hofrichter ve Platten örgüt kültürünü tanımlarken daha sade ve basit bir yaklaşım benimsemişlerdir. Yazarlara göre örgüt kültürü, “işlerin nasıl yapıldığını, yönetildiğini ve ödüllendirildiğini belirleyen, organize eden bir kavram” olarak tanımlamışlardır [4]. Örgüt kültürünün tanımlanmasında çok sayıda bileşenin etkisi vardır. Bu bileşenler iyi organize olmak, güvenli bir istihdam sağlamaktan diğer organizasyonlarla stratejik ittifaklar kurmaya, iş çevresindeki değişikliklere uyum sağlamaya, düşünce, davranış ve yaklaşımlarda esnek olmaya kadar değişmektedir.

Schein’a göre kültür üç düzeyde yer almaktadır. Bu düzeyler; temel varsayımlar, değerler ve yapay olgulardır. Temel varsayımlar kültürün temelini oluşturan en iç düzeydedir. Söz konusu temel varsayım ve inançlar, bireylerin durumları algılamalarını, olayları, eylemleri ve insanlar arasındaki ilişkileri yorumlamalarını kolaylaştıran, ortak eylemler için esas oluşturan kalıpları temsil etmektedir. Grup üyeleri sorunlarla başa çıkmak üzere stratejiler geliştirdikçe ve geliştirilen bu stratejileri zamanla yeni üyelere aktardıkça bu varsayımlar ve inançlar şekillenmektedir. Böylece varsayım ve inançlar vücut bulurlar.

Bir sonraki düzeyde ise değerler, belirli bir kültürel grup için neyin önemli, neyin önemsiz olduğunu belirleyen, açığa çıkmış ve kabul edilmiş inançları ifade eden, kültürün daha belirgin bir şekilde gösterilmesini temsil eder. Değerler, temel kültürel ilkelerin bir yansımasıdır ve bir davranış kuralının tam tersi olan diğer bir davranış kuralına tercih edilen inancı temsil etmektedir. Bu bağlamda değerler, üyelerin hangi davranışları ve tutumları göstermelerinin uygun olacağını belirleyen sosyal bir kontrol mekanizması olarak üyelerin sonraki davranışları üzerine etki eder. Yapay olgular kültürün görünen ve işitilen dil, giyim-kuşam, kahramanlar, hikâyeler, binalar ve törenler gibi unsurlarını içermektedir [5]. Schein’in yaklaşımıyla ele alındığında kültür kavramında ilk önce yapay olgular yoluyla bir kültür hakkında ilk izlenimler elde edilmektedir. Ancak göreceli olarak daha “derin”de bulunan “değerler” ve “varsayımlar” zamanla daha iyi kavranmakta ve örgütlerde sosyalleşme sonucu öğrenilmekte ve gelecek kuşaklara aktarılmaktadır.

Bath Danışmanlık Grubu, örgütsel kültürün zenginliği, derinliği ve değişim sürecini de göz önüne alarak, Geertz ve Schein’in çalışmalarını esas alarak 5 seviyede ele alınan bir örgüt kültürü modeli geliştirmiştir. Modeli örneklemek için Schein tarafından kullanılan “nilüfer çiçeği” modelde ele alınan örgütsel kültürün 5 düzeyi şunlardır [1]:

• **Birinci Seviye: Yapay Olgular (insan eliyle yapılan şeyler).** Yapay olgular, örgüt kültürünün gözle görülebilen ve işitilebilen unsurları olup, bir örgütün kültürü hakkında ilk izlenimlere sahip olmamızı sağlar.

• **İkinci Seviye: Davranışlar.** Davranışlar, örgüt kültürü hakkında bir fikir sahibi olmamızı sağlar. Üyelerin ne yaptığı, ne söylediği, neyin, nasıl ödüllendirildiği, anlaşmazlıkların nasıl çözüldüğü, hatalara karşı nasıl davranıldığı gibi konuları içermektedir. İnsan yapımı şeyler benimsenmiş değerleri temsil ediyorsa, davranışlar eylemdeki değerleri göstermektedir. Söylenenler ve yapılanların gerçekliği arasında “çatlaklar” olduğu zaman, örgütler zorluklarla karşılaşurlar.

• **Üçüncü Seviye: Düşünce Yapısı.** Bu seviyede yer alan örgütsel değerler, temel varsayımlar, örgütsel “dünya görüşü”, davranışları sınırlayan düşünce yolları gibi kavramlar, su yüzeyindeki çiçeğin altında yer almakta ancak algılanmakta, hissedilmektedir.

• **Dördüncü Seviye: Duygusal Zemin.** Bu seviyede düşünce yapıları kurallaştırılmakta, çoğunlukla olayların algılandığı bir bağlam yaratan bilinçsiz duygusal durumlar ve ihtiyaçlar yer almaktadır.

• **Beşinci Seviye: Motivasyon Kökleri.** Organizasyon ve bireyleri birbirine bağlayan temelde yatan amaç duygusu bu seviyede yer almaktadır. “motivasyon kökleri”nde bireysel amaçların ve motivasyonların, kollektif organizasyonunkiler ile uyumu söz konusudur.

Örgüt kültürünün işletmelere sağladığı bir takım yararlar ve organizasyon içindeki rolü bu kavramın önemini arttırmaktadır. Örgüt kültürü, bir örgütün üyeleri tarafından paylaşılan kalite değerler, inançlar ve anlayışlar seti olması sebebiyle, temel örgütsel değerleri tanımlamakta ve yeni üyelere doğru düşünmenin ve hareket etmenin doğru yollarını öğrenmekte, iletmektedir. Örgüt içinde işlerin nasıl yapılacağına rehberlik etmektedir. Kültürün amacı, üyelerin kendilerini tanımlayabileceği bir örgüt kimliği algılarını oluşturmaktır. Bu yolla üyelerin temel inanç ve değerlere bağlanması sağlanmaktadır. Diğer yandan kültür, örgütün istikrarını da arttırmaktadır. Ayrıca üyelere örgütsel etkinlikleri ve faaliyetleri daha iyi anlamalarını sağlayacak bir anlayış zemini temin eder. Örgütün amaç ve stratejisini kuvvetlendirmek için kullanıldığı zaman pozitif bir güç olmakta ve katkı sağlamaktadır. Örgüt içindeki bireylerin ve grupların davranışları, kültürün oluşturduğu normlar tarafından şekillenmektedir [6].

III. STRATEJİ KAVRAMI

Strateji Türkçe’de sürme, gönderme, götürme ve götürme anlamlarında kullanılmaktadır. Strateji kelimesinin Latince yol, çizgi veya yatak anlamına gelen stratum kelimesiyle, eski Yunanlı General Strategos’un adından türediği kabul edilmektedir. Askeri bir kavram olarak strateji, savaş sanatı ve bir savaşta başarılı bir sonuç elde etmek için yapılacak harekâtın planlanması ve uygulanmasıdır. Strateji kavramı işletme ve yönetim literatüründe 1950’li yıllardan sonra kullanılmaya başlanmıştır. Konu üzerinde öncü sayılabilecek çalışmaları yapan A.D. Chandler stratejiyi; işletme de uzun dönemli amaç ve hedefleri belirleme, bunları gerçekleştirilebilmek için ihtiyaç duyulan kaynakları temin ederek uygun faaliyet programlarını hazırlama olarak tanımlamaktadır. Zamanla çok sayıda strateji tanımı farklı yazarlar ve konunun uzmanlarıca farklı bakış açılarıyla yapılmıştır. Bu bağlamda strateji bir plan, teknikler bütünü, bir model, çevre içinde konumlama olarak

görülme ve tanımlanmaktadır. Bütüncül bir yaklaşımla ele alındığında stratejiyi, işletmeye yön vermek ve rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla, işletme ve çevresini sürekli analiz ederek uyum sağlayacak hedef ve amaçların belirlenmesi, faaliyetlerin planlanması ve gerekli araç ve kaynakların yeniden düzenlenmesi süreci olarak tanımlamak mümkündür [7].

Strateji ve Örgüt Kültürü İlişkisi

İşletmelerde strateji ve örgüt kültürü ilişkisi ve karşılıklı etkileşimi önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü seçilecek ve uygulanacak stratejilerin başarısını örgüt kültürü ya da söz konusu stratejiler örgüt kültürünü etkileyecektir.

Stratejiler, işletmelerin faaliyette bulunduğu endüstrinin ve işletmenin dış çevresi göz önünde bulundurulmuş, paylaşılan değerler üzerine kurulmaktadır. Söz konusu değerlerin geçerliliği ve gücü işletmelerin başarısı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu nedenle stratejide yapılan bir değişiklik çoğu kez kültürde de bir değişiklik gerektirebilir. Değişimin tam olarak gerçekleşmesi, inanç ve değerlerdeki değişimle başlar, bir başka deyişle yeni stratejiler yapılan bu değişiklikler sonucu uygulanma fırsatı bulabilirler [8].

Konuya örgüt kültürü açısından bakıldığında, bir yönüyle kültür, organizasyonun değerlerini, karar verme süreçlerini, kaynak ve gücün dağılımını, uyulması gereken davranışları, izin verilen ve teşvik edilen risk seviyesini içermektedir. Organizasyonun stratejisini ve misyonunu başarılı bir şekilde desteklemek için kültür ve kültürün unsurlarının organizasyon yapısıyla, iş süreçleriyle ve insan kaynakları stratejileriyle bağdaştırılması gerekmektedir. Böylece kültür, organizasyonun temel yeteneklerini, başarı faktörlerini, insanların yeteneklerini ve rollerini bütünleştirerek stratejik amaçları üstün performansa dönüştürmektedir [4].

IV. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ ve STRATEJİ UYUMU

Stratejik yönetimin uyum unsurları arasında en incelik taşıyan ve hassas olanların başında örgüt kültürü gelmektedir. Bir işletmenin kültürü stratejisiyle çeliştiği zaman, yönetim iki tür tercihle karşı karşıya kalacaktır. Bu tercihlerin birincisi, örgüt kültürüne uygun bir stratejinin seçilmek zorunda kalınması, ikinci ise örgüt kültürünü seçilen stratejiye uyum sağlayacak şekilde değiştirmesidir. Ancak yapılan tercihlerin çeşitli sakıncalı yönleri de ortaya çıkabilmektedir. Stratejinin kültüre uygun bir şekilde seçilmesi bazen dış çevredeki değişikliklerin yapı ve içeriğine uymayabilir, ters düşebilir. Diğer yandan dış çevreye uygun bir stratejinin seçilmesi durumunda örgüt kültürünün değiştirilmesi çok zor olmaktadır. Bu nedenle yapılacak kültürel bir değişiklik için, örgüt yapısı, üyelerin düşünce, değer ve

davranışları, ödül ve ceza sistemleri, liderlik tarzları, amaç, hedef ve planların yeniden, tamamıyla gözden geçirilmesi gerekmektedir [7].

IV.1. Örgüt Kültürü Stratejiye Uygun Hale Getirilmeli

İşletmelerde seçilen stratejilerin başarı ile uygulanabilmesi için örgüt kültürü ile uyumlu olması gerekmektedir. Söz konusu kültürel uyum; iç uyum ve dış uyum olarak ele alınabilir. Kültürel iç uyum derecesi kültüre bağlılık (kültürün kohezyonu) ve kültürel tutarlılığın bir fonksiyonudur. İç uyumun sağlanabilmesi için güçlü kültürlerin varlığı gereklidir. Yapılan araştırmalarda güçlü kültürlere sahip işletmelerin daha iyi performans gösterdikleri ortaya konulmuştur.

Güçlü kültürlerde ise kültürel kaynaşma, bağlılık (kohezyon) söz konusudur. Kültürel bağlılık ise değer, ideoloji, davranış normları, yapay olgular, dil v.b. gibi kültürel unsurlara örgüt üyelerinin bağlılığını ve üyeler tarafından yaygın şekilde kabul görmesini ifade etmektedir. Bir başka deyişle üyeler arasında kültürel unsurların kabulü konusunda bir uzlaşmanın mevcut olması gereklidir. Ancak bu durumda bir kültürel bağlılıktan ya da kaynaşmadan (kohezyon) söz edilebilir. İç uyumun diğer bir unsuru da tutarlılıktır. Tutarlılıkla, değer ve varsayımların (inançlar) birbiriyle ne derecede tutarlı olduğu ifade edilmektedir. Burada benimsenen değer ve varsayımlara ilişkin olarak bireyler ve gruplar arasında uyuşmanın derecesi önemlidir.

İşletmenin pazarlama, üretim, yönetim gibi fonksiyonel bölümlerinin her birinin farklı değerlere sahip olması tutarsız bir durumun var olduğunu gösterir. Örneğin, üretim bölümünün mamul kalitesinin yüksek olması değeri ile pazarlama bölümünün düşük fiyatlarla daha çok mamul çeşitliliği ve pazara hâkim olma değeri arasında fonksiyonel bir tutarsızlık oluşabilir. Ayrıca yönetim bölümü de diğer bölümlerden farklı değerlere sahip olması durumunda tutarlılık unsurunun varlığı iyice azalmaktadır.

Kültürün iç uyumunun yanında dış uyumun varlığı da önemlidir. İşletmeler dış çevrelerine uyumu, stratejilerin oluşturulması ve uygulanabilmesi aracılığıyla gerçekleştirilebilir. Söz konusu stratejilerin başarıyla uygulanabilmesini temel değer, inançlar ve davranış normları gibi kültürel unsurlar etkilemektedir. Belirlenen ya da formüle edilen strateji, mevcut kültürü dikkate aldığı ve ona uyum sağladığı derecede başarılı olacak ve işletmenin performansı artacaktır [9].

Örgüt Kültürünün Değiştirilmesi

İşletmelerde seçilen stratejilere uygun kurumsal kültürün oluşturulması, söz konusu stratejilerin başarı ile uygulanabilmesini büyük ölçüde etkilemektedir görüşü

literatürde çok sayıda taraftara sahiptir. Stratejiye uygun uyumlu kültürün oluşturulması ya da mevcut kültürün bu uyumu sağlayacak şekilde değiştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Kültürün değiştirilmesinde farklı yöntemler izlenebilir. Bu yöntemleri beşli bir yaklaşımla, ana hatlarıyla aşağıdaki gibi ele almak mümkündür[10]:

• **Birinci yöntemde** değişim en üstten başlatılır. Lider ya da üst yönetim kültürün temel değer inançlarından başlayarak değişimi başlatır. Böyle bir değişim organizasyon kademelerinde yukardan aşağıya doğru uygulanır.

• **İkinci yöntemde** lider genellikle kriz zamanlarında ya da kritik olaylarda farklı düşüncelerle davranış ve tutumlarda bulunarak değişimi yerleştirmeye çalışır.

• **Üçüncü yöntemde** ise lider ya da üst yönetimde bulunan yöneticiler rol modeli olarak benimsedikleri değer ve düşünce sistemlerini davranışlarıyla çalışanlara açıklar, bunları pekiştirerek değişimi gerçekleştirir.

• **Dördüncü yöntemde** ödüller bir teşvik aracı olarak kullanılarak, değişimin kabul edilmesi ve benimsenmesi sağlanır.

• **Beşinci yöntemde** ödül sisteminin tersine cezalandırma, zorlama ve tehdit sitemi söz konusu olur. Değişimi benimsemeyen, kabul etmeyenler cezalandırılır, hatta işten bile çıkarılır. İşten çıkarılanların yerine, kültüre uyumlu istenilen değer ve düşüncelere sahip yeni çalışanlar işe alınır.

Örgüt kültürünü değiştirmek söz konusu olduğunda üst düzey yöneticiler tecrübeleri ve becerileriyle mevcut örgütsel kültürü sezebilirler. Bununla beraber, sezgiyi ve algıyı işletme içinde veri toplayarak desteklemek için çok sayıda neden vardır. Bu nedenlerden en önemlilerinden birisi, buz dağı örneğinde olduğu gibi, bir organizasyonun çekirdek değerlerinin, yüzeyin altına işleyen etkili bir araştırma yapılmadan anlaşılabilmesidir. Bu nedenle buz dağının görülmeyen kısmının daha iyi anlaşılması için araştırmalara ihtiyaç vardır. İkinci neden ise, üst düzey yönetici sezgisiyle organizasyonun kültürü hakkında fikir sahibi olabilir. Ancak organizasyondaki alt kültürleri ayırt etmede başarısız olabilir [11].

Örgüt kültürünü değiştirme gereği doğduğunda, mevcut kültür içindeki alt kültürleri göz önüne almadan yapılacak işlemler, başarı şansını azaltabilir.

Örgüt kültürünü değiştirmek özellikle güçlü kültürlere sahip işletmelerde daha zordur. Bazen örgüt kültürünü değiştirmek yerine mevcut kültürel yapı güncellenebilir. Örgüt kültürü unsurlarında değişiklik yapılarak örneğin kahramanlar, hikâyeler değiştirilerek

farklı bakış açıları ilave edilebilir, aynı temayı işleyen yeni hikâyeler oluşturulabilir. Bu değişim mevcut stratejilere olan ilgiyi devam ettirmek veya değişen çevrenin gerek ve koşullarına uymak için stratejiler değiştirilmiştir. Bu nedenle örgüt kültürü ve değişimini yönetmek aslında mevcut kültürel yapıyı oluşturan unsurları yönetmektir. Mevcut kültürel yapılar eski stratejiyi destekler. Bu durumda ise başarıyı engelleyen faktörler ortaya çıkmaktadır. Örgüt kültürünü yeni stratejiye uyum sağlayacak şekilde değiştirmek ve yönetmek için, kültürel yapıyı oluşturan temel değerler ve normlar, hikâyeler, kahramanlar, semboller, âdet ve törenler, iç tasarım ve ekipman dahil fiziki çevrenin de değiştirilmesi söz konusu olmaktadır. Ancak genellikle üst düzey yöneticiler yeni bir strateji uygulamaya koyarlar ve bu doğrultuda örgüt kültürünü belli ölçüde değiştirmeye çalışırlar. Bunu yaparken kültürde gerçek değişiklikleri yapacak önemli unsurları, kültürü tanımlamaya yardımcı olan yapıları dikkate almazlar. Değiştirmek istedikleri eski kültürün unsurlarını güçlendiren, eski kültür yapılarını tutan yöneticiler, başarılarının engellenmesine bir anlamda izin verirler. Bu nedenle yeni değer ve normlar başta olmak üzere yeni kültürel yapıyı oluşturan unsurlar desteklenerek istenen değişiklikleri güçlendirmek gerekmektedir. Eğer strateji ve kültürel yapılar uyumlu değilse, o zaman çalışanları belirsizlik etkileyecek, çelişkiye düşeceklerdir. Hala yerli yerinde duran mevcut kültürel yapı tarafından desteklenen, alışılmış eski kültürel unsurlar mı, yoksa eskisi ile ihtilaf halinde olan yeni strateji ile ilgili unsurlar mı dikkate alınacaktır. Her seferinde çalışanlar halen desteklenen eski yerleşik olanları takip edeceklerdir. Yeni stratejileri başarıyla uygulamak için, kültürel yapıları değiştirmek bir lüks değil fakat bir gerekliliktir. Ancak yeni bir strateji ile kültürel yapıları uyumlu hale getirmek, başarıyı garanti edemeyebilir [12].

IV.2. Strateji Örgüt Kültürüne Uygun Hale Getirilmeli

İşletmelerin stratejileri kaçınılmaz olarak örgüt kültürünü oluşturan değerler sisteminden, varsayımlardan, rekabet, pazar, insan ve çevre ile ilgili unsurlardan etkilenmektedir. Seçilen stratejilerin başarı ile uygulanabilmesi için bu stratejilerin örgüt kültürüne uyum sağlaması gerekmektedir. Bilindiği gibi örgütlerin kültürleri zamanla sabit bir hal alırlar, gömülü ve güçlü atalet yapıları oluştururlar. Bir organizasyonda uzun yıllar çalışanlar, giyim – kuşam kuralları, iletişim yöntemleri, çalışma normları, davranış kuralları, temel değerleri olduğu gibi kabul ederler. Nasıl kültürel bir değişim söz konusu olduğunda çalışanlar değişime bir direnç gösterirlerse, benzer şekilde de yeni ve kültüre uyumlu olmayan stratejilerin de kabul edilmesinde bir direnç karşılaşırlar. Söz konusu yeni stratejileri uygulamak için çok fazla enerji ve zaman gerekebilir. Bu güçlük ancak organizasyonların dinamik yapıları sayesinde azaltılabilir. Makul ve mantıklı olarak planlanan stratejik kararlar her

zaman organizasyon geçmişini gölgesi altında geliştirmektedir. Geleneksel organizasyon düşüncesi ile bir arada bulunan stratejiler değişim ortamlarının taleplerini karşılamayabilir. Zamanla işletme içinde “miyopluk” oluşabilir. Bu durumda kültürel kuralları değiştirmeyi, çığnemeyi talep eden stratejiler oluşturmak zorunda kalınabilir. Özellikle şirket birleşmelerinde, şirket evliliklerinin başarısız olmasının sebebi orijinal stratejik kavramın yanlış olmasından ziyade, çoğunlukla başarısızlığın sebebi daha derin kültürel sebeplerde yatmaktadır. Strateji ve sistem uyumu kültürel uyumla eşleşebilirse, şirketlerin birleşmesi süreci daha az sancılı olabilir [13].

Planlanan, seçilen ve uygulanan stratejilere bağlı olarak ortaya bir takım kültürel riskler çıkabilir. Kültürel riskleri, seçilen stratejiye bağlı olarak azaltılabilecek seçenekler şunlardır:

- Kültürü göz ardı etmek. Bu seçeneğin uygulanması çok zor görünmekte, kültürün nadiren göz ardı edilebileceği ileri sürülmektedir.

- Uygulama planını değiştirmek suretiyle planı kültüre uyumlu yönetmek. Belli koşullarda bu seçeneğin uygulanma ihtimali vardır.

- Kültürü stratejiye uyum sağlayacak şekilde değiştirmeye çalışmak. Başarması son derece zor olmasına rağmen değiştirilebilir veya bazı durumlarda değiştirilmelidir. Ancak söz konusu değişim için üç ön koşul söz konusudur; öncelikle strateji ve tüm unsurları açık şekilde ifade edilmeli, ikinci olarak mevcut kültür analiz edilmeli ve son olarak risklerin nerelerde olduklarını saptamak amacıyla strateji kültür bağlamında gözden geçirilmelidir.

- Stratejiyi kültüre uyum sağlayacak şekilde değiştirmeye uğraşmak. Bu seçenekte, stratejiyi mevcut kültürle daha uyumlu olanıyla değiştirilmeli mi sorusuna cevap aranır. Böyle bir seçenek genellikle belirgin derecede birbirlerinden farklı kültürlerle sahip iki işletmenin birleşmesinde gündeme gelir. Bazen birleşme sonrası sonuçlar, beklentilerin çok gerisinde kalabilmektedir.

Büyük ve ciddi kültürel sıkıntı içindeki bir strateji büyük olasılıkla, kültürel riski yönetilebilir alana çekmek için üç tür eylemin; kültür etrafında yönetim, kültürü değiştirme ve stratejiyi değiştirme kombinasyonunu gerektirecektir. Sonuçta her türlü işletme kararı ise bir risk, ödül takasını içerir [14].

Örgüt kültürü, etkin bir strateji oluşturmanın önemli bir değişkenidir. Stratejik karar sürecinin çeşitli aşamalarını etkiler ve sonunda da işletme stratejilerinin içeriğini etkiler. Stratejiyi oluşturan yöneticilerin

karşılaştığı en önemli sorunların başında kültürel yapı ve bu yapının strateji üzerindeki etkilerini incelemektir. Kültürün değiştirilmesi çok zor olsa da, yöneticiler bunların en azından farkında olabilir ve örgüt kültürüne uygun stratejiler geliştirmeye çalışabilir [15].

V. SONUÇ

Bu çalışmada örgüt kültürü - strateji uyumu çeşitli yönleri itibariyle ele alınarak incelenmiştir. Örgüt kültürünün ya da kültürel yapıların stratejik yönetim süreci içinde, alınacak kararlar da ve uygulanacak stratejilerde büyük etkisi bulunmaktadır. Örgüt kültürü ve strateji kavramları karşılıklı olarak birbirini etkileyen kavramlardır. Söz konusu kavramlarla ilgili olarak literatürde en çok sorulan soruların başında, örgüt kültürü stratejiye göre mi değiştirilmeli, yoksa strateji örgüt kültürüne göre mi değiştirilmeli soruları gelmektedir. Soruların kesin ve standart bir cevabı yoktur. Örgüt kültürünün stratejiye göre değiştirilmesi yaklaşımı daha fazla taraftar bulmaktadır. Ancak özellikle güçlü kültürlerin değiştirilmesinin de zor olduğu göz ardı edilmemelidir. Bilindiği gibi örgüt kültürünün işletmelerin başarıları üzerinde etkisi büyüktür ve stratejik uyumun oluşturulmasında ve sürdürülmesinde katkısı büyüktür. Diğer yandan dış çevrenin hızla ve büyük oranda değişmesi yeni stratejileri ya da stratejik değişiklikleri gerektirecektir. Bu durumda söz konusu stratejilerin mevcut kültüre uyum sağlaması da, örgüt kültürünün kolaylıkla ve kısa süre içinde değişmemesi nedeniyle zor olacaktır.

Örgüt kültürünün gücü, işletmenin içinde bulunduğu endüstri, rekabetin şiddeti, teknoloji gibi çok sayıda faktör örgüt kültürü mü yoksa strateji mi değiştirilmeli sorusunun cevabını belirlemede etkili olmaktadır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Hawkins, P. (1997). Organizational Culture: Sailing Between Evangelism and Complexity. *Human Relations*, 50(4), 417-440.
- [2] Mavondo, F. & Farrell, M. (2003). Cultural Orientation: It's Relationship With Market Orientation, Innovation and Organisational Performance. *Management Decision*, 41(3), 241-249.
- [3] Deshpande, R. & Farley, J.U. (1999). Executive Insights: Corporate Culture and Market Orientation: Comparing Indian and Japanese Firms. *Journal of International Marketing*, 7(4), 111-127.
- [4] Vestal, K.W.; Fralicx, R.D. & Spreier, S.W. (1997). Organizational Culture: The Critical Link Between Strategy and Results. *Hospital & Health Services Administration*, 42(3), 339-365.

- [5] Alavi, M.; Kayworth, T.R. & Leidner, D.E. (2005). An Empirical Examination of Influence of Organizational Culture on Knowledge Management Practices. *Journal of Management Information Systems*, 22(3), 191-224.
- [6] Sankar, Y. (1988). Organizational Culture and New Technologies. *Journal of Systems Management*, 39(4), 10-17.
- [7] Dinçer, Ö. (2003). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. 6. Baskı. İstanbul: Beta Basım.
- [8] Eren, Erol. (2002). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. 6. Baskı. İstanbul: Beta Basım.
- [9] Arogyaswamy, B. & Byles, C.C.M. (1987). Organizational Culture: Internal and External Fits. *Journal of Management*, 13(4), 647-659.
- [10] Ülgen, H. & Mirze, K.S. (2006). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. 3. Basım. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- [11] Wasmer, D.J. & Bruner, C.G.II. (1991). Using Organizational Culture to Design International Marketing. *The Journal of Services Marketing*, 5(1), 35-46.
- [12] Higgins, J.M. & Allater, C.M. (2004). If You Want to Strategic Chance, Don't Forget to Chance Your Cultural Artifacts. *Journal of Change Management*, 4(1), 63-73.
- [13] Hassard, J. & Sharifi, S. (1989). Corporate Culture and Strategic Change. *Journal of General Management*, 15(2), 4-19.
- [14] Schwartz, H. & Davis, S.M. (1981). Matching Corporate Culture and Business Strategy. *Organizational Dynamics*, 10(1), 30-48.
- [15] Shrivastava, P. (1985). Integrating Strategy Formulation With Organizational Culture. *Journal of Business Strategy*, 5(3), 103-111.

Nevzat DEMİR (n.demir@firat.com) has a Ph.D. of International Business at İstanbul University Social Sciences Institute. His main research areas are selling management, organizational culture, job satisfaction, organizational commitment, organizational behavior and strategic management.

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ ALANINDA DIŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMA UYGULAMALARINDAKİ DEĞİŞİME YÖNELİK BOYLAMSAL BİR ARAŞTIRMA

Fulya AYDINLI

İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi A.B.D., Araştırma Görevlisi

A LONGITUDINAL RESEARCH ABOUT THE CHANGE OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT OUTSOURCING PRACTICES IN THE BANKING SECTOR

Abstract: The aim of this paper is to investigate the change in human resource management outsourcing practices of the Turkish commercial banks. A longitudinal study is undertaken considering this aim. A research about human resource management outsourcing practices of the commercial banks was undertaken in 2001. With the aim of showing the development of the research findings in time, another research that is complementary to the first one is undertaken in 2004. Data is analyzed using percentage graphics and the outsourcing practices of the banks in 2001 and 2004 are compared. As a result, an increase in outsourcing human resource management practices is determined. Moreover, banks are comparingly more systematic in the outsourcing process, thus they face less problems.

Keywords: Outsourcing, Human Resource Management, Longitudinal Research, Banking Sector.

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ ALANINDA DIŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMA UYGULAMALARINDAKİ DEĞİŞİME YÖNELİK BOYLAMSAL BİR ARAŞTIRMA

Özet: Bu çalışma, Türkiye’de faaliyet gösteren ticaret bankalarının insan kaynakları yönetimi alanındaki dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarının zaman içindeki değişim ve gelişimini incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla boylamsal bir çalışma gerçekleştirilmiştir. 2001 yılında ticaret bankalarının insan kaynakları yönetiminde dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarını incelemeye yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırma bulgularının zaman içindeki gelişimini yansıtmak amacıyla 2004 yılında önceki araştırmaya katılan bankalarla -önceki araştırmanın devamı niteliğinde olan- bir araştırma daha yapılmıştır. Veriler, yüzde dağılım grafikleri ile analiz edilmiş ve bankaların 2001 ve 2004 yılındaki uygulamaları karşılaştırılmıştır. Bu doğrultuda söz konusu bankaların insan kaynakları yönetimi alanında dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarında bir artış olduğu, bankaların süreci daha sistematik olarak ele aldığı, dolayısıyla da uygulamada daha az sorunla karşılaştıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dış Kaynaklardan Yararlanma, İnsan Kaynakları Yönetimi, Boylamsal Araştırma, Bankacılık Sektörü.

I. GİRİŞ

Günümüzde işletmeler, kendilerini başka işletmelerden farklı kılan, vizyonlarını gerçekleştirmede temel rol oynayan bilgi ve becerilere [1,2], diğer bir deyişle temel yetkinliklerine odaklanarak rekabet avantajı sağlamaya çalışmaktadır. Dolayısıyla işletmeler, bu bilgi ve becerileri kullanmadıkları alanlarda dış kaynaklardan yararlanmaktadır. 1970’li yıllarda fason üretim ve taşeron kullanma şeklinde görülen [1] dış kaynaklardan yararlanmanın, günümüzde işletmelere rekabet avantajı sağlayan bir strateji olarak ele alınmasıyla birlikte, uygulama alanı da sektör ve işlevler açısından genişlemiştir. Diğer yandan 1980’li yıllardan itibaren personel yönetiminin yerini insan kaynakları yönetimine bırakmasıyla birlikte, bu alanda yerine getirilen işlevler de; insan kaynakları temin ve seçimini, eğitim ve geliştirmeyi, performans değerlendirmeyi ve kariyer yönetimini içerecek şekilde çeşitlilik kazanmıştır.

Dolayısıyla günümüzde insan kaynakları yönetimi alanında dış kaynaklardan yararlanma; güvenlik, temizlik, personel taşımacılığı, yemek hizmetleri v.b. ile sınırlı kalmayıp insan kaynakları yönetiminin daha temel işlevlerinde kullanılan bir strateji haline gelmiştir. Nitekim A.B.D.’de yapılan birçok araştırmaya göre, hem işletme genelinde, hem de insan kaynakları yönetimi alanında dış kaynaklardan yararlanma giderek artmaktadır [3-5]. Bu gelişmeler doğrultusunda çalışmamızda, öncelikle dış kaynaklardan yararlanma kavramı ve süreci ele alınmış, daha sonra Türkiye’de faaliyet gösteren ticaret bankalarında insan kaynakları yönetiminde dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarının durumu ve zaman içindeki gelişimi, 2001 ve 2004 yıllarında gerçekleştirilen araştırma sonuçları karşılaştırılarak değerlendirilmeye çalışılmıştır.

II. DIŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMA KAVRAMI

Dış kaynaklardan yararlanmanın temeli, bir hizmetin yerine getirilmesi ya da satın alınması konusundaki karara dayanır. Diğer bir deyişle dış kaynaklardan yararlanma, daha önce işletme içinde üretilen ürün veya hizmetlerin hukuki olarak bağımsız olan diğer bir işletmeden alınması sürecidir [6]. Dış kaynaklardan yararlanma uygulamaları incelendiğinde, “dış kaynak”ların sadece işletmelerle sınırlı olmadığı, bağımsız çalışanların ve başka iŐverenlerden kiralanan çalışanların da “dış kaynak” olarak nitelendirildiği görülmektedir [7]. Dolayısıyla geleneksel anlamda yemek, temizlik, güvenlik hizmetlerinde, teknolojik alt yapı desteğinde, tanıtım, organizasyon işlerinde dış uzmanlara veya dış tedarikçilere baŐvurulması, ayrıca günümüzde yaygın olan yönetim, vergi ve hukuk danıŐmanlıđı, denetim, finans, insan kaynakları yönetimi, bilgi teknolojisi, araştırma ve kalite yönetimi gibi alanlarda danışmanlık firmalarına veya bağımsız uzmanlara baŐvurulması birer dış kaynaktan yararlanma örneğidir.

işletmelerin dış kaynaklardan yararlanma sebepleri; zaman ve kaynakların etkin kullanımı, maliyet tasarrufu sağlama, verimliliği arttırma, hizmet kalitesini arttırma, temel yetkinlikleri geliştirme, ileri teknolojilerden yararlanma olarak sıralanabilir [8-11]. Dış kaynaklardan yararlanmanın yukarıda sıralanan yararları yanında, uygulamada yol açabileceği bazı sorunların da var olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Bu sorunlar; dış kaynak ve fonksiyon üzerindeki kontrolün kaybedilmesi, uzun vadede dış kaynağa bağımlı kalınması, temel yetkinliklerin kaybedilmesi ve çalışanların motivasyonunun azalmasıdır [4,8-10]. Ayrıca dış kaynaklardan yararlanma hedeflerinin belirgin olmayıŐı da uygulamada sorunlara yol açabilir. Diğer yandan dış kaynakların örgüt kültürünü iyi tanımaması ve taraflar arası kültürel farklılıkların olması, uygulamanın başarısızlıkla sonuçlanmasına yol açabilir [3]. Son olarak işletme için gizlilik niteliği taşıyan konuların 3. ŐahıŐlarla paylaşılması konusundaki tereddütler, bazı alanlarda dış kaynaklardan yararlanmayı engelleyebilir. Dış kaynaklardan yararlanma konusundaki bu sakıncaları gidermek veya bunların etkisini azaltabilmek için dış kaynaklardan yararlanma sürecini sistematik bir biçimde uygulamak faydalı olacaktır.

III. DIŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMA SÜRECİ

Dış kaynaklardan yararlanmada karşılaşılabilecek sorunları en aza indirmek için süreçte aşağıdaki adımların uygulanması faydalı olacaktır [7,10-12]:

- Dış kaynaklardan yararlanma kararının verilmesi (Uygulamanın hedeflerinin net bir

biçimde ortaya konması ve fayda-maliyet analizi yapılması),

- Muhtemel dış kaynakların belirlenmesi,
- Teklif formu hazırlanması,
- Muhtemel dış kaynakların değerlendirilmesi,
- Uygun dış kaynağın hedefler doğrultusunda belirlenen kriterlere göre seçilmesi,
- AnlaŐmanın yapılması,
- Kararın alıŐanlara duyurulması,
- Dış kaynakla olan ilişkinin yönetilmesi,
- Dış kaynağın performansının değerlendirilmesi.

IV. YÖNTEM

IV.1 rneklem

Çalışma, 2001 ve 2004 yıllarında yapılan iki araŐtırmayı içermektedir. 2001 yılında yapılan araştırmanın ana kütlesini Türkiye’de faaliyet gösteren ticaret bankaları oluşturmuştur. Ticaret bankalarının listesine, Türkiye Bankalar Birliği’nin internet sitesinden ulaşılmıştır. Buna göre o tarihte Türkiye’de 52 adet ticaret bankası bulunmaktaydı. Türkiye’de 2001 yılının Şubat ayında Őiddetlenen ve özellikle bankacılık-finans sektörünü etkisine alan ekonomik kriz sebebiyle bazı bankalar; birleşme, devredilme v.b. süreçler içine girdiğinden dolayı ve iş yoğunlukları sebebiyle 2001 yılında yapılan araştırmada bu bankaların 17’sinden yanıt alınabilmiŐtir. Yaşanan ekonomik krizin etkisiyle 2001 yılında araştırmaya katılan 17 bankanın 7 tanesi çeşitli sebeplerle faaliyetlerine son vermiştir. Diğer bir deyişle 2004 yılı itibariyle 2001 yılında araştırmaya katılan bankaların 10’u faaliyetini sürdürmektedir.

Boylamsal çalışmaların bir çeŐidi olan panel tipi çalışmalar, zaman içinde tekrarlanan araştırmaların aynı birimler üzerinde gerçekleştirilmesi suretiyle yapılır. Böylece belirli bir süreç, uygulama v.b.deki genel eğilimin analizi, zaman içindeki değişmelere ait en açıklayıcı veriler ile yapılmış olur [13]. Dolayısıyla bu çalışmada panel tipi boylamsal araştırma yapılmış ve 2004 yılında tekrarlanan araştırmanın söz konusu 10 banka ile gerçekleştirilmesi planlanmıŐtır. Fakat bu bankalardan birinin 2004 yılındaki araştırmaya katılmak istememesi sebebiyle analiz, 9 bankadan elde edilen veriler kullanılarak yapılmıştır. Her iki araştırmaya da katılan bankalar, anakütlenin % 26’sını oluşturmaktadır. Araştırma sonuçlarının Türkiye’de faaliyet gösteren tüm ticaret bankaları üzerine genelleştirilmesi gibi bir iddia bulunmamakla birlikte, sonuçların bankaların bu konudaki uygulamaları konusunda bir fikir verebileceği söylenebilir.

İki araştırmada da veriler, söz konusu bankaların insan kaynakları yöneticilerinden toplanmaya çalışılmış ve sorular; insan kaynakları yöneticileri ve insan kaynakları yöneticilerinin işi devrettiği ilgili yönetici yardımcıları, alt birim yöneticileri veya insan kaynakları uzmanları tarafından yanıtlanmıştır.

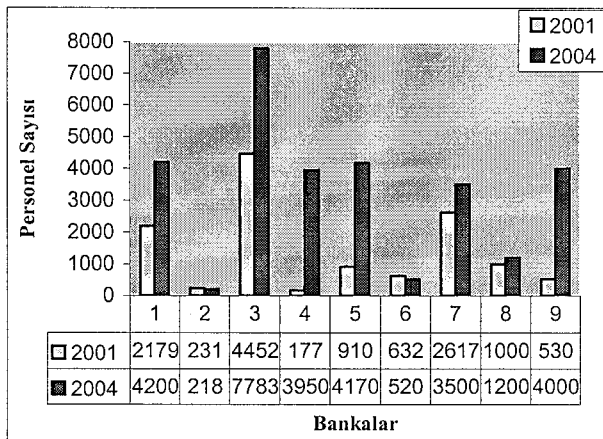
IV.2 Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Araştırmalarda veriler anket ve mülakat yöntemiyle toplanmıştır. 2001 yılında yapılan araştırmada anket formu yöneticilere çoğunlukla elektronik posta yoluyla ulaştırılmıştır. 2004 yılında yapılan araştırmada ise veriler, çoğunlukla mülakat yoluyla toplanmıştır. Anket ve mülakat yoluyla elde edilen verilerin analizinde, frekans ve yüzde dağılım grafikleri kullanılmış ve iki araştırmanın sonuçları karşılaştırılmıştır.

V. BULGULAR

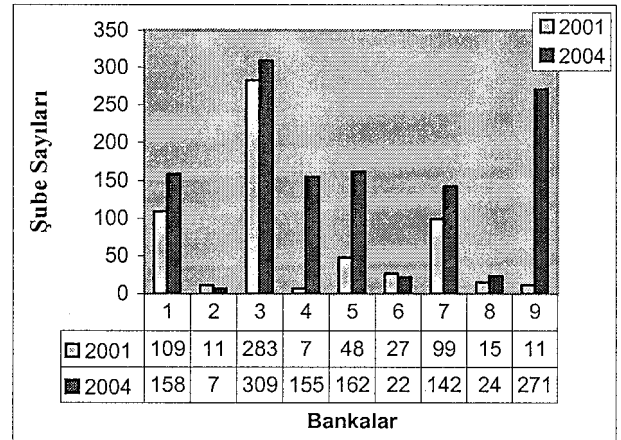
V.1 Bankaların Genel Özellikleri

Araştırma kapsamındaki bankaların 7 tanesi Özel Sermayeli Ticaret Bankası, 2 tanesi ise Türkiye’de kurulmuş yabancı bankadır. Bankaların çalışan sayıları (Şekil.1) incelendiğinde 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz sonrasında bankaların çoğunun işgücü açısından büyüdüğü görülmektedir. Söz konusu bankaların 4’ünün (4, 5, 7 ve 9 no.lu bankalar) işgücü açısından büyümesi, kriz sonrasında başka bankalarla birleşmelerinden kaynaklanmaktadır. 3 bankada (1, 3 ve 8 no.lu bankalar) işgücü zaman içerisinde doğal olarak artmış, küçük ölçekli olan 2 banka ise kriz sonrasında küçülme sürecine girmiştir.



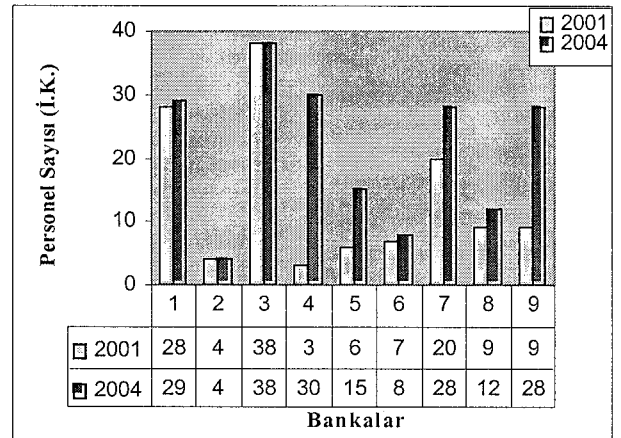
Şekil.1. Bankaların Personel Sayıları

Bankaların şube sayılarındaki değişim incelendiğinde (Şekil.2) işgücü sayısındaki değişime paralel bir farklılık olduğu görülmektedir.



Şekil.2. Bankaların Şube Sayıları

Bankaların 5’inde insan kaynaklarından sorumlu en üst düzeydeki yönetici Genel Müdür Yardımcısı’na, 4’ünde ise direkt olarak Genel Müdür’e bağlıdır. Bankaların tamamında seçme-yerleştirme, eğitim-geliştirme, ücret yönetimi, performans değerlendirme ve kariyer yönetimi gibi insan kaynakları işlevleri yerine getirilmektedir. İnsan kaynakları bölümlerinde çalışan personel sayıları (Şekil.3) incelendiğinde bölümlerin genel olarak büyüme eğiliminde olduğu söylenebilir.

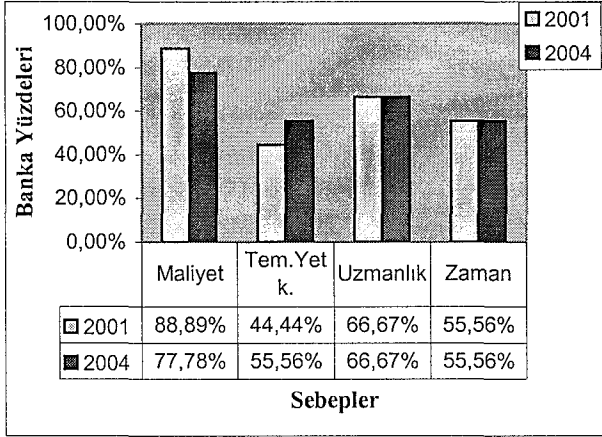


Şekil.3. İnsan Kaynakları Bölümünde Çalışan Personel Sayıları

V.2 Genel Olarak Dış Kaynaklardan Yararlanma

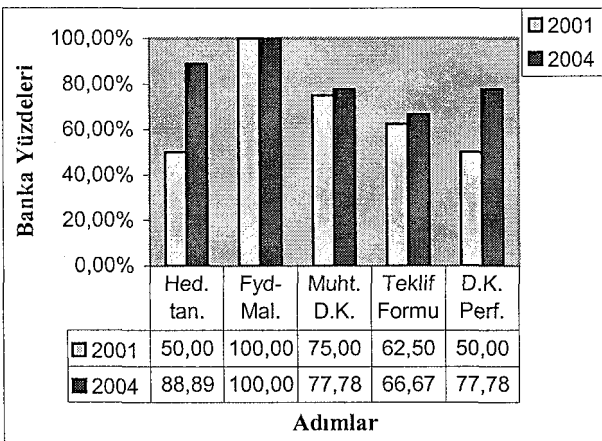
Elde edilen bulgulara göre araştırma kapsamındaki bankaların tamamı, 2001 ve 2004 yıllarında dış kaynaklardan yararlanmaktadır. Bankaların dış kaynaklardan yararlanmalarında etkili olan en önemli sebepler (Bkz. Şekil.4); uygulamanın maliyet avantajı sağlaması, dış uzmanlıktan yararlanma, temel yetkinliklere odaklanma ve zamanın etkin kullanımıdır. Araştırma kapsamındaki bir bankanın insan kaynakları yöneticisi geçmiş dönemdeki deneyimleri doğrultusunda dış kaynaklardan yararlanmanın her durumda maliyet avantajı sağlamayabildiğini, bazı durumlarda profesyonel

hizmet almanın maliyetten daha önemli hale geldiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla dış kaynaklardan yararlanma her durumda maliyet avantajı sağlayacak bir uygulama olarak değerlendirilmemelidir.



Şekil.4. Dış Kaynaklardan Yararlanmada Etkili En Önemli Sebepler

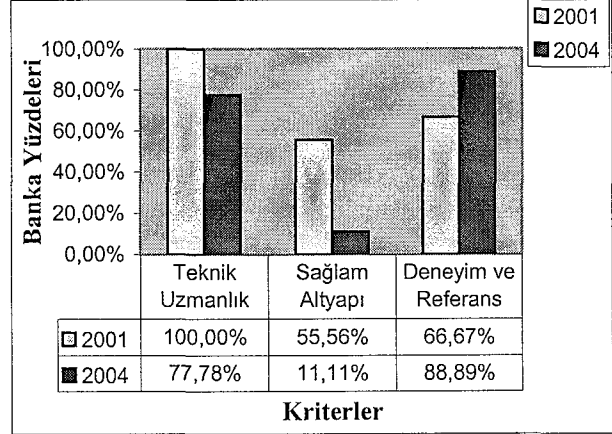
Bankaların dış kaynaklardan yararlanma sürecinde zaman içinde daha sistematik oldukları dikkati çekmektedir (Bkz. Şekil.5). Özellikle dış kaynaklardan yararlanma hedeflerini net bir biçimde tanımlayan ve dış kaynakların performansını değerlendiren bankaların sayısında artış olmuştur. Bankaların çoğu süreçte dış kaynak alternatiflerini sistematik olarak belirlemekte ve teklif formu kullanmaktadır. Dolayısıyla bankaların dış kaynaklardan yararlanma deneyimleri arttıkça daha bilinçli ve sistematik oldukları söylenebilir. Faaliyetlerin iç kaynaklar tarafından mı yoksa dış kaynaklar tarafından mı yerine getirileceğine ilişkin kararı alırken bankaların tamamı her iki yılda da fayda maliyet analizi yaptığını belirtmiştir.



Şekil.5. Dış Kaynaklardan Yararlanma Sürecinin Adımları

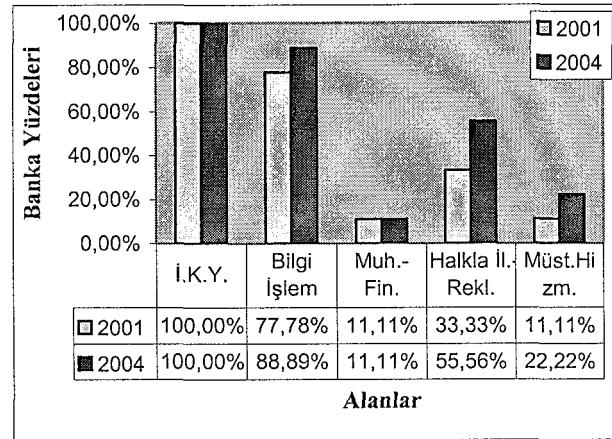
Bankaların uygun dış kaynağın seçiminde dikkate aldıkları en önemli kriterler; 2001 yılında teknik uzmanlık, sağlam bir alt yapı, deneyim ve referans olarak sıralanmıştır. 2004 yılında dış kaynakların sağlam bir alt

yapıya sahip olmasının önemi belirgin olarak azalmıştır. Diğer yandan firmaların / uzmanların deneyime ve iyi referanslara sahip olmasının önemi ise belirgin bir biçimde artmıştır. Bu durumun, ülkemizde referans ve tavsiyeye verilen önemi de yansıttığı söylenebilir.



Şekil.6. Dış Kaynağın Seçiminde Dikkate Alınan En Önemli Kriterler

Şekil.7 incelendiğinde bankaların genel olarak dış kaynaklardan yararlanmalarında bir artış olduğu görülmektedir. Bankaların tamamının insan kaynakları yönetimi alanında dış kaynaklardan yararlandığı, her iki araştırmanın bulgularından görülmektedir. Ayrıca bilgi işlem alanında dış kaynaklara başvurmanın yoğun olduğu ve son üç yılda arttığı görülmektedir. Bu sonuç, yapılan literatür taraması sonuçları ile de paralellik göstermektedir [14].

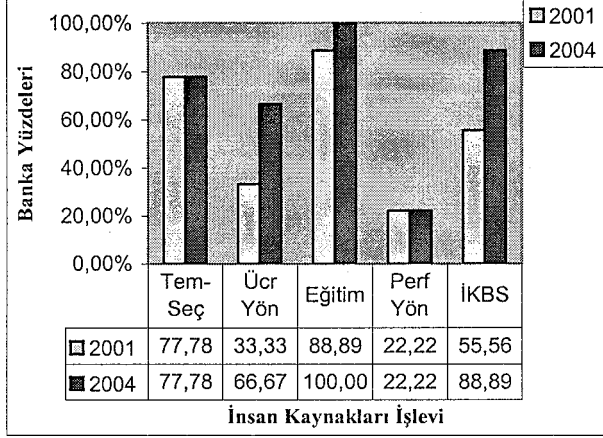


Şekil.7. Genel Olarak Dış Kaynaklardan Yararlanılan Alanlar

V.3 İnsan Kaynakları Yönetiminde Dış Kaynaklardan Yararlanma

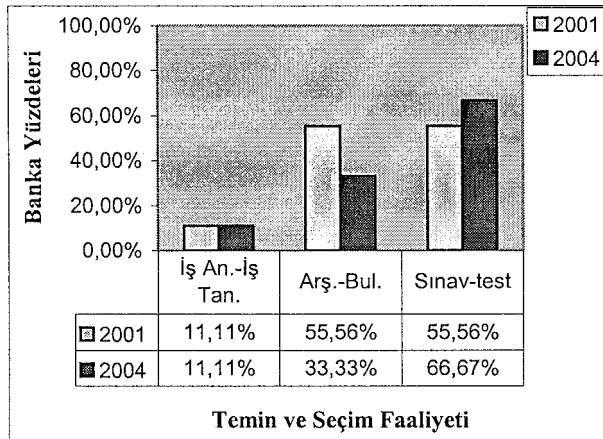
Bankaların konuya ilişkin en az bir faaliyette dış kaynaklardan yararlandıkları insan kaynakları işlevleri değerlendirildiğinde, her iki çalışmada da eğitim, İK temini ve seçimi, insan kaynakları bilgi sistemleri

konularında yoğun bir biçimde dış kaynaklara başvurulduğu görülmektedir (Bkz. Şekil.8). Ayrıca eğitim, ücret yönetimi ve insan kaynakları bilgi sistemleri konularında dış kaynaklardan yararlanmanın arttığı görülmektedir.



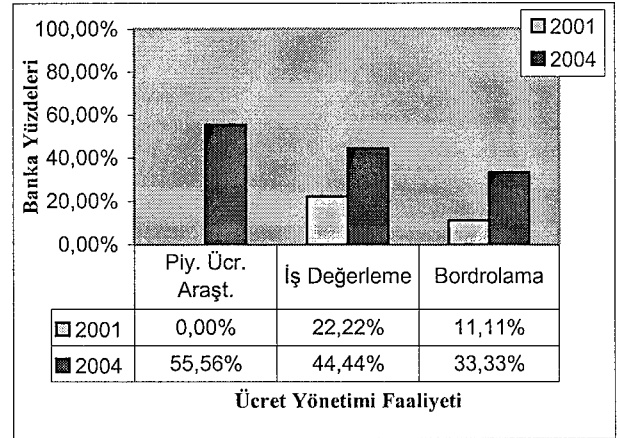
Şekil.8. Dış Kaynaklardan Yararlanılan İnsan Kaynakları İşlevleri

2001 yılında İK temini ve seçimine ilişkin olarak en fazla aday araştırma ve bulma ve sınav-test uygulamasında dış kaynaklara başvurulduğu görülmektedir (Şekil.9). Aday araştırma ve bulma konusunda danışmanlık firmalarından yararlanma, 2001 yılında yaygın iken 2004 yılında azalma göstermiştir. Buna karşılık, internet üzerinden insan kaynağı bulmaya aracılık eden sanal kariyer sitelerinden yararlanmanın arttığı görülmüştür. 2001 yılında sanal kariyer sitelerinden yararlanılan bankaların sayısı 3 iken, bu sayı 2004 yılında 7'ye çıkmıştır. Sınav-test uygulamasında dış kaynaklardan yararlanma ise artarak sürmektedir. 2001 yılında sınav-test uygulamasında bağımsız uzmanlardan yararlanmakta olan bir bankanın dışında, İK temini ve seçimine ilişkin dış kaynaklardan yararlanan tüm faaliyetlerde danışmanlık firmaları tercih edilmektedir.



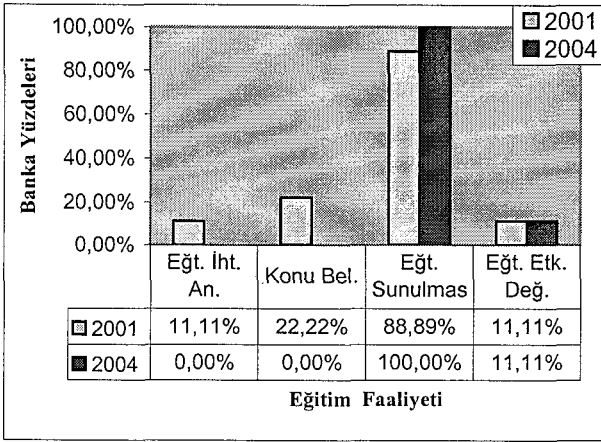
Şekil.9. Temin ve Seçime İlişkin Faaliyetlerde Dış Kaynaklardan Yararlanma

Ücret yönetiminde dış kaynaklardan yararlanmada genel olarak bir artış olduğu görülmektedir (Şekil.10). Özellikle 2001 yılında piyasa ücret araştırması konusunda dış kaynaklardan yararlanılmazken, 2004 yılında bankaların yarısından fazlasının bu konuda destek aldığı görülmektedir. İş değerlendirme konusunda dış kaynaklardan yararlanan bankaların sayısında da artış olmuştur. Ayrıca bankaların bazıları, bordro işlemlerini dışarıdan satın aldıkları hazır programlarla gerçekleştirmektedirler. Bankalar ücret yönetimine ilişkin faaliyetlerde de danışmanlık firmalarını tercih etmektedir. 2004 yılında iş değerlendirme konusunda dış kaynaklara başvuran dört bankadan bir tanesi ise akademisyenlerden destek almaktadır.



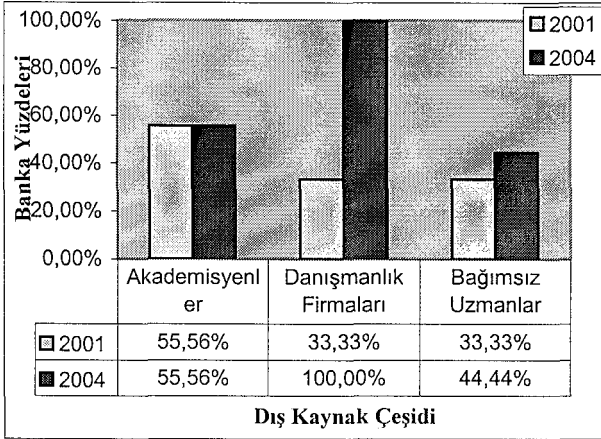
Şekil.10. Ücret Yönetimine İlişkin Faaliyetlerde Dış Kaynaklardan Yararlanma

Bankaların eğitime ilişkin faaliyetlerde dış kaynak kullanım oranlarına bakıldığında, özellikle eğitimin sunulmasında dış kaynaklardan yararlanmanın çok yaygın olduğu ve 2004 yılında tüm bankaların bu konuda dışarıdan destek aldığı görülmektedir. Eğitim ihtiyacı analizi, eğitim konularının belirlenmesi ve eğitimin etkinliğinin değerlendirilmesinde ise dış kaynaklardan yararlanma oranları oldukça düşüktür. Bankalar bu faaliyetleri iç kaynaklarıyla, kendi bünyelerinde gerçekleştirmektedirler. Eğitim konularının belirlenmesinde akademisyenlerden yararlanmakta olan bir bankanın haricinde, eğitim ihtiyacı analizi, konuların belirlenmesi ve eğitimin etkinliğinin değerlendirilmesinde danışmanlık firmaları tercih edilmektedir.



Şekil.11. Eğitime İlişkin Faaliyetlerde Dış Kaynaklardan Yararlanma

Eğitimin sunulmasında yararlanılan dış kaynaklar ise çeşitlilik göstermektedir. 2001 yılında en fazla akademisyenler olmak üzere, danışmanlık firmaları ve bağımsız uzmanlar tercih edilirken, 2004 yılında bankaların tamamının bu konuda danışmanlık firmalarından yararlandıkları görülmektedir. Grafikte de görüldüğü gibi son 3 yılda bu konuda danışmanlık firmalarından yararlanma belirgin bir biçimde artmıştır. Akademisyenlerden destek alma oranı aynı kalmış, bağımsız uzmanlardan yararlanmada belirgin olmamakla beraber bir artış söz konusu olmuştur.

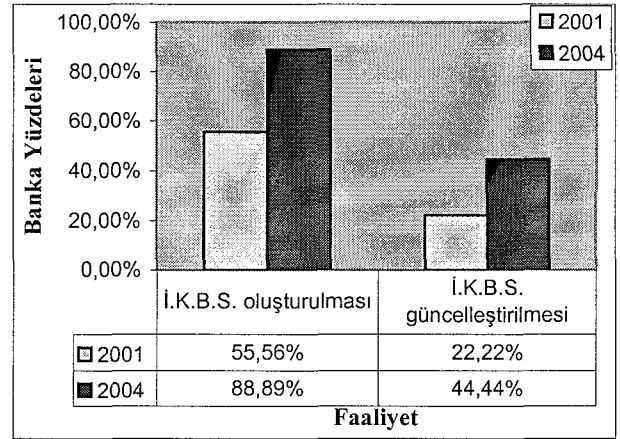


Şekil.12. Eğitimin Sunulmasında Yararlanılan Dış Kaynak Çeşitleri

Araştırmaya katılan bankalar, performans yönetimi alanında, uzmanlık gerektiren performans değerlendirme sisteminin kurulmasında dış kaynaklardan yararlanmaktadır. Bu konuda 2001 yılında 2 banka bağımsız uzmanlardan, 2004 yılında ise farklı 2 banka danışmanlık firmaları ve akademisyenlerden destek almıştır. 2001 yılında bağımsız uzmanlardan yararlanan bankalar, dış uzmanların kurduğu sistemleri zaman içinde kendi bünyelerine daha uyumlu hale getirip revize ettikleri için ve uygulamaya ilişkin konular banka

çalışanları tarafından yerine getirildiği için 2004 yılında yapılan araştırmada bu alanda dış kaynaklardan yararlanmadıklarını ifade etmişlerdir. Dolayısıyla sistem kurma gibi konularda dışarıdan destek alındıktan sonra konuyla ilgili uygulamaları banka çalışanlarının yerine getirdikleri ve uygulama konusunda dış kaynaklara ihtiyaç duymadıkları söylenebilir. Genel olarak bakıldığında, 9 bankanın 4 tanesi performans değerlendirme sisteminin kurulmasında dışarıdan destek almıştır. Dolayısıyla bu alanda da dış kaynaklardan yararlanmanın belirli bir ölçüde yaygın olduğu söylenebilir.

2001 yılından bu yana, insan kaynakları bilgi sistemlerinin oluşturulmasında, bu konuda hizmet veren şirketlerden destek alan bankaların sayısında artış olmuştur (Şekil.13). 2004 yılında bu konuda dışarıdan destek almayan sadece bir banka vardır. Sistemin güncelleştirilmesinde ise bankaların yarıya yakını dışarıdan destek almaktadır.



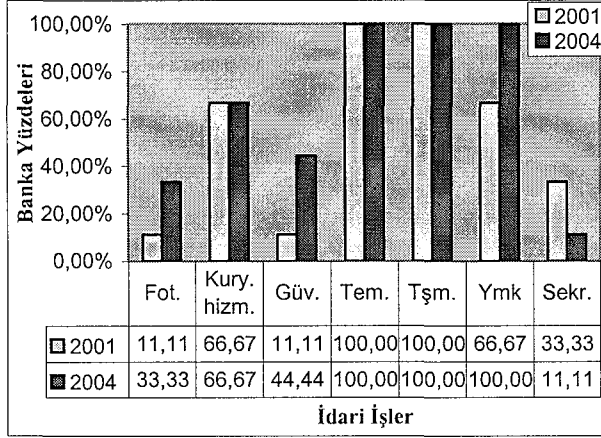
Şekil.13. İnsan Kaynakları Bilgi Sistemlerinde Dış Kaynaklardan Yararlanma

Bankaların tamamı her iki yılda da temizlik ve personel taşımacılığında dış firmalardan yararlanmaktadır (Bkz. Şekil.14). Bunun yanında kurye hizmetlerinde dış kaynaklardan yararlanma yaygındır. Fotokopi, güvenlik ve yemek konularında dış kaynaklardan yararlanmanın arttığı görülmektedir. Dolayısıyla geleneksel anlamda dış kaynaklardan yararlanmanın uygulama alanını koruduğu söylenebilir.

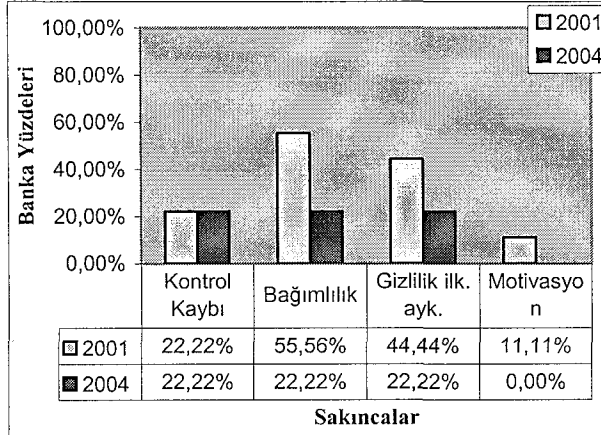
V. 4 Uygulamada Ortaya Çıkabilecek Sorunlar

Dış kaynaklardan yararlanmanın sakıncalı görülen yönleri incelendiğinde; en önemli sakıncaların 2001 yılında dış kaynağa bağımlı kalınması, gizlilik ilkesine aykırılık ve fonksiyonlar üzerindeki kontrol kaybı olarak sıralandığı görülmektedir (Bkz. Şekil.15). 2004 yılında ise bağımlılık ve gizlilik ilkesine aykırılığın daha az banka tarafından sakınca olarak değerlendirildiği ve, dış kaynaklardan yararlanmanın sakıncası olmadığını belirten

bankaların sayısının arttığı görülmüştür. Bu durum; bankaların dış kaynaklardan yararlanma sürecinde daha sistematik ve titiz olmalarından, hem bankaların, hem de dış kaynakların deneyimlerinin artmasından ve bankaların dış kaynağın seçiminde daha isabetli karar vermelerinden kaynaklanmaktadır.



Şekil.14. İdari İşlerde Dış Kaynaklardan Yararlanma



Şekil.15. Dış Kaynaklardan Yararlanmanın Sakıncalı Yönleri

VI. SONUÇ

Araştırmanın bulguları değerlendirildiğinde söz konusu bankalarda genel olarak ve insan kaynakları yönetimi alanında dış kaynaklardan yararlanmanın yaygın olduğu ve artarak sürdüğü söylenebilir. Bankalar en fazla insan kaynakları yönetimi ve bilgi işlem konularında dış kaynaklardan yararlanmaktadır. İnsan kaynakları yönetiminde özellikle eğitim ve geliştirme, insan kaynakları temin ve seçimi ve insan kaynakları bilgi sistemlerinde dış kaynaklardan yararlanma yaygındır. Ücret yönetimi, performans değerlendirme, eğitim ve geliştirme ve insan kaynakları bilgi sistemlerinde dış kaynaklardan yararlanma artma eğilimindedir. Özellikle aday araştırma ve bulma, sınav-test uygulaması, piyasa ücret araştırmaları, eğitimin sunulması en fazla dış

kaynaklardan yararlanılan faaliyetlerdir. Geleneksel anlamda dış kaynaklardan yararlanma (temizlik, personel taşımacılığı, yemek hizmetleri v.b.) söz konusu bankalarda uygulama alanını korumaktadır. İnsan kaynakları yönetimi alanında yararlanılan dış kaynak çeşitleri değerlendirildiğinde ağırlıklı olarak danışmanlık firmalarının tercih edildiği görülmektedir. Yararlanılan dış kaynakların en fazla çeşitlilik gösterdiği faaliyet, eğitimin sunulmasıdır (sırasıyla en fazla danışmanlık firmaları, akademisyenler ve bağımsız uzmanlar). Genel olarak değerlendirildiğinde dış kaynaklardan yararlanmanın sakıncalı görülen yönlerinde azalma olduğu görülmektedir. Bu durumun; sürecin daha sistematik ele alınmasının, hem hizmet sunanların, hem de hizmet alanların deneyim kazanmasının ve dış kaynağın seçiminde daha isabetli karar verilmesinin bir sonucu olduğu söylenebilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- [2] Quinn, J.B. (1999). Strategic Outsourcing: Leveraging Knowledge Capabilities. *Sloan Management Review*, 40(4), 9-20.
- [3] Gainey, T.W. & Klaas, B.S. (2002). Outsourcing the Training Function: Results from the Field. *Human Resource Planning*, 25(1), 16-22.
- [4] Kakabadse, A. & Kakabadse, N. (2003). Outsourcing Best Practise: Transformational and Transactional Consideration. *Knowledge and Process Management*, 10(1), 60-71;
- [5] Stroh, L.K. & Treehuff, D. (2003). Outsourcing HR Functions: When-and When Not-to Go Outside. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 10(1), 19-28.
- [6] Mondy, W.R., Noe, R.M. & Premeaux, S.R. (1999). *Human Resource Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- [7] Aydın, F. (2001). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminde Dış Kaynaklardan Yararlanma ve Bankacılık Sektöründeki Uygulamalara İlişkin Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı.
- [8] Hussey, D. & Jenster, P., (2003). Outsourcing: The Supplier Viewpoint, *Strategic Change*, 12, 7-20.
- [9] Laabs, J.J. (1993). Why HR is Turning to Outsourcing. *Personnel Journal*, 72(9), 92-101.
- [10] Cook, M.F. (1998). *Outsourcing Human Resources Functions: Strategies for Providing Enhanced HR Services at Lower Cost*. New York: American Management Association.

- [11] Arslantaş, C.C. (1999). A New Management Strategy: Outsourcing. *İ.Ü. İşletme Fakültesi İ.İ.E. Dergisi, Yönetim*, 34, Ekim, 69-75.
- [12] Arslantaş, C.C. (1999). Managing the Outsourcing Process. *İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, 28(2), 103-113.
- [13] Babbie, E. (1994). *The Practice of Social Research*. New York: Wadsworth Publishing Company.
- [14] Kakabadse A. & Kakabadse, N. (2002). Trends in Outsourcing: Contrasting USA and Europe. *European Management Journal*, 20(2), 189-198.

Fulya AYDINLI (fulyaa@istanbul.edu.tr) is a Research Assistant at the Department of Human Resource Management in Istanbul University, Faculty of Business Administration. Currently, she is writing her Ph.D. thesis in the area of Human Resource Management. Her research interests are strategic HRM, international HRM and labor law.

A THREE-DIMENSIONAL APPROACH TO MANAGING SOCIAL AND INTELLECTUAL CAPITAL

Hayrettin ÖZLER¹, N. Derya ERGUN ÖZLER²

¹ Dumlupınar Üniversitesi, İ.İ.B.F, Kamu Yönetimi Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

² Dumlupınar Üniversitesi, İ.İ.B.F, İşletme Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

A THREE-DIMENSIONAL APPROACH TO MANAGING SOCIAL AND INTELLECTUAL CAPITAL

Abstract: The shift from neo-classical economic paradigm to more transactional and institutional approaches is based on the arguments which assert that markets as well as hierarchies are fallible and insufficient to solely achieve organizational and/or collective goals. The new dimensions - network models, social, intellectual and human capital- have been included in contemporary management, political and economic literature. In line with this movement, this paper is concerned with a more holistic approach to manage social and intellectual capital; and argues in favor of linking hierarchy, market, and community relations with social capital approach to improve information sharing in organizations. The paper concludes these models of interactions have individual pros and cons, and none of them has any superiority over others. Nevertheless, each of these models have comparative advantages in terms of managing social and intellectual capital

Keywords: Community, Hierarchy, Market, Intellectual Capital, Social Capital, Organizational Goals.

SOSYAL VE ENTELEKTÜEL SERMAYE YÖNETİMİNE ÜÇ BOYUTLU BİR YAKLAŞIM

Özet: Neo-klasik ekonomi paradigmasından işlevsel ve kurumsal paradigmalara yönelen yaklaşımlar örgütsel ve kolektif amaçları gerçekleştirmede ne piyasa ne hiyerarşi modellerinin tek başına başarılı olamayacağını vurgulamaktadırlar. Networks (ağ) modelleri, sosyal, entelektüel ve insan sermayesi gibi yeni boyutlar günümüz yönetim, siyaset ve ekonomi literatüründe daha sık tartışılır olmaya başlamıştır. Bu trende uygun olarak, bu makale sosyal ve entelektüel sermayenin yönetimine daha bütüncül bir yaklaşım getirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca hiyerarşi, piyasa ve cemaat (community) gibi etkileşim türlerinin, sosyal sermaye yaklaşımı ile ilişkilendirildiğinde örgütlerde bilgi paylaşımının daha etkin bir biçimde gerçekleştirilebileceği vurgulanmaktadır. Makale sonuç olarak bu etkileşim modellerinin her birinin ayrı ayrı avantaj ve dezavantajları olduğuna işaret etmekte ve hiç birinin ötekinden daha üstün olmadığına vurgu yapmaktadır. Önemli olan bu modellerin sosyal ve entelektüel sermayenin yönetimi açısından karşılaştırmalı üstünlüklerinden faydalanabilmektir.

Anahtar Kelimeler: Cemaat, Hiyerarşi, Piyasa, Entelektüel Sermaye, Sosyal Sermaye, Örgütsel Amaçlar.

I. INTRODUCTION

In today's business environment intangible has gained ascendancy over tangible assets. Egalitarian (as in a community and market) and hierarchical relations are the software of organizations without which linking human and intellectual capital with more tangible resources of organizations would be impossible. Knowledge and information can be created, appropriated, aggregated, and transferred effectively within and between organizations which possess well-structured and well-operated networks of communication and transaction. Thus the objective of this essay is to clarify the relationships between social and intellectual capital as well as three ideal-typical forms of social coordination models. This paper also argues that an appropriate form of social (organizational) capital contributes to the development of intellectual capital providing that three competing forms of coordination models -market, community and hierarchy are effectively co-utilized.

These three coordination models can be defined as the following way:

- Main characteristic of **market** is the connections among autonomous actors and units who have the right and feeling of ownership. The exchange of information and other resources occurs through the media of price (or other individual incentives).

- In a **community** there are networks of interdependent (semi-autonomous) individuals among whom trust, reflexive learning, group solidarity, the convergence between common and special interests, and loyalty are highly developed features.

- On the other hand, **hierarchy** can be defined as a rational foundation (a made-order) which increases the organization's ability to define and enact common goals, the cohesiveness of information, and the consistency of incentives through the media of power and law.

Emphasis, here, is placed on that these are not only coordination models but also social interaction mechanisms. In other words, they are three different types of ties linking nodes (individuals) in a network. Even in a dyadic relation, which involves only two persons, all of the three modes of relations may co-exist.

II. DEFINING SOCIAL CAPITAL

The interest in social capital (henceforth "SC") is growing and the concept proved itself not to be a fad. An interesting fact is that the growing interest in the subject involves not only defining it but also identifying its practical implications for every form of social-economic organization and transaction. Moreover there is considerable evidence showing that organizations, even states, have actually invested in SC by building social, political and economic institutions in order to strengthen their stronghold over certain assets and power long before the concept has been forged into a meaningful concept. It seems that SC is a discovery rather than an invention. Individuals participating in a social environment can interdependently create or dismantle institutions at the face of organizational and market failures or to survive the dangers of externalities created by markets and hierarchy.

Social institutions usually perceived, especially by sociologists, as a state or a static variable (norms, traditions, taboos, beliefs and ethics), yet for management science and economics it means the social dynamics and resources (trust, loyalty, commitment, and relations) of an organization. Moreover, SC is an intangible resource that facilitates the building of complex and efficient networks of exchange (transaction) helping organizations in their formation, growth, and longitude. Putnam's definition of social capital refers to "features of social organization, such as networks, norms and social trust that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit" [1]. Coleman explained SC as the most useful relationships for individuals that act as a form of social insurance, provide communication and information networks, and create norms and sanctions facilitating social action [2].

However, there are some concerns in the relevant literature pointing at less favourable aspects of social capital or strong social connections that exist, for example, in Mafia and gang collectivities. Strong social institutions (or the closure of the network structure) might inhibit change, participation, creativity and risk-taking as it can also be used mainly to serve the strongest partial interests in organizations and communities and tend to be utilized for driving special interests of powerful network members. Thus SC is susceptible to being projected as an equivocal term as it has aspects that seem to contradict each other - which can be true especially for social institutions. SC, thus, appears both as a resource and a liability. The problem is partially with the definition of

the concept or the confusion of perceiving SC and social institutions as the same things. Instead of social capital, one can suggest the replacement of the concept with the term "social equity" estimated, if possible, by subtracting the cost of social institutions (including the cost of both making and tolerating) from its benefits. Or, instead, we can simply acknowledge that social capital is the beneficiary features of social institutions to meet both individual, organizational, and social objectives.

III. DEFINING INTELLECTUAL CAPITAL

The literature suggests that the organizations rich in intellectual capital (henceforth IC) have relatively less problems such as incompetent and redundant workers and difficulties in learning new developments, making innovations in processes and products. IC is defined by O'Donnell et al. as a "dynamic process of situated collective knowing that is capable of being leveraged into economic and social value" [3]. The firm's intellectual capital, thus, comprises many things possessed by its members; their knowledge, experiences, expertise, and established internal and external relations. Stewart defines intellectual capital very broadly as "the sum of everything everybody in a company knows that gives it a competitive edge" [4]. Intellectual organizations devise strategies and initiatives to capture and disseminate what they learn over time, facilitate the embracing and sharing of new ideas and experiences across organizational boundaries, and manage all the information and knowledge acquired in a rational, rather than haphazard, way [5]. An intellectual (or learning) organization has the following features: Effective utilization of information technology, creative and innovative organizational culture, maximum use of human capacity, constant renewal of knowledge and skills, fast process of learning, receptiveness to change, high value-add to processes, products, customers and employees, low levels of transaction costs, opportunities for self-development and actualization, ability to move toward the leading edge of their sector, dynamism and responsiveness.

These highlights about intellectual capital suggest that organizations as corporate actors must understand the role of inter- and intra-community building and involvement, and allow knowledge to be created and shared through trust and reciprocity networks which lower the barriers and the cost of exchange.

IV. MANAGING INTELLECTUAL CAPITAL

In terms of managing SC and IC, there are conflicting opinions among the proponents of the concepts. Given the importance of exchange and sharing of knowledge, scholars are interested in defining the tools and practices that enhance organizational capability in knowledge management by rightly focusing on one-sided approaches are it technological, communitarian,

communicational, or reward-based (market). In this section the main assumptions of these schools are investigated and the need for reconciling their arguments will be considered.

Developments in information technology stimulated as well as assisted the creation of information society and information management. Information management became a specialist area and a path for career development in organizations. In addition to material and technological infrastructure (computer networks, databases, and clever operation systems), an organization needs a community-based model for information sharing and to lever its individually-held intellectual assets into attaining organizational goals. Before taking this idea into a rule of conduct, one need to be aware of a common fallacy which sees the organization as a composition of formal (made institutions) and informal (spontaneous institutions) structures. This is an incomplete taxonomy as recent integrative developments between social sciences show that organizations are made of three (some times four if we add "contract" to them but we do not because we think "contract" is inherent in all the three models) distinct coordination models hierarchy, market, and community (network). Although they are distinct models their characteristics can be visible in every social organization. Furthermore, social dynamics of an organization operates alongside its formal and informal structures. For example, projects teams and task forces are formally organized groups but they operate in an environment mostly made of informal relationships and networks. Making a distinction between formal and informal does not provide management with any tools but determining different models of exchange within a network provide both an understanding of organizational social dynamics and a guideline to develop new management tools.

IV.1. Communitarian Relations

SC is, obviously, in abundance in *community-like networks* whether it is a sub-structure of a market or hierarchical environment. The organizations rich in SC are assumed to have the ability to accumulate knowledge and skills of individuals through sharing and exchange within dynamic interrelationships and to achieve successful collective action towards a common goal. A Communitarian approach may suggest that in a community people are more willing to work together, share risk, and innovate if individual and collective objectives converge.

A research done by Florida et al. suggests that areas with high level of innovation in the US tended to have below-average levels of social capital. They argue that strong relationships can make the community complacent and insulated from outside information and challenges. Weak relations or ties (that foster diversity

and openness), on the other hand, both allow the challenging and the acceptance of new ideas and newcomers on their merit in addition to a sufficient level of information sharing and collaboration [6].

By the same token, group norms advocating cooperation may hinder individual entrepreneurship and information brokering as well as impose ordered-consensus and neutrality [7]. High closure and group solidarity may reduce rational strategic thinking especially when external influences threaten the embedded interests of individuals and sub-units. For the larger collectivity, the strong social capital of a sub-group presents a risk of concentration of information in gate-keepers and sub-units with closer ties and differentiated interests from the broader collectivity. These externalities influence usually the power balance within previously inclusive network leading into a collection of exclusive communities.

In such a fragmented whole multiple and conflicting ethical codes, plots, conspiracies, backbiting, and individual rent-seeking activity can be abundant leading to the failure in attaining collective goals and to the degeneration of organizational relations [8]. It can be proposed that exchange of information will be easier when the exchange in general contributes to the attainment of collective aims without alienating the power and interests of focal groups and individuals. This requires a strong set of incentives and disincentives, combining individual and collective rewards in order to facilitate collective exchange and flow of information.

Ehin stipulates that market competition is counterproductive in an age of knowledge [9]. However, if we imagine such an organization in which members assist each other or solve each others problems, one can see that in this organization there is little incentive to acquire new skills because whenever there is a problem there is a particular person who can solve it. Therefore the need for self-improvement and to exchange knowledge are affiliated by asking for help. This type of relationship helps mostly the poorly skilled persons while the skilled people, seeing less opportunity for self development and individual recognition, will leave the organization whenever a beneficial "exit option" becomes available, leading into a collective brain-drain.

IV.2. Market Relations

Information sharing is critical for organizations for the reason that the value of knowledge and skills held by an individual is a benefit with a cost but when it is shared and learned by others it becomes a corporate asset. The importance of networks, communication, and trust becomes evident at this point. Communication theory suggests that the potential benefits of a collectivity of individuals can be released and grow exponentially if

members, as the nodes in the network, successfully interconnect with each other. In doing so, they mutually gain information and expertise as well as feedback to amplify and modify the information and knowledge they hold. However the difficulty in assigning credit for individual intellectual contributions inhibit sharing and causes slow response to collaborative demands unless strong inducements are introduced [10].

Even in close-knit communities there need to be an internal *market* in which people can exchange their intellectual assets at a meaningful (but not necessarily a monetary market) price. There is no social context that sustain itself without underlying acting selves, rules and norms of reciprocity, goals, and incentives. Voluntary collaboration is not priceless. Any approach that ignores the microeconomics of human action and the political aspects of an organization, -especially the fact that knowledge is power- is incomplete.

The most important problem in making an organization intellectual is the fact that people's jobs and roles in organizations become designed by the unique information, skill, and expertise they hold. Thus, as Davenport and Prusak argue, they may be less likely to share that unique information viewing it as a source of power and indispensability [11].

Furthermore, Pierce et al. argued that the psychology of ownership exists in much broader realm of the human condition that cannot be confined to material world [12]. Ownership can be felt toward non-physical entities, such as ideas, information, issues, and other creative works. Ownership can be perceived as a familiarity with a place or thing, being in control of it, and extensions of the self and identity. Organizations must provide their members with a number of opportunities to associate themselves with and must create a feeling of ownership towards the work, job, team, and projects they deal with. Pierce et al. also suggests that instead of excessive ownership and feeling of control, the feeling of association, identity, and internalization of organizational values need to be satisfied in an effective social environment.

People share information when it is rational to do so, that is, when the expected return is imminent or certain. People hold implicit knowledge as well as implicit interests. Unless those interests are revealed and satisfied properly, information sharing will be difficult. Hierarchy through centralization and formalization and community through shared ownership tend to minimize the amount of control of one's self identity and creations. Exchange networks (ties) have a positive effect on the organization as a whole if there is a "fit" between organizational goals and the network features [7].

IV.3. Hierarchical Relations

There is also a need for a central management or *hierarchical* structural units to search, plan, decide, implement, monitor, and report during the formation and evolution of a organization's intellectual assets. Hierarchy has been the blind target as a social coordination model without identifying specific aspects of a given social structure and its environment. Hierarchical structures are needed to "get things done", but when it comes to "create things" their strengths are questionable [13]. Some believe that voluntary behavior springs from a social concept which is unmanaged [9]. Yet as Coleman argued in *Foundations*, even voluntary collective action occurs by the transfer of authority onto others, bringing about a semi-hierarchy in social structures [2]. Management is not a concept to be understood simply as "control". Instead, "Management Today", or more preferred, "Governance"- is about setting up structures, incentives, relations, coordination, and developing a collective purpose. The danger of hierarchy appears when the conflict between the interests of subsumed groups and central authority can diminish the central authority as it cannot make informed decisions when divisions do not disclose and dispense information. Similarly, hierarchy (management) may uphold information necessary for employees to make informed decision for strategic reasons. This type of conflict, when becomes intensive and extensive throughout the organization, will obviously make central management look impotent and untrustworthy.

V. IMPORTANCE OF CONTEXT AND CONTENT OF INFORMATION

For some groups individual contribution and autonomy can be critical while for others cooperation and group contribution can be critical. Social capital through internalization of group norms and rules reduce the need for hierarchical and formal control and thus reduce bureaucratic formalities blockading the exchange of information and other resources. Trust and solidarity decrease avoidance of the transmission of sensitive, subjective, and rich information [14]. Therefore, there must be a balance between formality as a connection between creativity and business goals to turn ideas into marketable products and openness in communication to conceive unique products and services to seize new opportunities quickly [15].

Certain social institutions regulating relations in certain situations may have negative externalities for organizational communication and task accomplishments. Social institutions and managerial habitual practices survive as long as they are seen valuable by the participants -not necessarily by the hierarchical foundation of the organization. They are entities with a potential in determining incentives and shaping human interactions. According to North, institutions can be

persistent due to the lack of knowledge owned by agents about changing situations, the prohibitive cost of replacing or changing them, and the interests of dominant actors. They will be replaced by the new practices and choices if the above constraints are overcome and people see value in new ones. Institutions that enable exchange produce more growth and change relative to those that fail to realize this potential [16]. Strong social ties may result in parochialism and inertia if they constrict the flow of new information and ideas [17].

The most cited benefit of social capital is its facilitating role in accessing broader sources of information with features of quality, timeliness, and relevance. Social institutions are necessary for the reason that individual rationality and competition alone may create negative externalities and not promote organizationally rational outcomes. The intensity of social capital within a network affects the diffusion of information, knowledge, and skills among members contributing to intellectual capital of organization. Weak links, for example, are better at spreading information widely while strong links are better at locally creating the common knowledge and membership participation [18]. Explicit knowledge of individual can be transmitted through the formal systemic structures and tools yet tacit knowledge, as it is difficult to articulate can be transmitted through personal, context-specific relations [15] (consider the transfer of knowledge through imitation between the master and apprentice as happened in the guild system). Hansen for example argues that weak ties in the network facilitate cost effective search of new information while strong ties facilitate the transfer of complex information and tacit knowledge [19].

Chesbrough and Teece provide us with an insight about why we need to manage networks by conceptually separating systemic innovation from autonomous innovation [20]. The former requires an integrated organization with a strong center to make interrelated changes in product design, supplier management, and complex information technology. The transfer and learning of tacit knowledge also requires a hierarchical, integrated, community-like organization model. The disadvantage of being an integrated company is being slower to adapt to changing market conditions, thus, this type of organization can be more effective in stable markets using heavy technology but periodically making residual improvements to keep up with the competitors.

Autonomous innovation, on the other hand, requires a decentralized, virtual organization which can outsource their changing needs quite well. This type of organization model can be more effective in markets where products can be easily duplicated, knowledge and skills are widely available, and organization can be competitive simply by ongoing product designing and flexible connections with suppliers and buyers. This is

also a strategic choice as well as a decision determined simply by market conditions. Firms by developing their own capabilities can outperform those that rely too heavily on networks of external relations and coordination of markets and alliances to build their business. Being too much dependent on outsourcing can result in the capturing of business to suppliers or distributors since the ties of trust and reciprocity are weaker. Firms can choose the strategy of making major internal investments to shape the market. This strategy gives scale and scope to make ongoing complementary innovation in processes and products that are difficult to be duplicated by close competitors [20].

Bringing in intellectual people is easier than making an organization intellectual. The transition from intellectual man to intellectual organization occurs through turning dispersed private intellectual goods into collective intellectual goods. For this goal organizations are devising strategies and initiatives to capture and disseminate what organizational members learn overtime, to leverage best practices, and to facilitate the creating and sharing of new ideas and experiences across functional and organizational boundaries. Such an agenda requires a commensurate combination of company assets –people, processes, incentives, technology and so on- and company strategies, culture, and capabilities. In accordance with our overall argument, David Klein argues that this can be done through, for example [5];

- Incentives or reward systems must be consistent with attitudes and behaviors necessary to abdicate personnel to lay an active role in the conversion of his personal assets to corporate assets; a performance measurement system designed to reward the creation and exchange of ideas to enhance the firm’s decision-making and innovation; and an internal market for intellectual capital where the buyers and sellers can exchange it at fair market prices. (Market structure);

- An infrastructure that create and link communities of knowledge workers (practitioners) with similar interests and tasks. (Hierarchical and communitarian structure);

- An infrastructure (information management system) designed to facilitate the capture of knowledge in context and to deliver knowledge directly to the point of execution. (Technological structure).

VI. CONCLUSIONS

People involved in social settings may adopt a wide range of roles including passive participants, experts, leaders, entrepreneurs, and alike. It must be noted that this article does not see social capital simply as informal relations within organizations but as purposeful

interrelations embedded in all types of social coordination and interaction models (hierarchy, market, and community). Neither it adheres one type of coordination model as the best while rejecting the others since business organizations are highly *hierarchical* entities operating in competitive *markets* and interacting with *communities* they are embedded in. There is neither a designed nor a spontaneously formed set of social capitals that assures a best set of incentives for competition and cooperation while prevents monopoly and rent-seeking type of exchange.

Improvements and interventions in SC require a continuous reorganization, reinvestment and sometimes divestment with discretion to facilitate change in a competitive environment requiring the ventures to be more responsive. That means managing SC needs strategic thinking, as in a game situation, and decision-making models. So, continuous search for new rules, incentives, roles, norms and information becomes necessary. The administrative cadres ought to ask themselves whether it is profitable to invest in alternative forms of SC in order to change a problematic organization. A desire to build a new SC in most cases means fighting the established one. It is an inescapable fact that, whether the decision-maker wants it or not, social institutions emerge within and between organizations as a result of repeated interaction among actors, in some cases, as symptoms of organizational failure (failure of formal institutions) or market failure (individualistic rationality). The healthiest approach to the social capital within a particular organization requires a clear definition of management objectives and exploring the context and the content of information requirements and to decide what combination of coordination models suits to management objectives.

REFERENCES

- [1] Putnam, R.D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- [2] Coleman, J.S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- [3] O'donnell, D.; O'regan, P.; Coates, B. & Kennedy, T. (2003). Human Interaction: The Critical Source of Intangible Value. *Journal of Intellectual Capital*, 4(1), 82-99.
- [4] Steward, T. A. (1998). *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. New York: Currency/Doubleday.
- [5] Klein, A.D. (1998). The Strategic Management of Intellectual Capital: An Introduction. (Ed.: Klein, A.D.). *The Strategic Management of Intellectual Capital*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- [6] Florida, R.; Cushing, R. & Gates, G. (2002). When Social capital Stifles Innovation. *Harvard Business Review*, Special Issue Published in August: The Innovative Enterprise, 80(8), 20-23.
- [7] Adler, P.S. & Kwon, S. (2002). Social Capital: Prospects for a New Concept. *The Academy of Management Review*, 21(1), 17-40.
- [8] Foley, M.W. & Edwards, B. (1996). The Paradox of Civil Society. *Journal of Democracy*, 7(3), 38-52.
- [9] Ehin, C. (2000). *Unleashing Intellectual Capital*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- [10] Quinn, J.B.; Anderson, P. & Finkelstein, S. (1998). Managing Professional Intellect: Making the Most of the Best. (Ed.: Klein, A.D.). *The Strategic Management of Intellectual Capital*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- [11] Davenport, T.H. & Prusak, L. (2001). *Working Knowledge*. (Çev.: Günay, G.). İstanbul: Rota.
- [12] Pierce, J. L.; Kostova, T. & Dirks, K. T. (2001). Toward a Theory of Psychological Ownership in Organizations. *Academy of Management Review*, 26(2), 298-310.
- [13] Shapira, Z. (2000). Governance in Organizations: A Cognitive Perspective. *Journal of Management and Organizations*, 4(1-2), 53-67.
- [14] Krackhard, D. & Hanson J. R. (1993). Informal Networks: The Company behind the Chart. *Harvard Business Review*, 71(4), 104-111.
- [15] Graham, A.B. & Pizzo, V.G. (1998). A Question of Balance: Case Studies in Strategic Knowledge Management. (Ed.: Klein, A.D.). *The Strategic Management of Intellectual Capital*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- [16] North, D.C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [17] Gargiulo, M. & Bernassi, M. (1999). The Dark Side of Social Capital. (Eds.: Leenders, A.J. & Gabbay, S.M.). *Corporate Social Capital and Liability*. Boston: Kluwer.
- [18] Suk, M. & Chwe, Y. (1999). Structure and Strategy in Collective Action. *American Journal of Sociology*, 105(1), 128-156.

- [19] Hansen, M.T. (1999). The Search-Transfer Problem: The Role of Weak Ties in Sharing Knowledge across Organizational Subunits. *Administrative Science Quarterly*, 44(1), 82-111.
- [20] Chesbrough, H.W. & Teece, D.J. (1998). When is Virtual Virtuous? Organizing for Innovation. (Ed.: Klein, A.D.). *The Strategic Management of Intellectual Capital*. Boston: Butterworth-Heinemann.

N. Derya ERGUN OZLER (dergun@dumlupinar.edu.tr) has a Ph.D. in Business Administration at Anadolu University. She is an assistant Professor at the University of Dumlupınar, Faculty of Economics and Administrative Sciences. Her research areas include knowledge management, organizational behavior, and HRM.

Hayrettin ÖZLER (hayrettin@dumlupinar.edu.tr) has a Ph.D. in politics at Strathclyde University (Scotland). He is an assistant Professor at the University of Dumlupınar, Faculty of Economics and Administrative Sciences. His research areas include social capital, collective action, and state and business relations.

PERFORMANCE REVIEW AND BEST VALUE: EMERGENCES FROM THE IMPLEMENTATION OF THE NEW SYSTEM

Yüksel DEMİRKAYA

Marmara University, Department of Local Government, Assistant Professor Dr.

PERFORMANCE REVIEW AND BEST VALUE: EMERGENCES FROM THE IMPLEMENTATION OF THE NEW SYSTEM

Abstract: This article examines New Labour's Best Value Management Framework as applied in England and focuses on the new regime's review system (this article intends to evaluate Best Value Management Framework and its review system in England instead examining it in UK, because of the necessity to focus on a particular approach to Best Value review system). Best Value is considered to be one of the main components of New Labour's modernisation strategy for public services. It is a challenging initiative in that it requires local authorities to undertake some fundamental cultural and organisational changes. In this context, it can be argued that Best Value is one of the latest stages in local government service modernisation from which others can learn.

Keywords: Performance Review, English Local Government, Competition, Consultation.

I. INTRODUCTION

This article examines New Labor's Best Value Management Framework as applied in England and focuses on the new regime's review system (This article intends to evaluate Best Value Management Framework and its review system in England instead examining it in UK, because of the necessity to focus on a particular approach to Best Value review system). Best Value Policy is considered to be one of the main components of New Labor's modernization strategy for public services. It is a challenging initiative in that it requires local authorities to undertake some fundamental cultural and organizational changes. In this context, it can be argued that Best Value is the latest stage in local government service modernization from which others can learn.

The Government has emphasized that its main ambition in introducing its new local government regime, is to create a new partnership between local and central government, increase public participation at the local level and, by so doing, create a healthy democratic society. Local authorities have, therefore, been given more responsibility for informing and consulting their

PERFORMANS YÖNETİMİ VE 'BEST VALUE': YENİ SİSTEMDEN ÖRNEK UYGULAMALAR

Özet: Bu makale İngiliz İşçi Partisinin 'Best Value' diye adlandırılan yerel yönetim politikasının uygulamasından örnekler vererek bu sistemle getirilen yeni performans yönetimi modeli üzerinde yoğunlaşmaktadır (bu makale yeni yerel yönetim sistemini ve onun performans yönetimi modelini sadece İngiltere'deki uygulamalarıyla ele alacaktır Birleşik Krallık dahilindeki diğer uygulamaları incelememesinin sebebi ise yeni modeli tek ve özgün bir bakış açısıyla inceleyebilme isteğidir). 'Best Value' İngiliz İşçi Partisinin modernleşme stratejisinin (kamu yönetimi alanındaki reform çalışmalarının) temel dayanaklarından birisi olarak değerlendirilmektedir. Bu yeni model yerel yönetimler alanında köklü kültürel ve organizasyonel değişiklikler getirmiştir. Bu bağlamda 'Best Value'nun yerel yönetimler alanındaki son reform çalışmalarından birisi olarak örnek alınabileceği değerlendirilebilir.

Anahtar Kelimeler: Performans Denetimi, İngiliz Yerel Yönetimi, Rekabet, Danışma.

local residents and service users under the new regime. Indeed, these attempts can be seen as consequences of the democratization of local authorities, a trend that has been rising across modern states together with globalization. Arguably, globalization has precipitated 'globalization'. A situation whereby the nation states have lost many of their powers to supra-national organizations and a new trend has emerged emphasizing local cultural identity and the responsibility of local actors. From this perspective, New Labor can be seen as aiming for modern democratic local communities through its local government policy.

The structure of local government and the tasks it performs have changed dramatically over the years in England. In brief, the last two decades of the 19th century saw the establishment of County Councils (1888), District Councils (1894) and the London County Council (1899). In 1965 the London County Council was replaced with the Greater London Council (GLC) and this, along with the Metropolitan counties, was abolished in 1984. Apart from the latter changes, much of the remaining current local government structure was established on 1 April 1974. That framework divided local government in

England into two types of council: The first being a single tier 'all purpose council', responsible for all local authority functions (Unitary, Metropolitan). The second is a two-tier system, in which responsibilities are divided between district and county councils.

Table.1. The Types of English Local Councils

	Single Tier	Two-Tier
Unitary Council	47	
Metropolitan Council	36	
London Borough	33	
County Council		34
District Council		238
Total Council	388	

Source: Wilson, D. & Game, C. (1998). *Local Government in the United Kingdom*. London: MacMillan, 63 [1].

As mentioned earlier, the structure of local government was transformed in 1974, and in the following years, the system of local government has been subject to many different pressures and changes. In particular, successive Conservative governments have "acted with great vigor to redefine the appropriate relationship between state and society" [2]. Such re-organization attempts were frequently more concerned with political arrangements rather than with the modernizing of local government in that period, [3] and there was much media and academic debate about these developments, from which emerged issues of constitutional significance and democratic management for local authorities in England [2,3].

In Opposition, the New Labor Party stated its belief in a modernized local government. Emphasis was placed on a new democratic understanding "to replace ideological dogmatism with pragmatism" [3] between local government and central government, and between local authorities and their customers. Furthermore, the Labor Government signed the European Charter of Local Self-Government, which commits signatory members to guarantee the right and ability of local authorities to regulate and manage public affairs under their own responsibility (The European Charter of Local Self-Government, Strasbourg, Entry into Force 01/09/1988). Indeed these developments were seen as signals of the context in which Best Value was introduced as an important aim being to improve central-local government relations and enhance local democracy.

It is important to note that Best Value is a package of initiatives and there are different approaches in many countries to both identify what it consist of and to applying it in practice. However, it has its roots in the private sector, as do much other innovative government reform practice [4]. Best Value measures have been become more commonplace and the term has become politically fashionable. There are indications of similar

practice in the UK, Australia, and Canada as well as in the US and there are also different approaches to Best Value across the world [4-6]. Notable, there are considerable similarities between English Best Value approach and the 1993 American law known as the Government Performance and Results Act of 1993 (In essence, the American approach was adopted to encourage public managers to adopt the Best Value concept. It was intended to bring about a fundamental transformation in the way government programs and operations are managed and administered. The main features of this law are: First, a requirement for Federal departments and agencies to prepare strategic plans. Second, a requirement that Federal departments and agencies prepare annual performance plans, setting out specific performance goals for a fiscal year. Third, a requirement that the Office of Management and Budget prepare an annual government-wide performance plan, which is based on the agency annual performance, plans. Fourth, a requirement that Federal departments and agencies submit an annual program performance report to the President and Congress, and which compares actual performance with the goal levels that were set in the annual performance plan. Finally it can say that the Act also aimed to give managers greater flexibility in managing by allowing the waiver of various administrative controls and limitations. Managers are, therefore, expected to be more accountable for the performance of their programs and operations. (One Hundred Third Congress of the United States of America, This Act may be cited as the Government Performance and Results Act (GPRA) of 1993)). However, this article does not intend to evaluate to different approaches to Best Value around the world, but rather focus Best Value machinery in public management at local government level in England only.

Given this broad aim, the article firstly seeks to examine the new regime's management framework to establish its original features and also what makes Best Value different from previous attempts at local government modernization in England. Secondly, it aims to evaluate Best Value review system as the most important innovative part of the new regime. This particular section looks at Best Value reviews at corporate level (corporate review), at service level (performance review) and through the 4Cs (Compare, Compete, Challenge, Consult) elements of Best Value.

II. THE BEST VALUE MANAGEMENT FRAMEWORK

The BVMF sets out all Best Value stages in broad terms and establishes the general principles to be applied. In short it contains what a local authority needs to do to prepare itself to achieve its duty within Best Value [7]. Local authorities are, therefore, required to follow this broad statutory performance framework, which is summarized in Table.2, which identifies the key elements

of Best Value structure. As can be seen in more detail in the following sections, they are all related to each other because of the cyclical structure in which they are placed.

Table.2. Best Value Management Framework

Establish authority-wide objectives and performance measures	
Agree programme of fundamental performance reviews and set out in local performance plan	
Undertake fundamental performance reviews of selected areas of expenditure	
Set and publish performance and efficiency targets in local performance plan	
Independent audit/inspection and certification	
Areas requiring intervention referred to Secretary of State	Challenge purpose Compare performance Consult community Compete with others

Source: (1999). *Implementing Best Value. A Consultation Paper on Draft Guide*. London: DETR, 7 [8].

Although the Best Value Management Framework is displayed in Table.2 as a series of stages, these do not have to be followed in a mechanical step-by-step fashion. Many commentators have argued that the BVMF is cyclical and that information about the performance of a service and user satisfaction will feed back into reviews of the resources allocated and targets set [9,10]. The Government emphasized the framework is designed to provide a common link between the key elements of Best Value and the principal means by which authorities are required to be accountable for the quality and efficiency of their services [7,11].

In general the BVMF covers all the main elements of the new regime. At first glance it seems a comprehensive and detailed management framework. In this regard it is necessary to point out that in contrast to CCT, Best Value has more flexibility for local authorities to shape their plans to achieve targets, and cover all services, in this respect, as indicated in Table 2, the new framework brought in fundamental statutory arrangements for all local authorities to follow. These include:

- A corporate view of what an authority wants to achieve and how it performs, measured against key indicators and the aspirations of the local community;
- An agreed programme of fundamental performance reviews, with a presumption that it should look first at areas where performance is worst, and complete a full cycle of reviews over a 5-year period;
- Fundamental performance reviews, each of which challenge the purpose of a service or group of services, compare the authority’s performance with

others, consult the community, and provide for competition where appropriate;

- The setting of targets for improved performance and efficiency, together with clear identification of how these improvements are to be achieved, and the publication of these targets and reports of performance against those targets.
- An independent audit/inspection of the integrity of the service reviews and performance targets, and certification of the monitoring information;
- Intervention to the Secretary of State in cases of serious or persistent failure, with a view to intervention [7,11].

The first impression of this framework is that Best Value imposes some general duties, and these are applied to all the services of local authorities, and the framework must, therefore, be flexible enough to reflect the diversity of the bodies to which it applies.

III. THE BEST VALUE REVIEW SYSTEM

This section sets out the key issues in Best Value Fundamental reviews. It also provides some examples of emerging practice from the implementation of the new system on the ground. In the performance review process, two levels of review are required. First, at the corporate level, local authorities are required to develop ways of maintaining an overview of their performance for all services and activities. Second, fundamental performance review must actually occur through the corporate level of the framework which provides the basis for identifying elements for review and through initiating and carrying out a rolling programme of fundamental reviews. In this regard, local authorities are required to carry out performance reviews for each service in the five-year review cycle. All services must be reviewed at least once every five years. The first five-year period ends on 31 March 2005, and the next in March 2010. Review programs are expected to include at least one cross cutting theme each year, e.g. crime and disorder, anti-poverty, sustainability, health improvement reviews, etc [11].

In this regard, the Government pointed out that Best Value could only be achieved by fully engaging everyone in the process and the outcomes of the framework, and Clear community vision with strong leadership are deemed necessary if the first step of setting strategic objectives and corporate priorities is to be taken [7,11]. Indeed, corporate review for all services and performance review for particular services can be considered as the most important statutory requirement placed on all local authorities under the Best Value initiative. The review system stands at the heart of the

new regime, but how pioneering has it been? And how effectively has it been applied?

First of all, as many argue, review and especially corporate review is not a new process for local authorities. Indeed there are many examples of its use in relation to organizational management and planning in the public sector in England [9,13-15]. According to Gray [13] corporate approaches to management and planning originated in American business enterprises in the 1950s and were gradually introduced into the British public sector during the 1960's. Indeed, one of the most important developments in public sector management has been the growth of the corporate approach to organization management and planning during the last three decades in Britain [12,13]. Of course this article does not seek to evaluate the corporate approach in British public management as a whole. Rather, it concentrates on that part of it which is relevant to New Labor's approach to Best Value.

It is important to remember that Best Value covers the whole of each authority's activity. The Best Value national indicators and targets also cover all the main services and activities of all councils. The Government therefore requires all councils to undertake a corporate review as the starting point for their approach to Best Value and this is distinct from individual Best Value reviews (fundamental performance reviews) as it is more general. This imposition of general corporate review on councils requires that they take an overview of what Best Value means for them. In particular, they are required to assess current performance on the basis of national and local indicators including proposed new indicators for general organizational health. They are also required to agree the key objectives for the council as a whole and to set corporate financial and resource priorities taking account of both national standards and local aspirations [7,9].

The corporate review is also considered as an opportunity to take account of future requirements and alterations in the organization's environment, such as demographic, economic, technological changes, or likely developments in service delivery markets [16]. In this regard, the corporate review aims to establish the council's vision, values, local aspirations and priorities. It seeks to provide a framework within which all services can be reviewed and future planning undertaken. In this sense, it contributes to the community leadership role of authorities. It is intended to be informed by a process of broad local consultation so as to ensure that the Council's vision, values and priorities reflect the concerns and needs of its community, the local aspirations of its partners, as well as local political priorities [11].

The intention was that the selection of the programme of Best Value reviews should be determined by the corporate objectives set through the corporate review process. All functions are required to be reviewed at least every five years, but a shorter time frame can be used in certain situations, in order, to fit with the electoral cycle. Such variations from the normal pattern must be transparent and justifiable to auditors, employees, service users and the wider community. They must be documented, because, auditors and inspectors might want to see the reasoning behind decisions made, about both the programme of reviews and the results of reviews [10]. The corporate review process need not be linked in to a rigid timetable, but it should ideally precede the Best Value reviews. However, it should be recognized that in practice, the corporate review process and the service specific Best Value reviews can influence each other and the whole exercise can be regarded as a cyclical and interactive process [9].

The Government has stressed that effective corporate review involves establishing a clear image of an authority's strengths and weaknesses and setting a realistic set of objectives [17]. In this regard there are three fundamental elements of the corporate review procedure that need to be addressed. First, setting and reviewing of the council's vision, values and priorities, including those on 'wicked issues' e.g. equalities and diversity, environmental sustainability, anti-poverty. Second, the establishment of a corporate planning process which co-ordinates other plans and the budgetary cycle and the reallocation of resources according to corporate objectives. And third, an approach to decision-making informed by community consultation (what citizens think of the council and its priorities for the future) as well as local political priorities as determined by elected members and a process to inform the selection of services for the Best Value reviews [7,11,17].

The North West Best Value survey undertaken by the researcher covering 50 local authorities in North West of England, which aimed to collect some basic data in order to analyze different councils approaches to Best Value and it also aimed to provide an overall idea about fundamental Best Value requirements on local authorities (The survey questionnaire was sent to the majority of the councils in North West and some councils in West Yorkshire, and 50 responds were received from local authorities (70% of respond rate)). For example, as shown in Table.3, it revealed that the majority of councils experienced difficulty in establishing a corporate review system, which is meant to be at the core of the new regime.

Table.3. Approaches to the Best Value review system (%)

	Easiest/ essential	Easy/ useful	Fear	Difficult/ not useful
Corporate Review	23	17	16	57
Performance Review	23	23	33	10

The survey also revealed that the majority of councils' approaches to the stages of BVMF are critical in terms of their Best Value understanding. For example nearly 72% thought that corporate review was not an efficient stage of the new regime and 73% had difficulty in establishing the corporate review system, which is a vital stage of BVMF; from this perspective the Government's guidance and consultation papers played a very important role in reaching an understanding of the new regime's essential requirements, but if the majority of councils believed that the corporate review was not essential, and was difficult to deal with, this means there is still a real problem with their Best Value approaches, because the review system is the core of BVMF, and it can be said that without a healthy corporate review, it is very difficult to deliver Best Value. In this regard, more guidance and consultation might be valuable for councils to build and improve their sensible corporate strategies.

Second level of the new regime's review system is performance review, which requires local authorities to develop a comprehensive review programme to cover all council services and activities, within a five year period ending 31 March 2005, and within consecutive five year cycles thereafter. There are wide powers given to the Secretary of State to prescribe by order, not just the timetable, but also for specified functions to be reviewed in specified financial years [8]. However, as a general rule, the Government does not intend to prescribe a common review timetable. The timetable should be practical and realistic and take into account the resources available to the authority, the opportunity for tackling cross-cutting issues, and the demands placed on it by other statutory, financial and contractual requirements [9].

In general, Best Value was intended to ensure that local authorities should give early consideration to areas of significant weakness. Where the performance of a service is demonstrably poor by any standards authorities are expected to review that service quickly and effectively through the performance review schedule [7]. The Government also emphasized that authorities can have their own views on the details of their review process, but authorities are expected to respect some key elements, which are indicated in different Governmental consultation papers, a brief overview of which, is as follows:

- First, authorities should take a sufficiently long-term perspective. A review programme must try to

anticipate prospective changes to the demand for services and the means by which such services might be delivered.

- Authorities should be familiar with the purpose of Best Value reviews and be able to consider new approaches to service delivery and ensure that demanding but realistic performance targets are set for all services which take account of both national and local requirements and which deliver continuous improvement.

- The review programme should be rooted in the corporate planning process through which an authority identifies its objectives and priorities, and the action plans for performance improvement which result from performance review must be integrated into broader processes and systems of service planning and performance management.

- Authorities must involve elected members. If there is to be an effective outcome from reviews, elected members need to be fully engaged in the review itself. As representatives of local people, they must be able to communicate their needs and scrutinize the current performance of the service.

- Finally, authorities should seek advice from outside the authority. They need to consider working with partners in the public or private sectors to get additional sources of advice or new ideas [7,8].

Sanderson [9] argues that performance reviews should provide information, which can assist the achievement of two fundamental aims. Firstly they should promote accountability to key stakeholders. Indeed, local performance plans must be the principal means by which authorities account to local citizens for their performance, and information from performance reviews can provide an important contribution to this. In order to do so, however, performance reviews must provide information, which is relevant and meaningful so that local people are able to make a judgment about the authorities' performance. A key element can be performance indicators with standards specified both locally and nationally, and these can also provide an important means of accountability to the central government. Secondly, reviews must address the key aspects of performance in the context of local priorities. In short, in order to provide the basis for effective action to secure real improvement, reviews need to adopt a reasonable and locally aware approach. For example, Performance reviews are also expected to apply the 4C's (Challenge, Compare, Consult and compete), which relate to all the above-mentioned aspects of fundamental performance reviews. The Government pointed out that these four elements must be considered if authorities are to achieve Best Value. Many commentators have also agreed that the principles of Best

Value performance reviews are specified in the 4Cs Model.

This model stresses that it is very difficult to achieve an effective review without the element of challenge. It is one of the key underpinnings of significant improvements and without it authorities are unlikely to reach targets in respect of national Best Value indicators. "Challenging why and how a service is provided requires a fundamental rethink, asking basic questions about the needs that each service is intended to address and the method of procurement that is used" [18]. The Local Government Act 1999, emphasize that performance reviews must fundamentally question whether a local authority is executing its existing functions in accordance with the challenge element of the Best Value 4Cs.

The Comparison element of the 4Cs Model is the basis of performance management and is also critical for achieving effective review. It requires a consideration of the role of comparison as a means of securing efficient and effective services. Comparison with what other do is essential to making a judgment about good or poor performance [8]. The Government has stressed that authorities should critically compare their own performance with that of the top 25% of authorities and how they measure up to Government standards or national Best Value Performance Indicators [18].

Consultation is also one of the most important elements in the Best Value regime rather than being an element of 4C's Model. The Government intended that councils should actively involve and engage the community in local decisions. It emphasized that consultation should underpin the whole duty of Best Value. The first of the twelve principles of Best Value indicated, "The duty of Best Value is one that local authorities owe to local people, both as taxpayers and the customer of local authorities" [7]. The Government, therefore, placed a duty on Best Value authorities to consult with representatives of those who are liable to pay council tax, liable to pay non-domestic rates in respect of any area, which the authority carries out functions, as well as representatives of those who use, or are likely to use, the services provided by it.

Because of the importance of the consultation element within the Best Value regime, the Government has consistently emphasized its value of in different regulations and consultative papers. In this regard, the first impression from pilot authorities is that local authorities are keen on the consultation element of 4Cs. In this regard, the final report on the Best Value pilots showed that, they whole-heartedly embraced the requirement of consultation, seeing it as valuable means of improving services, and 43% of Best Value officers reported that consultation had been a vital element in all of their authority's pilot initiatives. Hence, almost all of

the pilots stated that they wished to increase the level of public engagement in order to fulfill Best Value principles [19].

Finally, Best Value reviews also require the assessment of the competitiveness of different functions. The government has continually emphasized that "Best Value means that services should not be delivered directly if other more efficient and effective means are available" [7]. However, the Local Government Act 1999 does not require authorities to subject their functions to competition in the way required by the legislation on Compulsory Competitive Tendering.

As we can see the duty to prepare challenge, comparison, competitive and consultation strategies are central to the modernization of local government. All local authorities must, therefore, prepare their plans to establish a long term and sustainable service development by taking into account 4Cs elements. However, the North West Survey revealed that there are considerable differences in satisfaction level of the 4C's model elements.

Table.4. Approaches to 4 Cs Elements (%)

	Essential	Useful	Fear	Not Useful
Comparison	13	20	43	17
Challenge	60	13	23	-
Competition	-	3	13	80
Consultation	27	50	17	-

One of the striking points in Table.4 is that 80% of councils consider that competition is not useful in improving their services. The approach to the competition element of the 4Cs also varied in the pilots, whilst a few pilots had found it useful to engage in competitive tendering, many found there was a series of obstacles that faced them when they attempted to give emphasis to the competition element [19]. In contrast to Compulsory Competitive Tendering (CCT), the Best Value regime involves voluntary competition. However, two of the 'twelve principles' of the Best Value approach indicate the importance and necessity of the competitive element, and the White Paper re-emphasized that "services should not be delivered directly if other more efficient and effective means are available" [11]. According to Martin et al. the main difficulties affecting decisions about competitiveness are: organizational culture, attitudes of elected members, attitudes of service managers, staff and trade union concerns, problems with the private sector and lack of skills [19].

The Survey also revealed that the councils do not seem to be keen on the comparison element. Only 33% of them considered that comparison was an essential or useful element in their service improvement. On the other hand, the majority of councils found that the challenge

element was the most useful in the model, and none of them considered it as unnecessary. However, challenge was seen as one of the most difficult elements to understand and interpret in relation to service improvement in the pilot project findings. The second favorite element revealed by the postal survey councils was consultation, 77% of them finding this to be essential or useful for their own operations.

IV. CONCLUSION

This article has presented a brief overview of BVMF and evaluated Best Value review system by examining relevant legislation and consultation papers, considering some external expert opinions, and some experiences from the practical implementation of the new regime. Indeed, it is intended to set out the machinery of Best Value and in this regard, it especially concentrated on primary sources from the Government, the Audit Commission, the Improvement and Development Agency (IDeA) and some other governmental bodies. It has also examined relevant secondary sources (including the North West Best Value Survey) in order to provide examples, where necessary.

The Local Government Act 1999 also established the Best Value regime as the centerpiece of New Labor's attempt to modernize local authority services. It abolished the legal requirement for authorities to adhere to strictly defined activities such as Compulsory Competitive Tendering (CCT). In this regard, Best Value framework establishes broad principles and process rather than detailed regulations. The Government did not intend to introduce a detailed and strict framework for local authorities to shape their implementation process in terms of Best Value. The BVMF, therefore, can be described as a general framework, which covers all functions of local authorities, because the new regime's requirements cover whole authority. The Government has therefore published many guidelines and consultation papers to make understandable what it requires for Best Value from local authorities, and how they should prepare their plans, and develop their own Best Value approaches. Indeed, these broad principles and processes contained in the Best Value regime have been interpreted and implemented in different ways by different local authorities and in relation to different services within the pilot councils.

The major elements of the BVMF are appeared as the Corporate Review, Fundamental Service Review, and 4Cs Model. The article therefore evaluated these main components of the statutory framework of Best Value for local authorities. In particular, the emphasis has been given to Best Value review system in respect of 4Cs model. Local authorities required to develop an overall corporate vision of what they desire to achieve with respect to their performance, local and national indicators and the aspirations of the local community. It is

emphasized that without a corporate management and review system it is very difficult to reach Best Value national targets. Local authorities therefore suggested being realistic in the corporate review process. An effective corporate review should involve establishing a strong image of an authority's strengths and weaknesses.

As second step of Best Value review system, local authorities also required to prepare performance reviews, which should cover all council's services and activities within a five-year period. Performance reviews should promote accountability to local community, which is relevant and meaningful so that local people and external inspectors are able to make a judgment about the authorities' performance.

RESOURCES

- [1] Wilson, D. & Game, C. (1998). *Local Government in the United Kingdom*. London: MacMillan.
- [2] Laughlin, M. (1996). The Constructional Status of Local Government. In *Local Democracy on Local Government*. (Eds.: Pratchett, L. & Wilson, D). London: Macmillan.
- [3] Boyne, G.; Kirkpatrick, .I. & Kitchener, M. (2001) Introduction of the Symposium on New Labor and the Modernization of Public Management. *Public Administration*, 79(1), 1-4.
- [4] Halachmi, A. & Vickie, L.M. (2000). Best Value and Accountability: Issues and Observations. *International Review of Administrative Sciences*, 66(3), 393-414.
- [5] Wilson, J. (1999). From CCT to Best Value: Some Evidence and Observations. *Local Government Studies*, 25(2), 39-52.
- [6] Davis, H. & Martin, S. (1999). Evolution Best Value: Approaches to the Monitoring and Evolution of the Best Value Pilot Programme. *Paper 3*. Warwick, DETR.
- [7] (1998) *Modernizing Local Government: Improving Local Services through Best Value*. London: DETR.
- [8] (1999). *Preparing Best Value. Consultation Paper*. London: DETR.
- [9] Sanderson, I. (1998). Achieving Best Value Through Best Value Through Performance Review. *Paper 5*. Warwick: DETR.
- [10] Bovaird, T. (1998). Achieving Best Value Through Competition, Benchmarking and Performance Networks. *Paper 6*, Warwick, DETR.
- [11] (1998) *Modern Local Government: In Touch with the People*. London: DETR.

- [12] Greenwood, R. & Stewart, J. (1972). Corporate Planning and Management Organisation. *Local Government Studies*, 3(1). 25-40.
- [13] Gray, C.J. (1982). Corporate Planning and Measurement: A Survey. *Public Administration*, 60(1), 349-355.
- [14] Rhodes, R. & Midwinter, A. (1980). Corporate Management. *Public Policy*, 59(1).
- [15] Dearlove, J. (1979). *The Reorganisation of British Local Government*. Cambridge: University Press.
- [16] Boyne, G. (1999). Processes, Performance and Best Value in Local Government. *Local Government Studies*, 25(2), 1-15.
- [17] The Audit Commission. (1998). *Better by Far Preparing for Best Value*. London, DETR.
- [18] (1999). *Implementing Best Value. A Consultation Paper on Draft Guide*. London: DETR.
- [19] Martin, S.; Davis, H.; Bovaird, T.; Downe, J.; Geddes, M.; Hartley, J.; Lewis, M.; Sanderson, I. & Sapwell, P. (2001). *Final Evaluation of the Best Value Pilots Programme*. London: DETR.

Yüksel DEMIRKAYA (ydemirkaya2@yahoo.com) received his PhD from the Faculty Political Sciences at The Manchester University. He is currently studying on the Public Management Reforms in England and Turkey at the Local Government Center in the Marmara University.

GELİŞMİŞ VE GELİŞEN ÜLKELERDE ULUSLARARASI TİCARET - ÜCRET İLİŞKİSİ VE TÜRKİYE UYGULAMASI

Nurdan ASLAN¹, Nuray TERZİ²

¹Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Profesör Dr.

²Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Dr.

THE RELATION OF INTERNATIONAL TRADE-WAGE IN DEVELOPED AND DEVELOPING COUNTRIES: THE CASE OF TURKEY

Abstract: The global tendencies in the world have contributed to the liberalization of world trade: Liberalization of goods and finance sector, spreading of foreign direct investments by multinational firms affected the acceleration of the liberalization of world trade. The spread of multinational firms played an import role in the development of intra-firm trade. Along the tendencies of liberalization in world trade, skill-unskilled wage inequality increased. The increasing of wage inequality has occurred both developed and developing countries. In this article, we examined between relation of international trade and wage on developed and developing countries. In addition, the effect of technological change, capital movement, labor movement and trade unions on wages was examined. Finally, the relation of international trade and wage was studied on Turkey. The effect of trade was tested with Heckscher-Ohlin-Samuelson theory on textile and apparel sector in Turkey. Results show that Turkish Textile and Apparel Sector supports HOS theory. According to our results, export has positive effects on labor demand and wages in Turkish Textile and Apparel sector.

Keywords: International Trade and Wages, HOS Theory, Trade Liberalization.

GELİŞMİŞ VE GELİŞEN ÜLKELERDE ULUSLARARASI TİCARET - ÜCRET İLİŞKİSİ VE TÜRKİYE UYGULAMASI

Özet: Uluslararası ticaret, dünyadaki küresel eğilimler ile birlikte serbestleşmeye başlamıştır. Mal ticareti ve finans sektörü serbestleştirilmiş, doğrudan yabancı yatırımlar çokuluslu şirketler yoluyla yaygınlaşmıştır. Çokuluslu firmaların yayılması, firmalar arası ticaretin gelişiminde önemli rol oynamıştır. Uluslararası ticaretteki serbestleşme eğilimleri ile birlikte gelişmiş ve gelişen ülkelerde ücret eşitsizliği artma eğilimi göstermiştir. Ücret eşitsizliğindeki artış, hem gelişmiş hem de gelişen ülkelerde yaşanmıştır. Bu çalışmada öncelikle uluslararası ticaret-ücret ilişkisi gelişmiş ve gelişen ülkeler açısından ele alınmış, daha sonra teknolojik değişim, sermaye hareketliliği, işgücü hareketliliği ve sendikaların ücret ile ilişkisi değerlendirilmiştir. Son olarak uluslararası ticaret - ücret ilişkisi Türkiye açısından irdelenmeye çalışılmıştır. Türkiye’de ticaretin etkisi HOS teorisi ışığında Tekstil ve Giyim Sektörü üzerinde sınanmıştır. Araştırma sonuçları, Türkiye’de Tekstil ve Giyim Sektörünün, HOS teorisini desteklediğini göstermektedir. Buna göre Türk Tekstil ve Giyim Sektöründe ihracat, işgücü talebi ve ücretler üzerinde pozitif yönde etkili olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Ticaret ve Ücretler, HOS Teorisi, Ticari Liberalizasyon.

I. GİRİŞ

Uluslararası ticaret, dünyadaki küresel eğilimler ile birlikte serbestleşmeye başlamıştır. Mal ticareti ve finans sektörü serbestleştirilmiş, doğrudan yabancı yatırımlar çokuluslu şirketler yoluyla yaygınlaşmıştır. Aynı zamanda üretim küreselleştirilerek, uluslararası ticaretin artmasında etkili olmuştur. Üretimin küreselleşmesi ile hızlanan teknoloji transferi gelişen ülkelerin uluslararası işbölümüne katılmalarına yardımcı olmuş ve teknolojik gelişmeler, daha kaliteli ve daha ucuz mal üretimine olanak vererek uluslararası ticareti geliştirmiştir. Uluslararası ticaretteki serbestleşme eğilimleri ile birlikte gelişmiş ve gelişen ülkelerde ücret eşitsizliği artma eğilimi göstermiştir. Ücret eşitsizliğindeki artış ile uluslararası ticaretteki artışın aynı zamana rastlaması gelişmiş ve gelişen ülkelerde uluslararası ticaret - ücret ilişkisine yönelik çalışmalarını da artırmıştır. Uluslararası

ticaret-ücret ilişkisi Türkiye’de de incelenmiş, ancak veri yetersizliği nedeniyle sınırlı sayıda çalışma gerçekleştirilebilmiştir. Bu çalışmada öncelikle uluslararası ticaret-ücret ilişkisi gelişmiş ve gelişen ülkeler açısından ele alınmış, daha sonra teknolojik değişim, sermaye hareketliliği, işgücü hareketliliği ve sendikaların ücret ile ilişkisi değerlendirilmiştir. Son olarak uluslararası ticaret- ücret ilişkisi Türkiye açısından irdelenmeye çalışılmıştır.

II. ULUSLARARASI TİCARET VE ÜRETİMİN GELİŞİM SEYRİ

Uluslararası ticaretin büyümesini II. Dünya Savaşı ertesinde oluşturulan Bretton Woods sistemi kolaylaştırması, GATT’ın yürürlüğe girmesiyle ticari sistem serbestleşmeye başlamış ve önemli başarılar kaydedilmiştir. Bazı Üçüncü Dünya ülkeleri (Hong Kong,

Singapur, Güney Kore, Tayvan, Brezilya ve Meksika) uluslararası ticaret hacminin artışından yararlanmayı, altmışlı yıllarda ve yetmişli yılların başında gelişmiş ülkelere sanayi ürün ihracatını arttırmayı başarmışlardır. Dünya ticaret hacminin artışı, 1973'ü izleyen uluslararası ekonomik krizle yavaşlamıştır. Yetmişli yılların başından beri dünya ticaretinin yavaşlaması ve yeni korumacılık eğiliminin ortaya çıkmasıyla birlikte gelişmiş ülkeler arasındaki ticaretin nisbi öneminde hafif bir azalma olmuştur [1].

1970'li yıllarda yavaşlayan ticaret hacmi, 1980 ve 1990'lı yıllarda önemli bir gelişme içine girmiştir. Dünya ticaret hacminin gelişme hızı 2000 yılında en yüksek seviyesine ulaşmıştır. 2001 yılında ticaret hızında önemli

gerileme yaşayan dünya ülkeleri bu yıldan itibaren ticaretteki gelişme hızlarını arttırmaya devam etmişlerdir. Dünya ticaret hacmindeki hızlı gelişmelerde GATT anlaşması ile başlayan ve sonra kurumsallaşan WTO'nun ticareti serbestleştirme girişimlerinin etkisi olmuştur. Yükselen piyasalar ve gelişen ülkelerin ihracatındaki büyümenin, son on yılda gelişmiş ülkelere daha fazla olduğu tahmin edilmektedir. Gelişmiş ülkelerin ithalat hacmi bir önceki on yıla göre daralırken, yükselen ekonomiler ve gelişen ülkelerin ithalat hacmi artmıştır. Yükselen ekonomilerde ve gelişen ülkelerde Asya krizinin etkisiyle ithalat hacmi daralmıştır. Ticaret hadleri ilk on yılda gelişmiş ülkeler lehine iken, son on yılda ticaret hadleri gelişen ülkeler lehine dönmüştür (Tablo.1).

Tablo.1. Dünya Ticaret Hacmi (%), 1986-2005

	1986-95	1996-2005	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004*	2005*
Ticaret Hacmi	6.2	6.1	7.0	10.4	4.4	5.9	12.5	0.1	3.1	4.5	6.8	6.6
İhracat												
Gelişmiş Ekonomiler	6.3	5.4	6.0	10.5	4.2	5.6	11.7	-0.8	1.9	2.7	6.3	6.1
Yükselen Piyasalar ve gelişen ülkeler	6.2	8.1	9.3	12.5	5.3	4.5	14.6	3.2	6.5	8.7	8.1	8.7
İthalat												
Gelişmiş Ekonomiler	6.5	5.7	6.3	9.4	5.9	8.2	11.6	-0.8	2.3	3.5	5.7	5.4
Yükselen Piy. ve Gelişen Ülkeler	4.6	7.4	10.8	11.3	-0.9	0.5	15.9	3.0	6.2	8.9	10.2	9.4
Ticaret Hadleri												
Gelişmiş Ekonomiler	0.9	-0.1	-0.2	-0.5	1.3	-0.3	-2.4	0.3	0.9	0.7	0.1	-0.4
Yükselen Piy. ve Gelişen Ülkeler	-2.2	0.2	3.0	-0.6	-7.3	3.6	7.3	-3.2	0.7	0.2	-0.1	-1.1

Kaynak: (2004). *World Economic Outlook, April, Washington D.C.: IMF, 215* [2].

Dünya üretimindeki gelişmeler ise dünya ticaret hacminin gerisinde kalmıştır. Dünya üretimi 1986-95 yılları arasında % 3.3 büyürken, 1996-2005 yılları arasında ortalama % 3.8 büyüyeceği tahmin edilmiştir. Dünya üretimindeki gelişmeyi yıllar itibarıyla incelediğimizde üretimin iki ya da üç yıl gibi sürelerle sürekli büyüme gösterdiği ardından üretimin küçülme içine girdiği görülmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki üretimin gelişimi de benzer bir seyir izlemektedir. ABD, en büyük büyüme hızına 1997 yılında ulaşırken, 2001'de en düşük büyüme hızını yaşamıştır. Euro bölgesi 1996-2005 yılları arası ortalama % 2'lik büyüme ile dünya üretiminin gelişimine önemli katkıda bulunan bölgelerden biridir. Tek para birimine geçilmesiyle bölgede üretim azalsa da önümüzdeki yıllarda artış beklenmektedir. Hızlı gelişme gösteren ülkelerden Japonya ise son on yıldır diğer gelişmiş ülkeler arasında en düşük büyüme hızına sahip ülke olmuştur. Dünya üretimine son yıllarda en önemli katkı yükselen ekonomilerden gelmiştir. Asya krizinin etkisiyle 1998 yılında büyüme hızı düşse de, devam eden yıllarda hızlı büyüme oranları gerçekleştirilebilmiştir. Gelişen ülkeler içinde önemli bir atılım Afrika ülkelerinden gelmiştir. 1986-95 yılları arasında ortalama % 1.9 büyüyen ülkeler, büyüme hızlarını 1996-2005 arasında ortalama % 3.9 olacağı tahmin edilmiştir. Afrika ülkeleri yaklaşık iki kat üretim artışı yaşamıştır. Bu üretim artışında bölgeye giden

doğrudan yabancı yatırımların etkisi olabilmektedir. Bağımsız devletler topluluğunun, ortalama büyüme hızı % 3.7 olmuştur. Topluluk 2000 yılında en büyük üretim artış hızına ulaşmıştır. Ortadoğu ülkelerinin ortalama üretim artış hızı, ilk on yıldan ikinci on yıla iki kat artacağı tahmin edilmektedir. Batı yarı küre ülkeleri 2002 yılında eksi büyüme geçeler de bu yıldan itibaren üretimleri artmaya devam etmiştir (Bkz.Tablo.2).

III. ULUSLARARASI TİCARETTE ÜCRETLERİN ROLÜ VE ÖNEMİ

Uluslararası ticarete ücretlerin rolünü birim işgücü maliyeti açısından değerlendirilebilir. Birim işgücü maliyeti ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğü açısından önem taşımaktadır. Birim işgücü maliyeti düşük ülkeler uluslararası ticarete karşılaştırmalı üstünlüklerini korurlar. OECD'nin çalışmasına göre, birim işgücü maliyeti 1990 yılında beş gelişmiş ülke arasında en düşük ülke Japonya'dır. Daha sonra sırasıyla ABD, Almanya, İngiltere, ve Fransa gelmektedir. 2005 yılına gelindiğinde Japonya yine uluslararası ticarete birim işgücü maliyeti açısından karşılaştırmalı üstünlüğünü korumuştur. ABD ve Fransa'da birim işgücü maliyeti 1990 yılına göre düşmüş, İngiltere ve Almanya'da yükselmiştir (Bkz.Tablo.3).

Tablo 2 : Dünya Üretiminin Gelişimi, 1986-2005 (%)

	1986-95	1996-2005	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004(tahmin)	2005(tahmin)
Dünya	3.3	3.8	4.1	4.2	2.8	3.7	4.7	2.4	3.0	3.9	4.6	4.4
Gelişmiş Ekonomiler	3.0	2.8	3.0	3.4	2.7	3.5	3.8	1.1	1.7	2.1	3.5	3.1
ABD	2.9	3.5	3.7	4.5	4.2	4.4	3.7	0.5	2.2	3.1	4.6	3.9
Euro Bölgesi	...	2.0	1.4	2.3	2.9	2.8	3.5	1.6	0.9	0.4	1.7	2.3
Japonya	3.1	1.5	3.6	1.8	-1.2	0.2	2.8	0.4	-0.3	2.7	3.4	1.9
Diğer G.miş Eko.	3.7	3.3	3.7	4.1	2.0	4.6	5.2	1.7	3.0	2.2	3.6	3.5
Yük.Piy. ve Gelişen Ülk	3.7	5.0	5.6	5.3	3.0	4.0	5.9	4.1	4.6	6.1	6.0	5.9
Afrika	1.9	3.9	5.7	3.2	3.2	2.7	3.0	3.8	3.5	4.1	4.2	5.4
Merkezi ve D. Avr.	0.8	3.5	4.8	4.2	2.8	0.4	4.8	0.3	4.4	4.5	4.5	4.4
Bağımsız Devletler Top.	...	3.7	-3.9	1.1	-3.5	5.1	9.1	6.4	5.1	7.6	6.0	5.2
Gelişen Asya	7.7	6.6	8.2	6.5	4.1	6.2	6.7	5.6	6.4	7.8	7.4	7.0
Orta Doğu	2.8	4.5	4.8	5.5	4.0	2.1	5.9	4.3	4.2	5.4	4.1	5.0
Batı Yarıküre	2.8	2.5	3.7	5.2	2.3	0.4	3.9	0.4	-0.1	1.7	3.9	3.7

Kaynak: (2004). *World Economic Outlook, April, Washington D.C.: IMF, 187 [2]*.

Tablo.3. Gelişmiş Ülkelerde İşgücü Maliyeti

	ABD	Japonya	İngiltere	Almanya	Fransa
	Birim İşgücü Maliyeti	Birim İşgücü Maliyeti	Birim İşgücü Maliyeti	Birim İşgücü Maliyeti	Birim İşgücü Maliyeti
1990	97.5	60.4	78.0	93.9	131.4
1995	84.0	96.9	67.5	113.0	122.6
2000	100	100	100	100	100
2005	85.8	77.9	99.7	97.5	108.7

Kaynak: (2006). *Economic Outlook: Statistical Annex. Paris: OECD [3]*.

Gelişen ülkelerin birim işgücü maliyetine bakıldığında, üç gelişen ülke arasında 1990 yılında en düşük birim işgücü maliyetine sahip ülke Meksika'dır. Daha sonra Kore ve Türkiye gelmektedir. 1990'lı yıllarda Meksika'nın birim işgücü maliyetine dayalı karşılaştırmalı üstünlüğünü koruduğunu söyleyebiliriz. 2005 yılına gelindiğinde ise Türkiye ve Kore'nin birim işgücü maliyeti düşmüş, Meksika'nın artmıştır. Türkiye ve Kore, Meksika'ya göre 2000'li yıllarda karşılaştırmalı üstünlüklerini artırmıştır (Tablo.4).

Tablo.4. Gelişen Ülkelerde Birim İşgücü Maliyeti

	Türkiye	Meksika	Kore
1990	122.8	96.8	118.1
1995	61.9	80.2	129.1
2000	100	100	100
2005	88.3	100.9	108.8

Kaynak: (2006). *Economic Outlook: Statistical Annex. Paris: OECD [3]*.

IV. GELİŞMİŞ ÜLKELERDE ULUSLARARASI TİCARET VE ÜCRET İLİŞKİSİ

Uluslararası ticaret teorisi, ticaret ile ücretler arasındaki ilişkiye şöyle bir açıklama getirmektedir. Bir ülke nispeten daha fazla olan faktörlerin yoğun olarak kullanıldığı malları ihraç etmekte ve nispeten kıt olan faktörlerin yoğun olarak kullanıldığı malları ise ithal etmektedir. Vasıflı işgücünün nispeten bol olduğu ABD ele alındığında, bu teori, ABD'nin vasıflı işgücünü nispeten yoğun olarak kullandığı ürünleri ihraç etmesi

gerektiğini, buna karşılık vasıfsız işgücünün nispeten yoğun olarak kullanıldığı malları ithal etmesi gerektiğini ifade etmektedir. Uluslararası ticaret bu durumda, bir ülkenin bol faktörlerinin reel gelirin yükselmesine ve kıt faktörlerinin reel gelirlerinin azalmasına yol açmaktadır. Amerika örneğinde, vasıflı işçinin ücretinin yükselmesi ve vasıfsız işçinin ücretinin düşmesi gerekir. Çünkü, ithal malları ile rekabet etmek için vasıfsız işçiler, daha düşük ücretleri kabul etmeye zorlanırken, vasıflı işçiler ihracatın artması ile gelirlerini yükselteceklerdir [4].

Küreselleşmenin artması ile birlikte pek çok gelişmiş ülkede işgücü talebi, düşük vasıflı işçiden yüksek vasıflı işçiye doğru değişmeye başlamıştır. Gelişmiş ülkelerin birçoğunda bu trendler iki grup arasında ücret aralığının genişlemesine yol açarak, eşitsizliğin artmasına ve işsizliğe neden olmaktadır. Eşitsizlikteki artış, aynı zamanda sosyal ve ekonomik sonuçlara da yol açmaktadır. Gelişen ülkeler ile uluslararası ticaretin artmasından kaynaklanan ithal rekabeti, doğrudan gelişmiş ülkelerde düşük vasıflı işçilerin ücretini düşürmek suretiyle onlara zarar vermektedir. ABD için yaygın bir görüşe göre, artan gelir eşitsizliğinin çok az bir bölümünün ithal rekabetinden kaynaklandığıdır. ABD'nin gelir eşitsizliğindeki artışta ticaretin etkisinin hesaplanılmasında farklı metodolojiler kullanılmasına rağmen hemen hepsinde ticaretin etkisi küçük bulunmuştur. Hatta diğer gelişmiş ülkelerde bu konuda yapılan çalışmalar az olmasına rağmen, bu ülkelerde de ücretler üzerinde ithalatın etkisi küçük bulunmuştur. Buna karşılık Avrupa ülkelerinde ticaretin ücret eşitsizliğinden çok istihdam üzerinde etkili olduğu

görülmüştür. Yapılan araştırmalardan bazıları da ticaretin ücretler üzerinde dolaylı fakat yine ılımlı bir etkisi olabileceğini savunmaktadır. Bu konuda çalışan ticaret ekonomistleri, ürün fiyatlarının ve bunun sonucu olarak ücretlerin düşmesinde ithalatın rolüne ağırlık verirken, çalışma ekonomistleri, ithal fiyatlarından ziyade ithalatın hacmi üzerinde odaklanmışlardır [5].

1970'li yılların ikinci yarısından itibaren ABD ve Batı Avrupa işgücü piyasalarında vasıflı-vasıfsız ücret eşitsizliği artmıştır. Örneğin, 12 yıl ya da daha az bir süreyle okula gitmiş erkek işçilerin reel ücretleri son 20 yılda yüzde 20'den daha fazla azalmıştır. Emegün kazancında ve çalışma saatlerindeki yüksek ve kısa dönemli değişkenlikler emek piyasalarını istikrarsız hale getirmiştir. İstikrarsızlığın bu olumsuz sonucundan en fazla düşük vasıflı işçiler zarar görmüş ve iş kayıplarının oranı yükselmiştir [6].

Sachs ve Shatz tarafından ABD üzerine yapılan çalışmaya göre de vasıflı/vasıfsız işçilerin ücretleri arasındaki açık artmış, ücret eşitsizliğindeki bu artış Amerika'da hem ülke hem de sanayi düzeyinde yaşanmıştır. 1961-70 arasında üretim işçilerinin ücretinin üretim dışı işçilerin ücretine oranı 1.56 iken 1971-80 arası 1.54'e düşmesine rağmen, 1981-90 arasında tekrar 1.58'e yükselmiştir[7]. ABD'de beyaz yakalı-mavi yakalı işçilerin ücretleri arasındaki eşitsizlik 1997-2003 yılları arasında azalmıştır. 1997 yılında beyaz yakalı işçilerin saatlik ücretlerinin mavi yakalı işçilerin saatlik ücretlerine oranı 1.50 iken, 2003 yılında bu oran 1.45 olarak gerçekleşmiştir [8].

Avrupa'da 1980'lerde ücret trendi ise şu şekilde gelişmiştir: Ülkelerin bir kısmında ücretler %1-2 oranında artarken, bir kısmında ücret eşitsizliği yaşanmıştır. İngiltere, Fransa, Hollanda ve İsveç ücret eşitsizliği ile karşı karşıya kalmıştır. Almanya'da düşük ücretli işçi sayısında artmış, vasıfsız işçi ücretleri % 8.1 oranında düşmüştür. İtalya'da vasıfsız işçi ücretlerindeki düşüş %3 olarak gerçekleşmiştir. Belçika ve Danimarka ise, ücretlerde bir artış yaşamıştır. Avrupa genelinde ücret eşitsizliğinin yanında, yüksek işsizlik yaşanmıştır. İstihdam gelişimi, sadece kamu sektörü ile sınırlı kalmış ve vasıfsız işçi oranı düşmüştür. Almanya, İrlanda, Fransa, Danimarka ve İtalya vasıfsız işçi oranı düşen ülkeler olmuşlardır [9].

Ücret eşitsizliğindeki bu olumsuz gelişmelerin ticaretin sonucu olup olmadığına ilişkin pek çok çalışma yapılmıştır: Sachs ve Shatz yaptıkları çalışmada ABD'de ücret eşitsizliğinin artması ile gelişen ülkelerle ticaretin artmasının aynı zamana rastlamasını önemli bir durumsal kanıt olarak göstermişlerdir. 1970'lerin sonlarından itibaren hem gelişen ülkeler ile ticaret, hem de ücret eşitsizliği artmaya başlamıştır. İmalat sanayiinde ticaretin artmasına 1980'li yıllarda Çin'de ve Latin Amerika'nın büyük bir kısmında korumacılığın azaltılması, bu

ülkelerdeki imalat sanayi ihracat kapasitesinin artması ve ulaşım ve iletişim maliyetlerindeki düşüşlerin ticareti ve çokuluslu yatırımları cesaretlendirmesi neden olmuştur. Sachs ve Shatz'e göre, Amerikan ticareti ve istihdamındaki değişimler temel teori ile aynı doğrultuda gerçekleşmiş, düşük vasıflı ithal rekabeti ile karşılaşan sektör daha yavaş gelişirken, yüksek vasıflı ihrac sektörü hızla gelişmiştir. İhrac sektörü katma değer yaratmaya devam ederken, düşük vasıf yoğun ithal rekabetçi sektörün katma değer yaratma gücü azalmıştır[10]. Sachs and Shatz, ayrıca gelişen ülkeler ve gelişmiş ülkeler arasındaki ticaretin birçok OECD ülkesinde gelişmiş ülke işgücününün % 1-2'si oranında bir düşmeye yol açtığını, gelişen ülkelerin ihrac mallarının nispi fiyatını azalttığı görüşünü desteklemektedirler.

Ancak, Sachs ve Shatz'a göre teori ve durumsal kanıt, ticaret ile ücret eşitsizliği ilişkisini desteklese bile, ticaretin rolünün kantitatif hesabın ikna edici değildir. Bu yüzden serbest ticaretin, Amerika için yararlı olacağını düşünmektedirler. Bunun da ötesinde serbest ticaret gelişen ülkelerin uzun dönem gelişimi için de hayati öneme sahip olacaktır. Aradaki eşitsizliğin eğitim faaliyeti ile giderilebileceğini düşünmektedirler. Ayrıca ticari şoklardan etkilenen işçiler için telafi edici uyum yardımı, uluslararası ticari çevredeki son değişimlere etkin bir politik cevap olabilecektir [10].

Wood, Sachs ve Shatz'ın 1994 yılında yaptıkları çalışma ile kendi çalışmasını karşılaştırmış, Sachs ve Shatz'ın ABD için yaptıkları tahminleri düşük bulmuştur. Çünkü Sachs ve Shatz, hesaplamayı yaparken gelişmiş ülkeleri, yani Amerika'daki ticaretin faktör yoğunluğunu hesaplamışlardır. Fiyat çalışması yerine miktar çalışmasını esas alan Wood'a göre yapılması gereken, gelişen ülkelerin bu ithal ürünlerini üretmek için ne kadar işgücü kullandığını ölçmektir. Bu durumda Amerika'da, gelişen ülkelerde bu ürünü üretmek için çalışan işçi sayısı kadar işçi azalmış olur. Buna göre, ticaretin yol açtığı işgücü talebindeki düşüşle ilgili Wood'un tahmini yaklaşık iki kattır. Tüm bu sonuçların ana sebebi, gelişmiş ülkelerin ihrac ettiklerinden daha fazla işgücü yoğun malları ithal etmeleridir [11].

Öte yandan Borjas, Freeman ve Katz, ABD'de ihracat ve ithalatın işçiler üzerinde etkisinin ticaretten etkilenen sanayilerde, işçilerin özelliklerine bağlı olduğunu söylemektedir. Eğer ithalat yoğun sanayiler, düşük vasıflı işçiler kullanıyor ve ihracat yoğun sanayiler çok vasıflı işçi kullanıyorsa, ticaret, düşük vasıflı işçiden, yüksek vasıflı işçiye doğru gelir dağılımını değiştirecektir. İthalat yoğun sanayilerde daha çok göçmenler, kadınlar ve siyahlar çalışmaktadır. Aynı zamanda, ithalat yoğun sanayilerde çalışanların çoğu lise mezunu ya da liseyi terk etmiş olanlardan oluşmaktadır. İhracat yoğun sanayilerde ise kolej mezunları çalışmaktadır. Kadınlar, gelişen ülkelerden yapılan ithalat sanayilerinde yoğunlaşmışlardır. Dolayısıyla az gelişmiş

ülkeler ile ticaret, erkeklerden çok kadınları etkilemektedir. Fakat 1970'lerden beri kadın istihdamı ve ödemeleri artmaktadır. Sonuç olarak, az gelişmiş ülkeler ile ticaret, ithalat yoğun sanayilerde liseyi terk edenlerin ücretlerini etkilese de bu, ücretlerdeki düşüşün küçük bir bölümünü açıklamaktadır [12].

Ticaret ve ücretler arasındaki ilişkiye yönelik bir çalışma da Japonya için yapılmıştır. Japonya'nın gelişen ülkeler ile ticareti 1980'li yıllardan beri artmıştır. Japonya için sonuçlar da teorinin öngördüğü şekildedir: 1980-1990 yılları arasında artan ithalat 525.000 (toplam istihdamın % 4.7 si) kişinin istihdamının azalmasına neden olmuştur. Faktör fiyatları üzerinde ticaretin etkisi ise üretimde çalışmayan işçilerin üretimde çalışan işçilerin ücretlerine oranındaki değişim ise % 2.4 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar ticaretin hem istihdam hem de faktör fiyatları üzerindeki etkisinin küçük olduğunu göstermektedir [13].

Ticaret ve ücretler arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik 1984-1991 yıllarını kapsayan bir çalışma Messerlin tarafından Fransa için yapılmıştır. Messerlin, çalışmasında ihracat ve ithalata rakip sanayilerdeki ücretlerin artış oranı arasındaki farklılığı ölçer. Messerlin'in sonucuna göre, ihracat ve ithalata rakip sektörde çalışan vasıflı işgücü ücretleri arasındaki fark, 36-45 yaş ve 46-55 yaş arası çalışan müdürlerde yaşanmıştır. 36-45 yaş arası ithal rekabeti ile karşılaşan ve ihracat sektörlerinde çalışan müdürler arasındaki ücret farklılığı % 15.8 artarken, 46-55 yaş arası müdürler arasındaki farklılık % 15.0 artmıştır. Düşük seviyeli personel ve işçiler arasındaki ücret farklılığı 36-45 yaş arasında % 1.5 artmıştır. Sonuç olarak Messerlin, Fransa'da ithalata rakip kesimde çalışan müdürler ile ihracat kesiminde çalışan müdürlerde yaşanmıştır. Belirtilen iki sektörde çalışan düşük seviyeli personel ile işçiler arasındaki ücret farklılığındaki artış çok küçüktür. Bu nedenle Messerlin, Fransa'da ticaretin ücret farklılığındaki etkisini önemsiz bulmuştur. Ona göre işgücü piyasasının nitelikleri ücret farklılığının sebebidir [14].

Gelişmiş ülkelerde ticaret ve ücret konusunda yapılan çalışmalar sonucunda ticaretin ücret eşitsizliği üzerindeki etkisinin önemsiz bulunması araştırmacıları diğer faktörlerin etkisini araştırmaya itmiştir. Bu faktörler de dört başlık etrafında toparlanabilir : Teknolojik değişim, sermaye hareketliliği, işgücü hareketliliği ve sendikalar.

IV.1. Teknolojik Değişim ve Ücretler

Teknoloji transferi, üretkenliği artırarak faktör fiyatlarını teknolojinin doğasına bağlı olan bir etki ile artırabilmekte ve ücretleri etkileyebilmektedir. Teknoloji, sermaye ve işgücünün verimliliğinin artmasına yönelik olabilir. Genellikle, ülkeler arasında yayılan teknoloji ve üretim tekniklerinin sonucu olarak ücretlerin eşitlenmesi

beklenebilir. Artan ticaret, yenilik yapmaya ve teknolojinin yayılmasına katkı sağlamakta ve böylece ücretleri dolaylı olarak etkilemektedir.

Brauer ve Hickok tarafından Amerika üzerine yapılan bir çalışmaya göre, 25-35 yaş arası tam gün (1 yıl) çalışan ve lise diplomasına sahip olanların, 4 yıllık mezunlara göre yıllık gelirleri oranı, 1979'da % 88 iken, 1989'da % 68'lere düşmüştür. 12 yıldan daha az okuyanların, kolej mezunlarına göre gelirleri oranı ise aynı dönem itibarıyla % 72'den % 54'e düşmüştür. 1979-89 arası kolej mezunları ve tam gün çalışan üretim işçileri için ortalama yıllık ücret ve maaş geliri % 2.1 düşerken, lise diplomalarının düşüş oranı % 11.3 olmuştur. Aynı şekilde, beyaz yakalıların reel gelirleri % 7 artarken, mavi yakalıların ücretleri %2 düşmüştür. Brauer ve Hickok, ücretler üzerinde ticaretin etkisinin belirsiz, buna karşılık teknolojinin etkisini güçlü olduğunu ifade etmişlerdir. Brauer ve Hickok ayrıca, Bartel ve Lichtenberg'in yaptığı çalışmaya atıfta bulunarak, yeni bir teknolojinin transfer edilmesinin, düşük vasıflı işçiden ziyade yüksek vasıflı işçiye olan talebi artırdığını ifade etmiştir. Ayrıca Berman, Bound ve Griliches'de, 1980'lerde vasıflı işçi talebindeki artışı, bilgisayarların devreye girmesi ve AR-GE ile ilişkilendirerek, teknolojinin savunusunu güçlendirmişlerdir [15].

Bhagwati de 1980'ler için, ticaretin vasıfsız işçilerin ücretlerini düşürdüğü konusundaki açıklamaları zayıf bulmuştur. Bhagwati'ye göre bunun esas sebebi, vasıfsız işçileri dolaylı ya da dolaysız olarak etkileyen teknolojik değişimlerdir. Bir kere, 1980'lerde tekstil, ayakkabı gibi sanayilerde işgücü yoğun malların fiyatlarının düşmemesinin sebebi gönüllü ihraç sınırlamalarıdır. Gönüllü ihraç sınırlamaları sonucunda gelişmiş ülkeye, gelişen ülkelerden belirli sayıda ucuz mal girmektedir. Bu sayının üstünde giren mal için gümrük vergisi uygulanmaktadır. Bu durum, ithal fiyatlarının yükselmesine neden olmaktadır. Yüksek ithal fiyatları, ulusal fiyatları düşüremez. Dolayısıyla da vasıfsız işçinin ücretinin düşmesi söz konusu olamaz [16].

Krugman'a göre de ticaret, ücret eşitsizliğinin nedeni değildir. Krugman'a göre, uluslararası ticaret, artan ücret eşitsizliğinin ana sebebi olsaydı, pek çok sanayide vasıflı/vasıfsız işçi oranının düşmesi gerekirdi. Ayrıca istihdamın, vasıf yoğun sanayilerde, vasıfsız işgücünü istihdam eden sanayilerden daha fazla artması gerekirdi. Oysaki, 1979-1989 arasında, beyaz yakalı işçilere yapılan ödemeler artarken, mavi yakalıların yapılan ödemeler düşmüştür. Bunun da ötesinde vasıf yoğun sanayiler, mavi yakalıların fazla olduğu yerlerden daha hızlı gelişme göstermiştir. Bu nedenlerle artan ücret açıklarının ana nedeni uluslararası ticaret olamaz. Bunun nedeni, teknolojik değişim, özellikle bilgisayarların kullanımınıdır [17].

Bilgisayarların ücret yapısını nasıl değiştirdiğine yönelik bir araştırma da Krueger'den gelmektedir. Krueger, ABD'de 1984-1989 arasında geçerli nüfus araştırma verilerini kullanarak, işyerinde bilgisayar kullanan işçilerin, bilgisayar kullanmayan diğer işçilere göre daha yüksek ücret kazanıp kazanmadıklarını incelemiştir. Krueger, araştırması sonucunda, bilgisayar kullanan işçilerin, bilgisayar kullanmayan işçilere oranla % 10-15 daha fazla kazandığını bulmuştur. Ayrıca, bilgisayar kullanımının artması, eğitime geri dönüş oranında 1/3 ile 1/4 arasında bir artışa neden olmuştur. Krueger, sonuçlarının ücret yapısındaki tüm değişimleri açıklamada teknolojik değişimin yeterli olamayacağını ama yine de önemli bir katkısının olduğunu belirtmiştir [18].

Vasıflı-vasıfsız ücret eşitsizliğindeki artışın ticarete bağlı olmadığı ifade eden Thurow, 1996 yılında ABD'nin yayınladığı mali raporunda erkek kolej mezunları ile lise mezunları arasındaki ücret farkının genişlediğini ve kolej mezunlarının istihdamının arttığını ifade edildiğini söylemiştir. Ayrıca raporda vasıflı işgücü istihdamını artıran bir teknolojik değişime yaşandığı ifade edilmiştir. Thurow, dünya ticaretinin artmasının, vasıfsız işgücü kullanımında bir değişime neden olduğunu, ancak aynı zamanda her ülkede vasıflı işçi talebinde de bir artış yaşandığını ifade etmektedir. Erkek kolej ve lise mezunlarının ücret farklılıkları artmakla birlikte her iki grubun da reel ücreti düşmüştür. Lise mezunlarının ücreti, kolej mezunlarından daha hızlı düşmüştür. Dolayısıyla buradaki değişimde vasıf yoğun teknik gelişim, vasıflı-vasıfsız arasındaki ücret açığını artırmış ve vasıflının ücretini de düşürmüştür. Thurow aynı zamanda teknik değişimin tek sebep olmadığını da ekler. Teknik değişim, ücret farklılıklarında II. Dünya savaşından 1970'lere kadar olan dönem için etkili olmuştur. Çünkü bu dönemlerde verimlilik 4 kat artmıştır. (yılda % 3.2) Son on yıldır ise verimlilik artışı 0.8'dir. Dolayısıyla ücret eşitsizliği bu dönemde artarken, teknolojik değişim yavaşlamaktadır. Ekonomik ve teknolojik değişim az, ücret eşitsizliğindeki değişim daha büyüktür. Bu yüzden, vasıf yoğun teknik değişim tek kanıt olamaz. Sadece, teknik değişim de tek başına ücret açığını artıramaz [19].

IV.2. Sermaye Hareketliliği ve Ücretler

Gelişmiş ülkelerde ücret eşitsizliğinin bir diğer açıklaması artan sermaye hareketliliğidir. İşgücü maliyetlerinin bazı ülkelerde düşük olması sermaye hareketliliğinin en önemli nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Çokuluslu şirketler üretimlerinin emek yoğun bölümünü ücretlerin düşük olduğu ülkelere kaydırarak işgücü maliyetlerini düşürmeye çalışmaktadır. Bunun bir sonucu olarak ücretlerin düşük olduğu ülkelerde üretilen malların, vasıfsız işçi ücretlerinin yüksek olduğu ülkelere ithal edilmesi, bu ülkelerde ücretlerin düşmesine yol açarak ücret eşitsizliklerini artırdığı ileri sürülmektedir.

Sermaye akışları nispi faktör fiyatlarını etkileyen işgücüne oranla, sermaye stokunu değiştirir. Sınırlar arasında sermaye akışının hacmi, 1970'lerden beri artmıştır ve bu artış uluslararası ticaretin artışından daha fazla olmuştur. IMF'e göre, pek çok sanayileşmiş ekonomide sınırlararası finansal akışlar, 1980'de, GSYİH'nın % 10'undan daha az iken, 1992'de GSYİH'nın % 100'ünü aşmıştır. Bu durum sanayi ekonomilerinden yoğun sermaye akışlarının ücretleri düşürdüğünü ortaya çıkarmaktadır. Çokuluslu firmaların kurulması ve deniz aşırı ortaklıkların büyümesi bu duruma neden olmuştur.

Slaughter, dış kaynaktan yararlanma sürecinin sanayiler içinde vasıflı işgücü talebine yönelik bir değişime neden olduğunu ve bu durumun pek çok Amerikan sanayii için geçerli olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, Slaughter dış kaynaktan yararlanmanın 1980'lerde Amerikan'ın gelir eşitsizliğine etkisinin zayıf olduğunu ifade etmektedir. Fennstra ve Hanson, dış kaynak kullanımının etkisini incelemişler ve ithal edilmiş ara mal ithalatının artmasının vasıfsız üretim işçilerinin ücretlerinin payında % 15-33 arasında bir düşmeye yol açtığını bulmuşlardır. Bununla birlikte, bu ithalatın sadece 1/3'ünün gelişen ülkelere kaynaklandığını ve bu sebeple, düşük ücretli ülkelerdeki dış kaynaktan yararlanmanın etkisinin muhtemelen oldukça küçük olduğunu söylemek mümkündür. Ticari akışların ve sermaye hareketlerinin toplam etkisinin işgücü talebinde teknolojinin yarattığı değişimlerle açıklanan eşitsizlikteki paydan daha küçük olduğu görülmektedir. Amerika dışındaki ülkelerin bazılarında da ücretler üzerinde sermaye hareketlerinin etkisinin hemen hemen aynı olduğu anlaşılmaktadır [5].

Bhagwati ve Dehejia, piyasaların uluslararasılaşması, küresel üretimde çokuluslu şirketlerin rolü, dünya sermaye piyasalarının birleşmesi ve üretim bilgisinin OECD ülkeleri içinde yayılmasının, OECD ülkeleri içinde karşılaştırmalı üstünlüğü daralttığını söylemişlerdir. Bu yüzden, küreselleşme ithalata rakip sanayilerin karşılaştırmalı üstünlüğünün azalmasına ve sık sık değişen bir karşılaştırmalı üstünlüğün oluşmasına neden olmuştur. Bu durum, işgücü devrine ve friksiyonel işsizliğe yol açmaktadır. Ayrıca, işgücü devrinin artması ve vasıf birikiminin yetersiz olması, gelirlerin artışını durgunlaştırmaktadır. Bu faktörler aynı zamanda, ücret farklılıklarındaki değişimi de açıklamaktadır. Bhagwati ve Dehejia, vasıflı işçilerin, vasıfsız işçilere göre, bir işe girebilme yeteneklerinin daha fazla olmasının da burada rolü olabileceğinin unutulmaması gerektiğini de ifade etmişlerdir [16].

IV.3. İşgücü Hareketliliği ve Ücretler

Uluslararası işgücü akımlarının işçi ithal eden ülke üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olabilmektedir. İşçi ithal eden ülkeler genellikle sermaye ve doğal kaynaklar

bakımından zengin, işgücü bakımından fakir ülkelerdir. Dışarıdan emek ithali, işgücü darboğazının aşılmasını sağlayarak sermayenin tam kapasite ile çalışmasını ve ekonomik refahın yükselmesini sağlarlar. Örneğin İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Batı Avrupa ülkelerinin yabancı işçi ithal etmeleri bu ülkelerin kalkınmalarında etkili olmuştur. Buna karşılık işçi ithal eden ülkelerde göç, ücretlerin yükselmesini önleyerek rekabet şansını artırmaktadır. Bu ülkelerin ihracat şansı artsa da ücretlerin düşmesi sosyal huzursuzluklara sebep olabilmekte ve işçi sendikaların tepkilerine maruz kalılabilmektedir.

Göçe ilişkin bir araştırma Borjas, Freeman ve Katz tarafından yapılmıştır. Bu akademisyenlere göre, 1970-1996 arası ABD'ye 15 milyon göçmen gelmiştir. Bu dönemde özellikle gelişen ülkelerden gelen göçmenler artmıştır. Ulusal işgücü piyasaları üzerinde göçmenlerin etkisi, göçmenler ve yerli vatandaşlar arasındaki vasıf dağılımına bağlıdır. Eğer göçmenlerin vasıf dağılımı eşitse göç, vasıflı arzını etkilemez ve böylece ücret yapısını değiştirmez. Buna karşılık eğer, göçmenler, yerli vatandaşlardan daha az vasıflı ise göç, vasıflı işçilere yönelik gelir dağılımını değiştirecektir. ABD'de göçmenlerin çoğu 9 yıldan az okumuşlardır, fakat bazıları da 16 yıldan fazla okumuştur. Sonuçta düşük eğitimli göçmenler, ücretlerin düşmesine neden olacaktır. Bu göçmenlerde hizmet işleri, ev işleri, tarım ve perakende ticaret gibi düşük vasıflı mesleklerde yoğunlaşmışlardır. Sonuç olarak, göç, liseden ayrılanlar üzerinde daha büyük etkiye sahiptir. Göçün, kolej ve lise mezunlarını ücret farklılıkları üzerindeki etkisi ılımlıdır. Bu etki her ikisinde de % 10'u geçmemektedir. Dolayısıyla diğer faktörlerin – vasıf temelli teknolojik değişimin hızlanması ve işgücü piyasasındaki kurumsal değişiklikler – ücret farklılıklarında etkisi olabilmektedir [12].

Slaughter ve Swagel yaptıkları değerlendirmede ülkelerarası işgücü hareketliliğinin ücretleri etkileyeceğini ifade ederler. Çalışmalarında Borjas, Freeman ve Katz'ın çalışmasını örnek gösterirler. Borjas, Freeman ve Katz, Amerika'da ücret eşitsizliğindeki artışın 1/3'üne, 1980'lerde artan işçi göçünün neden olduğunu tahmin etmektedirler. Bu tahmin, ithalatın etkisinden iki ya da üç kez daha fazladır. Son yıllarda pek çok Avrupa ülkesi hem içeriye hem dışarıya, Amerika'dan daha fazla işgücü akışlarıyla karşılaşmıştır. Avrupa'daki göçmenler Amerika'daki gibi ücretlerdeki düşüşe değil, işsizliğin artmasına yol açtıklarından dolayı sorumlu tutulmuşlardır. Zimmerman, Almanya'da, göçün ücret ve işsizlik üzerinde önemli derecede etkisini bulmuştur. Göç, mavi yakalılar olumsuz etkilerken beyaz yakalılar olumlu etkilemiştir. Avrupa'da bu gelişmeler daha yavaş iken, ABD'de daha hızlı olmuştur. Bunun nedeni Avrupa işgücü piyasasındaki katılıklardır. İthal rekabeti ve göç gibi değişimlere uyma hızının sınırlı olması, bu gelişmelerin etkisinin ortaya çıkması Amerika'dan daha uzun olmaktadır. Friedberg, Eski Sovyetler Birliği'nden İsrail'e göçün, İsrail'de ücretlerin yapısını etkilemediğini

bulmuştur. Çünkü göçmenlerin çoğu, bilim adamları ve mühendisler gibi yüksek vasıflı çalışanlardır. Bu kişilerin ücretleri de İsraili yüksek vasıflı işçilerin ücretlerinden düşük olmuştur. Bu yüzden göç, İsraili yüksek vasıflı işçilerin ücretleri üzerinde baskı yaratmamıştır [5].

IV.4. Sendikalar ve Ücretler

Sanayileşmiş ülkelerde, ücretlerin düşmesinde ya da azalmasında sermayenin artan toplu sözleşme gücü Paus ve Robinson'un makalesinde vurgulanmaktadır. Örneğin, Paus ve Robinson, Mishel'in yaptığı araştırmaya dayanarak Corporate America'nın artan ulusal ve global rekabete işgücü maliyetlerini azaltarak cevap verdiğini ifade etmişlerdir. Benzer şekilde, Shaiken ve Faux'un sermayenin işgücü karşısında yeni bir güç elde ettiğini vurgulamaktadırlar. Paus ve Robinson'a göre, özellikle bu tür tartışmalar gelişen ülkelerde daha fazla yaşanmaktadır. Küreselleşme, yoğun rekabetçi baskılar ve yabancı doğrudan yatırımı çekmek için gelişen ülkeler arasında rekabetin artması, hükümetlerin sendikalara daha fazla baskı yapmasına neden olmaktadır [20].

Akademisyenlerin bir kısmı sendikalaşmadaki azalma gibi kurumsal bir faktörün vasıflı-vasıfsız işçiler arasında ücret eşitsizliğinin artmasına neden olduğunu vurgulamışlardır. Bu akademisyenlere göre, sendika üyeleri, sendika tarafından temsil edilmeyen, işçilere oranla % 15-25 arasında daha fazla prim almaktaydılar. Bu primden yararlananların çoğu da lise eğitimli ve liseden daha az eğitimli olan işçilerdi. Blackburn, Bloom ve Freeman, 1980'lerde erkek işçiler arasındaki ücret farklılıklarındaki artışın yaklaşık % 20'sinin sendikalaşmadaki düşüşten kaynaklandığını bulmuşlardır [15].

Rodrik, Freeman'ın, 1996 yılında yaptığı bir çalışma sonucunda, ABD'deki ücret eşitsizliği artışının yaklaşık beşte birinin sendikalaşmadaki gerilemeden kaynaklandığı tahmininde bulunduğunu ifade etmektedir [6].

Ücret eşitsizliği üzerinde sendikaların etkisinin güçlü olmadığı Bhagwati tarafından vurgulanır. Bhagwati, 1980'lerde Amerika'daki sendikalaşmış sektörlerin, (özellikle otomobil ve çelik gibi), anti-damping vergisi uyguladığını, gönüllü ihracat sınırlaması ve düzenli pazarlama anlaşmaları yapmakta olduğunu ve bu nedenle de dış rekabete karşı yeterince güçlü olduğunu söylemiştir. Dolayısıyla dış rekabete karşı, sendikalar tarafından yapılan bu politik baskıların vasıfsız işçi ücretlerini etkilemesi söz konusu değildir. Ayrıca, sendikaların elindeki bu güçler, ücretlerin düşmesini engellemektedir. Bu yüzden ticarete konu olan sendikalaşmış sektörlerin, ticaretten etkilenmesi mümkün olmaz. Buna karşılık Bhagwati, küresel bir ekonomi içinde işverenlerin toplu pazarlık güçlerinin arttığını da sözlerine ilave etmiştir. Çünkü işverenler istedikleri

takdirde üretimlerini başka bir yere kaydırabilmektedirler. İşverenler, üretimlerini kaydırma suretiyle vasıfsız işçileri tehdit etmekte ve böylelikle vasıfsız işçilerin gelirleri üzerinde baskı yaratabilmektedirler [16].

V. GELİŞEN ÜLKELERDE ULUSLARARASI TİCARET VE ÜCRET İLİŞKİSİ

Gelişen ülkelerde uluslararası ticaret ve sermaye akımlarının artması ekonomilerin dışa açılma sürecini de artırmıştır. Yapılan ihracat, gelişen ülkelerin üretim kapasitesini artırarak işgücüne talebi artırmaktadır. Buna karşılık ithalat ise tarifelerin azalması ile birlikte üreticilerin ülkelerinde büyük bir rekabet ile karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Bunun sonucunda da ithal rekabeti ile karşı karşıya kalan sektörler işgücünü azaltma yoluna gidebilmektedirler.

Literatürde dışa açıklığın ücretler üzerindeki etkisi bakımından yapılan açıklamalar arasında belirgin farklılıklar söz konusudur. Özellikle ticaretin serbestleştirilmesinin ücretler üzerinde, sermayenin serbestleştirilmesinden daha etkili olduğu söylenmektedir. Ticaret ekonomisyenleri ticaret ile birlikte artan dışa açıklığın gelişen ülkelerin reel ücretleri üzerinde pozitif bir etkiye sahip olacağını dolayısıyla işgücüne talebin artacağını vurgulamaktadırlar. İşgücü talebinin artışına yönelik teorik temel, karşılaştırmalı üstünlük modelleri ya da büyüme-muhasebesi modelleri ile kurulmaktadır. Karşılaştırmalı üstünlük modeline göre, gelişen ülkeler nispi olarak kendilerinde bol bulunan faktörlerin kullandığı malların üretiminde uzmanlaşırlar. Buna göre gelişen ülkeler işgücü donatımı bol olan ülkelerdir. İşgücünün yoğun olarak kullandığı malları üretip bu malların ihracatını yaparlar. İhracatın artması işgücüne talebini artırarak işgücünün reel ücretinin yükselmesini sağlar. Büyüme muhasebesi modelleri de ihracatın payındaki bir artışın çıktının gelişimini artıracığı ve böylece daha yüksek işgücü talebine ve ücretlerin yükselmesine yol açacağını savunmaktadır. Ek olarak, dünya piyasalarına önemli müdahaleler ve baskılar, ihracat sektöründe doğrudan ve dünyanın geri kalanı üzerinde pozitif dışsallıklar ile verimliliğe bağlı gelişimi desteklemektedir. Ayrıca, yüksek verimlilik yüksek ücret anlamına gelmektedir. İhracatın payındaki gelişim ile ekonomik büyüme arasındaki doğrudan ilişki çalışan akademisyenler, ihracatın büyümesinin ekonomik büyümeyi dolaylı olarak döviz kurlarının, yatırım için gerekli makine ve ara mal ithaline yol açması ile teşvik edeceğini vurgulamaktadırlar. Bu durumda ihracatın gelişmesine nazaran yatırıma bağlı büyüme, işgücü talebini artıracak ve böylece ücretler yükselecektir.

Politik ekonomistler ise, gelişen ülkelerde dışa açıklığın artmasının reel ücret gelişiminde damping etkisi yaratacağını söylemektedirler. Bu ekonomistlere göre, işgücü piyasaları, uluslararası rekabet, fiyat disiplinini sağlayan güçler ve işgücünün toplu sözleşme gücü

üzerinde uluslararası piyasaların etkisi altındadır. Aynı zamanda ekonomistler, dışa açıklığın artması ile birlikte ücret gelişimi arasındaki negatif ilişkiyi, yirmi yüzyılın sonlarındaki dünya ekonomisinin doğası ile ilişkilendirerek, sanayileşmiş ülkelerde gelişimin düşmesi, ihracatı artan gelişen ülke sayısının artması ve üretimin küreselleşmesinin artmasının reel ücretler üzerindeki etkisinin önemini vurgulamaktadırlar [20].

Gelişen ülkelerin bir çoğunda ücret eşitsizliği artmaktadır. Bunun en açık kanıtı Şili'dir. Şili'de, Gini katsayısı 1970'de 0.45 iken, 1990'da 0.57'ye yükselmiştir. Şili'de eşitsizlik, yirmi yıl boyunca yaklaşık % 27 oranında artmıştır. Eşitsizlik artışındaki bir başka kanıt Meksika'dır. Meksika'nın Gini katsayısı 1984'te 0.43 iken, 1992'de 0.48 olmuştur. Ücret farklılığı, özellikle yüksek ve düşük vasıflılar için 1989-92 yılları arasında artmıştır. Meksika'nın 1984 yılından itibaren Gini katsayısı, 0.44'ten 0.52'ye yükselmiştir [21].

Ekonomist dergisine göre, vasıflı-vasıfsız işçiler arasındaki ücret farklılıkları artan bir başka ülke Tayland'dır. Örneğin, Tayland'daki vasıflı bir sanayi işçisi, 1995 yılında 7100\$ kazanır iken, vasıfsız işçi, vasıflı işçinin sadece dörtte birini kazanıyordu. Dergide ayrıca, Meksika'da da ücret eşitsizliğinin tarifelerin indirilmesinden sonra arttığı vurgulanarak, vasıflı işçi ile vasıfsız işçi arasındaki farklılığın 1987 ile 1993 arasında üç katına çıktığı ifade edilmiştir [22].

Benzer şekilde Şili ve Kosta Rika'da gelir eşitsizliği artmıştır [23]. Gindling ve Robbins, Şili'de 1974-90 yılları arasında üst gelir diliminde yer alan erkek işçilerin reel saat ücretleri, orta ve alt gelir diliminde yer alanların reel saat ücretlerine göre yaklaşık altı kat artmıştır. Kosta Rika'da da 1987-1995 yılları arasında yüksek gelir gruplarındaki erkek işçilerin reel saat ücreti, orta ve alt gelir dilimlerinde yer alanlara göre yaklaşık iki kat artmıştır.

Türkiye'de de ücret eşitsizliğindeki artış, Bayazıtöğlü - Ercan tarafından yapılan çalışmada gösterilmiştir. 1987-1995 dönemini inceleyen akademisyenler, imalat sanayiinde gruplar arasındaki ücret farklılıklarının arttığını bulmuşlardır. Yüksek ücretin orta ücrete oranı bu dönemde 1.23'ten 1.39'a çıkarken, yüksek ücretin düşük ücrete oranı 1.79'dan 2.3'e çıkmış, orta ücretin düşük ücrete oranı da 1.46'dan 1.65'e çıkmıştır [24].

Gelişen ülkeler üzerine dışa açıklığın reel ücretler üzerindeki etkisini ele alan 1973-90 yıllarını kapsayan bir çalışma Robinson ve Paus tarafından 1997 yılında yapılmıştır. Robinson ve Paus, 32 gelişen ülke üzerinde çalışmışlardır. Gelişen ülkelerde dışa açıklığın etkisini, 1973-1982 ve 1982-90 yılları olmak üzere iki kısımda incelemişlerdir. Yaptıkları çalışmada ücretler ile ihracat arasındaki ilişki 1973-90 arasında pozitifdir. Çalışmada,

1970'ler ve 1980'ler ayrı ayrı analiz edildiğinde ise, 1970'lerde ücretler ihracattaki büyüme ile ilişkili bulunmuştur. Benzer şekilde ekonomik büyüme ve yatırımlardaki büyüme bu yıllarda ücretlerle pozitif ilişkili iken döviz kurları ücretler ile negatif ilişkili bulunmuştur. Borç servisinin etkisi ise bu dönemde önemsiz bulunmuştur. Buna karşılık 1980'lerde ücretler ile ihracattaki büyüme arasındaki ilişki önemsiz bulunurken, ekonomik büyümenin ücretler üzerindeki etkisi önemli bulunmuştur. 1980'lerde, ücretler üzerinde yatırımdaki büyüme ve verimlilik gelişiminin etkisi önemsiz bulunmuştur. Borç servisi, bu dönemde etkili olmuş ve ücretleri negatif yönde etkilemiştir. Yazarlar, iki dönem arasındaki farklılığı ise şu şekilde açıklamaktadırlar: Ücretlerin 1980'lerde daha durgun, 1970'lerde ise yıllık gelişim oranının % 1.3 olması, rekabetçi baskıların artmasından ve borç krizine düşülmesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca, araştırmacılar, rekabetçi baskıların 1980'lerde dışa açıklık ile arttığını öne sürmüşlerdir. 1973'lerde dışa açıklık, ihracatın GSYİH'nin bir payı olarak % 12.6'sı iken, 1982'de % 14.8 olmuştur. Bu oran, 1980'lerde ihracatın payının hızla artmasıyla 1990'da % 20.1'e yükselmiştir. Aynı zamanda dünyada dışa açıklık ise 1973'de % 13.8 iken, 1990'da % 20'ye yükselmiştir. Sonuç olarak akademisyenler, dışa açıklığın artmasının dünyadaki rekabetçi baskıların arttığını gösterdiğini ve bu bağlamda ihracattaki büyümenin ücretler üzerinde uzun dönemde etkisinin olmayacağını ifade etmişlerdir [20].

Gelişen ülkeler üzerine bir çalışma da Meksika üzerine yapılmıştır. 1980'lerde vasıflı-vasıfsız işçiler arasındaki ücret açığı Meksika'da da artmış, akademisyenler, ücret eşitsizliğindeki artışı, 1985'te Meksika'nın ticari reformları ile ilişkili bulmuşlardır. 2354 imalat sanayi üzerinde yaptıkları araştırma sonucu, 1985'teki tarife indirimlerinin, düşük vasıflı sanayileri etkilediğini öne sürmüşlerdir. Meksika, 1985 yılında GATT'a üye olmasından itibaren üç yıl içinde ticari engellerini azaltmıştır. 1985'te ulusal ortalama tarife % 23 iken, 1987'de ulusal ortalama tarife % 11.8'e düşmüştür. 1984-90 arasında beyaz ve mavi yakalıların ortalama saatlik ücretlerinin oranı ise 1.93'ten 2.55'e çıkmıştır. Ortalama yıllık kazanç oranı da benzer bir değişim göstererek 1.91'den 2.47'ye çıkmıştır. Yine 1984-90 arasında, beyaz yakalıların ortalama saatlik ücreti % 13.4 artarken, mavi yakalıların ortalama saatlik ücreti % 14 düşmüştür [25].

Meksika üzerine son dönemde yapılan bir başka çalışma da Esquivel ve Rodriguez – Lopez'indir. Akademisyenler, 1988-1994 ve 1994-2000 dönemlerindeki vasıflı-vasıfsız işçilerin ücretleri üzerinde ticaretin ve teknik sürecin etkisini incelemiştir. Esquivel ve Rodriguez-Lopez, Stolper-Samuelson teorisindeki gibi, Meksika'da ticari liberalizasyonun 1988-1994 dönemi için ücret farklılıklarını azalttığını bulmuşlardır. Yani vasıfsız işçilerin ücretlerinde bir yükselme söz konusudur.

1994-2000 döneminde ise ticari liberalizasyonun etkisi nötr olmuştur. Akademisyenlere göre, Meksika'da ücret eşitsizliğindeki artışa teknolojik süreç neden olmuştur. Bu dönemde ayrıca teknolojik süreç, vasıfsız işçilerin reel ücretleri üzerinde negatif bir etkiye sahip olmuştur. Yazarların bulgularına göre, NAFTA (Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması) öncesi dönemde Meksika'daki ücret eşitsizliğindeki artıştan teknoloji sorumludur. NAFTA öncesinde ticari liberalizasyonun etkisi Meksika'nın vasıfsız işgücü bol bir ülke olduğu varsayımı altında Stolper-Samuelson tahmini ile aynı doğrultudadır. Teknolojik değişim olmadığı kabul edildiğinde ticari liberalizasyon Meksika'da her iki dönemde ücret farklılığı azalmaya yol açmıştır. Bununla birlikte birinci dönemde teknolojinin etkisi, ticari liberalizasyondan daha fazladır. NAFTA sonrasında ise ücret eşitsizliğindeki artışta ticari liberalizasyonun etkisi sıfır olup, ücret eşitsizliğindeki artışta teknoloji etkili olmuştur [26].

Ticaretin ücretler üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik Arjantin için yapılan bir çalışmaya göre de ticari liberalizasyon Arjantin'de ücretler üzerinde etkili olmuştur. Arjantin 1990'ların başlarından itibaren ticaretini serbestleştirmeye başlamıştır. Ücret primi, 1980'li yıllarda kolej mezunları için azalırken, 1990'lı yıllarda artmıştır. Bu kanıt, ticari açıklığın ücretler üzerinde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Arjantin'de ithalatın artması ile kolejlilerin ücret primi arasında pozitif korelasyon bulunmuştur. Fakat buna rağmen Arjantin'deki ticari liberalizasyon, pek çok gelişmiş ülkedeki gibi ücret eşitsizliğinin küçük bir bölümünü açıklamaktadır. Özellikle imalat sanayi sektöründe ticari liberalizasyondan kaynaklanan vasıflı ücret primindeki doğrudan artış yaklaşık % 8'dir. Bu artış aynı dönemdeki vasıflı ücret primindeki artışın sadece % 15'idir. Akademisyenlere göre bu sonuçlar, ticari liberalizasyonun eşitsizlikteki bir artışta rol oynadığını kanıtlamasına rağmen, Arjantin'de 1990'lı yıllarda görülen ücret eşitsizliğindeki artışın ana sebebi olmayacaktır [27].

Santis, 1990'lı yıllarda Türkiye'de ticari liberalizasyonun etkisini ölçen bir çalışma yapmıştır. Çalışma daha çok kentsel ve kırsal gelir eşitsizliği üzerine odaklanmıştır. Santis'in çalışması sonucunda ticari liberalizasyonun gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi Stolper-Samuelson teoremi ile aynı doğrultudadır. Hem kentsel kesimde hem de kırsal kesimde gelir eşitsizliği % 1.1 – 1.7 arasında azalmıştır. Santis, en fazla kırsal kesim ile kentsel kesim arasındaki gelir eşitsizliğinin azaldığını ifade eder. Kırsal kesim ile kentsel kesim arasındaki eşitsizlik yaklaşık % 8.9 - % 14.7 arasında azalmıştır. Santis, bunun nedenini de tarımdaki üretimin büyümesine bağlamaktadır [28].

Öte yandan, Türkiye'de ticari liberalizasyonun, özellikle tarıma yönelik ticari politikaların liberalizasyonun hane halkının gelir dağılımı üzerindeki

etkisi belli senaryolara göre ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmada tarifelerin ve ihracat sübvansiyonun etkileri incelenmiştir. Atıcı, tarafından gerçekleştirilen çalışmanın sonuçlarına göre hane halkı gelirleri yükselmiş ve özellikle yüksek gelirli hane halkının gelirinde bir artış yaşanmıştır. Liberalizasyon tarıma yönelik sanayiye ve şeker sektörüne olumlu etki yaparken, tütün sektörü liberalizasyondan olumsuz etkilenmiştir. Çalışmada hane halkı altı farklı gelir grubuna ayrılmıştır: Kırsal ve kentsel kesimdeki hane halkı düşük, orta ve yüksek gelirli olarak üçe ayrılmıştır. Faaliyet grupları da tarım, tarıma yönelik sanayi, şeker, tütün, imalat ve hizmetler olarak belirlenmiştir. Atıcı'nın yaptığı çalışmanın sonuçları ticaretin etkisi en fazla tütün sektöründe yaşanmıştır. Hane halkının gelirleri ise ticari liberalizasyonla birlikte artış göstermiştir. Hane halkı gelirleri % 4.25-4.81 arasında artmıştır. Atıcı, bu artışın nedenini faktör fiyatlarının artmasından ve özellikle girişimcinin gelirlerinin artmasından kaynaklandığını ifade etmektedir. Çünkü girişimcinin geliri hane halkı gelirinin bir kısmını oluşturmaktadır [29].

Ticarete bağlı dışa açıklığın artmasının reel ücretler üzerindeki pozitif etkisi Dünya Bankasının 1995 yılındaki bir çalışmasında da ortaya konmuştur. Buna göre imalat sanayiindeki reel ücretler 1970-90 arasında gelişen ülkelerde yıllık ortalama % 3 oranında artmıştır. Gelişen ülkelerde ihracatın payı da artmıştır. Öyle ki ihracatın payının hızlı geliştiği ülkelerde ise reel ücretler aynı oranda kalmıştır. Aynı zamanda, raporda işçi başına reel kazanımların gelişiminin ve ücretli istihdamının, yüksek koruma uygulayan gelişen ülkelerde ihracata yönelik ülkelere göre çok daha düşük olduğu vurgulanmıştır [20].

Gelişen ülkelerde ticaret ve ücret konusunda yapılan çalışmalar sonucunda ticaretin ücret eşitsizliği üzerindeki etkisinin önemsiz bulunması araştırmacıları diğer faktörlerin etkisini araştırmaya itmiştir. Bu faktörler de dört başlık etrafında toplanabilir : Teknolojik değişim, sermaye hareketliliği, işgücü hareketliliği ve sendikalar.

V.1 Teknolojik Değişim ve Ücretler

Son 20 yıldır teknolojik ilerlemeler üretimi giderek artan bir şekilde global hale getirmiştir. Şirketler, farklı ülkelerde üretimin farklı bölümlerini üretir hale gelmişlerdir. Zira üretimleri için gerekli girdilerin karşılaştırılmalı üstünlüğünü bu ülkelerde bulmuşlardır. Üretken sermayenin artan uluslararası hareketliliği işgücü piyasasının da global hale gelmesine neden olmuştur. Aynı zamanda işgücünün hareketi uluslararası alanda kendiliğinden azalmıştır. Böylece, ulusal düzeyde işgücünün toplu sözleşme gücü azalmıştır [20].

Carneiro ve Arbache, Brezilya'da ticari liberalizasyonun makro ekonomik değişkenler ve işgücü piyasası göstergeleri üzerindeki etkisini değerlendirmişlerdir.

Akademisyenler, ticari liberalizasyonun üretim artışına yol açarak ekonomik refahın gelişimine, fiyatların düşmesine ve işgücü talebinin yükselmesine katkı sağladığını ifade etmişlerdir. Ayrıca, ihracattaki bir artışın istihdam ve ücretlerde bir artışa yol açıp açmadığını araştıran akademisyenler, ticari liberalizasyonun ücret ve istihdam üzerinde sınırlı bir etkisi olduğunu bulmuşlardır. Yazarlara göre, ihracat düşük vasıflı işçilerin istihdam düzeyinde bir artış için yeterli olmamıştır. Carneiro ve Arbache, HOS modeline karşı olarak işgücü talebi üzerinde son teknolojik yeniliklerin güçlü bir etkiye sahip olduğunu savunur. Zira, HOS modeline göre, gelişen ülkelerde ücret eşitsizliği azalmalıydı. Azalmadığı için model, ücret eşitsizliğini açıklamada yetersizdir. Teknolojik modernizasyon süreci ve sermaye stokundaki artış vasıflı işçi talebinde pozitif bir etkiye yol açmakta bu da beşeri sermayenin getirisini artırmakta ve ücret farklılıklarını artmasına neden olmaktadır [30].

Gindling ve Robbins, Şili'de ücret eşitsizliklerinin nedenini yüksek eğitime verilen prime bağlamaktadır. Şili'de yüksek eğitilmiş işgücü talebinin artması, bu işçilerin ücretlerini yükseltme eğilimindedir. Yüksek eğitilmiş işçi talebinin artmasını, akademisyenler 1973'lerden itibaren ticari liberalizasyonun artmasına bağlamaktadır. Ancak, ücret eşitsizliğinin nedeni HOS teoremine değil, ticari liberalizasyon ile hızlanan vasıf yoğun teknolojinin artmasına bağlanmaktadır. Bu yüzden Şili'de ticari liberalizasyona bağlı teknik değişim ücret eşitsizliklerinin nedenidir [23].

Bir başka görüşe göre de ticaretin liberalizasyonu ve sermaye hareketliliği gelişmekte olan ülkelere uygun teknolojilerin gündeme gelmesini hızlandırıyor ve bu teknolojilerin kullanımı özel eğitilmiş işgücüne gereksinim duyuyorsa vasıflı işgücüne olan talep ücret farklılığının artmasına yol açacaktır ve hemen sonrasında teknolojiye, sermaye mallarının ithalatında hızlı bir artışa ve vasıf yoğun ürünlerin ihracatında hızlı bir büyümeye yol açması gerekecektir. Fakat en büyük açıklığın gözlemlendiği Latin Amerika'da bu açıklık yatırımlarda ve teknoloji transferinde göze çarpan artışlarla ilişkili değildir. Bölgede imalat sanayi yatırımları da, bu ülkelere doğru büyük sermaye akışına rağmen hızlı ticaret liberalizasyonu başladığından bu yana hareketsizdir. Latin Amerika ülkelerinde makine ve ekipman yatırımları 1980'lerin ilk dönemlerinden daha azdır. Aynı zamanda ücret farklılıklarında gözlenen vasıflı işgücüne doğru kayma, vasıf yoğun ürünlerin ihracatında önemli bir artışla birlikte gerçekleşmemiştir. Bazı durumlarda vasıflı işgücü talebi, vasıfsız işgücüne olan talebe oranla yatırımlarda sanayii geliştirecek ve ihracatı teknoloji yoğun ürünlere doğru kaydıracak ölçüde önemli olmayan bir artış göstermiştir. Düşük teknoloji ürünleri üreten endüstriler daha az eğitilmiş işgücünü, eğitilmiş işgücü ile değiştirmiştir [31].

V.2. Sermaye Hareketliliği ve Ücretler

1990'lı yıllar gelişmekte olan ülkelere doğru özel sermaye akışında hızlı bir artışın teşvik ettiği sermaye hesabının açılması yönünde zorlayan kararlı bir etkiye de tanıklık etmiştir. Sermaye akışının büyük bir kısmı kısa dönem arbitraj marjları ve spekülasyon sermaye kazançları peşindeki sıcak paradır. Menkul kıymet fiyatlarında, döviz kurlarında ve ticari dengelerde olumsuzluklar yaratabilecek, finansal krizlere neden olabilecek kapasitede akışkan oldukları ve geçici etki yapabileceği kanıtlanmıştır. Özellikle finansal patlama ve çöküşten çıkış eşlik ettiği ekonomik faaliyetlerdeki büyük hareketlerin gelişmekte olan ülkelere büyüme ve işgücü piyasalarının koşulları açısından geniş kapsamlı sonuçları olduğunu ortaya koymuştur. Finansal krizler istihdamın ve gelirlerin azalmasına yol açarak yoksulluğa ve eşitsizliğin artışına neden olmaktadır. 1998 yılında Doğu Asya ekonomilerinde günde bir dolardan az kazananların sayısının 65 milyon olduğu ve bunların 10 milyon kadarının kriz nedeniyle bu sınıra düştüğü tahmin edilmektedir. B ülkeler arasında yoksulluk en fazla Endonezya ve Güney Kore'de artmıştır [31].

Sermayenin uluslararası düzeyde hareket yeteneğinin artması, emeği etkilemekte, emeğin kullanımından tasarruf ederek, etkinlik ve verimlilik sağlamak istemektedir. Sermayenin hareketliliğinin en önemli nedenlerinden biri, işgücü maliyetini ucuzlatmaktadır. Uluslararası şirketler küresel çapta, büyük işletmeler ise ulusal çapta üretim faaliyetlerinin parçalara bölerek bunların bir bölümünü ucuz emek sunan ülkelere veya aynı ülke içindeki taşeronlara aktarmaktadırlar. Sermaye küresel rekabete uyum sağlayabilmek için işgücü maliyetlerini düşürmektedir [32]. Bu durum da işçi ücretleri üzerinde bir baskı oluşturmakta, özellikle vasıfsız işçi ücretlerinin düşmesinde rol oynamaktadır.

Doğrudan yabancı sermaye, gelişen ülkelere giderken kendisi için en önemli unsur olarak maliyetleri düşürmeyi dikkate almaktadır. Bu ise başta vasıflı işgücü dahil, tüm emeğin gerçek ücretlerin düşüklüğü, sosyal hakların kısıtlılığı ve doğayı koruma maliyetlerinin düşüklüğü ile mümkün olmaktadır. Bu durum hükümetleri doğrudan yatırımları çekebilmek için emek maliyetini düşürecek politikaları üstlenme baskısı altında bırakmaktadır [33]. Bunun sonucunda da işçi ücretleri düşmektedir.

Türkiye'de 1980 istikrar programı, sermaye hareketlerinin liberalizasyonunu sağlayarak, Türk lirasının konvertibilitesini mümkün kılmıştır. 29.12.1983 tarihinde yürürlüğe giren 28 Sayılı karar Türk Kambyo Rejiminin en önemli gelişmelerinden biri olmuştur. Daha sonraları 30 sayılı karara dönüştürülen ve 2.7.1984'te yayınlanan bu kararlar, kambyo rejiminin liberasyonuna ilişkin önemli adımlar atılmıştır. 32 Sayılı Karar ve bu kararda değişiklik yapan 25.12.1990 tarihli ek karar ile

daha ileri bir liberasyon sağlanmış, gerek konvertibiliteye geçiş gerekse sermaye hareketleri konusunda uygun bir ortam oluşturulmuştur [34].

Yentürk'e göre sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesinden sonra Türkiye'ye giren spekülasyon sermaye, TL'nin yabancı paralar karşısında reel olarak değer kazanmasına neden olmuştur. Reel döviz kuru, 1989 yılından itibaren azalmaya başlamış, TL dolar karşısında değer kazanmıştır. Böylelikle mark-up oranları da artırılabilmiştir. Kamu kesiminde yabancı sermaye girişine dayalı olarak edinilen fonlar nedeniyle ücretlerin artırılabilmesinin yanı sıra, özel kesimde aynı fonların TL'yi değerlendirmesi sonucu girdi maliyetleri düşmüş ve ücretler artırılabilmiştir. Bir anlamda spekülasyon sermaye girişi ücretlerin artırılmasında ikili yönden etkili olmuştur. Sıcak para girişine bağlı bir yükselmenin Latin Amerika ülkelerinde de görüldüğü Boratav, Türel ve Yentürk'ün yaptığı bir başka çalışmada da gözlenmiştir [35]

V.3. İşgücü Hareketliliği ve Ücretler

İşgücü akımları işçi gönderen ülke üzerinde de olumlu olumsuz etkiler yaratabilmektedir. İşçi gönderen ülkeler genellikle doğum oranları yüksek, sermaye ve doğal kaynakların kıt olduğu ülkelerdir. Bu ülkelerde işçi ihracı ülkenin işsizlik oranının azalmasına, iç tasarruflarının artmasına yardım ederken, ödemeler bilançosu üzerinde de olumlu etkiler yaratabilmektedir. İşçi ihrac eden ülkeler üzerinde göçün en olumsuz etkisi nitelikli işgücü kaybıdır. Nitelikli insan gücünün göçü bu kişiler için yapılan harcamaların boşa gitmesine neden olabilmektedir. Ayrıca, nitelikli insan gücü göçü kaynak ülkede ücretlerin nitelikli işçiler lehinde yükselmesine neden olarak ücret eşitsizliğinin artmasına neden olabilmektedir.

Bu bakımdan Freidberg'in İsrail üzerinde yaptığı bir çalışma önem taşır. 1990'lı yılların başlarında İsrail, Rusya'dan önemli oranda göç almıştır. Rusya'nın göç politikalarını serbestleştirilmesi pek çok Rus'un ülkeden ayrılmasına neden olmuştur. 1989 yılından 1996 yılına kadar 670 bin Rus İsrail'e göç etmiştir. Rusyalı göçmenler, İsrail'in toplam nüfusunun % 11'ini ve toplam işgücünün ise % 14'ünü oluşturmaktaydı. İsrail'e gelen göçmenler yüksek eğitimli idiler. Göçmenlerin yüksek eğitimli olmaları İsrail'in yüksek vasıflı işçilerin ücretleri üzerinde etkili olmuştur. İsraili yüksek vasıflı işçilerin ücretleri 1990-1996 yılları arasında yükselmeye devam etmiştir. Bu yüzden nitelikli göç, İsrail'de etkili değildir. Göçün İsrail'li işçilerin ücretleri üzerinde baskı yapmamasının en önemli nedeni vasıf temelli teknolojik değişimin yaşanıyor olmasıdır [36].

Saibal ve Kar, gelişen ülkelere ticari açıklığın vasıflı-vasıfsız işgücü üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Ampirik bulgularına göre orta gelirli ülkelerdeki vasıfsız işçilerin, ücretlerin artması durumunda göç oranı düşük

iken, düşük gelirli ülkelerdeki vasıfsız işçiler ücretlerin artması ile birlikte göç oranı yükselmektedir [37].

Mishra tarafından Meksika üzerine yapılan bir çalışmaya göre de göç Meksika'nın ücretleri üzerinde etkili olmuştur. Mishra, Meksika'dan Amerika'ya göçü, 1970-2000 yıllarını temel alarak incelemiş ve Meksika'da göçten dolayı ücret eşitsizliği artmıştır. Göç ile birlikte Meksika'nın vasıflı işçileri % 10 azalmış ve vasıflı işçi ücretleri % 4 artmıştır. Meksika'lı işçilerin Amerika'ya göçü ile Meksika'lı işçilerin ortalama ücretleri yaklaşık % 8 artmıştır. Ücretlerdeki en büyük artış yüksek gelir kazanan gruplarda yaşanmıştır. Artışın yüksek gruplarda yaşanmış olması ücret eşitsizliğinde göçün etkisi olduğunu göstermektedir. 1990-2000 yılları arasında göçün az eğitimlilerin nispi ücretlerindeki artışta etkisi % 37, kolej mezunlarının ücretlerindeki artışta etkisi % 14'tür. Meksika'nın göçten dolayı refah kaybı ise Meksika'nın 2000 GSYİH'sinin % 0.5'i kadardır. Meksika'daki işçilerin kazanımları 2000 yılı GSYİH'sinin % 5.9'un altında kalırken, sabit faktör sahiplerinin kaybı GSYİH'nin % 6.4'üdür [38].

Türkiye'de 1960'lı yıllardan itibaren işçi göndermeye başlamıştır. En fazla işçi gönderilen ülkeler Avrupa ülkeleri özellikle de Almanya'dır. Türkiye, ayrıca Suudi Arabistan, Irak, Libya ve Körfez ülkelerine işçi göndermiştir. DPT'nin sekizinci beş yıllık kalkınma planında 1995 yılı itibariyle yurtdışında yaşayan ve çalışan vatandaşların toplamı 4.692.161 iken 1999 yılı itibariyle 4.668.276 olduğu tespit edilmiştir [39]. Türkiye'den giden işçilerin genellikle hizmetler sektöründe istihdam edilmesi bu sektörlerde işsizlik oranının azalmasını sağladığı ve yine bu sektörlerdeki ücretler üzerindeki baskıyı azalttığı söylenebilir. Kesin bir şey söyleyebilmek için ekonometrik çalışmalara ihtiyaç vardır.

V.4. Sendikal Etkiler ve Ücretler

Üyelerinin mesleki ve ekonomik çıkarlarını korumayı amaçlayan sendikaların en temel amacı ücret ve gelir politikasına yönelik olmaktadır. 1980'li yıllardan itibaren sendikaların gücü azalmaya başlamış ve ekonomik krizler karşısında uygulanan politikalar, dış rekabet ve küreselleşme, işsizlik, teknolojik gelişmeler, gelişen ülkelerde sendikaların etkisinin zayıflamasına yol açmıştır. Bu da sendikaların gelişen ülkelerde ücretleri belirleme rollerinin azalmasına neden olmuştur. Sendikaların toplu pazarlık güçlerinin azalması, gelişen ülkelerde sendikaların gelir adaletsizliğinin en önemli nedenleri arasında sayılmasına yol açmıştır. Nitekim, Türkiye, Brezilya, Kosta Rika, Ekvator, Kenya, Malezya, Nijerya, Panama, Peru ve Filipinler gibi sendikalaşma düzeyinin en düşük olduğu ülkeler, aynı zamanda gelir dağılımının da en adaletsiz olduğu ülkeler arasında yer almaktadır.

Carneiro ve Arbache, Brezilya işgücü piyasaları üzerinde sendikaların etkisini incelemişlerdir. Brezilya'da sendikaların ücret farklılığına etkisi 1992 yılında % 11.3 iken, 1995 yılında % 6.7 olarak hesaplanmıştır. Akademisyenler, benzer şekilde dünya bankası tarafından 1995 yılında gerçekleştirilen bir çalışmada da Malezya ve Meksika gibi diğer gelişen ülkelerde de sendikaların katkısının % 10-20 arasında değiştiğini ifade etmişlerdir [40].

Her ne kadar sendikaların gücü son dönemlerde azalsa da, Kar ve Beladi, gelişen ülkeler üzerine yaptıkları bir çalışmada, sanayi kesiminde örgütlü vasıflı işçilerin ücret sözleşmeleri yapmalarının, vasıfsız işçi ücretinin oransal olarak vasıflı işçi ücretinden daha fazla artmasını sağladıklarını ifade etmişlerdir. Vasıfsız işçi ücretlerinin artması, vasıflı-vasıfsız ücret eşitsizliğinin azalmasını beraberinde getirmektedir [37].

Sönmez de, Türkiye'de 1980'li yıllarda sendikal hakların kısıtlanmasının sendikal özgürlüğü engellediğini ve bu durumun gelir adaletsizliğinin en önemli nedenleri arasında sayılabileceğini ifade etmiştir [41].

VI. TÜRKİYE'DE ULUSLARARASI TİCARET VE ÜCRET İLİŞKİSİ: TÜRK TEKSTİL VE GİYİM SEKTÖRÜ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

VI.1. Türkiye'de Uluslararası Ticaret ve Tekstil-Giyim Sektöründeki Gelişmeler

Türkiye ekonomisi, 1980'li yıllarda önemli bir dönüşüm süreci başlatarak, dışarıya açılmaya başlamıştır. Bu dönemden itibaren ithal ikameci sanayileşme politikaları terk edilerek, ihracata yönelik bir sanayileşme stratejisi benimsenmiştir. Bu dönemin özelliği devletin rolünün azaltılması ve ekonominin dışarıya açılması olarak nitelendirilmektedir. Türkiye 1981 yılına kadar ithalatını tarifeler, tarife benzeri önlemler, ithal yasakları, kotalar ve döviz kontrolleri gibi ticareti kısıtlayan önlemlerle kontrol etmekteydi. İthal programları sistemi 1958 yılında oluşturulmuş ve üç tür ithal edilebilir mallar listesi yapılmıştır: Liste 1, Liste 2 ve Kota Listesi. Bu liste dışında yer alan malların ithalatı yasaklanmıştır. Genel olarak hammadde ve ara mallara düşük tarife oranı uygulanmıştır. Düşük tarife uygulanan malların üretimi ülkede gerçekleşmezken, ülkede üretimi gerçekleşen bitmiş malların tarife oranı yüksek ve ulusal üretim geniş bir kota sistemi tarafından korunmuştur. Ekonominin dışa açılımı ile birlikte dış ticarete, döviz kuru politikalarında ve finansal piyasalarda bir dizi reform başlatılmıştır: Miktar sınırlamaları azaltılmış, ithalat işlemleri basitleştirilmiş, damga vergisi düşürülmüştür. 1983 yılından itibaren de tarife ve tarife dışı önlemler azaltılmaya başlanmıştır [42].

Tekstil ve giyim sektörünün dış ticaretinde yaşanan gelişmeler ise Çok Elyafıllar sözleşmesinden önceki-sonraki dönem ve Dünya Ticaret Örgütü dönemi olarak iki kısımda incelenebilir:Çok elyafıllar sözleşmesi dönemi, uluslararası ticaretin sınırlandırılmaya çalışıldığı ve sektördeki korumanın arttığı bir dönem olarak nitelendirilmektedir. Miktar kısıtlamalarının artması, tüketici fiyatlarının yükselmesine neden olarak bu ülkelerin yaptığı harcamaların artmasına yol açmıştır. Hatta Dünya Bankası ve OECD tarafından yapılan araştırmalarda, gelişmekte olan ülkelerdeki işsizliğin bir nedeni olarak bu artan ithalat harcamaları gösterilmiştir. Tekstil ve konfeksiyon ürünleri ticaretine getirilen kısıtlamalar, *Kısa Dönem Pamuklu Sözleşmesi -1961*, *Uzun Dönem Pamuklu Sözleşmesi -1962* ve *Çok Elyafıllar Sözleşmesi -1974 - 1994* 'ne dayanmaktadır. Bu sözleşmeler ile tekstil ve ürünleri ticareti, GATT normlarının dışında tutulmuştur [43]. Dünya Ticaret Örgütü Kuruluş Anlaşması ekinde, tekstil ve konfeksiyon sektörünü düzenleyen, Tekstil ve Giyim Anlaşması yer almıştır. Dünya Ticaret Örgütü Tekstil ve Giyim Eşyası Anlaşması, 1.1.1995 tarihinde yürürlüğe girerek 10 yıllık geçiş dönemi içerisinde, mevcut miktar kısıtlamalarının kademeli bir şekilde azaltılması, kaldırılması ve de bu kapsamdaki ürünlerin GATT 1994'e entegre edilmesi şeklindeki kuralların hayata geçirilmesi ön görülmektedir. Tekstil ve konfeksiyon sektörünün Dünya Ticaret Örgütü'ne entegrasyonunun dört aşamada gerçekleştirilmesi öngörülmüştür [44].

Ülkemizde hazır giyim sektörü, dünya ticaretinden aldığı payı on yılda on kat artırmayı başararak, 1980'de Dünya Konfeksiyon Ticaretinden % 0.3 pay alırken, 1988'de payını % 2.7'ye çıkartmıştır. Sektör 1989 yılında tekstil ve hazır giyim net ihracatçıları sıralamasında dünyada İtalya, Güney Kore, Tayvan, Çin ve Hong Kong'u takiben altıncı, Avrupa'da ise İtalya'yı takiben ikinci konuma ulaşmıştır. Bu başarı, tekstil ihracatından ziyade hazır giyim ihracatından kaynaklanmaktadır. Bu açıdan hazır giyim sektörü, tekstil sanayiinin de itici gücünü oluşturmuştur. 1980'den 1988'e konfeksiyon üretimi yaklaşık 120 bin tondan, 366 bin tona, iplik üretimi 345 bin tondan 760 bin tona ve kumaş üretimi de 273 bin tondan 549 bin tona yükselmiştir. Tekstil sektöründeki bu üretim artışının nedeni konfeksiyon ihracatındaki artıştır. Tekstil sanayiinde yatırım artışı gözlenirse de, üretim artışı büyük ölçüde kapasite kullanımındaki artışlarla sağlanabilmiştir [45].

Türkiye'nin yıllar itibariyle hem toplam ihracatı hem de tekstil ve konfeksiyon ihracatı artmıştır. Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatı 1980 yılında 1 milyar doları bile bulmazken, 2004 yılında tekstil ve konfeksiyon ihracatı 17.5 milyar dolar olmuştur. Tekstil ve konfeksiyon sektörü ihracatı dolar bazında 17.5 kat artarak Türkiye'nin itici sektörlerinden biri haline gelmiştir. Tekstil ve konfeksiyon sektörü için önemli bir gösterge de tekstil ve konfeksiyon sektörünün toplam

ihracat içindeki payıdır. Tekstil ve konfeksiyon sektörünün toplam ihracat içindeki payı 1980 yılında % 26.7 iken, 2004 yılında % 28'e çıkmıştır. Tekstil ve konfeksiyon sektörünün toplam ihracat içindeki payının yüksekliği sektörün Türk ekonomisi içindeki önemini göstermektedir [46].

VI.2. Tekstil ve Giyim Sektöründe Uluslararası Ticaretin Ücretlere Etkisinin Ekonometrik Analizi

Uluslararası ticaretin tekstil ve giyim sanayii üzerindeki etkisini ölçmek için üç aşamalı bir yol izlenmiştir. HOS teorisi, gelişen ülkelerde ihracatın öncelikle işgücü talebini artıracığını sonra işgücü talebinin artması ile ücretlerin artacağını öngörmektedir. Bu nedenle ilk aşamada ihracatın tekstil ve giyim sektöründe işgücü talebi üzerindeki etkisi tahmin edilmeye çalışılmıştır. İkinci aşamada ticaretin işgücü talebini artırması üzerine, işgücü talebindeki artışın ücretler üzerindeki etkisi tahmin edilmiştir. Son aşamada ise ihracatın ücretler üzerinde doğrudan etkisi tahmin edilmeye çalışılmıştır. Modellerin tahmininde, en küçük kareler yöntemi kullanılmıştır. Tahminde DİE'nin mevcut olan 1981-2000 arası yıllık verilerden yararlanılmıştır.

VI.3. Tekstil ve Giyim Sektöründe İhracatın İşgücü Talebi Üzerine Etkisinin İncelenmesi

HOS teoremi, serbest ticaretin ihracat sektöründe yoğun olarak kullanılan faktörün gelirini artıracığını ifade etmektedir. Tekstil ve giyim sektörü, ihracatta önemli bir paya sahiptir ve emek yoğun bir sektördür. Dolayısıyla teoreme göre, tekstil ve giyim ihracatı sonucunda, tekstil ve giyim sektöründe çalışanların ücretlerinin yükselmesi gerekecektir. Bu görüşe göre, tekstil ve giyim sektöründe ihracat sonucunda önce işgücüne talep artacak, işgücüne talep arttığı için de ücretler artacaktır. İhracatın işgücü talebini artırıp artırmadığını test etmek amacıyla klasik doğrusal regresyon modeli kullanılmıştır. Buna göre, tekstil ve giyim sektöründe işgücü talebinin (TALEP) bağımlı değişken olduğu, bir dönem gecikmeli ihracat (IHR), bir dönem gecikmeli yurtiçi satışlar (YURTICI) ve Gümrük Birliği (GB) kukla değişkeninin ise bağımsız değişkenler olarak kullanıldığı model tahmin edilmiştir:

$$TALEP = f \{IHR(-1), YURTICI(-1), GB\} \quad (1)$$

Tahmin sonuçlarına göre, IHR(-1), YURTICI(-1) ve GB değişkenlerinin katsayıları 0.05 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlıdır ve bir dönem önceki ihracat ve bir dönem önceki yurtiçi satışlar, aynı dönemin işgücü talebini pozitif yönde etkilemektedir. Bu sonuçlara göre ihracattaki yüzde birlik artış, işgücü talebini yüzde 0.28 artırmaktadır. Benzer şekilde yurtiçi satışlardaki yüzde birlik artış, işgücü talebini yüzde 0.09 artırmıştır (Tablo 5). Buradan ihracatın yurtiçi satışlardan daha fazla istihdam yarattığı söylenebilir. Gümrük

Birliği'nin tekstil ve giyim istihdamı üzerindeki etkisi anlamlıdır. Gümrük Birliği'nden sonra istihdam artmıştır.

Gümrük Birliği'nden sonra istihdamın arttığı, Bahadır tarafından yapılan çalışmada da kanıtlanmıştır. Çalışmaya göre Gümrük Birliğinin olmadığı 84 ayda (1989 Ocak – 1995 Aralık) üretimde çalışanlar ortalaması 157.360 kişi iken, Gümrük Birliği'nin olduğu 36 ayda

üretimde çalışanlar ortalaması 187.630 kişidir. (F=143,982; p=0,000). Aynı dönemler itibariyle diğer işlerde çalışanlar ortalaması gümrük birliği yok iken 25.428 kişi, Gümrük Birliği'nin olduğu durumda ise 31.813 kişidir. (F=397,311; p=0,000). Dolayısıyla Gümrük Birliği sektördeki istihdamı kesin olarak artırmıştır [47].

Tablo.5. Tekstil ve Giyim Sanayinde İşgücü Talebi Modelinin Tahmini

Bağımlı Değişken : LTALEP				
Yöntem: En Küçük Kareler				
Alınan Yıllar: 1982 2000				
Gözlem Sayısı: 19				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	T- İstatistiği	Olasılık
C	7.362091	0.437627	16.82275	0.0000
LIHR(-1)	0.285949	0.038915	7.347986	0.0000
LYURTICI(-1)	0.095393	0.039523	2.413622	0.0290
GB	0.148146	0.042223	3.508657	0.0032
R ²	0.967103		F İstatistiği	146.9873
DURBİN-WATSON	1.752784		Olasılık (F İstatistiği)	0.000000

İşgücü talebindeki değişmelerin yaklaşık % 96'sı modelde seçilen bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. F testi sonucuna göre F olasılık değeri $0.00 < 0.05$ olduğundan 0.05 anlamlılık düzeyine göre model genel olarak anlamlıdır (Tablo 5).

HOS teoremi, ihracatın artmasıyla birlikte talebin artacağını, talep artınca da ücretlerin artacağını ifade etmektedir. Tekstil ve giyim sektörü için ihracat işgücü talebini artırmıştır. Talebin artışının ise ücretleri artırıp artırmadığını test etmek için ücretlerin(UCRET) bağımlı değişken olduğu, işgücü talebi(TALEP), işgücü arzı(ARZ), sermaye(SERMAYE), bir dönem gecikmeli GSYİH ile kriz kukla değişkeni bağımsız değişken olarak kullanılmıştır:

$$UCRET = f \{TALEP, ARZ, KRİZ, SERMAYE, GSYİH(-1)\} \quad (2)$$

Tahmin sonuçlarına göre talep, arz, kriz, sermaye ve GSYİH değişkenlerinin katsayıları 0.05 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlıdır ve talep ve GSYİH ücretleri pozitif yönde etkilemektedir. Bu sonuçlarına göre, talep yüzde bir artınca, ücretler yüzde 1.22 artmaktadır. Bu sonuç HOS teoremini doğrular niteliktedir. Ayrıca, işgücü arzı yüzde bir artınca, ücretler yüzde 0.18 azalmaktadır. Benzer şekilde kriz ücretleri olumsuz etkilemiştir. Ücretleri bir başka olumsuz etkileyen değişken ise sabit sermaye yatırımlarıdır. Sabit sermaye yatırımları yüzde bir artınca, ücretler yüzde 0.22 azalmaktadır. Buna karşılık ülke GSYİH'sı ücretleri olumlu etkilemektedir. GSYİH yüzde bir artınca, ücretler yüzde 0.94 artmaktadır (Tablo.6).

Tablo.6.: Tekstil ve Giyim Sanayinde Ücretlerin Tahmini

Bağımlı Değişken :LUCRET				
Yöntem: En Küçük Kareler				
Alınan Yıllar: 1982 2000				
Gözlem Sayısı 19				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	T-İstatistiği	Olasılık
C	-8.111865	2.467246	-3.287498	0.0059
LTALEP	1.229288	0.326397	3.766232	0.0024
ARZ	-0.180309	0.045872	-3.930663	0.0017
KRİZ	-0.518904	0.105867	-4.901453	0.0003
LSEPMAYE	-0.224969	0.078857	-2.852879	0.0136
LGSYİH(-1)	0.648984	0.146451	4.431413	0.0007
R ²	0.960979		F İstatistiği	64.03026
DURBİN-WATSON	1.981633		Olasılık (F İstatistiği)	0.000000

P < 0.05 anlamlılık düzeyi.

Ücretteki değişmelerin yaklaşık yüzde 96'sı modelde seçilen bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. F testi sonucuna göre, F olasılık değeri $0.00 < 0.05$ olduğundan 0.05 anlamlılık düzeyine göre genel olarak anlamlıdır (Tablo.6).

Tekstil ve giyim sanayiinde işgücü talebindeki artış, ücretlerde bir artış sağlamıştır. HOS teorisini test etmek amacıyla ayrıca ihracatın ücretler üzerindeki doğrudan etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Ücretlerin(UCRET) bağımlı değişken olarak kullanıldığı modelde bir dönem gecikmeli ihracat(IHR), bir dönem gecikmeli yurtiçi satışlar(YURTICI), sabit sermaye(SERMAYE), işgücü talebi(TALEP), işgücü arzı(ARZ) ve kriz(KRIZ) kukla bağımsız değişken olarak kullanıldığı model tahmin edilmiştir.

$$UCRET = f \{IHR(-1), YURTICI(-1), SERMAYE, TALEP, ARZ, KRIZ\} \quad (3)$$

Tahmin sonuçlarına göre IHR(-1), YURTICI(-1), SERMAYE, TALEP, ARZ ve KRIZ değişkenlerinin katsayıları 0.05 anlamlılık düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlıdır ve bir dönem önceki ihracat, bir dönem önceki yurtiçi satışlar ve işgücü talebi ücretleri pozitif yönde etkilemektedir. Bu sonuçlara göre ihracattaki yüzde birlik artış, ücretleri yüzde 0.48 artırmaktadır. Benzer şekilde yurtiçi satışlardaki yüzde birlik artış, ücretleri yüzde 0.25 artırmaktadır. Buradan ihracatın yurtiçi satışlardan daha

fazla ücretleri artırdığını söyleyebiliriz. Sabit sermaye yatırımlarındaki yüzde birlik artış ücretleri yüzde 0.28 azalmaktadır. Aynı şekilde işgücü arzındaki yüzde birlik artış, ücretleri yüzde 0.19 azalmaktadır. Kriz de ücretleri olumsuz yönde etkilemiştir (Tablo.7).

Ücretteki değişmelerin yaklaşık yüzde 95'i modelde seçilen bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. F testi sonucuna göre F olasılık değeri $0.00 < 0.05$ olduğundan 0.05 anlamlılık düzeyine göre model genel olarak anlamlıdır (Tablo.7).

Tüm modellerde değişen varyans ve otokorelasyon söz konusu olmadığı tespit edilmiştir. Modellerdeki açıklayıcı değişkenler arasındaki korelasyonlar incelendiğinde bu değerlerin beklendiği gibi oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Ancak söz konusu korelasyonlar modelde t test istatistiklerinin anlamsızlaşmasına neden olmamaktadır. Bağımsız değişkenler arasındaki bu ilişkinin gelecek dönemlerde de devam edeceği varsayımı ile modelde "bağımsız değişkenler arasında ciddi doğrusal ilişki yoktur" şeklindeki varsayımdan sapmanın, tahmin üzerinde olumsuz etkiler yaratmadığı gözlemlenmiştir. Özetle burada tahmin edilen modellerden yola çıkarak, HOS teorisinin Türk Tekstil ve Giyim Sanayi için geçerli olduğu söylenebilir. Buna göre, Tekstil ve Giyim sanayiinde ihracatın artmasıyla birlikte işgücüne talep artmış, işgücüne talep artınca da ücretler artmıştır.

Tablo.7. Tekstil ve Giyim Sanayiinde Ücret Modeli(2) Tahmini

Bağımlı Değişken: Ücret				
Yöntem: En Küçük Kareler				
Alınan Yıllar: 1982 2000				
Gözlem Sayısı: 19				
Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	T-İstatistiği	Olasılık
C	-7.054529	3.282932	-2.148850	0.0528
LIHR(-1)	0.487976	0.200539	2.433322	0.0315
LYURTICI(-1)	0.250958	0.102422	2.450245	0.0306
LSERMAYE	-0.286507	0.107697	-2.660311	0.0208
LTALEP	1.093493	0.450201	2.428897	0.0318
ARZ	-0.193380	0.055832	-3.463623	0.0047
KRIZ	-0.537396	0.128880	-4.169755	0.0013
R ²	0.950003		F İstatistiği	38.00223
DURBİN-WATSON	2.148952		Olasılık (F İstatistiği)	0.000000

p < 0.05 anlamlılık düzeyi

VII. SONUÇ

1980'li yıllardan itibaren uluslararası ticaretin serbestleştirme girişimlerinin artması ve eş zamanlı olarak hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişen ülkelerde ücret eşitsizliklerinin artması, HOS teorisini bağlamında ticaretin bu duruma yol açtığı konusundaki şüpheleri artırmıştır. Bu durumu test etmek amacıyla da 1990'lı yıllardan itibaren de ticaret ve ücret eşitsizliklerine ilişkin gelişmiş ve gelişen ülkelerde araştırmalar yapılmıştır.

H-O-S teorisini, gelişmiş ülkeler ile ilgili olarak ticaret ile ücretler arasındaki ilişkiye şöyle bir açıklama getirmektedir: Bir ülke, nispeten daha fazla olan faktörlerin yoğun olarak kullanıldığı malları ihraç etmekte ve nispeten kıt olan faktörlerin yoğun olarak kullanıldığı malları ise ithal etmektedir. Vasıflı işgücünün nispeten bol olduğu gelişmiş ülkeler ele alındığında, bu teori, gelişmiş bir ülkenin vasıflı işgücünü nispeten yoğun olarak kullandığı ürünleri ihraç etmesi gerektiğini, buna karşılık vasıfsız işgücünün nispeten yoğun olarak kullanıldığı malları ithal etmesi gerektiğini ifade eder.

Gelişen ülkelerde de bu durumun tam tersi yaşanır. Uluslararası ticaret bu durumda, bir ülkenin bol faktörlerinin reel gelirinin yükselmesine ve kıt faktörlerinin reel gelirlerinin azalmasına yol açacaktır. HOS teorisi hem gelişmiş hem de gelişen ülkelerde test edilmiş, araştırma sonuçları ticaretin ücretler üzerindeki etkisini kanıtlamakla birlikte yeterli olmayacağını da göstermiştir. Ücretler üzerinde teknolojik değişim, sermaye hareketliliği, işgücü hareketliliği ve sendikalar da etkili olabilmektedir.

Türkiye’de de ticaretin etkisi HOS teorisi ışığında Tekstil ve Giyim Sektörü üzerinde sınanmıştır. Araştırma sonuçları, Türkiye’de Tekstil ve Giyim Sanayiinde ihracatın, işgücü talebi ve ücret gelirleri üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bu nedenle Türkiye’nin karşılaştırmalı üstünlüğü bulunduğu sektörlerde ihracatın teşvik edilmesi, istihdamın artmasını sağlayarak, işsizliğin azaltılmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca istihdamın teşvik edildiği sektörlerde işgücü talebinin artması reel gelirlerinin de yükselmesini sağlayarak gelir dağılımını düzeltici etkide bulunabilecektir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Jenkins, R. (1996). *Sanayileşme ve Dünya Ekonomisi*. (Çev.: Öztürk, S.). Kalkınma İktisadi Yükselişi ve Gerilemesi. (Hzl.: Şenses, F.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [2] (2004). *World Economic Outlook*, April, Washington D.C.: IMF.
- [3] (2006). *Economic Outlook: Statistical Annex*. Paris: OECD.
- [4] Kasa, K. (1995). International Trade and USA Labor Market. *Washington Economic Reports*, 18(1), 7.
- [5] Slaughter, M.J. & Swagel, P. (1997). The Effect of Globalization on Wages in the Advanced Economies. *Staff Studies for the World Economic Outlook*. IMF, Washington D.C. December, 78.
- [6] Rodrik, D. (1997). *Küreselleşme Sınırı Aştı mı?* (Çev.: Akyol, İ. & Ünsal, F.). İstanbul: Kızılelma Yayıncılık.
- [7] Sachs, J.D. & Shatz, H.J. (1994). Trade and Jobs in U.S. Manufacturing. *Brooking Papers on Economic Activity*, 1994(1), 7-8.
- [8] US Department of Labor. Bureau of Labor Statistics. (<http://stats.bls.gov/servlet/NCSOutputServlet?jrunsessionid=10996521732893304245> (my), =1095651836883216863 (by)). [30.09.2004].
- [9] Lawrence, R.Z. (1994). Trade, Multinationals, Labor. *NBER Working Paper*. No: 4836.
- [10] Sachs, J.D. & Shatz, H.J. (1996). Globalization and The U.S. Labor Market. *AEA Papers and Proceedings*, 86(2), 234-239.
- [11] Wood, A. (1995). How Trade Hurt Unskilled Workers. *Journal of Economic Perspectives*, 9(3), 57-80.
- [12] Borjas, G.J.; Freeman, R.B. & Katz, L.F.. (1997). How Much Do Immigration and Trade Affect Labor Market Outcomes. *Brooking Papers on Economic Activity*, (1), 1-90.
- [13] Sakurai, K. (2003). How Does Trade Affect The Labor Market: Evidence From Japanese Manufacturing. *Japan and World Economy*, 16(2), 1-23.
- [14] Messerlin, P.A. (1995). The Impact of Trade and Capital Movements on Labour: Evidence on The France Case. *OECD Economic Studies*, No.24.
- [15] Brauer, D.A. & Hickok, S. (1995). Explaining The Growing Inequality in Wages Across Skill Levels, *FRBNY Economic Policy Review*, January, 61-75.
- [16] Bhagwati, J. (1995). Trade and Wages, “Choosing Among Alternative Explanations”, *FRBNY Economic Policy Review*, January, 42-47.
- [17] Krugman, P. (1996). *Pop Internationalism, Trade, Jobs and Wages*. Cambridge: The MIT Press.
- [18] Krueger, A.B. (1993). How Computers Have Changed The Wage Structure: Evidence From Microdata, 1984-1989. *The Quartely Journal Of Economics*, February, 108(1), 33-60.
- [19] Thurow, L.C. (1998). Wage Dispersion: Who Done It. *Journal of Post Keynesian Economics*, 21(1), 25-37.
- [20] Paus, E.A. & Robinson, M.D. (1997). The Implications of Increasing Economic Openness for Real Wages in Developing Countries, 1973-90. *World Development*, 25(4), 537-547.
- [21] ILO. (1997). *World Employment 96/97*. Geneva: ILO (International Labor Organization).
- [22] (1996). Trade and Wages. *Economist*, 341(7995), 74.
- [23] Gindling, T.H. & Robbins, D. (2001). Patterns and Sources of Changing Wage in Equality Chile and Costa Rica During Structural Adjustment. *World Development*, 29(4) 725-745.
- [24] Bayazıtoglu, B. & Ercan, H. (1999). Türkiye İmalat Sanayiinde Ücretler: Sektörlerarası Kazanç Eşitsizliği” (Ed.: Bulutay, T.) *Ücretler ve Gelir ve Gelir Dağılımları*. Ankara: DİE.
- [25] Gordon, H. & Harrison, A. (1999). Trade Liberalization and Wage Inequality. *Industrial & Labor Relations Review*, 52(2), 271-289.

- [26] Esquivel, G. & Rodriguez-Lopez, J.A. (2003). Technology, Trade and Wage Inequality in Mexico Before and After NAFTA. *Journal of Development Economics*, 72(2), 543-565.
- [27] Galiani, S. & Sanguinetti, P. (2003). The Impact of Trade Liberalization on Wage in Equality: Evidence From Argentina, *Journal of Development Economics*, 72(2), 497-513.
- [28] Santis, R.A.De (2001). 1990 The Trade Liberalisation Policy of Turkey: An Applied General Equilibrium Assesment. *International Economic Journal*, 15(2), 115-132.
- [29] Atıcı, C. (2002). The Impact of A Complete Trade Liberalization on Household Groups in Turkish Economy: A CGE Approach. *METU International Conference in Economics*, VI, September 11-14, Ankara.
- [30] Galrao, F.C. & Arbache, J.S. (2003). The Impacts of Trade on the Brazilian Labor Market: A CGE Model Approach, *World Development*, 31(9), 1581-1595.
- [31] Akyüz, Y.; Flassbeck, H. & Kozul-Wright, R. (2003). Küreselleşme, Eşitsizlik ve İşgücü Piyasası, *Küresel Düzen: Birikim, Devlet ve Sınıflar*. (Der.: Köse, A.H.; Şenses, F. & Yeldan, E.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [32] Koray, M. (1997). Küreselleşme İlerlerken Gerileyenler: Ekonomi Karşısında Sosyal, Sermaye Karşısında Emek, Piyasa Karşısında Siyaset, *İktisat Dergisi*, 369, 17-27.
- [33] Kazgan, G. (1997). *Küreselleşme ve Yeni Ekonomik Düzen*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- [34] Aslan, N. (1995). *Uluslararası Özel Sermaye Akımları*. İstanbul: Evrim.
- [35] Yentürk, N. (1997). *Türk İmalat Sanayiinde Ücretler, İstihdam ve Birikim*. İstanbul: Friedrich Ebert Stiftung.
- [36] Gandali, N.; Hanson, G. & Slaughter, M.J. (2004). Technology, Trade and Adjustment to Immigration in Israel. *European Economic Review*, 48(2), 403-428.
- [37] Kar, S. & Beladi, H. (2004). Skill Formation and International Migration: Welfare Perspectives of Developing Countries". *Japan and The World Economy*, 16(1), 35-54.
- [38] Mishra, P. (2003). *Emigration and Wages in Source Countries: Evidence From Mexico*. New York: Columbia University.
- [39] (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara: DPT.
- [40] Arbache, J.S. & Carneiro, F.G. (1999). Unions and Interindustry Wage Differentials. *World Development*, 27 (10), 1875-1883.
- [41] Sönmez, M. (2001). *Gelir Uçurumu*. İstanbul: Om Yayınevi.
- [42] Katırcıoğlu, E.; Engin, N. & Akçay, C. (1995). *The Impact of Trade Liberalization on the Turkish Manufacturing Industry: An Amprical Assessment, Policies for Competition and Competitiveness The Case of Industry in Turkey*. (Ed.: Erzan, R.). Vienna: UNIDO.
- [43] Öztürk, H. (2004). *Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Ticaretine Uygulanan Ticaret Politikası Önlemlerinin Dünü, Bugünü ve Geleceğinin İrdelenmesi*. (<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ocak99/dunya.htm>). [23.05.2004].
- [44] Dış Ticaret Müsteşarlığı. (2004). Tekstil ve Giyim Anlaşması. (<http://www.foreigntrade.gov.tr/anl/DTO/TEKSTILANL.htm>). [21.05.2004].
- [45] Tezel, A. & Alptekin, A. (1990). Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sanayiinin Son On Yılda Sergilediği Gelişme ve Gelecek 10 Yıldaki Beklentileri. *Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası, Uluslararası Korumacılık Eğilimleri Karşısında Türk Tekstil Sektörünün Sorunları Semineri*. İstanbul, 68-75.
- [46] (2004). *Dış Ticaret Müsteşarlığı İstatistikleri*. Ankara: DTM.
- [47] Bahadır, N. (2004). *Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne Ait Verilerin Gümrük Birliği'nin Öncesi ve Sonrası Açısından İncelenmesi*. (<http://www.dtm.gov.tr>). [23 Mayıs 2004].

Nurdan ASLAN (nuraslan@marmara.edu.tr) received her doctorate from Marmara University in 1986 and became professor 1996. Her research fields include international economics, international financial markets, international trade and money management.

Nuray TERZİ (nurayterzi@marmara.edu.tr) received her doctorate from Marmara University in 2004. Her research fields include international economics, trade liberalization and wages.

TÜRKİYE İMALAT SANAYİSİNDE VERİMLİLİK VE BÖLÜŞÜM

Ahmet YILMAZ

Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Öğretim Üyesi, Yardımcı Doçent Dr.

LABOUR PRODUCTIVITY AND DISTRIBUTION IN TURKISH MANUFACTURING INDUSTRY

Abstract: In this article the relationship between labour productivity, real wages and profits is examined. In addition the factors that affect the distribution of industrial value added are studied. Analysis of productivity and distribution is crucial when the effects of accumulation and growth process on real wages and living standards of workers are considered. In this study adjustment of real wages to the changes in productivity is analyzed both in the short and long run and by doing this I found that changes in productivity of labour do not influence the level of real wages. In addition, in this study I reached to a conclusion that the distribution of value added in manufacturing industry is sensitive to the changes in relative powers of the workers and employers. The distribution of value added is shaped by the changes in relative powers of the actors and changes in relative powers are determined by political conjuncture of the period, the characteristics of industrialization and accumulation strategies, unemployment and regulations made in the labour market.

Keywords: Turkish Manufacturing Industry, Labour Productivity, Real Wages and Distribution

TÜRKİYE İMALAT SANAYİSİNDE VERİMLİLİK VE BÖLÜŞÜM

Özet: Bu makale Türkiye İmalat Sanayisinde emek verimliliği ile ücret ve kâr gelirleri arasındaki ilişkiler ve sanayi katma değerinin bölüşümünü etkileyen faktörleri incelemektedir. Verimlilik bölüşüm ilişkisinin analizi, sanayideki birikim ve büyüme sürecinin çalışanların reel ücretleri ve yaşam standartlarını nasıl etkilediğini belirlemek açısından önem taşımaktadır. İncelemede verimlilikte meydana gelen değişmelere ücretlerin intibakı kısa ve uzun dönemde ayrı ayrı ele alınmıştır. Sonuçta, imalat sanayisinde emek verimliliğindeki değişimlerin ücretlere yansımadağı tespit edilmiştir. Çalışmada ulaşılan bulgular imalat sanayisinde katma değer bölüşümünün, bu bölüşüm ilişkisindeki tarafların görelî güçlerindeki değişimlere duyarlı olduğunu göstermektedir. Bu tespitler, imalat sanayisinde katma değer bölüşümünün açıklanmasında Klasik politik iktisat ve Marxist iktisadın gelir bölüşümü tezinin ikna gücü taşıdığı düşünülmektedir. Dönemin siyasal konjonktürü, izlenen sanayileşme ve birikim stratejisinin nitelikleri, işsizlik ve emek piyasasına yönelik hukuki düzenlemeler gibi unsurlar bu bölüşüm ilişkisindeki tarafların görelî güçlerini değiştirmek suretiyle katma değer bölüşümünü etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Türkiye İmalat Sanayi, Emek Verimliliği, Reel Ücretler, Bölüşüm

I. GİRİŞ

Bu çalışma, Türkiye imalat sanayinde emek verimliliği ile ücret ve kâr gelirleri arasındaki ilişkiler ve sanayi katma değerinin bölüşümünü etkileyen faktörleri incelemeyi hedeflemektedir. Bilindiği gibi katma değer kâr ve ücret gelirleri arasında bölüşümü imalat sanayisindeki temel bölüşüm ilişkisini oluşturmaktadır.

İmalat sanayisinde katma değer içinde kâr ve ücret paylarının belirlenmesi temelde verimlilik değişme hızı ile ücretlerin değişme hızı arasındaki ilişkiye bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Verimlilikte meydana gelen değişmelerin işçi ve işveren paylarına hangi oranda yansıdığı sonuçta tarafların bölüşümden alacakları görelî payları belirlemektedir. Şöyle ki, emek verimliliği ücretlerden daha hızlı artıyorsa katma değer içinde kârların payı artacak, ücretler verimlilikten daha hızlı artıyorsa katma değer içinde ücretlerin payı yükselecektir. Bu nedenle çalışmada verimlilikte meydana gelen değişmelere, ücretlerin (dolayısıyla kârların) hangi oranda

intibak ettiği irdelenmektedir.

Bilindiği gibi verimlilik bölüşüm ilişkisinin analizi bir yandan da yaşanan birikim ve büyüme sürecinin, toplumsal kesimlerin yaşam standardını nasıl etkilediğini belirlemek açısından da önemlidir. İktisat kuramı içinde bölüşüm payları konusundaki yaygın kanı faktör gelirlerinin özellikle ücretlerin faktör verimlilikleri (emek verimliliği) ile ilişkili olması gerektiği yönündedir. Bu inceleme de bir yandan da Türkiye imalat sanayisinde 1970'den bugüne gerek teknoloji gerekse üretim organizasyonu ile emeğin nitelikleri gibi unsurlarda ortaya çıkan değişimlerin uyardığı verimlilik değişmelerinin, çalışanların reel ücretleri ve yaşam standartlarına ne ölçüde yansıdığı ele alınacaktır.

Bu amaçlar çerçevesinde Türkiye imalat sanayisinde emek verimliliği - bölüşüm ilişkileri, yani verimlilikte meydana gelen değişmelere ücretlerin intibakı, kısa ve uzun dönem olmak üzere iki aşamada incelenmekte ve imalat sanayisinde katma değer

bölüşümünü belirleyen faktörler tespit edilmeye çalışılmaktadır.

Çalışmanın ilk aşamasında imalat sanayisinde kısa dönemde emek verimliliğindeki bir değişimin sonrasında ücretlerin bu değişimlere hemen intibak edip etmediğinin tespiti amaçlanmıştır. Bu aşamada imalat sanayisi işçilerinin ücret belirlenme süreçleri ve sözkonusu süreçlerde verimlilik ücret ilişkisinin nasıl ele alındığı ile ücretlerin emek verimliliğindeki değişimlere intibakı incelenmektedir.

Kısa dönemde, ücretlerin emek verimliliğindeki değişimlere paralel olarak değişmesi durumunda, tarafların bölüşümdeki görelî payları değişmeyecektir. Örneğin emek verimliliğindeki artış sonucunda işçi ücretleri de aynı oranda artarsa, işçilerin katma değer bölüşümündeki görelî konumları sabit kalacaktır. Buna karşın emek verimliliğinde meydana gelen artışların ücretlere yansımamış olması verimlilik artışlarının kârlara yansımış olduğunun göstergesidir.

İmalat sanayisinde ücretlerin her dönemde emek verimliliğindeki değişimlere intibak etmesi bu intibakın uzun dönemde de zaten sağlanacağını gösterir. Fakat ücretler emek verimliliğindeki değişimlere kısa dönemde intibak etmese de intibak uzun dönemde sağlanmış olabilir. Bu nedenle imalat sanayisinde emek verimliliği bölüşüm ilişkilerinin uzun dönemde gösterdiği eğilimlerin de incelenmesi gereklidir. Çalışmanın ikinci aşamasında Türkiye imalat sanayisinde emek verimliliği bölüşüm ilişkilerinin 1970-2005 dönemi boyunca gösterdiği eğilimler incelenmektedir. Böylece çalışmanın ikinci aşamasında, birinci aşamadaki kısa dönemli bakışın ortaya çıkarabileceği yetersizliklerin üstesinden gelinmeye çalışılmaktadır.

İncelemenin ikinci aşamasında, imalat sanayisinde emek verimliliğinde meydana gelen değişimler, hem genel imalat sanayi hem de kamu ve özel kesim imalat sanayi için tespit edilerek, verimlilikte meydana gelen değişimlerle ücretler ve kârlar arasındaki ilişkiler ele alınmaktadır. Uzun dönemde emek verimliliği artış hızı ile ücretlerin artış hızı karşılaştırılarak katma değer ücret ve kârlar arasında paylaşımına neden olan dinamik faktörler ortaya koyulmaktadır.

Burada önce çalışmanın ilk aşamasında ulaşılan bulgular sonrada ikinci aşamada ulaşılan bulgular ortaya koyulacak ve sonuçta tüm bulguların değerlendirilmesi yapılacaktır.

II- TÜRKİYE İMALAT SANAYİSİNDE KISA DÖNEMDE ÜCRETLERİN VERİMLİLİKDEKİ DEĞİŞMELERE İNTİBAKI

Ücretlerin verimlilikteki değişimlere hemen intibak edip etmediğinin tespiti için Türkiye imalat sanayisinde çalışan işçilerin ücretlerinin nasıl belirlendiğinin incelenmesi gerekmektedir (Çalışmanın bu bölümünde İstanbul'daki çeşitli işçi ve işveren sendikaları temsilcileri ile yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilerden yararlanılmıştır).

İmalat sanayisinde çalışan işçilerin ücretlerinin belirlenmesinde öncelikle işçi ve işverenlerin sendika üyesi olup olmadıkları önem taşımaktadır. İşçilerin sendika üyesi olmaları durumunda ücretler, toplu iş sözleşmelerinde, sendika üyesi olmamaları durumunda ise işçi ve işveren arasındaki karşılıklı görüşmelerde belirlenmektedir. İşçilerin sendika üyesi olmaları durumunda işverenlerde işveren sendikasına üye ise taraflar arasında genellikle grup toplu iş sözleşmeleri yapılmaktadır. İşverenlerin sendikaya bağlı olmamaları durumunda ise işyeri bazında toplu iş sözleşmeleri yapılmaktadır. Burada işyerlerinin mülkiyeti de önem taşımaktadır. Örneğin kamuya ait işyerlerinde kamu işveren sendikaları görüşmelerde taraf olurken özel kesime ait işyerlerinde özel kesim işveren sendikaları görüşmelerde taraf olmaktadır.

Türkiye imalat sanayinin farklı işkollarında belirli periyotlarda grup toplu iş sözleşmeleri yapılmaktadır. Bu grup toplu iş sözleşmelerinde belirlenen ücret düzeyleri hem o iş kolunda hem de genel olarak imalat sanayinde ücretlerin belirlenmesinde etkili olmaktadır. Şöyle ki herhangi bir anda bir işkolunda yapılan bir grup toplu iş sözleşmesinde belirlenen ücretler, hem o iş kolunda yapılacak başka toplu iş sözleşmelerinde hem de sendikasız işçilerin ücretlerinin belirlenmesinde emsal teşkil etmektedir. Ayrıca bir iş kolunda yapılan grup toplu iş sözleşmesi o dönemde diğer iş kollarında yapılacak grup toplu iş sözleşmelerini de etkilediğinden, imalat sanayinin genelinde ücretlerin belirlenmesini etkilemektedir.

Bu nedenle grup toplu iş sözleşmeleri sürecinde işçi ücretlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörler ve grup toplu iş sözleşmelerinde ücretlerin emek verimliliğindeki değişimlere intibakının incelenmesi konumuz açısından önemli olmaktadır. Bu bakımdan, burada imalat sanayinin hem özel hem de kamu kesiminde yapılan grup toplu iş sözleşmelerinin konumuz açısından önem taşıyan özellikleri tespit edilmeye çalışılacaktır (Türkiye'de Toplu sözleşme sürecinin özellikleri konusunda bkz. [1]).

İşçi ve işveren taraflarının temsilcileri arasında

yapılan grup toplu iş sözleşmelerinde ücretler taraflar arasında yapılan pazarlık sonucunda belirlenmektedir.

Bu pazarlıklar sürecinde işçi sendikası temsilcileri; üye işçilerin talepleri, enflasyon oranı (beklenen-gerçekleşen), o dönemde yapılan başka toplu iş sözleşmelerinde belirlenen ücret düzeyleri, iş güvencesi, yaşam koşulları gibi faktörleri dikkate almaktadırlar.

Toplu pazarlık sürecindeki işveren sendikası temsilcileri ise söz konusu olan işyerlerinde toplam maliyetler içinde işçilik maliyetlerinin payı, enflasyon oranı, sektördeki yerel ve uluslararası rekabet şartları, kar marjları gibi faktörleri dikkate alarak pazarlıkları yürütmektedirler. Burada kamu işveren sendikaları temsilcilerinin bunlara ek olarak toplu sözleşme sonrasında ortaya çıkacak ücret artışlarının kamu bütçesine getireceği yük gibi faktörleri dikkate aldığını da eklemek gerekir.

İmalat sanayisinin özel ve kamu kesiminde yapılan grup toplu iş sözleşmelerinin konumuz açısından en önemli özelliği; bu toplu iş sözleşmelerinde birbirinden çok farklı özelliklere sahip tüm firmalar için tek sözleşme yapılmasıdır.

Şöyle ki imalat sanayisinin herhangi bir iş kolundaki özel kesim firmalarını kapsayan bir grup toplu iş sözleşmesinde söz konusu işkolunun farklı alt sektörlerinde faaliyet gösteren tüm işyerleri aynı muameleye tabi olmaktadır. Oysa kapsam dahilindeki işyerleri teknolojik düzey ve işçi verimliliği bakımından birbirlerinden oldukça farklı özellikler taşımaktadırlar. Fakat grup toplu iş sözleşmelerinde işyerleri arasındaki bu farklılıklar dikkate alınmayarak, ücretlerin belirlenmesinde tüm işyerleri aynı kefeye koyulmaktadır.

İmalat sanayisinin özel kesimindeki işyerleri için yapılan grup toplu iş sözleşmelerinde, entegrasyon düzeyi, teknolojik düzey ve işçi verimliliği açısından oldukça farklı durumdaki işyerleri ve bunların işçilerinin aynı kefeye koyulmasının çeşitli sebepleri vardır. Bunlardan bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz:

a) İşveren sendikası, üye işyerleri arasında çalışma koşullarının farklılığından doğabilecek haksız rekabete imkan tanımamak için tüm işyerlerini kapsayan tek sözleşme yapmayı amaçlamaktadır.

b) İşveren sendikasına hakim işçi verimliliği ve kârlılığı yüksek güçlü firmalar, daha güçsüz firmalarla aynı kapsamda değerlendirilmek istemektedirler. Çünkü güçlü firmalar ücret artış görüşmeleri sırasında sözleşme kapsamındaki güçsüz firmaları "pazarlık" unsuru olarak kullanmak eğilimindedirler.

c) Sözleşmeler sırasında güçlü firmalarla aynı kefeye konan ve sözleşme sonrasında, belirlenen ücret artış miktarından görece olarak olumsuz etkilenen firmalar, işveren sendikasından ayrılmak ya da farklı bir grup oluşturarak işçi sendikasının karşısına çıkmak istememektedirler. Bu firmalar kendi başlarına ya da başka bir grup oluşturarak işçi sendikasının karşısına çıkmaları halinde daha güç duruma düşeceklerini düşünmektedirler

d) İşçi sendikasına üye farklı işyerlerinde çalışan tüm işçiler, sendikaya aynı üyelik aidatını ödedikleri için, işçi sendikasının kendilerine sendikaya üye tüm işçilerle aynı oranda zam almasını istemektedirler.

e) İşveren sendikasına üye tüm işyerleri sendikaya aynı üyelik aidatını ödedikleri için toplu sözleşme görüşmelerinde tüm iş yerleri ile aynı koşullarda olmak istemektedirler.

Yukarıdaki açılardan bakıldığında imalat sanayisinin kamu kesiminde yapılan grup toplu iş sözleşmeleri daha da ilginç özellikler taşımaktadır. Şöyle ki kamu kesiminde yapılan grup toplu iş sözleşmelerinde, sadece aynı işkolunun değişik alt sektörlerinde faaliyet gösteren işyerlerini kapsayan tek sözleşme değil, imalat sanayisinin tamamen farklı iş kollarında faaliyet gösteren birçok kamu işletmesini kapsayan tek sözleşme yapılmaktadır. Genellikle işçi sendikaları konfederasyonu ile kamu işveren sendikaları ve hükümet arasında yürütülen toplu sözleşme sürecinde, değişik iş kollarında faaliyet gösteren, birbirinden çok farklı özelliklere sahip işletmeler ve bunların işçileri aynı muameleye tabi olmaktadır. Dolayısıyla toplu sözleşme sonrasında değişik iş kollarında faaliyet gösteren kamu işletmelerinin farklı konumda bulunan işçileri arasında fark gözetilmeksizin hepsinin ücretlerine aynı oranda artış yapılmaktadır.

İmalat sanayisinin hem özel hem de kamu kesiminde yapılan grup toplu iş sözleşmelerinin yukarıda ortaya koyduğumuz yapısının doğal sonucu olarak bu sözleşmelerde, emek verimliliği açısından birbirinden oldukça farklı durumdaki işçiler, ücretlerin belirlenmesinde birbirleriyle aynı işleme tabi olmaktadır. Kuşkusuz grup toplu iş sözleşmesi öncesinde verimliliğinde artış olmuş işçi ile verimliliği değişmemiş, hatta verimliliği düşmüş işçi ücretlerin belirlenmesinde eşit konumda bulunmakta ve bu işçilerin hepsinin ücretleri aynı oranda değişmektedir.

Yukarıda ortaya koyduğumuz özellikler, imalat sanayinde yapılan grup toplu iş sözleşmelerinde, ücretlerin belirlenmesinde emek verimliliği ve verimlilikteki değişmelerin, doğrudan belirleyici bir faktör olarak dikkate alınmadığının göstergeleridir. Kuşkusuz grup toplu iş sözleşmeleri sürecinde ücretlerin emek verimliliğindeki değişmelere otomatik olarak intibakını

sağlayacak bir mekanizma da yoktur. Bu koşullar altında grup toplu iş sözleşmeleri sürecinde ücretlerin sözü geçen işletmelerdeki ortalama işçi verimliliğindeki değişimlere intibakı ancak başka faktörlerin etkisiyle ve tesadüfi olarak gerçekleşebilir.

Grup toplu iş sözleşmeleri dışında imalat sanayinde işletme bazında yapılan toplu iş sözleşmelerini ele aldığımızda, burada da grup toplu iş sözleşmeleri süreci sonucunda ortaya çıkan duruma benzer eğilimler gözlenmektedir. Şöyle ki, belli bir dönemde imalat sanayisinde farklı işletmeler bazında yapılan tüm toplu iş sözleşmeleri karşılaştırıldığında, bu sözleşmelerde belirlenen ücret artış oranlarının birbirine oldukça yakın olduğu gözlenmektedir. Oysa karşılaştırılan bu işletmeler teknolojik düzey ve emek verimliliği açısından oldukça farklı özellikler taşımaktadırlar. Zaten yukarıda da ifade edildiği gibi imzalanan grup toplu iş sözleşmeleri işletme bazında yapılan grup toplu iş sözleşmeleri açısından emsal teşkil etmekte ve bu sözleşmelerde ücretlerin belirlenmesini etkilemektedir.

Ücretlerin belirlenmesinin emek verimliliğine duyarlılığı açısından imalat sanayisinde çalışan sendikasızs işçilerin durumuda sendikalı işçilerin durumundan farklı değildir.

Sendikasızs işçilerin ücretleri yukarıda ifade edildiği gibi işçi ve işveren arasındaki görüşmelerde belirlenmektedir. Türkiye’de emek piyasasının yapısal özellikleri gereği sürekli emek arzı fazlasının mevcudiyeti ve işsizlik bu görüşmelerde işveren tarafının belirleyici gücünü artırmaktadır. Burada sendika üyesi olmayan işçinin işveren karşısındaki pazarlık gücü oldukça zayıf olduğundan, ücretlerin belirlenmesi ağırlıklı olarak işverenin inisiyatifine bağlı olmakta ve işçilerin verimlilik artışından pay alabilmeleri daha güç olmaktadır.

Sendika üyesi olmayan işçilerin ücretlerinin belirlenmesinde işverenler; enflasyon oranı (gerçekleşen-beklenen), o dönemde yapılan başka işyerlerini kapsayan toplu iş sözleşmelerinde belirlenen ücret düzeyleri ve piyasadaki diğer firmalarda çalışanların ücret düzeyleri ve asgari ücret düzeyi gibi faktörleri dikkate almaktadırlar.

Görüldüğü gibi sendika üyesi olmayan işçilerin ücretlerinin belirlenmesinde de emek verimliliğindeki değişimler pek etkili olmamaktadır. Burada şu noktayı eklemekte de fayda vardır. İşverenlerin bir kısmı fabrikalarında teknolojik gelişme sonucunda verimlilik artışı olması halinde bu artışın tamamen satın alınan yeni makinadan kaynaklandığını ve verimlilik artışında, işçinin hiç bir rolü olmadığını düşünmektedirler. Bu nedenle işverenler emek verimliliğinin artması halinde işçilerin ücretlerini yükseltmeleri için bir sebep görmemektedirler.

Türkiye imalat sanayisinde ücret belirlenme

süreçlerinin yukarıda ortaya koyulan özellikleri nedeniyle bu süreçlerde ücretler, emek verimliliğindeki değişimlerden bağımsız bir şekilde belirlenmekte ve ücretler, emek verimliliğindeki değişimlere doğrudan intibak etmemektedir. Nitekim 1992 yılında Türkiye imalat sanayinin en önemli alt sektörü olan tekstil ve konfeksiyon sanayi örneğinde İstanbul ve çevresinde gerçekleştirilen bir alan araştırmasında inceleme döneminde emek verimliliğinde meydana gelen değişimlerin ücretlere yansımadağı tespit edilmiştir. [2]

İşçi ve işveren ya da bu kesimlerin temsilcileri arasında yapılan görüşmelerde ücretler, temelde tarafların pazarlık güçlerine bağlı olarak belirlenmektedir. Dolayısıyla ücretlerin emek verimliliğindeki değişimlere kısa dönemde intibakı tarafların o dönemdeki pazarlık güçlerine bağlı olmaktadır.

Bundan sonraki bölümlerde Türkiye imalat sanayisinde 1970-2005 döneminde ücretlerin emek verimliliğindeki değişimlere intibakı araştırılacak ve çalışmanın sözü edilen ikinci aşamasında elde edilen bulgular ortaya koyulacaktır.

III. TÜRKİYE İMALAT SANAYİSİNDE EMEK VERİMLİLİĞİ

İmalat sanayisinde emek verimliliği, sanayide çalışan başına düşen reel katma değere bağlı olarak ölçülmüştür. Cari katma değer reele çevrilmesinde toptan eşya fiyat indeksi kullanılmıştır (İmalat sanayi katma değerindeki değişimler kısmen görece fiyat hareketlerinden kaynaklanmış olabilir. Dolayısıyla imalat sanayisinin genel, kamu ve özel sektör reel katma değerinin daha sıhhatli bir şekilde hesaplanabilmesi için bu görece fiyat hareketlerini yansıtan farklı fiyat deflatörlerinin kullanılması daha doğru olurdu. Böyle bir analiz imalat sanayi katma değerindeki değişimlerin gerçek nedenleri konusunda ilginç sonuçlar ortaya koyabilir. Fakat bu çalışmanın sınırları çerçevesinde böyle bir incelemeye girilmemiştir). Yapılan hesaplamalar sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo.1’de gösterilmiştir.

(TÜİK gerçekleştirmiş olduğu Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı araştırması sonuçlarına göre İmalat sanayisindeki girdi, çıktı, katma değer ve ücretler verilerini 1950 – 2001 dönemi için açıklamıştır. Tablo.1,2 ve 5’de kullanılan veriler bu bilgilere dayanmaktadır. Ancak kurum sözkonusu araştırmaya son verdiği için 2001 sonrası dönem için imalat sanayisindeki girdi, çıktı, katma değer verilerini açıklamamıştır. Fakat TÜİK 1999 yılı ve sonrası dönem için farklı kapsam ve kriterlerdeki işyeri anketlerine dayalı olarak sanayideki verimlilik ve kazanç istatistiklerini yayımlamaktadır. Bu nedenle incelemede 1970-2005 dönemine ilişkin veriler değerlendirilirken, 1970-2001 verileri ile yakın döneme ilişkin farklı nitelikteki verilerin ayrı dönemler olarak ele

alınması uygun görülmüştür. TÜİK'in 1999-2005 dönemine ilişkin olarak açıkladığı verimlilik ve ücret verileri çalışmanın V. bölümünde ayrıca ele alınmıştır).

Tablo.1 - İmalat Sanayisinde Emek Verimliliği

Yıllar	Genel	Kamu	Özel
1970	100	100	100
1971	111	110	111
1972	106	101	114
1973	90	85	101
1974	91	90	97
1975	103	100	111
1976	116	76	166
1977	116	85	156
1978	116	72	173
1979	106	64	159
1980	106	79	140
1981	126	115	146
1982	135	123	159
1983	130	114	156
1984	118	96	152
1985	129	112	161
1986	176	165	209
1987	175	135	233
1988	189	167	237
1989	192	183	231
1990	212	184	272
1991	257	217	331
1992	284	242	370
1993	329	261	442
1994	312	243	422
1995	297	266	390
1996	265	272	340
1997	288	346	359
1998	278	382	338
1999	301	373	369
2000	289	361	358
2001	318	460	382

Kaynak: TÜİK verilerinden hareketle hesaplanmıştır; (2006). İstatistik Göstergeler 1923 - 2004. Ankara: TÜİK [3].

Türkiye imalat sanayisinde, emek verimliliği 2001 yılında 1970 ile karşılaştırıldığında 2,1 kat artmıştır. Aynı dönemde emek verimliliğindeki değişimler, kamu ve özel kesim ayrılarak incelendiğinde, kamu kesiminde verimlilik artışının özel kesimin biraz üzerinde olduğu gözlenmektedir. Tabloda görüldüğü gibi kamu kesiminde emek verimliliği 3,6 kat artarken özel kesimde 2,8 kat artmıştır. Emek verimliliği açısından 1980 öncesi ve sonrası dönem ayrı ayrı incelendiğinde de ilginç sonuçlar ortaya çıkmaktadır. 1970-1980 döneminde, özel sektörde emek verimliliği % 40 artarken kamu kesiminde emek verimliliği % 21 gerilemiştir. Bu ikisinin net etkisi sonucunda 1980 öncesi dönemde genel imalat sanayinde emek verimliliği hemen hemen aynı kalmıştır.

1980-1993 dönemde ise hem kamu da hem de özel

kesimde emek verimliliği artmış ve bunun sonucunda imalat sanayi genelinde emek verimliliği artış göstermiştir. 1994-1998 döneminde özellikle özel kesim imalat sanayisindeki verimlilik düşüşünün etkisiyle, genel imalat sanayisinde verimlilik düşüş eğilimine girmiştir. Ancak 1998 sonrası dönemde özel ve kamu kesimindeki dinamikleri etkisiyle genel imalat sanayisinde emek verimliliği tekrar artış trendine girmiştir.

Burada 1970-2001 döneminde imalat sanayi genelindeki emek verimliliği artışının hemen hemen tamamı 1980 sonrası dönemde ortaya çıktığı gözlenmektedir.

Kuşkusuz bu çalışmanın amacı emek verimliliğindeki gelişmelerin nedenlerinin incelenmesi değildir. Fakat burada dikkat çekici bazı noktalara işaret etmekte fayda vardır.

Tablo.1'in incelenmesinden anlaşılacağı üzere, özellikle 1980 sonrası dönemde, kamu kesimindeki verimlilik artışı özel kesimden daha fazladır. Ayrıca incelenen 32 yıl boyunca imalat sanayinin hem kamu hem de özel kesimi de emek verimliliğinde kayda değer artışların 1985 yılı sonrasında gerçekleştiği görülmektedir.

1985 sonrası dönem kamu kesimi imalat sanayi yatırımlarında ciddi gerilemelerin olduğu bir dönemdir (Bkz. Tablo.2).

Tablo.2. Türkiye İmalat Sanayi Yatırımları

Yıllar	Kamu Kesimi	Özel Kesim
1985	100	100
1986	96	127
1987	69	130
1988	57	133
1989	40	115
1990	42	183
1991	52	187
1992	59	191
1993	39	253
1994	23	230
1995	38	279
1996	37	304
1997	29	291
1998	34	282
1999	33	235
2000	40	284
2001	45	183
2002	37	238
2003	23	278
2004	23	407

Kaynak: DPT verilerinden hareketle hesaplanmıştır; (1990). VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı Öncesinde Gelişmeler 1984-1988. Ankara: DPT [4]. Ekonomik ve Sosyal Göstergeler. (<http://ekutup.dpt.gov.tr/ekonomi/gosterge/tr/1950-04/esg.htm>). [15.03.2006] [5].

Kamu kesimi imalat sanayi yatırımları gerilerken emek verimliliğinin arttığı gözlenmektedir. Bu nasıl mümkün olabilir? Aynı dönemde kamu kesimindeki istihdam rakamları incelendiğinde yukarıdaki soruyu cevaplandıracak ipuçlarına ulaşılmaktadır. Şöyle ki; sözkonusu dönemde imalat sanayi kamu kesimi istihdamı sürekli olarak azalmaktadır (Bkz. Tablo.3). Bu bilgiler 1985 sonrası dönemde kamu kesimi imalat sanayisindeki emek verimliliğindeki artışların istihdamdaki azalmadan kaynaklandığını düşündürmektedir. Buradaki bulgular, 1985 öncesi dönemde kamu işletmelerinde bir istihdam fazlasının mevcut olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, kamu kesiminde ilgili dönemdeki verimlilik değişimleri statik anlamda verimlilik artışı olarak yorumlanabilir.

Tablo.3. Türkiye İmalat Sanayisinde Ücretle Çalışanlar Ortalaması

Yıllar	Genel İmalat Sanayi	Kamu Kesimi	Özel Kesim
1970	506.054	185.144	318.610
1971	919.283	198.264	321.119
1972	574.372	212.375	361.997
1973	645.390	217.456	427.934
1974	671.371	231.139	440.232
1975	678.580	239.805	438.775
1976	696.005	255.599	440.406
1977	762.798	282.030	480.768
1978	767.139	282.357	484.782
1979	777.926	294.013	483.913
1980	786.995	287.189	499.806
1981	798.142	271.474	526.668
1982	828.121	265.859	562.262
1983	862.252	278.903	583.349
1984	891.028	279.164	611.864
1985	927.596	276.019	651.577
1986	943.997	270.594	673.403
1987	973.535	267.821	705.714
1988	1.000.492	262.148	747.344
1989	1.021.439	254.474	776.965
1990	1.023.669	249.762	773.907
1991	942.693	237.127	705.566
1992	979.283	225.697	753.586
1993	974.505	213.524	760.981
1994	932.885	196.591	736.294
1995	970.963	169.954	801.009
1996	1.034.057	153.357	880.700
1997	1.134.483	146.379	988.104
1998	1.203.271	143.516	1.059.755
1999	1.112.228	133.698	978.530
2000	1.128.992	124.483	1.004.509
2001	1.095.765	114.885	980.880

Kaynak: (2006). İstatistik Göstergeler 1923 – 2004. Ankara: TÜİK [3]

İmalat sanayi özel kesiminde 1985 sonrası dönemde emek verimliliğindeki artış istihdam artışı ile

birlikte gözlenmektedir (Bkz. Tablo.3). Bu birliktelik sözü edilen dönemde özel sektörlerin yatırımlarında artışlar olduğuna işaret etmektedir. Nitekim 1985 yılı sonrasında bazı dalgalanmalara rağmen özel kesim imalat sanayi yatırımlarında artış eğilimi gözlenmektedir (Bkz. Tablo.2).

Aşağıdaki bölümde de, 1970-2001 döneminde imalat sanayinde reel ücretlerin gösterdiği eğilimler incelenecektir.

IV. TÜRKİYE İMALAT SANAYİSİNDE REEL ÜCRETLER

Bu çalışmada hem genel imalat sanayi hem de kamu ve özel kesim imalat sanayii için reel ücret indeksleri oluşturulmuştur. Genel imalat sanayi reel ücret indeksi oluşturulurken, yıllar itibariyle ücretle çalışanlara yapılan cari ödemeler TÜİK'in Türkiye tüketici fiyat indeksi kullanılarak reele çevrilmiştir (Ne yazık ki TÜİK'nun yayımladığı Tüketici fiyat indeksleri Türkiye de ücret mallarındaki fiyat değişmelerini sağlıklı bir şekilde yansıtmamaktadır. Bu nedenle TÜİK'nun ücretliler geçinme indekslerini oluşturarak yayımlaması reel ücret hesaplamalarının daha sağlıklı bir şekilde yapılmasına olanak sağlayacaktır). Daha sonra bu reel seri imalat sanayi genelindeki ücretle çalışanlar ortalamasına bölünerek işçi başına düşen reel ücret ödemeleri yıllar itibariyle hesaplanmıştır. Sonra da bu seriler kullanılarak 1970=100 bazlı genel imalat sanayi reel ücret indeksi oluşturulmuştur. İmalat sanayi kamu ve özel kesim reel ücret indeksleri oluşturulurken de aynı yöntem izlenmiştir. Sonuçta ortaya çıkan tüm reel ücret indeksleri Tablo.4'de gösterilmiştir.

Tablo.4'de görüldüğü gibi imalat sanayi genelinde reel ücretler 2001 yılında 1970'le karşılaştırıldığında % 47 artmıştır. Aynı dönemde imalat sanayi kamu kesiminde reel ücretler 1,4 kat artarken, özel kesimde % 44 artmıştır.

İmalat sanayisinde reel ücretlerdeki gelişmeleri daha iyi kavrayabilmek için genel imalat sanayiindeki reel ücret hareketlerine alt dönemler itibariyle bakmakta fayda vardır.

1970-73 döneminde genel imalat sanayisinde reel ücretler hemen hemen sabit kalmıştır.

1974'den itibaren reel ücretlerde kıpırdanmalar başlamış, 1975-1976 yıllarında reel ücretlerde kayda değer artışlar olmuştur. 1977-1979 yılları arasında 1975 ve 1976 yıllarında reel ücretlerde sağlanan artışlar korunmuştur.

1980 krizi ve askeri müdahaleyi takiben reel ücretler düşme eğilimine girmiş ve bu eğilim 1989'a kadar

sürmüştür. Reel ücretlerin bu dönemde gösterdiği eğilimler özellikle ilgi çekicidir. Şöyle ki bu dönemde reel ücretler dramatik boyutlarda gerilemiştir. 1979'da ulaşılan reel ücret düzeyine bir daha ancak 1990 yılında yeniden ulaşılabilmektedir. Dönem içinde de örneğin 1986 yılındaki reel ücret düzeyi 1974 yılındaki reel ücret düzeyi ile hemen hemen aynıdır.

Tablo.4. İmalat Sanayisinde Reel Ücretler

Yıllar	Genel	Kamu	Özel
1970	100	100	100
1971	108	101	115
1972	102	96	108
1973	106	99	113
1974	114	111	120
1975	129	127	134
1976	164	169	163
1977	172	173	175
1978	174	173	179
1979	177	178	178
1980	136	149	129
1981	145	163	138
1982	148	161	147
1983	140	147	142
1984	124	124	127
1985	118	114	126
1986	115	110	123
1987	123	118	132
1988	116	110	126
1989	145	164	145
1990	176	194	180
1991	232	279	226
1992	214	280	203
1993	221	290	212
1994	177	259	162
1995	159	207	159
1996	153	189	160
1997	159	219	163
1998	156	213	162
1999	168	246	168
2000	169	278	165
2001	147	248	144

Kaynak: TÜİK verilerinden hareketle hesaplanmıştır; (2006). İstatistik Göstergeler 1923 - 2004. Ankara: TÜİK [3].

1989'dan itibaren reel ücretler yeniden artış eğilimine girmiş ve bu eğilim 1991 yılına kadar sürmüştür (1989 yılı sonrasında reel ücret artışlarını olanaklı kılan konjonktürün özellikleri için bkz. [6,7]). Fakat bu dönemde reel ücretlerde sağlanan artışlar 1991 yılı sonrasında korunamamış ve 1992 den itibaren reel ücretler tekrar düşme eğilimine girmiştir. Sözkonusu düşüş eğilimi 1996 yılına kadar sürmüş 1997 yılından 2001 krizine kadar ücretler tekrar artış eğilimine girmiştir. Ancak krizle birlikte tekrar düşüş eğilimi ortaya çıkmıştır.

Reel ücretlerdeki gelişmeleri kamu ve özel kesim

ayrımı ile incelediğimizde, imalat sanayi kamu ve özel kesim reel ücret indekslerinin genelde birbiriyle uyumlu eğilimler içinde olduğu gözlenmektedir. Fakat burada bazı noktalara dikkat çekmek gerekir.

Bir kere, 1980 krizinden bir önceki yılda imalat sanayi kamu ve özel kesiminde reel ücret indeksi 178 dir. Krizle birlikte kamu kesiminde indeks 149'a özel kesimde ise 129'a düşmüştür. Bu gelişme özel kesimin bu dönemde reel ücretleri aşağıya doğru çekmek konusunda daha esnek olabildiğini göstermektedir. Tablodaki veriler 1994 ve 2001 krizlerinde de özel kesimin reel ücretleri aşağıya çekebilmek konusunda daha esnek olduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte 1980-88 döneminde imalat sanayi kamu kesiminde reel ücretlerdeki düşme özel kesimden daha şiddetli olmuştur. İmalat sanayi özel kesiminde 1980 krizi ile birlikte ücretler sert bir şekilde hemen aşağıya çekilmiş ve 1980-88 döneminde hemen hemen 1980'deki seviyesini korumuştur. Fakat imalat sanayi kamu kesiminde reel ücretlerin aşağıya doğru çekilmesi özel sektöre göre daha kademeli bir şekilde gerçekleşmiş, fakat sonuçta yukarıda da ifade edildiği gibi kamu kesimindeki reel ücret gerilemesi daha şiddetli olmuştur (Askeri müdahaleden sonraki iki yılda imalat sanayi kamu kesiminde ücretler, müdahaleden önce bağlanan toplu sözleşmelerin etkisi nedeniyle, özel kesim kadar gerilememiştir [8]).

Reel ücretlerin tekrar artış trendine girdiği 1989 sonrası dönemde ise kamu kesimindeki reel ücret artışları özel kesimin üzerinde seyretmiştir. Bu süreçte kamu kesiminde ücret artışları 1994 bunalımına kadar devam etmiş, fakat özel kesimde 1992 yılında artış eğilimi kesintiye uğramıştır. 1994 bunalımıyla birlikte reel ücretler hem kamu hemde özel kesimde tekrar düşmeye başlamıştır.

Burada bazı birliktelikleri de ortaya koymak faydalı olacaktır. 1980 yılı öncesinde Türkiye'de iç pazara dayalı ithal ikamesine yönelik bir büyüme stratejisi uygulanıyordu. Bu stratejinin uygulandığı dönemde, Türkiye imalat sanayinde reel ücretlerde olumlu gelişmeler gözlenmiştir. 1960-1979 dönemi incelendiğinde reel ücretlerdeki olumlu gelişmelerin sadece 1971-1973 yılları arasında kesintiye uğradığı görülmektedir [9].

Buna mukabil, Türkiye'de 1980 sonrası dönemde ihracata yönelik büyüme stratejisi uygulanmış ve Türkiye ekonomisinin dünya ekonomisi ile özellikle de Avrupa birliği ile entegrasyonu hedeflenmiştir. Bu dönemde de 1989-1991 dönemi haricinde reel ücretlerde olumsuz gelişmeler gözlenmiştir.

Yukarıda ifade edilen birlikte görülmeye, tek başına

reel ücretlerin gelişmesi ile uygulanan büyüme stratejisinin niteliği ve ülkenin dünya pazarı ile entegrasyon derecesi arasında bir nedensellik ilişkisi olduğunu göstermez. Zaten ithal ikamesi döneminde dönemin genel eğiliminin aksine 1971-1973 yılları arasında reel ücretlerdeki olumsuz gelişmeler ve 1980 sonrası dönemde de aynı şekilde dönemin genel eğiliminin aksine 1989-1991 döneminde reel ücretlerde gözlenen artışlar; reel ücretlerin belirlenmesi bakımından uygulanan büyüme stratejisinin nitelikleri dışındaki faktörlerin de etkili olduğunun işaretleridir.

V. TÜRKİYE İMALAT SANAYİSİNDE 1999-2005 DÖNEMİNDE VERİMLİLİK VE ÜCRETLER

Türkiye imalat sanayisinde yakın dönemdeki bölüşüm trendleri incelendiğinde özellikle 2001 krizi sonrasında verimlilik ile ücretler arasındaki makasın Grafik.1'de de görüldüğü gibi giderek açılma eğiliminin de olduğu gözlenmektedir. Daha önce yaşanan 1980 ve 1994 bunalımlarında olduğu gibi 2001 krizi ve sonrasında da çalışanların reel ücretleri azalma eğilimine girmiş ve sanayideki bölüşüm sürecinde çalışanların görece konumu bozulmuştur.

Gerek genel imalat sanayisi gerekse sanayinin kamu ve özel kesimlerindeki dinamikler incelendiğinde özellikle 2001 krizi sonrasında emek verimliliğinde ciddi

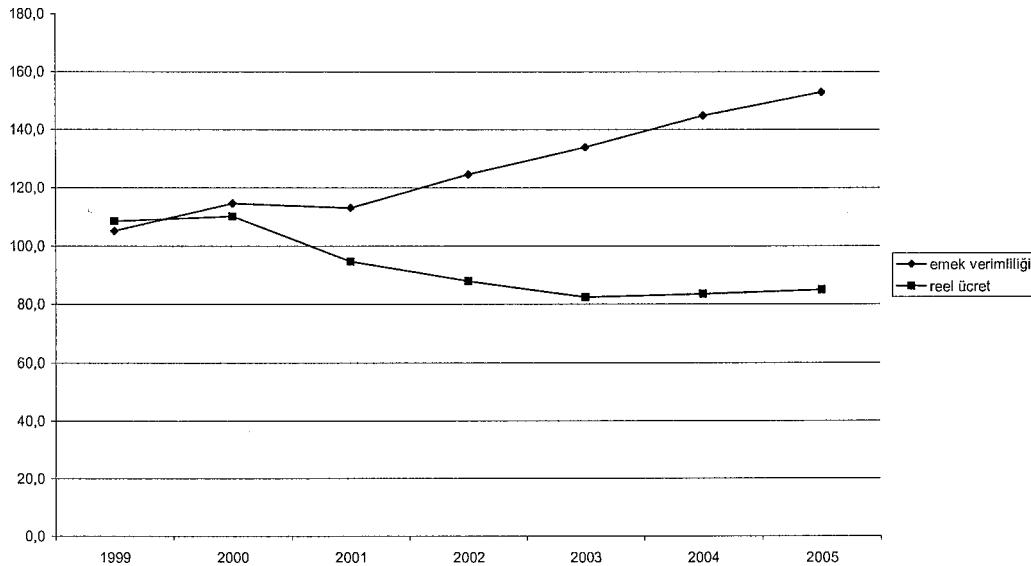
bir artış eğilimi gözlenirken reel ücretlerin sanayinin özel kesimindeki eğilimlerin etkisiyle gerilediği tespit edilmektedir.

Şöyle ki; Tablo.5'de görüldüğü gibi, imalat sanayisi genelinde 1997 yılı 100 kabul edildiğinde emek verimliliği 2001 yılında % 13,1 oranında 2005 yılında ise % 52,9 oranında artmıştır. Emek verimliliğindeki değişimler kamu ve özel kesim ayırımında ele alındığında söz konusu dönemde kamu kesimindeki verimlilik artışının özel kesimin bir miktar üzerinde olduğu görülmektedir. İmalat sanayisi kamu kesiminde emek verimliliği 2005 yılında baz yılına göre % 79,3 artarken özel kesimde % 53,3 oranında artmıştır.

Tablo.5. Türkiye İmalat Sanayisinde Verimlilik (1999-2005)

Yıllar	Çalışan Kişi Başına, 1997: 100		
	Kamu	Özel	Toplam
1999	107,8	104,7	105,5
2000	107,5	116,5	114,5
2001	114,5	113	113,1
2002	132,1	124	124,6
2003	144,6	133,7	133,8
2004	162,1	145,5	144,8
2005	179,3	153,3	152,9

Kaynak: *Ekonomik Göstergeler-İstihdam, Verimlilik ve Ücretler.* (http://www.hazine.gov.tr/stat/egosterge/III-Istihdam/III_8.xls). [10.4.2006] [10].



Grafik.1. İmalat Sanayisi Genelinde Verimlilik ve Reel Ücretler

Kaynak: TÜİK ve Hazine verilerinden hareketle çizilmiştir; *Ekonomik Göstergeler-İstihdam, Verimlilik ve Ücretler.* (http://www.hazine.gov.tr/stat/egosterge/III-Istihdam/III_8.xls). [10.4.2006] [10].

Türkiye imalat sanayisinde söz konusu dönemde reel ücretlerin eğilimleri incelendiğinde, genel imalat sanayisinde ücretlerin 2001 krizine kadar yükselme eğiliminde olduğu ancak krizle birlikte düşme eğiliminin başladığı gözlenmektedir. Tablo.6.'da yer aldığı gibi, imalat sanayi genelinde 1997 yılına göre 2000 yılında reel ücretlerin % 10 oranında arttığı ancak 2001 krizi ile birlikte düşme eğiliminin başladığı tespit edilmektedir. Netice de genel imalat sanayisinde 2005 yılında reel ücretler baz yılına göre yaklaşık % 15 gerilemiştir. Reel ücretlerde meydana gelen gelişmeler kamu ve özel kesim ayrımında ele alındığında genel imalat sanayisinde 2005 yılı itibariyle reel ücretlerde yaşanan gerilemenin özel kesimden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Çünkü 2001 krizi hem kamu kesimi hem de özel kesimde reel ücretlerin düşmesi yönünde etki yaparken, bu etki özel kesimde daha güçlü olmuş ve imalat sanayisi kamu kesiminde 2004 yılı itibariyle reel ücretler yeniden toparlama eğilimine girerken bu nispette bir toparlanma özel kesimde yaşanmamıştır.

Tablo.6. Türkiye İmalat Sanayisinde Reel Ücretler (1999-2005)

Yıllar	Çalışan Kişi Başına, 1997: 100		
	Kamu	Özel	Toplam
1999	120,9	105,3	108,5
2000	140,5	103,7	110,2
2001	124,6	88,3	94,6
2002	123,3	83	87,8
2003	116,4	79,1	82,3
2004	120,1	82,5	83,4
2005	127,4	84,1	84,9

Kaynak: Ekonomik Göstergeler-İstihdam, Verimlilik ve Ücretler. (http://www.hazine.gov.tr/stat/egosterge/III-Istihdam/III_8.xls). [10.4.2006] [10].

Bu eğilimlerin sonucu olarak grafik.2 ve 3'de gözlemlendiği üzere imalat sanayisi özel kesiminde verimlilik ücret makası daha fazla açılmıştır. Türkiye imalat sanayisinde istihdamın % 90'dan daha fazlasının özel kesimde olduğu dikkate alınırsa yakın dönemdeki bu eğilimlerin sonucunda, gelir bölüşümünün sanayi çalışanlarının aleyhine değiştiği ve bu kesimlerin emek verimliliğinin yükseldiği bir dönemde bile, reel ücretleri ve dolayısıyla yaşam standartlarının giderek gerilediği gözlenmektedir.

VI- İMALAT SANAYİSİNDE KATMA DEĞERİN KÂR VE ÜCRETLER ARASINDA BÖLÜŞÜMÜ

Daha öncede ifade edildiği gibi, imalat sanayisinde emek verimliliğinin değişme hızı ile ücret ve kârların değişme hızı arasındaki ilişkiler katma değer ücret ve

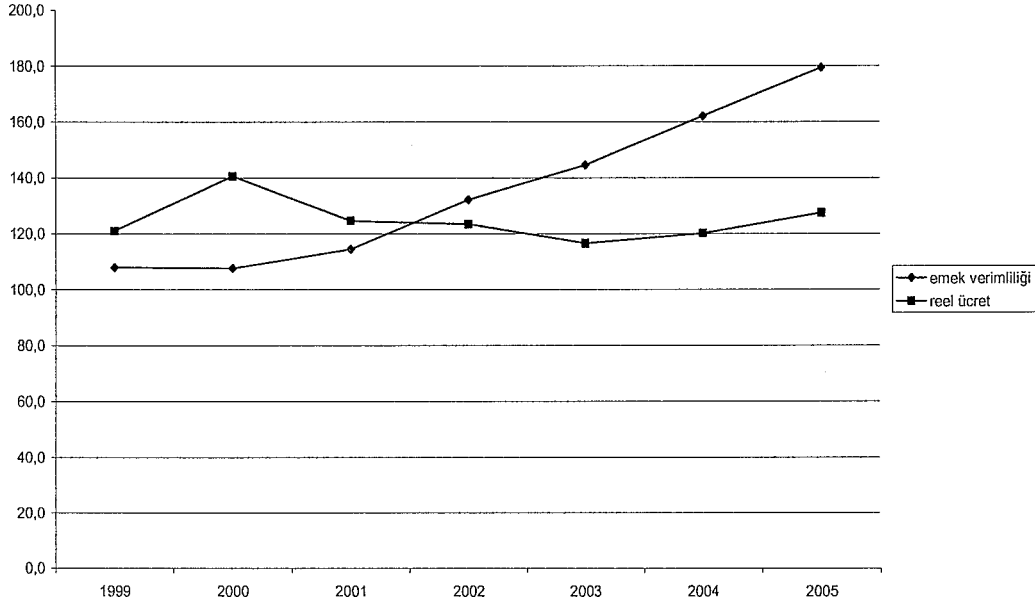
kârlar arasında bölüşümünü belirlemektedir. Bu bölümde emek verimliliğinin değişme hızı ile ücretlerin değişme hızı karşılaştırılarak katma değer bölüşümünü belirleyen dinamikler ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

1970-2001 döneminde imalat sanayi genelinde emek verimliliği yaklaşık 2,1 kat artarken bu dönemde reel ücretler % 47 artmıştır. Bunun sonucu olarak da genel imalat sanayinde katma değer içinde ücret payı 1970'de % 25,4 iken 2001'da bu oran % 16,8' ye düşmüştür. (Bkz. Tablo.7) Görüldüğü üzere uzun dönemde imalat sanayinde reel ücretler emek verimliliğine paralel olarak artmadığı için, katma değer bölüşümünde işçilerin görece konumu bozulmuştur.

Tablo.7. Türkiye İmalat Sanayisinde Katma Değer İçinde Ücretlerin Payı

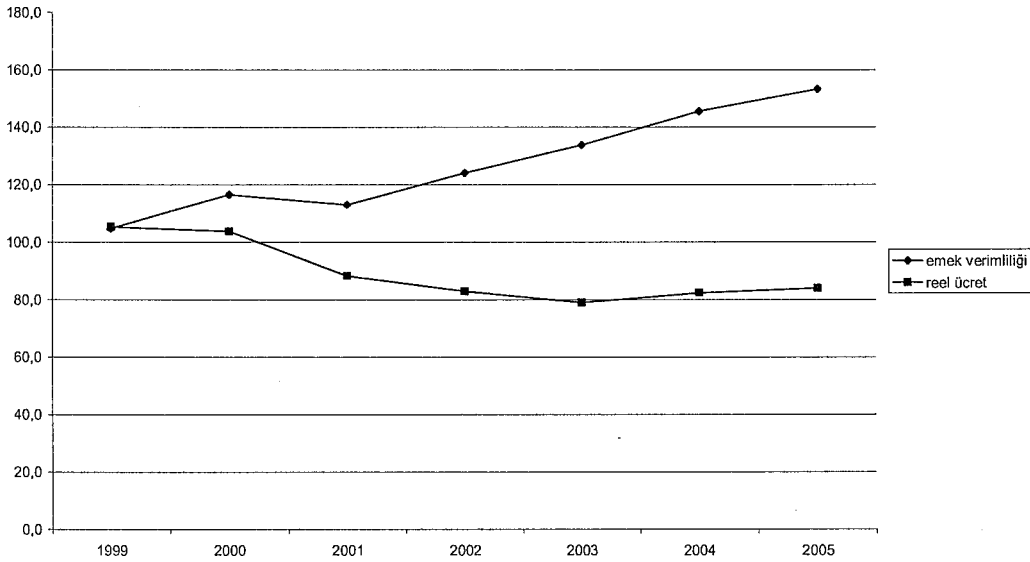
Yıllar	Genel(%)	Kamu(%)	Özel(%)
1970	25,4	20,0	31,8
1971	24,8	18,3	33,1
1972	24,4	19,0	30,1
1973	29,7	23,5	35,5
1974	31,9	24,6	39,2
1975	31,8	25,4	38,4
1976	36,0	44,7	31,3
1977	37,8	40,9	35,7
1978	38,1	48,3	33,0
1979	42,3	55,4	35,6
1980	32,6	37,5	29,3
1981	29,3	28,5	30,1
1982	28,0	26,2	29,3
1983	27,5	25,8	28,8
1984	26,6	25,9	27,0
1985	23,2	20,4	25,0
1986	16,6	13,3	18,7
1987	17,8	17,5	18,0
1988	15,6	13,2	16,9
1989	19,3	17,9	20,0
1990	21,1	21,1	21,0
1991	22,9	25,7	21,7
1992	19,1	23,1	17,4
1993	17,0	22,2	15,2
1994	14,4	21,4	12,2
1995	13,5	15,6	12,9
1996	14,7	13,9	14,9
1997	16,8	15,2	17,3
1998	19,1	15,3	20,3
1999	20,8	19,4	21,2
2000	22,2	23,1	22,0
2001	16,8	15,5	17,2

Kaynak: TÜİK verilerinden hareketle hesaplanmıştır; (2006). İstatistik Göstergeler 1923 - 2004. Ankara: TÜİK [3].



Grafik.2. İmalat Sanayisi Kamu Kesiminde Verimlilik ve Reel Ücretler

Kaynak:TÜİK ve Hazine verilerinden hareketle çizilmiştir; Kaynak: Ekonomik Göstergeler-İstihdam, Verimlilik ve Ücretler. (http://www.hazine.gov.tr/stat/egosterge/III-Istihdam/III_8.xls). [10.4.2006] [10].



Grafik.3. İmalat Sanayisi Özel Kesimde Verimlilik ve Reel Ücretler

Kaynak:TÜİK ve Hazine verilerinden hareketle çizilmiştir; Kaynak: Ekonomik Göstergeler-İstihdam, Verimlilik ve Ücretler. (http://www.hazine.gov.tr/stat/egosterge/III-Istihdam/III_8.xls). [10.4.2006] [10].

1970-2001 döneminde kamu ve özel kesimdeki gelişmeler incelendiğinde daha farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki, Tablo.1 ve 2'nin incelenmesinden anlaşılacağı gibi imalat sanayi kamu kesiminde emek verimliliği 2001 yılında 1970'e göre 3,6 kat artarken, reel ücretler 1,4 kat artmıştır. Bunun sonucunda imalat sanayi kamu kesiminde katma değer içinde ücret payı 1970'de %20 iken bu oran 2001 de %15,5'a düşmüştür.

Aynı şekilde 1970-2001 döneminde imalat sanayi özel kesimindeki gelişmeleri incelediğimizde, imalat sanayi özel kesiminde emek verimliliği 2,8 kat artarken reel ücretler sadece % 44 artmıştır. Dolayısıyla katma değer içinde ücret payı 1970'de % 31,8 iken 2001 de bu oran % 17,2'ye gerilemiştir.

1970-2001 döneminin genelindeki eğilimleri daha iyi kavrayabilmek için bu dönemi alt dönemlere ayırarak incelemek faydalı olacaktır. Bu nedenle aşağıda 1970-2001 dönemi alt dönemler itibarıyla incelenecektir.

1970-1979 alt döneminde genel imalat sanayinde emek verimliliği hemen hemen sabit kalırken reel ücretler %78 artmıştır. Bunun sonucunda imalat sanayi genelinde katma değer içinde ücret payı 1970'de % 25,4 iken 1979'da bu oran % 42,3'e çıkarak zirveye ulaşmıştır.

1970-1979 alt döneminde kamu ve özel kesimdeki gelişmelere ayrı ayrı bakıldığında, kamu kesiminde bu dönemde emek verimliliği gerilerken reel ücretlerin arttığı, özel kesimde ise reel ücretlerin emek verimliliğinden daha hızlı arttığı görülmektedir. Bu gelişmelerin sonucunda 1970-1979 alt döneminde kamu kesiminde katma değer içinde ücret payı % 20'den % 55,4' e, özel kesimde de % 31,8 den % 35,6'ya çıkmıştır.

Bu gelişmeler, 1970-1979 alt döneminde imalat sanayi genelinde katma değer içinde ücret payındaki önemli artışların temelinde imalat sanayi kamu kesimindeki gelişmelerin yattığını göstermektedir.

1980-1988 alt dönemi bir önceki dönemden tamamen farklı eğilimlerinin gözlendiği bir dönemdir. Bu alt dönemde hem imalat sanayi genelinde hem de özel ve kamu kesiminde emek verimliliği artarken reel ücretler gerilemiştir. Bunun sonucunda da katma değer içinde ücret payı 1988'de genel imalat sanayinde % 15,6' ya kamu kesiminde % 13,2'ye özel kesimde ise % 16,9'a kadar gerilemiştir.

Görüldüğü gibi bu alt dönemde katma değerinin bölüşümünde çalışanların görel konumu ciddi şekilde bozulmuş ve dönem boyunca çalışanlar emek verimliliğindeki artışlardan pay alamamışlardır.

1989-1991 dönemi tekrar tersine eğilimlerin başladığı bir alt dönem olmuştur. Şöyle ki, bu alt dönemde katma değer içinde ücret payı, kamu ve özel kesim ile birlikte imalat sanayi genelinde yükselmeye başlamıştır. Fakat bu eğilimler 1992 yılına kadar sürmüştür, 1992 yılından itibaren katma değer içinde ücret payları tekrar düşmeye başlamıştır. Katma değer içinde ücret payları 1996 yılına kadar düşmüş ancak 1997 yılından itibaren tekrar yükselme eğilimine girmiştir. Katma değer içinde ücret paylarının yükselme eğilimi 2001 krizine kadar sürmüştür, kriz sonrasında ise düşme eğiliminin başladığı yeni bir döneme girilmiştir.

1980 sonrası yeni liberal politikaların uygulandığı dönemi bir bütün olarak değerlendirdiğimizde, 1980 krizi ile başlayan ve katma değerinin bölüşümünde çalışanların görel konumlarının ciddi bir şekilde bozulmasına yol açan eğilimlerin dönem sonunda da ortaya çıktığı görülmektedir. Burada 1989-91 1997-00 dönemlerinde reel ücretlerde meydana gelen artışların dönemin bütünündeki eğilimleri tersine çevirememesi dikkat çekicidir.

Uzun dönemde emek verimliliği bölüşüm ilişkilerinin gösterdiği eğilimlerin incelenmesinden, Türkiye imalat sanayinde reel ücretlerdeki hareketlerin emek verimliliğindeki değişimlerden bağımsız bir şekilde gerçekleştiği ortaya çıkmaktadır. Şöyle ki, bazı dönemler de emek verimliliği düşerken reel ücretler artmakta, bazen de emek verimliliği artarken reel ücretler düşmektedir. Türkiye imalat sanayisine ilişkin bu konuda yapılmış başka çalışmalarda da reel ücret hareketleri ile verimlilik hareketleri arasında güçlü bir ilişkinin olmadığı ileri sürülmektedir [11]. Diğer ülkelere ait ampirik veriler incelendiğinde de, emek verimliliğindeki hareketler ile reel ücretlerin hareketleri arasında bir paralellik olmadığı görülmektedir [12].

Reel ücretlerin emek verimliliğindeki değişimlere intibak etmemesi katma değerinin bölüşümünde işçi ve işveren paylarının sürekli olarak değişmesine yol açmaktadır. Bazı dönemlerde, katma değerinin bölüşümünde işçilerin görel konumları iyileşirken, bazı dönemlerde kötüleşmektedir. Burada katma değerinin bölüşümünde işçilerin görel konumlarının iyileşmesini ya da bozulmasını belirleyen faktörlerin neler olduğu sorusu gündeme gelmektedir. Niçin bazı dönemlerde reel ücretler emek verimliliğinden daha hızlı bir şekilde artarken bazı dönemlerde bunun tersi gerçekleşmektedir?

Bu soruyu yanıtlayabilmek için Türkiye imalat sanayinde reel ücretlerin hareketlerini (dolayısıyla bölüşümü) belirleyen faktörlerin incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle izleyen bölümde söz konusu faktörler araştırılacaktır.

VII. TÜRKİYE İMALAT SANAYİSİNDE REEL ÜCRET HAREKETLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Çalışmanın IV. Bölümün de, Türkiye imalat sanayisinde 1970-2001 döneminde reel ücretlerin nasıl değişiklik gösterdiği alt dönemler itibarıyla ortaya koyulmuştu. Bu alt dönemler içinde, reel ücretlerdeki olumlu gelişmeler açısından dikkat çekici iki dönem vardır.

Bunlar 1974-1979 ve 1989-1991 alt dönemleridir. Bu dönemlerde reel ücretlerde kayda değer artışlar olmuştur. Nitekim bu yıllarda, özellikle 1974-1979 döneminde, sağlanan reel ücret artışları ile katma değer içinde ücret payları önemli ölçüde yükselmiştir.

Acaba bu dönemlerde hangi gelişmelerin etkisi ile reel ücretlerde bu artışlar gerçekleşmiştir?

Aşağıda Tablo.8'de Türkiye'de 1963 sonrası dönemde grevler ve grevlere katılan işçi ile kaybolan işgünü sayıları gösterilmektedir. Tablonun incelenmesinden anlaşılacağı gibi Türkiye'de sendikalı işçiler, mücadelelerini 1974-1980 ve 1989-1991 dönemlerinde yoğunlaştırmışlardır. İşçilerin mücadelelerinin yoğunlaştığı ve sertleştiği bu dönemlerde reel ücretlerde kayda değer artışlar olmuştur. Bu veriler, Türkiye imalat sanayinde reel ücretlerin işçilerin yürüttüğü mücadeleye doğrudan bağlı olduğunu düşündürmektedir. İşçiler mücadelelerini yoğunlaştırdıkları dönemlerde reel ücretlerin artmasını sağlayabilmişlerdir.

1974-1979 ve 1989-1991 dönemlerinin ortak özelliğinin tespit edilmesi suretiyle burada ulaştığımız bu bulgu, Türkiye imalat sanayinde reel ücretlerin belirlenmesi ve buna bağlı olarak katma değer bölüşümünün açıklanmasında, Klasik politik iktisat ve Marksist iktisadın gelir bölüşümü tezinin üzerinde durulmasının yararlı olabileceğini işaret etmektedir. Şöyle ki, bilindiği gibi, Klasik politik iktisat ve Marksist iktisat, gelir bölüşümünün tarafların birbirlerine ve devlete karşı görece güçlerine bağlı olarak belirlendiğini ileri sürmektedir. Her ne kadar, bölüşümü "tarafların mücadelesi ve güçleri" ne bağlı olarak açıklayan bu tezin bütünüyle ampirik olarak sınanması güç olsa da Türkiye imalat sanayinde incelenen dönemde bölüşümün açıklanmasında bu tezin üzerinde durulması yararlı olabilir ("Tarafların mücadelesi ve görece güçleri" kavramının içinin bütünüyle ampirik verilerle doldurulması güçtür. Çünkü örneğin sermaye kesiminin mücadelesi kavramı; siyasi kulis yapılması, yasaların yapılması sürecinde baskı yapılması, ideolojik kampanyaların yürütülmesi (medya, üniversiteler, eğitim sistemini ... içine alacak şekilde) gibi faaliyetleri kapsamaktadır ve bu alanlardaki değişimlerin ampirik olarak tespit edilmesi kolay değildir. Fakat bölüşümdeki

tarafların mücadelesi ve görece güçlerindeki değişimlere işaret edebilecek bazı ampirik verilere ulaşmak yada bazı tarihsel olguları gözlemlemek de mümkündür).

Tablo.8. Yıllara Göre Grevler, Grevlere Katılan İşçi ile Kaybolan İşgünü Sayısı

Yıllar	Grev	Katılan İşçi	Kaybolan İşgünü
1963	8	1.514	19.739
1964	83	6.640	238.261
1965	46	6.593	336.836
1966	42	11.414	430.104
1967	101	9.499	350.037
1968	54	5.289	174.905
1969	77	12.601	235.134
1970	72	21.156	220.189
1971	78	10.916	476.116
1972	48	14.879	659.362
1973	55	12.286	671.135
1974	110	25.546	1.106.401
1975	116	13.708	668.797
1976	58	7.240	325.830
1977	59	15.682	1.397.124
1978	87	9.748	426.127
1979	126	21.011	1.147.721
1980	220	84.832	1.303.253
1981	-	-	-
1982	-	-	-
1983	-	-	-
1984	4	561	4.947
1985	21	2.410	194.296
1986	21	7.926	234.940
1987	307	29.734	1.961.940
1988	156	30.057	1.892.655
1989	171	39.435	2.911.407
1990	458	166.306	3.466.550
1991	398	164.968	3.809.354
1992	98	62.189	1.153.578
1993	49	6.908	574.741
1994	36	4.782	242.589
1995	120	199867	4838241
1996	38	5461	274322
1997	37	7045	181913
1998	44	11482	282638
1999	34	3263	229825
2000	52	18705	368475
2001	35	9911	286015
2002	27	4618	43885
2003	23	1535	144772
2004	30	3557	93161
2005	34	3529	176824

Kaynak: (1999). Çalışma Hayatı İstatistikleri. Ankara: T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı [13]. Yıllar İtibarıyla Grev Uygulamaları. (http://www.calisma.gov.tr/istatistik/cgm/yillar_resmi_grev.htm). [17.6.2006] [14].

Bu çerçeve de Klasik politik iktisat ve Marxist iktisadın bölüşüm tezi ile Türkiye imalat sanayinde

incelenen dönemde bölüşümde meydana gelen değişimler değerlendirilebilir. Her ne kadar Tablo.8' deki veriler bölüşümde tarafların güçlerinin belirleyiciliği yönündeki tezin savunulması açısından yeterli bir kanıt olmasa da, yine de bu verilerin incelenmesinde anlaşılacağı üzere, işçilerin mücadelesinin arttığı dönemlerde bölüşümün çalışanlar lehine değiştiği, işçilerin gücünün törpülediği dönemlerde ise aksinin gerçekleştiği gözlenmektedir.

Kuşkusuz Tablo.8'deki verilerle birlikte, reel ücretlerdeki artış ve azalışların yaşandığı alt dönemlerin politik ve ideolojik konjonktürleri ile sermaye birikim biçiminin nitelikleri birlikte değerlendirildiğinde; bölüşümde tarafların görece güçlerinin ve bu güçleri etkileyen iktisadi, siyasal ve sosyal konjonktürün reel ücretler ve faktör paylarının oluşumunu belirlediği ileri sürülebilir.

Nitekim, daha öncede ifade edildiği gibi Türkiye'de iç pazara dayalı ithal ikamesine yönelik büyüme stratejisinin uygulandığı 1962-1979 döneminde reel ücretlerde olumlu gelişmeler gözlenmiştir. Reel ücretlerdeki bu olumlu gelişmelerin kesintiye uğradığı yıllar bu çalışmada incelenen dönemin başlangıç yılları olan 1971-1973 yıllarıdır [15].

Bilindiği gibi 12 Mart 1971 askeri müdahalesi sonrasında sendikal haklara yönelik çeşitli kısıtlamalar gündeme gelmiştir [16] Bu sınırlamalar bölüşüm mücadelesinde doğrudan etkili olmuş ve bu dönemde reel ücretler gerilemiştir.

1971 müdahalesi ile gündeme gelen sınırlamaların ortadan kalktığı 1974-1979 yılları arasında; bir taraftan işçilerin mücadeleleri yoğunlaşmış diğer taraftan da dönemin siyasal konjonktürünün ile iç pazara dayalı sanayileşme stratejisi açısından ücretlerin maliyet unsuru olarak değil gelir ve talep yaratıcı bir unsur olarak değerlendirilmesinin sağladığı avantajlarla, reel ücretler tekrar yükselmiş ve bölüşüm çalışanların lehine değiştirilebilmiştir.

1980 askeri müdahalesi sonrasında, toplu sözleşme ve sendikal haklara yönelik düzenlemelerde, işçi kesiminin gücünü kırıcı oldukça sert tedbirler alınmıştır (1980 askeri müdahalesi ile birlikte işçi haklarına yönelik sınırlamalar konusunda ayrıntılı bilgi için bkz. [8,17,18]). Bu uygulamalar bölüşüm mücadelesinde işçi sınıfını görece olarak güçsüz durumda bırakmış ve bunun sonucunda reel ücretler ve katma değer içinde ücret payı ciddi şekilde gerilemiştir.

Tablo.8'de görüldüğü gibi, 1989-1991 yılları arasında işçi hareketi yeniden sertleşmiş ve bu yıllarda dönemin siyasal gelişmelerinde etkisiyle reel ücretler ve dolayısıyla katma değer içinde ücret paylarında olumlu gelişmeler gözlenmiştir [19-21].

Tüm bu bulgu ve tarihsel olgular, Türkiye imalat sanayisinde reel ücretler ve katma değer bölüşümünün; bu bölüşüm ilişkisindeki tarafların birbirlerine karşı yürüttükleri mücadele ve bu mücadele sürecindeki güçlerine bağlı olarak belirlendiği yönündeki yaklaşımın ikna gücünü destekleyen tarihsel gelişmeler olarak değerlendirilebilir (Kuşkusuz iktisat literatüründe bölüşüm paylarını; ekonomik konjonktür, tekelleşme, ticarete açılma gibi etkenlerle inceleyen farklı bölüşüm yaklaşımlarında mevcuttur. Fakat bu çalışma bu tezleri ayrıca sınamak amacıyla değildir).

VIII. SONUÇ

Çalışmanın birinci ve ikinci aşamasında ortaya çıkan bulguların birbirleriyle uyum içinde olduğu görülmektedir. Şöyle ki, Türkiye imalat sanayisinde ücretler ile emek verimliliği arasında kısa ve uzun dönemde bir ilişki gözlenmemektedir.

Bunun yanında imalat sanayisinde ücretlerin ve dolayısıyla katma değer içinde ücret ve kâr paylarının işçi ve işverenlerin görece güçlerindeki değişimlerden etkilendiği görülmektedir. İşçi kesimi mücadelesini yoğunlaştırdığı ve gücünü ortaya koyabildiği dönemlerde ücretleri yükselterek katma değer bölüşümünde görece konumlarını iyileştirebilmektedir. İşçilerin mücadelesinin siyasal baskılarla engellendiği ve haklarının sınırlandırıldığı dönemlerde katma değer bölüşümü bu kesimlerin aleyhine değişmektedir.

Ek olarak imalat sanayiinde faaliyet gösteren işverenlerin hem emek hem de mal piyasalarındaki güçlü konumlarının uzantısı olarak ortaya çıkan "yüksek fiyat belirleme gücü"nü imalat sanayisinde katma değer bölüşümünün belirlenmesinde çok etkili olduğu ortaya koyulmuştur [22].

Bütün bunlar, Türkiye imalat sanayisinde katma değer bölüşümünün açıklanmasında, Klasik politik iktisat ve Marxist iktisadın gelir bölüşümü tezinin ikna gücü taşıdığını düşündürmektedir. Dönemin siyasal konjonktürü, izlenen sanayileşme ve birikim stratejisinin nitelikleri, işsizlik ve emek piyasasına yönelik hukuki düzenlemeler gibi unsurlar, bu bölüşüm ilişkisindeki tarafların görece güçlerini değiştirmek suretiyle katma değer bölüşümünü etkilemektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Koç, Y. (1992). *Unionization and Collective Bargaining Agreements in Turkey, 1990-1991*. İstanbul: Friedrich Ebert Vakfı Yayını..
- [2] Yılmaz, A. (1992). Ücretlerin Belirlenmesinde Teknolojik gelişmenin rolü Türkiye Tekstil ve Konfeksiyon Sanayi Örneği. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [3] (2006). *İstatistik Göstergeler 1923 – 2004*. Ankara: TÜİK.
- [4] (1990). *VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı Öncesinde Gelişmeler 1984-1988*. Ankara: DPT.
- [5] Ekonomik ve Sosyal Göstergeler. (<http://ekutup.dpt.gov.tr/ekonomi/gosterge/tr/1950-04/esg.htm>). [15.03.2006].
- [6] Yentürk, N. (1997). *Türkiye İmalat Sanayiinde Ücretler, İstihdam ve Birikim*. İstanbul: Friedrich Ebert Vakfı Yayını.
- [7] Boratav, K. (1998). 2000'e Doğru Türkiye'de Popülizm. *Mürekkep, Teorik Politik Dergi*, 10(11), 8-13.
- [8] Bulutay, T. Ed. (1997). *Türk İşgücü Piyasası ile İlgili Temel Gelişmeler*. Ankara: D.İ.E. Yayını, 229-257.
- [9] Boratav, K (1987). *Türkiye İktisat Tarihi, 1908-1985*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- [10] Ekonomik Göstergeler-İstihdam, Verimlilik ve Ücretler. (http://www.hazine.gov.tr/stat/egosterge/III-Istihdam/III_8.xls). [10.4.2006].
- [11] Dorsay, A. & Sait, H. (1976). *Marksist Ekonomi Politikde Ücret ve Türkiye'de Ücretler*. İstanbul: Bilim Yayınları.
- [12] Boratav, K (1995). *1980'li Yıllarda Türkiye'de Sosyal Sınıflar ve Bölüşüm*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- [13] (1999). *Çalışma Hayatı İstatistikleri*. Ankara: T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı.
- [14] Yıllar İtibariyle Grev Uygulamaları. (http://www.calisma.gov.tr/istatistik/cgm/yillar_resmi_grev.htm). [17.6.2006].
- [15] (1998). *İstatistik Göstergeler 1923-1996*. Ankara: DİE Yayını.
- [16] Koray, M. (1994). *Değişen Koşullarda Sendikacılık*. İstanbul: Tüses Yayını.
- [17] Şenses, F. (1991). Türkiye'de Gelir Dağılımı, Gelirin Yeniden Dağıtımı ve İşgücü Piyasaları. (Der.: Oyan, O.; Boratav, K.; Şenses, F.; Ekinci, N.K. & Türel, O.). *Türk Ekonomisinde Sosyal Demokrat Çözümler Cilt III: Gelir Dağılımı ve Yeniden Dağıtım Mekanizmaları*. İstanbul: Tüses Yayını, 51-80.
- [18] Sönmez, M (1992). *100 Soruda 1980'lerden 1990'lara Dışa Açılan Türkiye Kapitalizmi*. İstanbul: Gerçek Yayınevi.
- [19] (1989). *89 Petrol-İş Yıllığı*. İstanbul: PETROL-İŞ.
- [20] Törüner, M.A. (1989). *Türkiye de Ücretlilerin Kazanç Durumdaki Gelişmeler 1980-1989*. Ankara: Tüses Yayını.
- [21] (1992). *Ekonomik Rapor*. İstanbul: İTO.
- [22] Kirmanoğlu, H. & Tuncer, N. (1992). İmalat Sanayinde Gelir Bölüşümü ve Kaynak Kullanımı. (Ed.: Kazgan, G.). *Türkiye'de Gelir Bölüşümü Bozan Etkenler ve İyileştirilmesine İlişkin Politikalar*. Ankara: TOBB yayını, 89-114.

Ahmet YILMAZ (ahmetyilmaz@marmara.edu.tr) is an Assistant Professor of political economy at Marmara University. His research interests are relations of state and economy, economic crises, Turkish economy and income distribution.

FİNANSAL SERBESTLEŞME, POLİTİKA HATALARI VE KRİZLER

Zeki İlker GÖRENEL

Marmara Üniversitesi, İktisat Bölümü, Araştırma Görevlisi, Dr.

FINANCIAL LIBERALIZATION, POLICY MISTAKES AND CRISIS

Abstract: This study aims at evaluating the process and outcomes of the financial liberalization policies within the neoliberalism of post-1980's. Although these policies were held gradually in industrialized sphere, developing countries have put them into practice as shock therapy. At first instance the related institutions and basic facilities should have been structured, but this priority have not been taken into consideration in these developing countries which started to apply the neoliberal economic policies. So these countries are opened to the financial capital movement which is very speculative and sensitive to the changes in the economic indicators inside. Although the aim was deregulation of the financial markets, the cyclical financial crisis brought about the arguments of re-regulation.

Keywords: Financial Liberalization, Financial Crisis, Hot Money

FİNANSAL SERBESTLEŞME, POLİTİKA HATALARI VE KRİZLER

Özet: Çalışmada 1980 sonrasında damgasını vuran neoliberal ekonomi politikalarının bir parçası olan finansal serbestleşmenin, farklı ekonomik yapıdaki ülkelerde ne tür sonuçlara yol açtığı değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Merkezdeki ülkeler serbestleşmeye aşamalı olarak, gerekli kurumsallaşma ve düzenlemelerle birlikte geçmişlerdir. Ancak çevre ülkelerde bu politikalar hızla uygulanmış, öncelikli olarak altyapının ve ilgili kurumların oluşturulması gerekirken bu zamana bırakılmış, dolayısıyla bu ülkeler ekonomilerdeki değişimlere oldukça hassas, hareketli ve spekülâtif sermayenin olumsuz etkilerine maruz kalmışlardır. Döngüsel niteliğe bürünen bu dalgalanmalar benzer ekonomik yapıdaki ülke piyasalarını yayılma özelliğiyle etkiler hale gelmiştir. 1990'lı yıllara gelindiğinde bu sonuçlar ile birlikte geçmişte uygulanan politikalar masaya yatırılarak politika yanlışları ve eksiklikleri sorgulanmıştır. Neoliberal politikalarla piyasaların düzenleme dışı bırakılması amaçlanmasına rağmen, ardi ardına yaşanan finansal krizler kısmi düzenleme tartışmalarını yoğunlaştırmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Liberalizasyon, Finansal Kriz, Sıcak Para

I. GİRİŞ

Washington Uzlaşısı'nın kurumları, 1980'li yıllarda pek çok ülkenin dış ticaretlerinin önündeki engellerin kaldırılmasıyla birlikte sermaye işlemlerinin de serbestleştirilmesine yönelik politikalar 'salık verdi'. IMF koşulluluğu altında programları uygulamak durumunda kalan ülkeler bu iki uygulamayı birbiri ardına ya da birlikte yürüttüler. Ancak ticaretin liberalizasyonunda olduğu gibi pek çok önemli faktörün göz önüne alınmadan uygulamalara girişilmesi yine pek çok ülkeyi, döngüsel nitelikte finansal krizlerin içine soktu. Sermaye hareketlerindeki hız sınır tanımaz ve bu akımlar ülkeye ait pek çok makro değişkene oldukça duyarlı hale geldi. Bir ülkeden çıkışının benzer yapıdaki diğer ülkeleri de aynı boyutta etkiler olması ile 1990'lı yıllarda Meksika, Rusya, Doğu Asya, Türkiye gibi ülkelerde yıkıcı, derin finansal krizler yaşandı. Bu krizler ardından Washington merkezli politikalar sorgulanmaya başlandı. Zira finansal piyasalarda düzenlemelerin tamamen terk edilmesi ile yaşanan krizler arasında bir ilişki bulunmaktaydı. Bu makalede, neoliberal yaklaşımın finansal serbestleşme ile ilgili dayanaklarına ve argümanlarına, serbestleşmeye

yönelik girişimlerin kriz yaratma potansiyeline ve dinamiklerine, yaşanan krizlerin boyutlarına ve nedenlerine değinilecektir. Bu kapsamda önemli dinamiklerin göz önüne alınmadan politikaların biçimlendirilmesinin ve uygulanmalarının yarattığı karışıklığın sorgulanması amaçlanmaktadır.

II. NEOLİBERAL YAKLAŞIM: FİNANSAL SERBESTLEŞMENİN GEREKLİLİĞİ VE UYGULANMASI

1980'li yıllara kadar ağırlıklı olarak çevre ülkelerde Keynezyen ekonomi politikalarının uygulanması, ithal ikameci sanayileşme stratejisinin yürütülmesi, iç piyasaların göreceli olarak korunması söz konusuydu. Politika ve stratejilerin sorunlu dinamikler yaratması ve sürdürülemiyor oluşu nihayetinde yeni politika ve strateji arayışlarını zorunlu hale getirdi. Liberal anlayış doğrultusunda belirlenen çözümler 1980'li yıllar sonrasında damgasını vurdu. Önceki dönemin belirleyicilerinden belirgin anlamda vazgeçildi. Bu bölümde finansal hareketlerin serbestleşmesi ile ilgili terminolojik tanımlamalara ve ardından liberal yaklaşımın

serbestleşmenin gerekliliğine yönelik argümanlarına değinilecektir.

Finansal küreselleşme, “*farklı yerel finans piyasalarının bölünmesinin ortadan kaldırılarak, ulusal para ve finans piyasalarının dünya piyasalarıyla bütünleşmesini kapsayan bir süreç*” olarak tanımlanır [1]. Cari işlemlerin serbestleşmesi, yabancıların ve yurtiçindeki yerleşiklerin ticaret amaçları için para alıpatabilmeleri anlamına gelirken, sermaye işlemlerinin serbestleştirilmesi portföy yatırımları için paranın alınıp satılabilmesidir.

Ülke ekonomisi sermaye işlemlerinin serbestleşmesinden, sermaye girişleri özendirildiğinde ve yurtiçi yerleşikler uluslararası portföy çeşitlenmesinden yararlanabildiklerinde fayda sağlayabilir. Bu arada finansal sistemin bu getirileri sağlayabilmek üzere yapılanması, reforme edilmesi gerekir. Bunun için atılması gereken adımlar mali açıkların finansmanı, faiz politikası, kredilerin yönlendirilmesi, kurumsal yeniden yapılanma, kurumsal gelişme ve dış finansal politika ile ilgilidir. İlk aşamada mali açık kontrol altına alınmalı ve makroekonomik istikrar sağlanmalıdır. Ardından, hükümet yönlendirilmiş kredi programlarının ölçeğini azaltmalı, faiz oranlarını enflasyonla ve diğer ilişkili piyasa göstergeleriyle uyumlu bir düzeye getirmelidir. Zira sabit getirili finansal araçların enflasyon riskinin minimize edilmesi gerekmektedir. Bu da istikrarlı bir enflasyon oranını ve faiz oranlarının enflasyonun üzerinde seyretmesini gerektirir. Bu aşamada hükümet, ayrıca finansal temelleri (muhasabe sistemi, yasal sistem, sözleşme prosedürleri, düzenleme ve denetleme yapıları) iyileştirmeye çalışmalıdır. Ayrıca finansal kurumların yönetsel özerklikleri desteklenmeli, kurumsal itibarsızlık söz konusu ise finansal kurumların yeniden yapılanmalarına yardımcı olunmalıdır. Diğer aşamada, finansal reform ile piyasa çeşitlenmesinin geliştirilmesi ve rekabetin hızlandırılması gerekir. Ülke eğer hali hazırda sermaye işlemlerini açmış ise sermaye girişlerinin istikrarsızlaştırıcı etkilerinden sakınmak üzere hükümetin makroekonomik istikrarın sağlanmasına öncelik vermesi gerekir. Kalıcı bir ilerleme sağlandıktan sonra son aşamaya geçilmelidir: faiz oranlarının tam liberalizasyonu, yönlendirilmiş kredi programlarının tamamen eliminasyonu, yabancı girişimler ve yabancı sermaye üzerindeki kısıtlamaların kaldırılması [2]. Washington Yaklaşımına göre bu reformlar/politikalar sonrasında sağlıklı ve iyi işleyen bir finansal sistem, sadece tasarruf sahipleri ile yatırımcıları bir araya getirmede önemli bir rol üstlenmez, aynı zamanda şokları soğurur. Böylelikle hem parasal hem de reel ekonomik değişkenlerin volatilitesi azalır. Kontrol edilen faiz oranlarının denge düzeyine getirilmesiyle verimli varlıkların birikimi ve etkin kullanımı desteklenmiş olacaktır. Ayrıca ulusal tasarrufların çoğalması, sermaye maliyetinin azalması orta vadeli büyüme hedeflerinin gerçekleştirilmesine katkıda bulunacaktır [3]. Bununla

birlikte daha iyi risk yönetimi, üretimde uzmanlaşmanın artmasına neden olur; küreselleşmenin disipline edici etkisinin baskısıyla makroekonomik politikalarda iyileşmeler görülür. Bu gibi dolaylı kanalların da büyüme üzerinde olumlu etkileri olabilecektir [4].

Finansal liberalizasyon ile ayrıca bankaların davranışları üzerine getirilmiş olan kısıtlamalar da kaldırılır. Bankaların pasif biçimde ödünç veren kurumlar olmaktan çıkıp, rekabetçi piyasa koşulları içinde kredibilite kriterine dayanarak borç taleplerini değerlendiren ve etkin kredi dağılımını teşvik eden kurumlara dönüşmesi amaçlanır. Bunların yanında diğer uygulamalar ise kamu finansal kurumlarının özelleştirilmesini, bankacılık sektörüne girişteki engellerin kaldırılmasını, finansal piyasalardaki rekabeti teşvik edecek önlemlerin alınmasını, yasal rezerv gerekliliklerinin azaltılmasını içerir [5].

Bir süreç olarak bakıldığında finansal reform başlangıçta kontrol edilen faiz oranlarından, yetersiz gelişmiş para ve varlık piyasalarından, az gelişmiş bankacılık sisteminden esnek faiz oranlarına, kaynak dağılımında piyasa güçlerinin rolünün genişlemesine, ticari bankaların özerkliğinin artmasına, para ve varlık piyasalarının derinleşmesine doğru giden bir süreçtir (finansal liberalizasyon ile ilgili iki yaklaşım bulunmaktadır. İlki aşamalı liberalizasyon sürecini hedefler: yurtiçi finansal piyasaların açılmasıyla başlayıp dış piyasalarla bütünleşmeye doğru ilerleyen bir süreçtir. Dayanak noktası, finansal piyasaların aşamalı olarak inşa edilebiliyor olmalarıdır. Bu yaklaşım savaş sonrası Avrupa’da uygulanmıştır. Sermaye işlemleri liberalizasyonu 1980’lerin sonuna kadar aşamalı biçimde sürdürülmüştür. İkincisi ise hızlı liberalizasyondur. Bunun dayanak noktası ise finansal baskının güçlü özel ve siyasi çıkarlara hizmet etmesidir. Bu da ciddi reformlara girişmeyi engellemektedir. Bu yaklaşım Washington Uzlaşısı’na eklenmiş ve genel olarak geçiş ekonomilerine uygulanmıştır. Makroekonomik istikrar açısından bakıldığında ise her iki yaklaşımda da bunların uygulanmaları sonrasında, derin para krizleri yaşandığı görülmüştür [3]. Bu süreç içinde para politikası hedefleri, uygulamaları, aktarma mekanizması ve para politikası araçları değişir: kredi tavanları, faiz oranları üzerindeki kontroller, nihai kullanıcılara kredileri sübvans eden ya da yönlendiren çeşitli mekanizmalar yerine piyasa temelli araçlar ve yeni denetleme sistemleri gelir. Aynı zamanda döviz kuru sınırlı döviz piyasasında değil aktif döviz piyasasında belirlenmeye başlar. Ticaret rejimleri de kısıtlamacılıktan uzaklaşır. Diğer taraftan para politikalarının tersine sonuçlar doğurmaması için bankacılık sisteminde rekabetin oluşturulması ve bankacılık sisteminin sağlam olması gerekir [6].

İstikrarlı makroekonomik koşullar faiz oranlarının liberalizasyonu için esastır. Faiz oranlarının başlangıçtaki yapısı makul olmalıdır. Aksi takdirde liberalizasyon

sürecini yönetmek zorlaşır. Faiz oranlarının liberalizasyonu, otoritelerin faiz oranlarını kontrol etmekten tamamen vazgeçmeleri anlamına gelmemektedir. Bu süreçte otoriteler, dolaylı politika araçları ile anahtar faiz oranlarını yönetirler. Diğer bir ifadeyle yeni parasal operasyonlar, faiz oranı düzeyini ya da ara bir hedefi etkilemek için kullanılır hale gelir [7].

Yurtiçi finansal piyasaların liberalizasyonu ile yurtiçi yatırım ve tasarrufların artacağı varsayılır (Göreceli makroekonomik istikrar koşullarında reel faiz oranlarındaki küçük değişimlerin yurtiçi tasarruflar üzerinde büyük etkisi olmayabilecektir. Gerçekte, finansal sektörünü serbestleştiren bazı ülkelerde, bunu özel sektör tasarruflarında keskin düşüşler takip etmiştir. Örneğin Meksika, 1988'de GSYİH'nın %19.5'inden, 1994'te %11.7'ye düşmüştür. Düşük ve düşen yurtiçi tasarruf oranları yapısal reformlara girilen pek çok ülkede cari açıkların sürdürülemez boyutlara ulaşmasında katkıda bulunmuştur) [1]. Ancak liberalizasyonla birlikte öncesinde baskı altında tutulan hatta negatif bile olabilen faiz oranları yükselir. Bunun karşısında ekonomik birimler cari tüketimlerini kısarak tasarruflarını arttırabilirler (*ikame etkisi*) ya da tasarruflarına yüksek getiri sağladıklarında kendilerini daha zengin hissedip (*gelir etkisi*) daha az tasarrufa karar verebilirler. Yurtiçi tasarrufların artıp artmayacağı ikame ya da gelir etkisinden hangisinin diğerine göre daha etkin olduğuna bağlıdır [8]. Ayrıca negatif faiz oranlarında tasarruf sahipleri enformal alanlarda tasarruf yapılarlarken, daha formal bir sistem olduğunda tasarruflar bu sisteme akar. Bu da tasarrufların daha verimli kullanılmasına ve yatırımın kalitesinin artmasına neden olabilir. Bu reformlarla birlikte [9];

- Girişimlerin, finansal kaynaklarını bankacılık sistemi dışında çeşitlendirmeleri;

- Özelleştirme sonrası mülkiyet yeniden el değiştirmesinin desteklenmesi;

- Kamu bütçe açıklarının finansmanında bankaların rollerinin azaltılması;

- Girişimlerin yeniden yapılanma ve genişleme planlarının fonlanması doğrultusunda, özel tasarrufları seferber etmek üzere yeni yatırım fırsatlarının da teşvik edilmesi gerekir.

Neoliberal yaklaşım finansal serbestliğin gerekliliklerini ve pratiğini bu şekilde belirler. Bir IMF koşulluluk kriteri haline getirilen finansal serbestleşme politikaları, ülkelerin üretim-finans-ticari yapı farklılıkları gözlemlenmeden önerilmiştir. Haliyle uygulamalar esnasında ve politikaların sonucunda ekonomiden ekonomiye farklı düzeylerde ve çeşitlerde etkiler ortaya çıkmıştır. İzleyen bölümde bunlara değinilerek, kriz dinamiklerinin neler olduğu belirlenmeye çalışılacaktır.

III. FİNANSAL SERBESTLEŞME POLİTİKA YANLIŞLARI VE YARATTIĞI ETKİLER

Her ne kadar neoliberal yaklaşım, serbestleşmenin olumlu getirilerinden/sonuçlarından bahsetse de yıllar içinde uygulamaların sonuçlarına bakıldığında ülkelerin farklı düzeylerde maliyetlere katlandıkları görülmüştür. Bu bölümde finansal serbestleşme girişimlerinin yaratmış olduğu sonuçlar saptanmaya çalışılacaktır. Ekonomilerin finansal yapılarının, finans piyasalarının, reel sektör-finansal sektör ilişkilerinin göz önüne alınmadan uygulamaların başlamasının yaratmış olduğu maliyetlerin boyutları gösterilmek istenmektedir.

Dünya ekonomisindeki büyümenin yavaşlaması, uluslararası faiz oranlarının yükselmesi ve ticaret hadlerinin kötüleşmesi sonucunda, 1982 yılında borç krizi yaşanmıştır. Borçlu ülkeler, bu şokun ardından dış finansman koşullarının zorlaşması nedeniyle, politikalarını ve kurumlarını bu yeni koşullara uyarlamak durumunda kalmışlardır. Sürdürülebilir bir büyüme düzeyine ulaşmak ve ödemeler dengesi açıklarının yarattığı sorunları makul bir düzeye getirmek amaçlanmıştır. Bu sayede uluslararası sermaye piyasalarından eskisi gibi yararlanılabileceği umulmuştur. Bu dönemde dış borçlanmaya gitmek yerine daha çok doğrudan yabancı sermaye ve portföy yatırımları ülkelere çekilmeye çalışılmıştır. Borç krizi sonrasındaki ilk birkaç yıl borçlu ülkeler, politikalarının ve kurumsal reformlarının desteklenmesi üzerine uluslararası finans kurumlarından krediler alabilmişlerdir. Uluslararası finans, 1950'ler ve 1960'larda ekonomik büyümeye katkı yaparken, 1974-75 resesyonu boyunca ülkelerin dış şoklara karşı ayarlama yapabilmelerine yardımcı olmuş, 1981-83 resesyonda da dış şokların aktarılmasında ek bir kanal olarak rol oynamıştır (Dış borcun kullanılması ile ilgili olarak dört dönem ele alınmıştır:

- 1960 ortalarından 1970 başlarına kadar, finans, belirli yatırımlar için resmi kaynaklardan sağlanmıştır. Ekonomik büyüme hızlanmış, borç servisi kapasitesi iyileşmiştir. Gelişmekte olan ülkelerin ticari banka borçlarına ulaşmaları sınırlı olduğundan, ödemeler dengesi için borçlanma da sınırlı kalmıştır.

- 1973-78 arasında, borç alınan kaynakların büyük oranı yatırıma yönlendirilmiştir. Pek çok ülke hızla büyümüştür. Ancak, yüksek enerji fiyatları karşısında ayarlama yapabilmek ve büyümenin ivmesini sağlamak için gelişmekte olan ülkeler yatırım kompozisyonunu büyük-ölçekli enerji üretimi ve ağır sanayi ve altyapı projeleri lehine değiştirmişlerdir. Düşük uluslararası reel faiz oranları ve yurtiçi politikalar düşük getirili yatırımlara yol açmıştır. Ucuz dış fonun uygunluğu, borçların bir kısmının mali açıkların ve ödemeler dengesinin finansmanına yönlendirilmesine yol açmıştır. Borçlanmadan elde edilecek olası kazançlar ekonomi

politikalarının ve yatırım yönetiminin kötüleşmesi nedeniyle gerilemiştir.

- 1979-82 yılları arasında, Asya dışındaki gelişmekte olan ülkelerde borçlanma öncelikli olarak yapısal ayarlamaları erteleme amacıyla kullanılmıştır. Bu nedenle borçlanmanın büyümeye katkısı oldukça düşük olmuştur.

- 1982'den sonra, net sermaye girişleri belirgin biçimde yavaşlamıştır. Finans, yapısal ayarlama programlarına bağlanmıştır; yeni ticari finansın çoğu sadece ticari ve proje-bazlı amaçlar için uygun olmuştur ve sadece yüksek güvenilirlik standartlarını sağlayabilen birkaç gelişmekte olan ülkeye gitmiştir) [10]. Bu son dönemde yabancı sermayenin önündeki engeller kaldırılmış, makroekonomik atmosferi iyileştirmek üzere piyasa yönelimli reformlar uygulanmıştır. Kısıtlayıcı para politikaları ve döviz piyasalarına müdahaleler yoluyla sermaye girişleri teşvik edilmeye çalışılmıştır. Ekonomiler ayarlama çabalarında ilerleme sağladıklarında özel sermaye akımlarını çekebilmişlerdir.

Önde gelen sanayileşmiş ülkeler döviz kurlarını dalgalanmaya bırakmışlar, sermaye hareketleri önündeki engelleri de kaldırmışlardır. Uluslararası arenada yakın dönemde yeni gelişen piyasalarda da sermaye hareketliliği gittikçe artmış, bu piyasalar dünya mal ve varlık piyasalarıyla hızla bütünleşir olmuşlardır. Ancak bu ülkeler için sermaye akımları ödemeler dengesi açıklarını finanse etmede kullanılmış ancak diğer taraftan ödeme sorunları yaratmıştır [11]. Yabancı sermayeyi çekme çabalarının negatif etkileri 1990'lı yıllarda görülmeye başlanmıştır. Ancak belirtilmelidir ki finansal liberalizasyon sürecinin yerel finans sistemleri üzerine etkileri, her örnekte açıklık düzeyi ve sermaye akımlarının hacminin ve yoğunluğunun farklılığı nedeniyle aynı olmamıştır.

İstenilen sonuçların elde edilememesinin nedenlerinden biri sermaye piyasalarının yapısı ile ilgilidir. 1970'li yıllarda pek çok gelişmekte olan ülke kamu sektör açıklarının finansmanında dış kaynaklara dayanmıştır. Ancak dış finans kaynaklarının azalması ve borç krizinin baş göstermesi sonrasında, mali politikalarını sürdürürebilmek için iç kaynaklara - monetizasyon veya iç borçlanma- yönelmek durumunda kalmışlardır. İç finansman kaynağı olarak ya yüksek faiz oranlarından tahvil satışı yoluyla ya da finansal işlemlere yüksek vergi oranları yoluyla yurtiçi ticari bankacılık sistemi kullanılır olmuştur. Böylelikle özel sektör finansal piyasalardan dışlanmış, finansal aracılık engellenmiş ve mevduat ve kredi faiz oranları arasındaki fark açılmıştır [12]. Finansal liberalizasyona yönelime rağmen, finansal tasarruflara yeterli getiri sağlamayan çeşitlenmemiş ve kırılğan sermaye piyasaları, liberalizasyona yönelik adımların istenilen sonuçları vermesini engellemiştir [13]. Finansal piyasalarda kısa-vadeli araçların oransal olarak

büyük yer tutması ile birlikte geri ödenmeyen kredilerin ve siyasi müdahalelerin bankacılık sektörünü daha kırılğan bir yapıya sokması finansal kriz risklerini kalıcılaştırmıştır.

Bir diğer neden ticaretin serbestleştirilmesi ile finansal serbestleşmenin birlikte yürütülmesidir. Dünya ekonomisiyle bütünleşmelerini artırmak üzere ticaret politikalarını reforme etmiş/eden ülkelerde, ticaret reformunun başlangıcında devalüasyon gerekir. Ancak finansal liberalizasyon ortesinde de sermaye girişleriyle birlikte ulusal paranın değerlenmesi, ihracata yönelik sektörlerin arz tepkilerini erteler ve ithalata rakip sektörlerdeki rekabeti artırır. Bu nedenle ticaret reformunu başlatan ülkeler için sermaye girişlerinin reel değer kazandırma etkisi, reformun kredibilitésini zedeleyebilir. Daha esnek döviz kuru sistemine sahip olan ülkelerde nominal ve reel döviz kurlarında aşırı volatilité doğabilmektedir. Sermaye işlemlerinin önündeki kısıtlar kaldırıldığında pek çok ülkeye dışarıdan büyük sermaye girişi olduğu görülmüştür. Merkez bankası girişleri sterilize etme çabası içine girene kadar, giren sermaye yurtiçi kredi arzını artırmıştır. Kredi genişlemesine müdahale edilmediğinde kredi arzı artışı faiz oranlarını düşürmüştür. Kredi uygunluğunun olumlu tarafı, artan yurtiçi yatırımlar yoluyla toplam harcamaları canlandırmasıdır. Ancak kredi genişlemesi özellikle ithal mallarına yönelik tüketimi de hızla artırmış, diğer taraftan varlıkların fiyatlarının spekülâtif olarak şişmesini tetiklemiştir. Talep genişlemesi özellikle cari işlemler açığını sürdürülemez hale getirdiğinde, sermaye ekonomiden çıkmış, genişleme de haliyle uzun dönemli olamamıştır. Finansal piyasalar ve finansal işlemler ile ilgili düzenlemelerin yetersizliği bunun gerçekleşme olasılığını artırmıştır [14]. Dolayısıyla, sürdürülemez boyuta ulaşan cari işlemler açıklarının düzeltilmesi gerekmiştir.

Diğer taraftan her ne kadar liberalizasyon girişimlerinde kamunun ekonomideki ağırlığının azaltılmasına yönelik uygulamalar olsa da bunu gerçekleştirmenin siyasi olarak güçlüğü kamu maliyesinin disipline edilmesini zorlaştırmıştır. Kamunun iç borçlanmasındaki artış, faizleri dolayısıyla da üretim maliyetlerini artırarak sermaye formasyonunu negatif etkilemiştir. Yüksek getiriler daha fazla dolaylı sermaye girişine yol açarak toplamdaki dengesizliği kötüleştirmiştir. Döviz kurları nominal çıpa olarak anti-enflasyon programlarında kullanıldığında, ki döviz rezervlerinin artışı döviz kuru düşük seviyede tutmak üzere müdahale olanağı sağlar, yurtiçi enflasyon oranından daha az oranda devalüe edildiklerinde reel bir değerlenme oluşur. Bunun sonucunda ihraç malların fiyatları ile değişken maliyetler artar. Sermaye kontrollerinin kaldırılması döviz kuru-faiz oranı yönetimini zorlaştırır, bu değişkenlere yönelik politika biçimlendirme ve etkileme yeterliliğini azaltır [6].

Bir diğer olumsuz etki bankacılık sektöründe yaşanmış, bu olumsuzluk diğer maliyetleri beslemiştir. Faiz oranlarının deregüleyişini ve finansal akımların ve fiyatların belirlenmesinde piyasaların özerkliğini içeren finansal liberalizasyon sonrasında varlık fiyatlarının volatilitesinde, banka portföylerindeki geri ödenmeyen borçların oranında ve banka başarısızlıklarında artış görülmüştür. Dış şoklar, artan makroekonomik istikrarsızlık ve azalan büyüme şirketlerin ve finansal kurumların bilançolarını zayıflatmıştır. Böylesi bir durum karşısında, bir taraftan faiz oranlarının deregüleyişini, diğer taraftan parasal kısıtlamalar şirketlerin ve finansal kurumların finansal pozisyonlarını daha da kötüleştirilmiş, bankacılık sektörünü de zor durumda bırakmıştır (artan finansal istikrarsızlık ve yaygın banka başarısızlıkları oldukça maliyetli kurtarma operasyonlarını gerekli kıldığını, bazı örneklerde bu maliyetler GSYİH'nın %10'una kadar ulaştığını belirtir) [8].

Yapısal sorunların çözülemediği, sistemdeki değişim için gerekli altyapının önceden kurulmaması, gecikmeler 1990'lı yıllara gelindiğinde ekonomileri farklı bir sürece itmiştir. Bu eksiklikler yanında, ticaretin serbestleştirilmesine rağmen ihracatın ithalatın artış oranının altında seyretmesi, kamu maliyesindeki disiplinsizliğin sürmesi ekonomileri kısa vadeli spekülasyon sermayeye zorunlu bırakmıştır. Bu noktada 1990'lı yıllarda yaşanan finansal krizlerin arkasında yatan bu sermayenin yapısına ve etkilerine değinmek gerekmektedir.

Yabancı sermayenin çekilebilmesi için yurtiçi varlıklardan elde edilen getiri oranının yüksek olması gerekir. Buna yönelik bir taahhüt sermaye girişlerini artıracaktır; ulusal paranın değer kazanması genellikle kırılmalı bir yapıda bulunan ulusal finansal piyasalara sıcak para girişini daha yüksek düzeylere çıkaracaktır [12]. Kısa-vadeli, oldukça volatil akımlar, diğer bir ifadeyle "sıcak para", yurtiçi ve yurtdışı faiz oranları arasındaki farkı daha da açan piyasa aksaklıklarından ya da politika hatalarından yararlanmak ister. Sermaye, kendisi için uygun koşulların sürdürülebilirliğine ve ülkenin ödeme gücüne bakacaktır. Bu koşullarda risk oluşmaya başladığında, sermaye çıkışı görülmeye başlanır. Bu çeşit girişler enflasyon oranında, nominal ve reel döviz kurlarında aşırı volatilitenin kaynağı olabilmektedirler. Bu dalgalanmaların önemli maliyetleri bulunur. Örneğin sermaye piyasalarının iyi işlememesi, ihracat sektörleri ile ithalata - rakip sektörlerle giriş engellerinin bulunması yetersiz sermaye arzına ve ihracat mallarında kıtlığa yol açabilir. Sermaye girişleri faiz oranlarını düşürme ve yurtiçi harcamaları artırma eğilimindedir. Tüketim patlaması, yabancı sermaye ile finanse edilir; ithal tüketim artar. Yüksek sermaye hareketliliği, bir taraftan küresel sermaye dağılımının iyileşmesini sağlarken, diğer taraftan dış açığı bulunan ülkelerin dışa bağımlılıklarını giderek artırır [15]. Uluslararası parasal sistemin, makroekonomik

değişimlere karşı hassaslığı kriz doğurma potansiyeli taşımaktadır.

Makroekonomik etkilerinden başka sermaye girişlerinin iki önemli sonucu daha bulunur: 1) ülkeye giren daha fazla sermaye yurtiçi finansal varlık ve yükümlülüklerin hacmini genişletir, 2) sabit ya da önceden belirlenmiş döviz kurunda büyük sermaye girişlerinin likiditenin bollaşması geçici olarak enflasyonu artırır. Ancak ücretlerin ve fiyatların geçmiş enflasyon düzeyine endekslediği ülkelerde endeksleme, bir süre fiyat artışlarına neden olarak enflasyondaki geçici artışın kalıcılığın neden olabilecektir [16]. Kısa vadeli spekülasyon sermaye ülkeden çıkış yaptığında da varlık fiyatları düşer; faiz oranları hızla yükselir; bankacılık sektörü likidite sorunu yaşar; kur devalüe olur. Eğer merkez bankası yeterince hızlı davranmazsa ve uluslararası rezerv stoku düşükse çıkış, ödemeler dengesinde krize neden olur. Negatif şoklar bir ülkede bir kriz, ihracat edilebilir temel malların fiyatında düşüş, ithal edilebilir temel malların fiyatında yükseliş, uluslararası faiz oranında büyük bir artış ya da akımların getirilerini etkileyen vergi oranlarında yapılan değişiklik- yabancı yatırımcıların parasını ülkeden çekmelerine ya da ülkede kalmaları için daha yüksek getirilerin sağlanmasına neden olur. Bütün bu fiyat hareketleri belirsizlik yaratarak yerli ve yabancı yatırımı cesaretsizlendirir. Aynı zamanda faiz oranlarının, varlık fiyatlarının ya da döviz kurlarının dalgalanmaları ne kadar geniş ise ekonomiye negatif etkisi de o kadar güçlü olur.

1990 ortalarında Meksika ile ve ardından 1990 sonlarına doğru Doğu Asya'daki krizlerin temel nedeni sabit döviz kurunun neden olduğu büyük ve büyüyen cari işlemler açıklarıdır [17]. Doğu Asya ülkeleri, finansal piyasalarını ve sermaye işlemlerini uluslararası sermaye akımlarının volatilitelerinin gittikçe arttığı bir dönemde liberalize etmişlerdir. Ayrıca, liberalizasyon IMF'nin etkisi ile hem kısmi olmuştur hem de yanlış-sıralı uygulanmıştır. Böylelikle, Asya piyasaları genişlemiş olduğundan ve finansal varlık fiyatları spekülasyonlarla yükseltildiğinden oldukça fazla yabancı sermaye bu piyasalara akmıştır. 1977'de petrodolar döngüsü içinde dünya çapında günlük para akımı 18 milyar ABD\$'dan 1983'te 83 milyar ABD\$, 1989'da 590 milyar ABD\$, 1998'de de 1.5 trilyon ABD\$'a; yabancı doğrudan yatırımlar da 1981-85 arasında yıllık ortalama 50 milyar ABD\$'dan, 1986-91 arasında 160 milyar \$'a ve 1995'te 331 milyar \$'a çıkmıştır. Bütün gelişmekte olan ülkeler için sermaye işlemleri fazlalıkları, 1987 yılında 48.7 milyar ABD\$'ından 1993'te 162.9 milyar ABD\$'ına, 1994 yılında da 142.2 milyar ABD\$'ına ulaşmıştır. Portföy yatırımları 1987 yılında 11.9 milyar ABD\$'ından 1994 yılında 58.9 milyar ABD\$'ına çıkmıştır. Sermaye işlemlerini liberalize ettikten sonra Güney Kore, Endonezya, Malezya, Tayland ve Filipinler'e 1994'ten 1996'ya üç yıl boyunca 220 milyar ABD\$'ı özel sermaye girmiştir [18]. Bu atmosferde iyimserlik artmış, risk

algılaması değişmiştir. Pek çok Asya parası ABD\$'ına çıpalanmış ve uzun süre istikrarlı bir yapı görüldüğünden iyimserliğin de hakim oluşuyla pek çok kişi önem almamıştır [19] (Tayland örneğini verir: Tayland bhat'ın değerini 25bhat=1ABD\$ düzeyinde sabitledi. Bu sabitleme Tayland ihracatının oldukça rekabetçi olmasını sağlamaktaydı. Dolar, göreceli olarak Japon yen'i karşısında düştüğünden, bhat'ın da onunla birlikte düşmesi, Tayland ürünlerinin Japon piyasası ile diğer piyasalardaki rekabetliliğini artırdı. Sabit/istikrarlı dolar-bhat kuru Tayland firmalarının dolar cinsinden borçlanmalarına neden oldu. Satış gelirleri bhat cinsindendi ve hükümet bhat-dolar oranının değişmeyeceği taahhüdünde bulunmuştu. Uzun yıllara ait veriler bu taahhüt ile tutarlıydı. Tayland bankaları da dünya piyasalarından dolar cinsinden borçlandılar, ulusal firmalara ödünç verdiler. Bhat böylelikle aşırı değerli hale geldi. Tayland'da yurtiçi fiyatlar arttı; dolar, özellikle Japon Yen'i karşısında değerlenmiş oldu. Cari işlemler açığı 1990'ların başında GSYİH'nın %4'ünden 1997'de %8'ine ulaştı. Yabancı yatırımcılar Tayland kamu ve özel sektörünün kısa dönemli dolar yükümlülükleri toplamının ülkenin döviz rezervlerini aştığını fark ettiklerinde, ellerindeki bhat'ları sattılar. Mevduat sahipleri de yerli bankaların varlıklarının reel değerinin yükümlülüklerinin altında kaldığını gördüklerinde mevduatlarını geri çekmeleriyle bankacılık krizine katkıda bulunmuş oldular. Tayland hükümeti bhat'ı korumak için döviz rezervlerini kullandı. Rezervler bitince de 50bhat=1ABD\$, devalüasyon yaptı. Bu dolar cinsinden borçların değerini ikiye çıkarmış oldu. Dolar cinsinden borçlanan pek çok firma, gelirleri bhat cinsinden olduğundan iflas etmek zorunda kaldı. Bu firmalara borç veren bankalar da iflasın eşğine geldiler) [20]. 1997'de yaklaşık 100 milyar ABD\$'ı güvendedeki ani değişim üzerine geri dönmüştür.

Görüldüğü gibi finansal krizlerin ardında yatan nedenlerden biri de uluslararası sermaye akımlarının bileşenleridir. 1990'lı yıllarda gelişmekte olan ülkelere resmi akımlar azalma eğilimi gösterirken, özel sermaye akımları orta vadede hızla yükselmiştir. Özel akımlar orta-gelirli ülkelerde yoğunlaşmış ve güçlü bir değişkenliği/hızla hareket edebilirliği sayesinde pek çok ülke ekonomisini etkileyebilir bir etkene dönüşmüştür. Ayrıca, IMF'den büyük miktarlarda borçlanan ülkelerin bu borçlarının artması küçük-orta gelirli ülkeler ile yoksul ülkelerin dışlanmasına yol açmıştır [21].

Portföy yatırımlarının parasal sektörden ekonominin reel sektörüne aktarılıp aktarılmadığı da önemlidir. Sermaye girişleri istikrarlı bir eğilim göstermek yerine dalgalanır ise finansal tasarruflar ile reel yatırımlar arasında bir açık ortaya çıkar. Eğer fonlar likit kalıyorlar ve hızla geri dönebiliyorlar ise bu, ekonomiyi istikrarsızlaştırır. Finansal tasarrufların reel yatırımların üzerinde seyretmesi, spekülasyon baskıları artırır, enflasyonu hızlandırır, yatırım sürecini sekteye uğratar [15].

Bir diğer önemli nokta bankacılık sektörünün yapısı ve işleyişidir. Düşük ya da negatif net değer ve düşük sermaye/risk varlık oranına sahip bankaların bulunduğu, bankacılık sistemi ile finansal sistemin yeterli düzeyde denetlenmediği ülkelerde mevduat sigorta sistemi getirilerek sermaye çekilmeye çalışılıyor ise risk doğar. Mevduat sigorta sistemi dışında merkez bankaları swap işlemleri yoluyla serbest kur riskini bir anlamda sigorta ederek girişleri cesaretlendirmeye çalışabilirler. Faiz oranlarını serbestleştirme, rezerv gereksinimlerini düşürme, bankacılık sektöründe rekabeti artırma olumlu politikalar olarak görülse de bunlar finansal sektördeki likiditeyi azaltabilmektedir. Ayrıca denetimlerin yetersizliği kredi vermede aşırılığa neden olabilmektedir (finansal çöküşler öncesinde banka kredilerinin GSYİH içindeki oranında hızlı artışlar olan ülkeleri sıralar: Şili, Meksika, 1981 Arjantin, 1982-83 Kolombiya, 1982 Uruguay, 1987 Norveç, 1991-92 Finlandiya, 1992-93 Japonya, 1991 İsveç) [22]. Bu eksiklikler giderilmediği sürece ortaya çıkan krizlerin daha da derinleşerek yayıldığı ve ortaya çıkma sürelerinin kısalacağı görülmüştür.

Krizleri derinleştiren bir diğer durum kriz öncesi döviz cinsinden borçlananların kriz sonrası davranışlarıdır. Döviz cinsinden borçlananlar kriz sonrası yaşanan devalüasyondan olumsuz etkilenirler. Döviz borçlarını geri ödemeye çalıştıklarında ulusal para arzı ve döviz talebi artar. Bu, ulusal paranın değerini daha da düşürürken, yabancı paranın değerini daha da artırır. Bu noktada merkez bankalarının 'son borçlanma mercii' olarak davranışı önemlidir. Ekonomik birimler, cari nakit gelirleriyle faiz ödemelerini gerçekleştiriyorlarsa tekrar borç arayışına da girebilirler. Pek çok Asya ülkesinde firmalar, ihraç mal piyasalarında aşırı kapasiteye sahip olmaları nedeniyle karlılık sorunuyla karşılaştıklarından, faiz ödemelerini yeniden borçlanarak gerçekleştirmeye (Ponzi Finansmanı) çalışmışlardır [23]. Özellikle Doğu Asya Krizini yaşayan ülkelerde borçlanma giderek artmış; portföylerdeki likit varlıkların görece payı azalmış; spekülasyon şirketleri ile Ponzi şirketlerinin görece sayıları artmış; yurtiçi finans piyasalarının deregülasyonla birlikte dışa açılmaları sayesinde, yabancı sermaye akımları spekülasyon gayrimenkul yatırımlarının finansmanını sağlar olmuştur. Ayrıca, Asya ülkeleri devalüasyonun yaratacağı enflasyonu kısıtlama hedefi ile sıkı maliye ve para politikalarıyla yurtiçi talebi baskılamışlardır. Ancak yükselen faizler ve baskılanan talep Ponzi firmalarını daha da zorlamıştır.

1990'larda neoliberal politikaları uygulayan ülkelerde birbiri ardına döngüsel nitelikte yaşanan finansal krizler, uluslararası finansal akımların yarattığı olumsuz etkileri sorgulanır hale getirmiştir. Düzensizlik iki nedene bağlanmıştır [24]: birincisi, parasal konularda ve finansal değişikliklerde küreselleşme dinamiklerinin - özellikle ulus ötesi ekonomik aktörlerin- ortaya çıkardığı, dış kaynaklı düzensizlik; ikincisi ise, genellikle

yurtiçindeki aktörlerin karşılıklı etkileşimlerinden, piyasaların ve üretimin küreselleşmesinden doğan yeni koşullara uyumsuzluğun beslediği yurtiçi kaynaklı düzensizlik. Ayrıca, kısa vadeli sermaye hareketlerinden ve kısa dönemli borçlardan oluşan uluslararası finansal akımların yeni teknolojiler sağlamadığı; cari işlemler açıkları için güvenilir bir finansman aracı olmadığı; yüksek tasarruf oranlarının bulunduğu ülkelerde zaten aşırı olan yatırım oranlarını daha da artırdığı görülmüştür. Zira böylesi bir ortamda ulusal para aşırı değerlenmekte, kısa dönemli resmi ve özel borçlar döviz rezerv düzeyini aşmakta, spekülasyon yatırımların göreceli payı yüksek düzeylere çıkmakta ve üretim dışı ekonomik faaliyetlere yoğunlaşma artmaktadır.

Yaşanan kriz deneyimleri ve sonrasında gelen tartışmaları özetlersek [2],

- Finansal reformun istikrarlı olmayan bir makroekonomik atmosferde ele alınmasının, istikrarsızlığı daha da kötüleştirdiği;

- Fiyatların korumacılık ya da fiyat kontrolleri nedeniyle çarpıtılmış olduğu ekonomilerde, finansal liberalizasyonun kaynak dağılımını iyileştirmediği;

- Finans alanına doğrudan müdahalenin yerini uygun bir hukuk ve düzenleme sisteminin alması gerektiği;

- Otoritelerin reformların görece fiyatları nasıl değiştireceğini, bu değişikliklerin farklı grupları nasıl etkileyeceğini göz önüne alması gerektiği görülmüştür.

IV. IMF'İN KRİZLER KARŞISINDAKİ ETKİSİZLİĞİ VE KRİZLERİN ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK TARTIŞMALAR

Yaşanan gelişmeler sonrasında finansal serbestleşme ile birlikte IMF'in politikaları ve krizlere yaklaşımı da sorgulanır oldu. Politikaların mimarı ve uygulamaların denetleyicisi ve takipçisi olarak IMF, yaşanan krizler sonrasında önerdiği çözümlerle de tartışmaların odağından çıkmadı.

IMF'in kriz dönemlerindeki kredi mekanizması, etkin likidite yardımı sağlama amacıyla biçimlendirilmemişti. Zira likidite krizleri hızla gerçekleşebilirken, IMF görüşmeleri ve yardımları zaman almaktaydı. Diğer taraftan IMF ve kalkınma bankalarının borçlu ülkelere kredileri, ciddi ekonomik kriz dönemlerinde kaynak sağlasa da bu kredilerin, bu ülkelerdeki büyümeyi teşvik etmediği de görülmekteydi. Bu krediler borcunu ödeyemeyen bankalara ve firmalara gitmekte, bunun maliyeti de vergilendirilebilir kesimlere yüklenmekteydi. Bu şekilde kullanılan krediler müeyyideleri hafiflettiğinden, piyasa disiplini bozmakta ve dışarıdan ihtiyatsız biçimde borçlanmayı

cesaretlendirmekteydi. Ayrıca bu krediler, bu kredilerden yararlananların ülkenin siyasi sistemi üzerindeki güçlerini sürdürmelerine olanak tanımaktaydı. Bunların yanında, Dünya Bankası ve kalkınma bankaları son on yılda fonlarının % 70'ini 11 ülkeye vermiştir. Bu ülkeler özel sermaye piyasalarına kolaylıkla ulaşabilen ve yoksul olmayan ülkelerdir. Dahası bu 11 ülkeye verilen ödünçler, bu ülkelere giren toplam sermaye akımlarının ortalama % 2'sinden de azdır [25]. Sonuçta bu kredilerin kriz dinamiklerini tersine çevirecek bir seviyede ve etkide olmadığı, ancak ayrımcı oldukları görülmektedir.

Asya krizi sonrasında IMF tarafındaki gelişmelere bakıldığında, IMF kaynaklarının artırıldığı, yeni kredilerin onaylandığı görülür. Bunun yanında IMF'in aşırı-mali-ayarlar/overkill yaklaşımının, ayarlama programlarında uygun olmadığı kısmen kabul görmüştür. Zira finansal kriz sonrasında daralan ekonominin sıkı maliye politikalarının sürdürülmesiyle daha da daralması ortaya çıkan maliyeti şiddetlendirmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde uygun bir sosyal güvenlik ağının oluşturulması ile finansal sistemin ihtiyatlı biçimde düzenlenmesi ve denetlenmesi gerekliliği vurgulanır olmuştur.

Bu krizler ve tartışmalar üzerine IMF sürecin aşamalı, düzenli ve düzgün biçimde sıralı olması yönünde, yaklaşımını yeniden belirlemiştir. İhtiyatlı düzenlemeler, yurtiçi finansal sistemin denetlenmesi ve sürdürülebilir borç oranları ile borç profillerinin yönetilmesi yönünde vurgular yapılmıştır. Ancak diğer taraftan IMF, koşulluluk kriterlerini daha da genişletmiştir [26].

IMF'ye yönelik bu eleştiriler yanında dönem içinde yapılan tartışmalar kriz yaratma potansiyeline sahip sermaye işlemlerinin değişkenliğinin yönetilmesi yönüne odaklanmıştır. Bunun için [27,28];

- Tutarlı ve esnek bir makroekonomik yönetim,

- Kamu ve özel iç-dış borç oranlarının azaltılmasını hedefleyen politikalar ve

- Yurtiçi finansal sistemin güçlü biçimde düzenlenmesi ve denetlenmesi önerilmiştir. Bu çerçevede de bankacılık sisteminin güvenli olması, rekabetin teşvik edilmesi, tüketicilerin korunması ve bütün kesimlerin sermayeye ulaşabilmelerinin sağlanması gerekir.

Krizlerin önlenmesinin ekonominin genişleme dönemlerinde uygulanacak politikalara bağlı olduğu anlaşılmıştır. Örneğin, döviz mevduatları üzerine rezerv gerekliliği konabilir; özel kesimin davranışlarında dengesizlik oluşturabilecek değişimler kamu harcamaları, kamu gelirleri ve kamu borçlanması yoluyla dengelenebilir. Buradaki açmaz şudur: ekonominin genişlediği dönemlerde sermaye akımları artmakta, ticaret

genişlemekte ve ticaret hadleri iyileşmektedir. Dolayısıyla siyasi arenada bu genişlemenin tersine dönüp kriz yaratacak düzeye dönüşmesi öngörülmüştür. Genişleme boyunca ekonomiyi yavaşlatacak önlemlere girilmeyecektir. Kriz potansiyeline sahip olan bu tür bir ekonomik gelişme döneminde özellikle kamunun borçluluğunun sürdürülemez boyutlara ulaşılmasından sakınılması ve ayrıca başta döviz kuru ve yurtiçi varlıkların fiyatları olmak üzere önemli fiyatlarda dengesizliklerin de önlenmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bunlar da ekonominin aşırı daralma döneminde mali gevşeklik, ekonominin genişleme döneminde de mali güçlenmeyi gerektirir. Ancak açık ekonomilerde otoriteler, sermaye akımları üzerinde düzenlemeler olmadığında, genişleme dönemlerinde daraltıcı maliye ve kredi politikaları uygulamakta zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Ocampo, bu durum karşısında üç alternatif sunmaktadır. İlki sterilize edilmiş döviz rezerv birikimidir. İkinci olarak yurtiçi finansal araçların kredi taleplerini doğrudan kontrol etmektir. Üçüncü alternatif ise yurtiçi finansal sistemin yükümlülüklerine bağlı olarak rezerv ya da likidite gerekliliklerini artırmaktır [29].

İyi işleyen bir gözetim/denetim sistemi olmadan finansal piyasaların deregüle edilmesi pek çok olumsuzluk yaratmıştır. Gerekli muhasebe sistemi, yasal sistem, sözleşmelerin uygulanabilmesi için işlemler, ihtiyatlı düzenleme ve denetim yapısı oluşturulmadan finansal piyasalarda rekabetin teşvik edilmemesi gerekir. Böylesi bir kurumsallaşma ve kurumların güçlenmeleri de uzun zaman almaktadır.

Aslında finansal piyasaların istikrarsızlaştırıcı etkilerini tersine çevirmek üzere 1930'lerden itibaren etkin araç ve önleyici mekanizmalara sahip kurumlar inşa edilmeye çalışılmıştır: finansal güvenlik ağları, merkez bankalarının 'son borçlanma mercii' olarak davranışları, finansal düzenleme ve denetleme, kriz dönemlerinde kredi ve mevduat güvencesi, finansal araçların iflaslarını önleme gibi. Dolayısıyla küreselleşme sürecinde de bu yapı ve işlev özelliğinde benzer küresel kurumların oluşturulması yönünde bir tartışma, özellikle Asya Krizi sonrasında gündeme gelmiştir. Zira istikrarsız ve karmaşık bir yapıda bulunan uluslararası finansal piyasaların ve finans kurumlarının arasında asimetri bulunmaktadır. Bu asimetri nedeniyle yaşanan krizler de bu asimetri giderilerek önlenmelidir. Ayrıca bu gibi krizlerde IMF'in kapasitesi, bankaların düzenlenmesi ve denetlenmesi görevini üstlenen BIS'in (Bank for International Settlements) de kapsamı sınırlıdır. Müdahaleler ve yardımlar kriz dönemlerinde yapılmaktadır. Oysa ki genişleme dönemlerinde gerekli müdahalelerin alınmasıyla, olası krizlerin etkileri dindirilebilir (Uluslararası Finansal Kurumlar Tavsiye Komisyonu Raporu, IFIAC, diğer bir isimle Meltzer Komisyonu Raporu, IMF, WB ve diğer çok taraflı kalkınma bankalarının reformu için ayrıntılı bir tasarıdır. Komisyonun tavsiyeleri küresel finansal mimarinin

oluşturulmasına yönelik olmuştur. Komisyon Raporu, IMF'nin uzun dönemli ödünçlere son vermesi ve yeni gelişen piyasalara likidite sağlamaya odaklanması yönünde tavsiyelerde bulunmaktadır. Bir anlamda IMF'in 'kısmi-son borçlanma mercii/quasi-lender-of-last-resort' rolünü üstlenerek, oldukça kısa vadeli, koşulsuz, likidite desteği sağlaması önerilmektedir). Genişleme dönemlerinde varlık fiyatları yükselir ve yüksek getiri sağlarlar; finansal kurumlar, araçlar ve ticari bankalar dışarıdan aşırı borçlanırlar. Bu borçların kontrol edilmesi, belirli sınırlar dahilinde sermaye girişleri tarafından yaratılan uluslararası rezervlerdeki artışların -tüketim ve kredi genişlemesine yol açan- parasal etkilerinin sterilize edilmesi gerekir. Ayrıca sermaye işlemlerinin liberalleştirilmesi de bir sırayı takip etmelidir. Öncelikle denetleme ve gözetim mekanizmalarına sahip kurumlar inşa edilmeli ancak sonra sermaye işlemleri liberalleştirilmelidir.

Eğer girişlerin bozucu etkisi ortadan kaldırılamazsa hükümet girişlerin kapsamı ve etkilerini kontrol için *doğrudan* -bankaların dış borçlanmalarına tavan getirerek miktar kısıtlamaları; yabancı ödünçlere minimum rezerv gereksinimi konması ya da doğrudan yabancı sermayeye tavan getirilmesi; Tobin vergisi konması- ya da *dolaylı* -döviz müdahale, mali politika, cari işlemlerin liberalizasyonu, sermaye akışlarının liberalizasyonu, dalgalanan döviz kuru rejimi- yöntemleri uygulayabilir. Volatilité için ise sermaye çıkışlarına kısıtlamalar, uzun dönemde parasal ve mali hedeflerin belirlenmesi gibi yöntemler uygulanabilir [30] (en çok uygulananları sıralarlar: daha esnek bir döviz kuruna geçiş, mali kısıt, girişleri dengeleyen açık piyasa işlemleri araçlarıyla sterilizasyon, diğer dengeleyici araçları kullanarak para arzındaki artışı kısıtlayan sterilizasyon, sermaye girişlerine kısıtlama, cari işlemlerin liberalizasyonu, sermaye işlemlerine seçici liberalizasyon, yurtiçi finans sisteminin güçlendirilmesi) [16].

Özetle, kriz riskini azaltmak üzere bir ülke [20,31];

- Ülkesinin parasını dalgalanmaya bırakarak aşırı değerlenmeyi önleyebilir,
- Döviz rezervlerinin yeterli düzeyde ve kalıcı biçimde tutulmasını sağlayabilir,
- Kısa dönem döviz yükümlülüklerini rezervlerinin altında tutmaya çalışabilir,
- Sağlıklı bir bankacılık sistemi oluşturabilir,
- Özellikle özel sektörün yabancı para cinsinden büyük miktarlarda borçlanmasını önlemeye çalışabilir,
- Yabancı fonların girişini yavaşlatmak üzere sermaye kontrolleri getirebilir,

- Sermaye girişlerinin parasal ve enflasyonist etkilerini dengelemek üzere sterilizasyon yönünde müdahale edilebilir. Bankaların marjinal rezerv gerekliliklerini artırma, kamu sektör mevduatlarını merkez bankasına aktarma, merkez bankası adına sterilize müdahalesi gibi mekanizmalar kullanılabilir.

V. SONUÇ

Ekonomi politikaları, ekonomik değişkenlerin olumsuz seyir göstermeye başlamasıyla ele alınır, uygulamaya konur. Bu olumsuzluk ekonomik, toplumsal ve siyasi olarak karşı durulamayacak bir boyuta ulaştığında ya da bir başka ekonomik değişkeni olumsuz yönde etkilemeye başladığında ortadan kaldırılmaya, tersine çevrilmeye çalışılır. Bu noktada, politikanın biçimlendirilmesi sürecinde ele alınan dinamikler ve değişkenler önem kazanır. Olumsuzluğu –istikrarsızlık, dalgalanmalar, kriz, yapısal sorun- ortaya çıkaran dinamiklerin etkilerinin çözülebilmesi için uygulanacak politikaların nihayetinde fayda ve maliyet üreteceği açıktır. Siyasi irade, kendi siyasi dönem parametreleri ile politikaların farklı dönemlerde üreteceği fayda ve maliyetleri göz önüne alarak politikayı biçimlendirerek uygulamaya geçer. Bir diğer önemli unsur, politikaların başarıyla sonuç verebilmesini sağlayacak temel yapı ve kurumların var olması ve olumlu sonuçlar üretecek biçimde işliyor oluşudur. Örneğin dış piyasalarda rekabet edebilecek bir üretim düzeyine ulaşmamış bir ekonominin dışa açılması kısa dönemli olumsuzlukları beraberinde getirir. Özel kesimin yeterli sermaye birikimine sahip olmadığı ekonomilerde özelleştirme girişimleri tekelleşmeye ve bununla ilgili sorunlara yol açar. Sağlam bir yapıya ulaşmamış bankacılık sistemi ve finansal piyasaları olan bir ekonomide denetlenemeyen akımlar spekülatif hareketlere dönüşür. Bu noktada önemli olan, olası sonuçların önceden tahmin edilebilmesi ve buna göre politika biçimlendirilmesi ya da uygulamaların orta ve uzun dönemde aşan maliyetlerine karşın kısa dönemli faydaları için tercih edilmemesidir.

Ekonomi politikaları biçimlenirken ve uygulanırken iç dinamiklerle birlikte dış dinamikler de önemlidir. 1980'lerle birlikte dış konjonktürde meydana gelen değişimler liberalizmin yeni dalgasına belirlenir olmuştur. Dolayısıyla bu tarihten sonra ülkeler ekonominin her alanında düzenleme-dışı rotaya girmişlerdir. Ancak politika belirlenişindeki temel hatalar sonraki dönemleri olumsuz etkilemiştir. Ekonomilerin üretim-ticaret-finans yapıları tam olarak göz önüne alınmadan “şok terapi” anlayışıyla uygulanan politikalar ekonomilerin temel dinamiklerini sarsmış, bu dinamiklerin yeni düzene adaptasyonu sırasında dinamikler yerine oturuncaya kadar oldukça büyük maliyetler ortaya çıkmıştır. Ayrıca uygulamalar için gerekli olan altyapının ve yeni düzen için gerekli olan yeni ilişki biçimlerinin/kurumların/yasal düzeneğin hazırlanmadan, deneme-yapılma anlayışıyla

biçimlendirilen politikaların yaratmış oldukları maliyetler sürdürülemez boyutlara ulaştığında ekonomilerin düzenlenmesi gerekliliği yeniden ortaya çıkmıştır.

Serbest piyasa ekonomisine hızla geçişin önerilmesi, savunulması, uygulandırılması, ama ardından ortaya çıkan sorunların sonrasında farklı araçlar ve anlayışla da olsa yeniden düzenlemeye geçilmesi nihayetinde dönem içinde ortaya çıkmış olan maliyetlerin gereksiz yere katlanılmak zorunda kalınan maliyetler olduğu anlamına gelir. Bu nedenle, gerek yarattığı insani maliyetler olsun, gerek toplumsal yapıda yol açtığı değişiklikler olsun, gerekse de ekonominin dinamiklerinde meydana getirdiği dönüşümlerle yarattığı belirsizlikler olsun politikaların ülke gerçekliklerine göre biçimlenmesi gerekir. “Tek model herkese uyar” anlayışıyla belirlenen politikaların dinamikleri sarsma ve denge oluşuncaya kadar boşlukları dolduramama potansiyeli yıllardır bu anlayışla uygulanan politikaların sonuçları değerlendirildiğinde belirgin biçimde görülmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Freitas, M.C.P. & Prates, D.M. (2000). Financial Openness: the experience of Argentina, Brazil and Mexico. *CEPAL Review*, No: 70, 55-72
- [2] World Bank. (1989). *Financial Systems and Development*. New York: Oxford University Press.
- [3] Wyplosz, C. (2001). How Risky is Financial Liberalization in the Developing Countries? *UNCTAD/G-24 Discussion Paper Series*, No: 14. New York: United Nations Publications.
- [4] Prasad, E.; Rogoff, K.; Wei, S.J. & Köse, M.A. (2003). Effects of Financial Globalization on Developing Countries: Some Empirical Evidence. *IMF Discussion Papers*, No: 220, Washington: International Monetary Fund Press.
- [5] Agenor, P.R. & Montiel, P.J. (1996). *Development Macroeconomics*, Princeton: Princeton University Press
- [6] Berg, J. & Taylor, L. (2000). External Liberalization, Economic Performance and Social Policy. *CEPA*, WP no 12, February.
- [7] Sundarajan, V. (1993). The Interaction Between Monetary Control and Financial Sector Reform. *Coordinating Stabilization and Structural Reform*. (Edt.: Barth, R.). Washington: IMF.
- [8] Akyüz, Y. (1992). On Financial Deepening and Efficiency. *UNCTAD Discussion Papers*, No: 43, February. New York: United Nations Publications.
- [9] Zecchini, S. (1997). Transition Approaches in Retrospect. *Lessons from the Economic Transition, Central and*

- Eastern Europe in the 1990s*. Norwell: Kluwer Academic Publishers.
- [10] World Bank. (1985). *International Capital and Economic Development*. New York: Oxford University Press.
- [11] Swoboda, A.K. (2000). Beyond Bretton Woods: What International and Financial System for the 21st Century? (Edts.: Ocampo, J.A.; Zamagni, S.; Ffrench-Davis, R. & Pietrobelli, C.). *Financial Globalization and the Emerging Economies*. Santiago: ECLAC.
- [12] Yeldan, E. (1997). Financial Liberalization and Fiscal Repression in Turkey: Policy Analysis in a CGE Model With Financial Markets. *Journal of Policy Modeling*, 19(1), 79-117.
- [13] Corbo, V. & de Mello, J. (1987). Lessons from the Southern Cone Policy Reforms. *Research Observer*, 2(2), July, 111-142
- [14] Edwards, S.; Steiner, R. & Losada, F. (1996). Capital Inflows, the Real Exchange Rate and the Mexican Crisis of 1994. (Edts.: Sautter, H. & Schinke, R.). *Stabilization and Reforms in Latin America: Where do we stand?* Vervuert, Iberoamericana: Göttingen Studien zur Entwicklungsökonomik.
- [15] Hesse, H. & Heikamp, A. (1996). Problems of Monetary Policy in Latin America. (Edts.: Sautter, H. & Schinke, R.). *Stabilization and Reforms in Latin America: Where do we stand?* Vervuert, Iberoamericana: Göttingen Studien zur Entwicklungsökonomik. 151-176.
- [16] Corbo, V. & Hernandez, L. (1996). Macroeconomic Adjustment to Capital Flows: Lessons from recent Latin American and East Asian experience. *World Bank Research Observer*, 11(1), 61-85.
- [17] Naim, M. (1999). Fads and Fashion in Economic Reforms: Washington Consensus or Washington Confusion? *Working draft of a paper prepared for the IMF conference on Second Generation Reforms*, Washington D.C., 1-18.
- [18] Sakakibara, E. (1999). From the Washington Consensus to the New International Financial Architecture. (Eds.: Gruen, D. & Gower, L.) *Capital Flows and The International Financial System*. Paper Provided by Reserve Bank of Australia in its series RBA Annual Conference, 181-188.
- [19] Mehmet, O. (1999). *Westernizing The Third World, the Eurocentricity of Economic Development Theories*. New York: Routledge.
- [20] Feldstein, M. (2002). Economic and Financial Crises in Emerging Market Economies: Overview of Prevention and Management. *NBER Working Paper*, Series 8837, March.
- [21] Rao, M. (1998). *Development in a Time of Globalization*. Amherst: Political Economy Research Institute, University of Massachusetts.
- [22] Velasco, A. (2000). Exchange-Rate Policies for Developing Countries: What have we learned? What do we still not know? *UNCTAD, G-24 Discussion Paper Series*, no: 5, June. New York: United Nations Publications.
- [23] Wolfson, M.H. (2000). Neoliberalism and International Financial Instability. *Review of Radical Political Economics*, 32(3), 369-378.
- [24] Campanella, M.L. (1993). The Effects of Globalization and Turbulence on Policy-Making Processes. *Government and Opposition*, 28(2), 190-205.
- [25] Calomiris, C.W. (2000). When Will Economic Guide IMF and World Bank Reforms? *Cato Journal*, 20(1), Spring/Summer, 85-103.
- [26] Ocampo, J.A. (2000). A Broad Agenda for International Financial Reform. (Edts.: Ocampo, J.A.; Zamagni, S.; Ffrench-Davis, R. & Pietrobelli, C.). *Financial Globalization and the Emerging Economies*. Santiago: CEPAL-ECLAC, 41-62.
- [27] Williamson, J. (1999). Implications of the East Asian Crisis for Debt Management. *Draft for a conference on External Debt Management*, Kovalam, India, January.
- [28] Stiglitz, J. (1998). Knowledge for Development: Economic Science, Economic Policy and Economic Advice. *Address to the World Bank's 10th Annual Bank Conference on Development Economics*, Washington D.C., April, 7-20.
- [29] Ocampo, J.A. (2000). Where Do We Stand? (Edts.: Ocampo, J.A.; Zamagni, S.; Ffrench-Davis, R. & Pietrobelli, C.). *Financial Globalization and the Emerging Economies*. Santiago: CEPAL-ECLAC, 13-18.
- [30] Higgott, R. & Phillips, N. (1999). The Limits of Global Liberalization: Lessons from Asia and Latin America. *Center for the Study of Globalisation and Regionalisation*, Working Paper no 22/98, University of Warwick, January.
- [31] Edwards, S. (1998). Capital Inflows into Latin America: a stop-go story? *NBER WP* 6441.

Zeki İlker GÖRENEL (zekigorenel@hotmail.com) graduated from Marmara University, Department of Economics in 1994. Got MA Degree from Marmara University, Institution of Social Science, Field of Economics, Programme of Economic Policy with the thesis 'Macroeconomic Populism, Latin American Countries and Turkey' in 1998. Got PhD Degree from Marmara University, Institution of Social Science, Field of Economics, Programme of Economic Policy with the thesis 'Economic Approaches of Twentieth Century, The Transformation-Conversion of the Approaches and Their Economic Impacts' in 2004. He has worked as an assistant in Marmara University, Department of Economics since 1996.

TÜRKİYE’NİN MALİ KRİZ RİSKİNİ AZALTABİLECEK VERGİ POLİTİKALARI

M. Mustafa ERDOĞDU

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Doçent.Dr.

TAX POLICIES THAT MAY REDUCE TURKEY’S FINANCIAL CRISIS RISKS

Abstract: This study investigates whether there is a relationship between intensified financial globalization and increasingly frequent and severe financial crises, along with factors that decrease financial crisis risks, particularly in relation to the short to mid-term period. Within this framework, the experiences of certain Chilean tax policies and a version of the Tobin tax to deter short-term capital inflows, which are unlikely to be used for investments, were scrutinized to find an answer to the question: “If they were implemented, would such policies reduce Turkey’s financial crisis risks?” It is concluded that there is, indeed, a strong relationship between intensified financial globalization and increasingly frequent and severe financial crises. Taxes on short-term capital inflows may reduce the fluidity and volatility of financial flows and raise considerable amounts of revenue that can be used to reduce public finance deficit. Thus, such taxes help to reduce financial crisis risks.

Keywords: Globalization, Financial Crises, Currency Transaction Taxes, Capital Controls, Turkey

TÜRKİYE’NİN MALİ KRİZ RİSKİNİ AZALTABİLECEK VERGİ POLİTİKALARI

Özet: Bu çalışmada, mali küreselleşmenin derinleşmesi ile sıklığı ve şiddeti artan mali krizler arasında bir ilişki olup olmadığı ve mali kriz riskini özellikle kısa ve orta vadede nelerin azalttığı araştırılmıştır. Bu doğrultuda, yatırıma hizmet etmeyen nitelikteki kısa vadeli sermaye girişlerinin caydırılması amacıyla Şili’de uygulanmış bazı vergi politikaları ile Tobin Vergisi’nin bir versiyonu irdelenmiş ve “Eğer uygulanmış olsaydı bu politikalar Türkiye’nin mali kriz riskini azaltır mıydı?” sorusuna yanıt aranmıştır. Çalışmada, derinleşen mali küreselleşme ile sıklığı ve şiddeti artan mali krizler arasında kuvvetli bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Kısa vadeli sermaye girişlerine uygulanacak vergiler, mali akışkanlık ve oynaklığı azaltabilir ve kamu finansman açığının giderilmesine katkı sağlayabilecek önemli düzeyde bir gelirin elde edilmesini sağlayabilir. Dolayısıyla, bu tür vergiler mali kriz riskini azaltmaya yardımcı olabilir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Mali Krizler, Döviz İşlemleri Vergisi, Sermaye Kontrolleri, Türkiye

I. GİRİŞ

Bretton Woods’un sabit parite sisteminin 1970’lerin başlarında çökmesinin ardından, serbestleştirme (liberalizasyon) temeline dayanan neo-liberal iktisadi anlayış giderek güçlenmiş ve yaygınlaşmıştır. Bu süreçte mali akımlar ve bu akımların hızı dramatik bir şekilde artmış, vadesi ise giderek kısalmıştır. Günlük dünya döviz piyasası işlemleri 1977 yılında yalnızca 18,3 milyar US\$ iken, *Bank for International Settlements* (BIS) verilerine göre, 2004 yılı Nisan ayında 1,9 trilyon US\$’a ulaşmıştır [1]. Bu olağanüstü yüksek tutarın yaklaşık %80’i ise, bir hafta içinde geldiği ulusal piyasayı terk etmektedir. Mali piyasalardaki bu dramatik değişim, bugün yaygın olarak “küreselleşme” (globalisation) olarak tanımlanan süreç ivme kazandırarak, neredeyse bütün bu süreci belirler hale gelmiştir. Bu makalede “mali küreselleşme” terimi ile ifade edilecek bu süreçle büyük paralellik gösteren bir diğer olgu ise, özellikle son on – onbeş yılda artan sıklıkta yaşanmaya başlanan mali krizlerdir. 1994’de Türkiye ve Meksika, 1997’de Tayland, Endonezya, Güney Kore ve Malezya, 1998’de Rusya ve tekrar 2000 yılı sonu ve 2001 yılı başlarında Türkiye, 2002 yılında Arjantin’in tanık

olduğu krizler, bu konudaki başlıca örneklerdir. Mali küreselleşmenin derinleşmesi ile bu krizler arasında yakın bir ilişki olduğu bugün giderek daha çok kabul görmektedir.

Krize giren bir ülkenin karşı karşıya kalacağı sosyal ve ekonomik maliyetlerin ne kadar büyük olabileceği göz önüne alındığında, olası krizlerden kaçınmanın ne kadar önemli olduğu açıktır. Bu noktadan hareketle, mali küreselleşme ile sıklığı artan krizler arasında bir ilişki olup olmadığının açıklığa kavuşturulması ve krize yol açabilecek riskleri azaltacak önlemlerin neler olduğunun belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Mali bir krizin ortaya çıkmasını engellemek için yapılması gerekenler ana hatlarıyla ikiye ayrılabilir. Bunlar: 1. Mevcut problemlerin bir krize dönüşmesini engelleyebilecek mekanizmaların oluşturulması; 2. Kriz koşullarının oluşmasına kaynaklık eden yapısal problemlerin ortadan kaldırılması. Bu makale, kısa ve orta vadede mali kriz riskinin nasıl azaltılabileceği sorusuna cevap aradığından bunlardan birincisiyle ilgilidir. Bu çerçevede aşağıda ilk olarak, mali küreselleşme ile kriz riski arasındaki ilişki ele alınacaktır. Ardından, neo-liberal iktisadi anlayışın yerli tasarruf yetersizliğinden muzdarip

ülkelerin mali serbesti sayesinde yabancı tasarrufları ülkeye çekebileceği ve bunun da ülkenin ekonomik performansını artıracığı şeklindeki kabulü sorgulanacaktır. Daha sonra, yatırım amacına hizmet etmeyen kısa vadeli sermayenin girişte engellenmesi amacını taşıyan Şili uygulamasının, Türkiye’de olumlu sonuç verip vermeyeceği sorusuna yanıt aranacaktır. Daha sonra, James Tobin’in küresel düzeyde uygulanmak üzere önerdiği döviz işlem vergisinin P. Bernd Spahn’ın geliştirdiği tek bir ülkede bile etkinlikle uygulanabilecek bir versiyonu ele alınacaktır. Ardından, Türkiye’de uygulanmakta olan menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası araçlarının vergilendirilmesinin mali istikrar sağlamaya daha iyi hizmet etmesi için yapılabilecekler araştırılacak ve son olarak ulaşılan sonuçlar özetlenecektir.

II. MALİ KÜRESELLEŞMEYİ HAZIRLAYAN UNSURLAR

Küreselleşmenin hız kazanmasında ulaşım, iletişim ve enformasyon alanında yaşanan teknolojik gelişmelerin rolü açıktır. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak ülkeleri ve insanları birbirlerinden ayıran fiziki engeller bugün büyük ölçüde ortadan kalkmış ve dünya adeta “küresel bir köy”e dönüşmüştür. Bizi bu çalışmada öncelikle yaşanan bu dönüşümlerin mali piyasalar üzerindeki etkileri ilgilendirdiğinden, aşağıda öncelikle küresel mali mimaride yaşanan dönüşümler ve bu dönüşümlerin sonuçları ele alınacaktır.

II.1. Küresel Mali Mimaride Yaşanan Dönüşümler

Küresel mali mimaride yaşanan dönüşümlerden belki de en önemlisi, sermaye hareketlerinin dayandığı değere ilişkindir. 19. yüzyılda sermaye hareketleri altın gibi reel bir değere dayalı iken, günümüzde böyle bir referans değer yoktur. Ulusal paraların değişim hadlerinde belirsizliğe yol açan bu durum, bir yandan mali sistemin işleyişi açısından büyük riskler taşımakta diğer yandan da spekülatif nitelikli kazançları özendirilmektedir. Nihayetinde ise, mali işlemlerin hacmi olağan üstü düzeyde artmaktadır [2].

Tablo.1 incelendiğinde görüleceği gibi, döviz piyasası işlem hacminin günlük 1,9 trilyon US\$’a ulaşmasını, dünya ticaretinin artışıyla açıklamak mümkün değildir. Çünkü döviz işlem hacminin ihracatın finansmanı için kullanılan kısmı 1977 yılında %28,5 iken, 2004’de %1,8’e düşmüştür. 1977–2004 dönemi arasında merkez bankaları döviz rezervlerini 12,5 kat artırmış, ancak bu artış aynı dönemde döviz ticaretinde gerçekleşen 102,7 katlık artışın çok altında kalmıştır. Bu durum döviz işlemlerinin daha çok arbitraj amaçlı olarak yapıldığını göstermektedir. Yaşanmakta olan bu sürecin gelişmekte olan ülkeler (GOÜ’ler) üzerinde iki temel etkisi olduğu söylenebilir. Bunlar: 1. GOÜ’lerin kendi iradeleri doğrultusunda iktisat politikası seçebilme ve

uygulayabilme olanaklarının azalması; 2. Diğer ülkelerde yaşanan gelişmelerden etkilenme düzeylerinin büyük ölçüde artmasıdır.

Tablo.1. Küresel Ticaret ve Döviz İşlem Hacmi

Yıl	Günlük Döviz İşlemleri Hacmi Milyar (US\$)	Yıllık Küresel Döviz Hacmi (Trilyon US\$)	Yıllık Dünya Dışsatımı (Trilyon US\$)	Dışsatım / Döviz Hacmi
1977	18,3	4,6	1,31	28,5
1980	82,5	20,6	1,88	9,1
1983	119,0	29,8	1,66	5,6
1986	270,0	67,5	1,99	2,9
1989	590,0	147,5	2,91	2,0
1992	820,0	205,0	3,76	1,8
1995	1.190,0	297,5	4,80	1,6
1998	1.490,0	372,5	4,10	1,1
2001	1.200,0	300,0	5,63	1,9
2004	1.880,0	470,0	8,40	1,8

Kaynak: BIS. (2005). *Triennial Central Bank Survey: Foreign Exchange and Derivatives Activity in 2004*. Basel, March. [1]; IMF. (2004). *IMF Annual Report 2004*. Washington, DC: The International Monetary Fund. [3]; WB. (2005). *Global Development Finance: Mobilizing Finance and Managing Vulnerability*. Washington, DC: The World Bank [4].

II.2. Mali Küreselleşmeyi Hazırlayan Düşünsel ve Siyasal Temeller

Bugün egemen olan neo-liberal iktisadi anlayış, “Washington Uzlaşması” (Washington Consensus) olarak bilinmektedir ve devlet müdahalesine gerek olmayan basite indirgenmiş bir piyasa ekonomisi modeline, Adam Smith’in rekabetçi denge modeline dayanmaktadır. Bu modele göre piyasa her türlü müdahaleden arındırıldığında ve durağan tam rekabet şartları altında, üretim kaynaklarının dağılımı en etkin biçimde gerçekleşir ve toplam refah artar. Bu durum bir ülke için olduğu kadar uluslararası ekonomi için de geçerlidir. Dolayısıyla bütün dünya piyasası açık ve tek bir bütün olmalıdır. 1980’li yıllarda ABD’de Reagan ve Büyük Britanya’da Thatcher’in iktidara gelmeleri ve bu ülkelerin IMF, Dünya Bankası ve Dünya Ticaret Örgütü gibi uluslararası kuruluşlar üzerindeki etkinliği nedeniyle neo-liberal iktisadi anlayış giderek popülerite kazanmaya ve küresel ekonominin işleyişine hâkim olmaya başlamıştır. Bunu sağlayan belki de en önemli mekanizma, finansman ihtiyacı ile IMF’ye başvuran ülkelerin kendilerine mali destek sağlanmasının koşulu olarak serbestleştirme uygulayacaklarını taahhüt etmek durumunda kalmalarıdır. IMF finansmanına gereksinim duyan ülke sayısının çokluğunun da bir sonucu olarak bugün, mali sermayenin önündeki engeller büyük ölçüde ortadan kalkmış ve mali küreselleşme pratik olarak 1990’lı yıllarda tamamlanmıştır.

II.3. Mali Küreselleşmenin Yararlarına İlişkin Kabuller ve 1990'larda Artan Kriz Riski

Neo-liberal iktisadi anlayışa göre, piyasa her türlü müdahaleden arındırıldığında kaynak dağılımı en etkin biçimde gerçekleşir. Bu varsayım, uluslararası sermaye hareketleri açısından da geçerlidir. Uluslararası sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesi (dış mali serbesti) durumunda, sermaye sıkıntısı çeken ülkelerdeki yüksek faiz oranları başka ülkelerdeki tasarruf fazlalarını bu ülkelere çeker. Bu sayede bir yandan uluslararası ekonomik etkinlik artar, diğer yandan da sermaye sıkıntısı çeken ülkeler artık daha kolay ve daha düşük maliyetle sermayeye ulaşabildiklerinden büyüme hızları artar. Bu süreç gelişmekte olan ülkelerdeki faiz oranları uluslararası faiz oranıyla eşitleninceye kadar devam eder. Uluslararası tasarruf faiz oranına karşı ne kadar duyarlı ise, bu süreç de o kadar hızlı işler [2,5,6].

Neo-liberal iktisadi anlayış, piyasa mekanizmasının başarısız olduğu noktaları hafife almaktadır. Özellikle mali piyasalarda, asimetrik bilgi ve onun yol açtığı tersine seçim, ahlaki tehlike ve bedavacılık sorunları başta olmak üzere birçok piyasa başarısızlığı söz konusudur [7]. GOÜ'ler ve geçiş ekonomilerinde neo-liberal iktisadi anlayışın yukarıdaki kabullerini doğrulamayan birçok olguyla karşılaşmaktadır. Neo-liberal politikaların birçok GOÜ'de uygulanmaya başlandığı 1980 sonrası dönem, bu ülkelerin çoğunda sanayileşmenin önemli ölçüde duraksadığı bir dönem olmuştur. Yabancı sermaye girişleri az sayıda ülke üzerinde yoğunlaşmış, sanayi üretiminde ve ihracatta artış yaygınlaşmamıştır [8]. Son yıllarda giderek artan sayıdaki çalışma, mali serbestiyle birlikte faiz oranları ve kredi maliyetlerinin düşmediğini, mali serbestinin ticarete konu olan değil, daha çok ticarete konu olmayan sektörlerde yatırımı teşvik ettiğini ortaya koymaktadır. Konu ile ilgili ampirik çalışmaların en sık rastlanan sonuçlarına göre, yabancı sermaye akımları yatırımlar ile bir tamamlayıcılık ilişkisi göstermemekte ve daha çok tüketim için kaynak oluşturmaktadır [6]. Toplam 54 ülke üzerinde Eatwell tarafından yapılan bir çalışmanın sonuçlarına göre, 1960-1971 döneminden itibaren söz konusu ülkelerde yatırımların GSMH'ya oranları düşme eğilimi göstermiş, GSMH büyümesi ise %30 ila %60 arasında azalmıştır. Faiz oranları 1980'lerden sonra yükseliş göstermiş ve yurtiçi tasarruflar yurtiçi yatırımlar ile sınırlı kalmıştır [9].

Neo-liberal beklentinin aksine yabancı sermaye akımlarının artmasının birçok GOÜ'de faiz oranlarının düşmesine yol açmamasının en önemli nedeni, büyük kısmı kısa vadeli olan bu akımların reelden çok spekülatif yatırım alanlarına yönelmesidir. Mekanizma şu şekilde işlemektedir: Dış mali serbestinin olduğu durumlarda portföy akımları faiz oranlarının ve arbitraj kazançlarının yüksek olduğu ülkelere yönelmektedir. Bu arada hem bankalar hem de özel bazı işletmeler, yurt dışından daha

kolay borçlanabilmektedir. Sonuçta elde edilen bu fonların belli bir kısmı uzun vadeli yatırımlarda kullanılabilir de, önemli bir kısmı yüksek risk taşıyan spekülatif faaliyetleri finanse etmektedir. Yabancı sermaye girişlerinin aşırı düzeye ulaşması ise, ulusal paranın reel olarak değer kazanmasına yol açmanın yanı sıra, mali varlıkların fiyatlarında spekülatif şişkinliklere yol açmaktadır [10,11,12].

Aşırı sermaye girişi nedeniyle ulusal paranın yabancı paralar karşısında değer kazanmasının ciddi olumsuz etkileri söz konusudur. Ulusal paranın reel olarak değer kazandığı ve yurt dışında faiz oranlarının düşük olduğu durumlarda hem bankalar hem de diğer işletmeler açısından yurt dışından borçlanmak döviz kurunda tersi yönde bir gelişme olmadıkça caziptir. Dolayısıyla ulusal paranın diğer paralar karşısında değer kazandığı durumlarda, kısa vadeye odaklı yerli işletmelerin yurtdışından döviz olarak borçlanmalarını artırmalarını beklemek gerekir. Doğal olarak bu yönde bir artış, ulusal paranın daha da değer kazanmasına yol açar ve mevcut durumu daha da cazip bir hale getirir. Ancak borcun geri ödenmesi gereken tarihte döviz kurunun ne olacağının belli olmaması, işletme açısından ciddi bir risk unsurudur. Eğer ödeme tarihinde döviz kuru çok yüksek düzeye ulaşmış ise, döviz cinsinden borçlanan işletmenin iflası bile söz konusu olabilir. Bankalar açısından durum biraz daha farklıdır. Bankalar borçlandıkları dövizli diğer işletmeler ölçüsünde yerli paraya çevirmeyebilirler ve belli düzeyde döviz karşılığı ayırmakla yükümlüdürler. Bununla birlikte, yüksek arbitraj kazancı beklentisi olan durumlarda bankalar açık pozisyonlarını belirlenen üst sınırlara kadar artırabilirler. Yurt dışından yüksek miktarda döviz cinsinden borçlandığı ve bankaların da açık pozisyonlarının yüksek düzeylere ulaştığı durumlarda kaçınılmaz olarak bütün mali kesimin kırılganlığı artar.

Ulusal paranın değer kazanmasının doğal sonucu, yabancı malların yerli mallar karşısında ucuzlaması, yerli malların ise yabancı mallar karşısında pahalalanmasıdır. Bu durum özellikle dışa açık bir sektör olan imalat sanayisinin rekabet gücünü olumsuz yönde etkiler. Verimlilikte sağlanan artışların ulusal paranın değerlendirilmesinin doğurduğu rekabet kaybını telafi edememesi durumunda ise kaçınılmaz sonuç, rekabet gücü azalan işletmelerin dışsatımlarının ve üretim düzeylerinin düşerek işsizliğin artmasıdır. Ulusal paranın değerlendirilmesi, dışsatımı caydırmanın yanı sıra dışalımını teşvik etmekte ve cari işlemler açığının büyümesine yol açmaktadır [2,13]. Büyüyen cari açık ulusal paranın değer kaybedeceği beklentisine yol açtığından belirsizlikler artmakta, bu da faiz oranlarının yükselmesine neden olmaktadır. Açıklanan nedenlerle, sermaye hareketlerini serbestleştiren GOÜ'lerde faiz oranları gelişmiş ülkelerdeki düzeylere inmemektedir. Yüksek faiz oranı ve değerli döviz kuru, spekülatif sermaye akımlarına arbitraj olanakları sağlayarak sermaye girişlerine süreklilik

kazandırmaktadır. Faiz oranının yükselmesi ve döviz kurunun değerlendirilme sürecinin devam etmesi ise, bir kısır döngüye yol açmaktadır [14].

Eldeki bulgular, mali serbestleşmeye ilişkin neo-liberal beklentileri desteklememektedir. Bunun en önemli nedeni, sermaye hareketleri serbestisinin kısa vadeli işlemleri uzun vadeli işlemlere kıyasla daha cazip hale getirmesidir. Stiglitz'in işaret ettiği gibi, kısa vadeli olup her an geri dönebilecek para, fabrika yapmak ya da iş sahası yaratmak için kullanılamaz [15]. Şirketler anlık bir kararla çekilebilecek para ile uzun vadeli yatırımlar yapmayı tercih etmezler. Diğer taraftan, sıcak para riskleri artırdığından ortam yatırımlar için daha az çekici hale gelir. Dolayısıyla, uzun vadeli sermaye ve doğrudan yabancı yatırım ile kısa vadeli olup her an geri çekilebilecek spekülasyon sıcak para akımları arasında ayrıma gidilerek, birincilerin toplamdaki payını artıracak politikaların uygulanması kritik önem taşır.

Uluslararası sermaye hareketlerinde serbestiye gidilen bugünkü dönemde, stratejik yatırım ve ticaret hedeflerini içeren bağımsız bir kalkınma stratejisi uygulamanın araçları olan para, faiz ve döviz kuru politikası izleme olanağı sınırlıdır. Dahası, artık yabancı sermaye girişi sağlayabilmek için, reel faizlerin önemli ölçüde yüksek olması gerekmektedir. Ulusal paraların değişim hadlerindeki belirsizlik spekülasyon olanaklara yol açtığından döviz giriş ve çıkışlarında "kısa-vadecilik" hâkim olmaya başlamış ve ulusal mali piyasalar giderek daha çok spekülasyon saldırılara açık hale gelmiştir [2]. Dahası, dışalım kısıtlayan düzenlemelerin tasfiye edildiği bir ortamda Latin Amerika geneline ilişkin veriler, dış tasarrufların tüketim mallarını ve özellikle de ithal olanları finanse etme işlevi gördüğünü göstermektedir. Bu aynı zamanda, kısa dönemli sermaye akımlarının iç tasarrufları caydırıcı bir etkide bulunduğu anlamına gelmektedir [16].

Aşırı sermaye girişinin cari açık üzerinde yol açtığı olumsuz etki, kısa dönemli borçların ve kamu kesimi açığının büyümesi gibi nedenler, belirsizlikleri ve kriz riskini artırmaktadır. Özellikle kısa dönemli borçların uluslararası rezervlerin üzerine çıkması durumunda, ekonomik büyümenin sürdürülemez ve borçların döndürülemez olduğu şeklinde bir algılama değişimi oluşabilmekte, bu da ülkeden sıcak para kaçışını başlatabilmektedir. Böyle bir durumda ilk olarak döviz açığı olan bankalar mali krize girmektedir. Eğer ülkedeki döviz açığı kritik bir düzeyde ise, kriz risk alan bankalarla sınırlı kalmayarak bütün ekonomiye yayılabilmektedir. Böyle bir durumda ülkede büyük oranlı devalüasyonlar gerçekleşmekte, reel faiz oranları çok yükselmekte ve toplam talepte şiddetli düşüşler yaşanmaktadır. Sonuçta ise, mali kriz ekonominin reel kesimine de yayılmaktadır.

Ancak IMF'ye göre krize yol açan temel nedenler ulusal ekonomilerdeki zayıflıklar ve devlet

müdahaleleridir. Ana hatlarıyla IMF'nin krizlerin ortaya çıkması için politika önerileri ulusal ekonomilerin devlet müdahalesinden arındırılması, ekonomik işlemlerde şeffaflığın ve ortak standartlara uyulmasının sağlanmasıdır. Bu doğrultuda kriz yaşayan ülkelere standart IMF önerisi; sıkı para politikası uygulamak, kamu harcamalarını azaltmak ve sermaye hareketlerini serbestleştirmektir. Asya krizi ortaya çıktığında da IMF, verilerin ne söylediğine bakmak yerine krizin kamu sektöründeki aşırılıklardan ileri geldiği varsayımından hareket etmiştir. Oysa Asya krizinde aşırılıklar *özel sektörde* meydana gelmiştir. Yanlış teşhis, yanlış formüle edilmiş tedavi reçetelerine yol açmıştır. Son yıllarda yapılan bazı çalışmalar [12,17,18,19,20,21], IMF reçetelerinin bu krizin tedavisinden çok kriz yaşayan ülkelere ekonomik çöküşü ağırlaştırdığını ortaya koymaktadır.

Ziya Öniş'in dikkat çektiği gibi, neo-liberal ilkelere ve IMF'nin önerilerine harfiyen uyma konusunda özel bir çaba sarf eden Arjantin'in deneyimi, neo-liberal yeniden yapılanmanın başarı şansını ve sınırlarını işaret etmesi açısından son derece aydınlatıcı bir örnektir. Bu deneyim, yoğun sermaye girişi ve dış borçlanmayı temel alan kalkınma modelinin kırılabilirliğini günümüz açısından son derece dramatik bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu modelin daha düşük yoğunluk ve gayretle uygulandığı Türkiye örneği de benzer gözlemleri desteklemektedir [22] Arjantin ve Türkiye örnekleri, yapısal problemlerini çözememiş GOÜ'lerin sermaye hesaplarını serbestleştirmelerinin önemli maliyetleri olabileceğini açıkça ortaya koymaktadır. Arjantin örneğinden ve krizden yola çıkarak Yentürk, istikrar sağlansa bile dış borçların ödenebilmesi için belirli bir ekonomik büyümenin gerekli olduğuna dikkat çekmektedir. Yeni kapasite yaratılmadığı, yerli paranın aşırı değerli ve kamu finansman açığının yüksek olduğu bir ekonomide mali akımların serbest olması, büyümenin sürdürülebilirliğinin önünde ciddi bir engel oluşturmaktadır. Çünkü böyle bir durumda, bir taraftan kamu finansman açığının yüksekliği ülkedeki faiz oranlarının düşmesini zorlaştırmakta, diğer taraftan da değerli yerli para nedeniyle yabancı malların görece fiyatı ucuzladığından dışalım, dolayısıyla da cari açık artmaktadır [6]. Bu durum, bankacılık sektörünün ve firmaların kırılabilirliklerini artırarak *yatırımları olumsuz yönde etkilemektedir*.

Stiglitz'in ifade ettiği gibi, "sermaye piyasasının serbestleştirilmesinin büyüme teşvik ettiğine dair çok az, gelişmekte olan ülkelere devasa riskler yüklediğine dair birçok kanıt vardır." Mali serbestleşme "aşırı" bir genişleme yaratmakta, bu da eninde sonunda ciddi bir borç sorununa yol açmaktadır. Bu borç ekonomik politikalara bağlı olarak iç ya da dış, özel ya da kamu borcu olarak gerçekleşebilmektedir. Güçlü bankaları, olgunlaşmış borsaları ve sosyal güvenlik kurumları olan gelişmiş ülkelere bile serbestleştirme sonucunda

kontROLSÜZ kalan sermaye akımları (özellikle de kısa vadeli olanlar), muazzam riskler oluşturmaktadır [15].

1990'lı yıllar boyunca GOÜ'lerde yaşanan birçok kriz, spekülasyon karakterli mali sermaye akımlarının olumsuz etkilerini gözler önüne sermiştir. Bu ilişkinin oldukça açık bir şekilde görülebildiği en iyi örneklerden birisi 1989 yılında dış mali serbestiye geçen Türkiye'dir. Çözülmemiş birçok yapısal problemi (sürekli olarak dış ticaret açığı verme, yatırımlarını artıramama, gelirden daha çok harcama, yüksek enflasyon vb.) olduğu halde 1989 yılında dış mali serbestiye geçen Türkiye, 1990'lı yıllarda giderek artan hacimde kısa vadeli sermaye akımlarına sahne olmuştur. Bu sayede 1988 ve 1989 yıllarında tıkanmış ve durağanlaşmış olan ekonomi tekrar canlanarak hızlı büyüme oranlarına ulaşabilmişse de istikrar sağlanamamış, giderek sıklaşan mali krizler nedeniyle kişi başına düşen milli gelir adeta yerinde saymıştır. 1993 yılında 3.004\$ olan kişi başına düşen milli gelir 2001 yılında 2.123\$'a kadar gerilemiş, 1993 yılındaki seviyesine tekrar ancak 10 yıl sonra 2003 yılında ulaşabilmiştir (Bkz. Tablo.2).

Tablo.2. Türkiye'nin Seçilmiş Bazı Makroekonomik Göstergeleri

	GSMH	Kişi Başına GSMH	İşsizlik Oranı	Enflasyon Oranı (TÜFE)
Yıl	Milyon US\$	US\$	%	%
1988	70.795	1.693	8,7	73,7
1989	80.354	1.979	8,6	63,3
1990	110.160	2.682	8,0	60,3
1991	108.499	2.621	8,2	66,0
1992	158.700	2.708	8,5	70,1
1993	178.700	3.004	9,0	66,1
1994	132.300	2.184	8,6	106,3
1995	170.100	2.759	7,6	93,6
1996	183.600	2.928	6,6	80,4
1997	192.400	3.079	6,8	85,7
1998	205.807	3.255	6,8	84,6
1999	187.468	2.879	7,7	64,9
2000	201.357	2.965	6,5	54,9
2001	144.313	2.105	8,4	54,4
2002	182.795	2.619	10,3	45,0
2003	238.534	3.390	10,5	25,3
2004	299.475	4.112	10,3	10,7
2005	360.876	5.008	10,3	7,7

Kaynak: DPT. (2005). *Ekonomik Gelişmeler*. Ankara, Aralık. (<http://ekutup.dpt.gov.tr/tg/index.asp?yayin=eg&yil=0&ay=0>). [23]; TÜİK (2005) *İstatistik Göstergeleri: 1923-2004*. Ankara (http://www.tuik.gov.tr/yillik/Ist_gostergeler.pdf). [24].

Krizler ekonomik açıdan çok güçlü ülkeler için bile söz konusu olabilmektedir. Bununla birlikte, mali krize düşme olasılığı yüksek ülkelerin Türkiye gibi dışsalını finanse edebilecek düzeyde dışsatımlarını

artıramayan ve yüksek borç stoku olan ülkeler olduğu açıktır. Bir taraftan bu ülkeler verdikleri yüksek cari açık nedeniyle sürekli bir dış finansman ihtiyacı içinde bulunmakta, diğer taraftan da aldıkları borcu ödeyebilirliklerine yönelik kuşku nedeniyle risk primi yüksek faizler ödemek durumunda kalmaktadır. Yüksek reel faizlerle çığ gibi büyüyen borçların sürdürülebilirliğine yönelik algılamalar olumsuzlaştığında bu ülkeler kendilerini mali bir krizin içinde bulabilmektedir. Kriz durumunda gereksinim duyulan dış finansmanın sağlanabilmesi amacıyla başvuru IMF ise, sağladığı finansman karşılığında bütçenin faiz dışı fazla vermesini şart koşmaktadır. Önceliğin bu şekilde belirlenmesi, problemin temelinde yatan rekabet gücü eksikliğini çözmeye yönelik yapısal sorunların geri plana itilmesine, dolayısıyla da kısır bir döngüye zemin hazırlamaktadır. Çünkü faiz dışı fazla verebilmek için öncelikle siyasal açıdan gerçekleştirilmesi daha kolay olan yatırımlar kısımlıdır. Yatırımların kısımlı, ülkenin rekabet gücünü giderek kaybetmesi ve sorunlarını kalıcı bir şekilde çözmemesi anlamına gelmektedir. Doğal olarak bu durum, söz konusu ülkenin yeni bir krizle karşı karşıya kalma riskini artırmaktadır.

IMF politikalarının temel amacının, alınan borçların geri ödenebilirliğini güvence altına almak olduğu açıktır. Yeldan'ın ifadesiyle GOÜ'ler için bu politikalar, "daraltıcı para ve maliye politikalarına dayanan ve yüksek mali getiri ve devalüasyon riskinden arındırılmış bir döviz kuru sistemini amaçlayan, dışa açık (yabancı sermayeye bağımlı) bir iktisadi yapıyı öngörmektedir" [25]. Bu yapı altında merkez bankalarının "özerk" ya da bağımsız olması ve tüm çabalarını "enflasyon hedeflemesi" ya da ulusal paranın değerinin korunmasına yoğunlaştırmaları gerektiği söylenmektedir. Uygulanacak maliye politikaları ise doğrudan doğruya "faiz dışı fazla veren bütçe" amacına mahkûm edilmektedir. Kamu tüketim ve yatırım harcamalarında olağanüstü kesintiler yapılması pahasına sağlanabilecek "faiz dışı fazla" sonucunda kamunun hareket alanının sınırları alabildiğince daralmakta ve kamunun geleneksel olarak kâr amacı gütmeyen tüm sosyal altyapı faaliyetleri mali sermayenin kontrolü altına girmektedir [25,26]. Uzun yıllar faiz dışı fazla vermenin dış borç yaralarını tedavi edecek güçte olmadığı Arjantin örneğinde görülmektedir. Uygulanan istikrar politikaları, özellikle değerli kur uygulamaları sürecinde reel sektörün çok zayıflaması, dış borçların ödenmesi için gerekli cari fazlayı da sağlayamamaktadır [6]. Dikkat çekilmesi önem taşıyan bir diğer husus, mali serbesti nedeniyle GOÜ'lerde mali oynaklığın artmasının, merkez bankalarını giderek daha yüksek miktarlarda rezerv tutmaya zorlamasıdır. Bu ise, yatırımlara ayrılacak kaynakların giderek azalması anlamına gelmektedir. Günümüzde GOÜ'ler yüksek reel faizler pahasına sağladıkları sermaye girişlerinin yaklaşık üçte birini rezerv birikimine ayırmaktadır [2]. Dış ticaret fazlası vermeyen bir ülkenin yüksek bir döviz rezervine sahip

olmasının zorluğu bir yana, çok ihtiyaç duyulduğu halde sigorta amacıyla bir köşede tutulan döviz rezervlerinin, alternatif maliyetinin çok yüksek olacağını belirtmek gerekir. Dolayısıyla, bu rezervlerin sosyal faydayı artıracak yatırımlarda kullanılması olanağını sağlayacak mekanizmaların oluşturulması büyük önem taşımaktadır.

Sermaye piyasalarını serbestleştirmiş GOÜ'lerin 1997-1998 döneminde Asya'da yaşanan krizden etkilenerek gelirleri azalırken, sermaye denetimi uygulayan Hindistan yüzde 5'i aşan bir oranda, Çin ise yüzde 8'e yaklaşan bir oranda büyüyebilmiştir. Bu süreç içinde dünya büyümesinde ve özellikle ticarete toplu yavaşlama olduğu göz önüne alındığında, bu sonuç çok daha dikkat çekicidir. Aynı şekilde Şili ve Malezya da, geleneksel sermaye kontrollerinden farklı özellikler taşıyan uygulamalarıyla olumlu sonuç alan iki ülkedir. Şili'de uygulanan sermaye kontrolleri, bir kriz söz konusu değilken mali kriz riskini azaltmak amacıyla kısa dönemli sermaye girişlerini caydırmayı hedeflemiştir. Malezya'daki uygulama ise, mali kriz yaşanırken karşı karşıya kalınan tahribatın boyutunu azaltmak üzere 1 yıl süreyle sermaye çıkışlarına onay alma şartı getirme şeklindedir. Her iki ülke de uyguladıkları sermaye kontrollerinden çoğu iktisatçının beklemediği ölçüde olumlu sonuçlar almışlardır [27,28,29]. Bu deneyimlerden yola çıkarak, piyasalarda yatırımcıların uzun dönemli bir perspektiften yatırım yapmalarını özendirilecek ve kısa dönemli işlemleri caydıracak düzenlemelerin getirilmesi gerektiği, bugün IMF'nin üst düzey yöneticileri ve G-7 liderleri tarafından bile ifade edilmeye başlanmıştır. Bu çerçevede, hedge fonların izlenmesi, off-shore hesapların kontrolü, banka denetim ve muhasebe standartlarının iyileştirilmesi, sermaye akımlarında şeffaflık ve açıklığın sağlanması, sermaye hareketlerinin kısıtlanması, kontrolü, regüle edilmesi, yeni ulusal ve uluslararası kurumların yaratılması ve sermaye hareketlerinin vergilendirilmesi gibi birçok önerinin giderek daha ciddi bir şekilde üzerinde durulmaya başlanmıştır. Aşağıdaki bu önlemlerden özellikle Şili'nin girişte uyguladığı sermaye kontrolleri ile iki aşamalı döviz işlem vergisi ele alınacaktır.

II.4. Mali Küreselleşmenin Olumsuz Etkilerini Azaltabilecek Vergi Politikaları

Bir ülkenin mali kriz riskini belirlemede öne çıkan gösterge, sermaye girişlerinin kompozisyonudur. Bir krizin ortaya çıkıp çıkmamasında, borçlanmanın vadesi büyük önem taşımakta, toplam borçlar içinde kısa vadeli borçlanmanın artması kriz riskini artırmaktadır [10]. Buradan yola çıkarak bir ekonominin mali kriz riskini azaltmak için yapılması gerekenin, sermaye girişlerinin kompozisyonunu uzun vadeli sermaye ve doğrudan yabancı yatırım lehine artırmak ve kısa vadeli sermayeden mümkün olduğunca kaçınmak olduğu söylenebilir. Spekülatif sermaye akımlarının yol açtığı tahribatın en aza inebilmesi için küresel mali mimaride önemli

değişikliklerin yapılması ve tüm ülkeleri kapsayacak uluslararası norm ve standartların uygulanması gerektiği açıktır. Ancak yakın zamanda bunun gerçekleştirilebilmesi pek mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla bugün her ülke olası tahribatların etkilerini en aza indirebilecek kendi çözümlerini oluşturmak durumundadır. Bu çerçevede uygulanabilecek en önemli tekniklerden birisi sermaye kontrolleridir. Sermaye kontrolleri, girişte ve çıkışta olmak üzere temelde iki şekilde uygulanabilir. Aşağıda bunlardan sermaye çıkışlarına yönelik olanından çok kısa bahsedilecek, ancak Türkiye'de uygulanması yararlı görünen Şili tarzı girişte sermaye kontrolü uygulaması detaylı olarak ele alınacaktır.

Sermaye çıkışları üzerinde kontrol uygulanması ekonomik bir rasyonaliteye dayanır ve etkinliği açıktır. Bununla birlikte genel kabul görmemektedir. Bunun en önemli nedeni, kontrollerin piyasa güveninin daha fazla kaybedilmesine neden olacağı düşüncesidir [27]. Buna, *Washington konsensüsüne* aykırı uygulamaların IMF tarafından cezalandırılabileceği şeklinde bir korkuyu da eklemek gerekir. Sermaye çıkışlarına ilişkin iki tip kontrol uygulamasına rastlamak mümkündür. Birinci tip kontroller krizden koruyucu niteliktedir ve belirli bir ülkede ödemeler dengesi açığı olmakla birlikte, henüz bir krizin yaşanmadığı durumlarda söz konusudur. Bu şekildeki kontroller, ülkeyi terk edebilecek yabancı fonlar üzerine vergiler, ikili kur oranları ya da fon transferine sınırlama getirilmesi biçimlerinde uygulanabilir. Bu kontrollerin temel amacı, uluslararası rezervlerin erimesini yavaşlatmak ve spekülörleri etkisiz kılmak için otoritelere gerekli düzeltici politikaları uygulayacak zaman sağlamaktır [30]. Sermaye çıkışına ilişkin kontrollerin ikinci biçimi, kriz önleyici niteliktedir. Bu tür uygulamada, büyük bir krizle karşı karşıya kalan ülkenin sermaye çıkışı üzerinde doğrudan kontrol uygulaması söz konusudur. Sermaye çıkışları üzerine kontrol uygulaması şeklindeki Malezya deneyimi, kriz koşullarında bile uygulanabilecek politika seçeneklerinin sanıldığı kadar az olmadığını ortaya koymuştur.

II.4.1. Girişte Sermaye Kontrolü Uygulaması: Şili Örneği

Sermaye kontrolleri, ülke sınırları arasındaki sermaye hareketlerini sınırlandırmayı veya başka bir yöne kanallandırmayı amaçlayan politikalarlardır. Bu politikaların temel işlevi, döviz kuruna spekülatif bir saldırı olması durumunda ortaya çıkabilecek döviz talebini sınırlayarak rezerv kaybı ve faiz oranı artışını sınırlandırmaktır. Bu politikalar hem uygulama biçimi, hem de amacı açısından birbirinden çok farklı biçimler alabilirler. Sermaye kontrolleri, bir işlem üzerine vergi veya fiyat konulması, miktar kısıtlaması getirilmesi ve bazı aktif varlıkların uluslararası ticaretinin doğrudan yasaklanması şeklinde olabilir [31]. Bundan başka, Şili örneğinde görüldüğü gibi sermaye girişlerinin sınırlandırılması veya üzerine vergi

konulması gibi teknikler uygulanabilmektedir.

Sermaye kontrolleri, *doğrudan* (veya *idari*) ve *dolaylı* (veya *piyasa-bazlı*) olmak üzere başlıca iki şekilde uygulanabilir. Doğrudan kontroller, sermaye hareketleri ve/veya ilgili ödemeler ile fon transferlerini miktar sınırlamaları veya onay şartı yoluyla sınırlandırır. Tipik olarak bu kontroller, sınırlar arasında gerçekleşen mali işlem hacmini etkilemeyi hedefler. Bu tür kontrollerin genel karakteristiği, mali akımları kontrol etmek için bankacılık sistemine idari yükümlülükler getirmektir. Dolaylı kontroller ise, sermaye hareketlerini daha pahalı hale getirme yoluyla caydırmayı amaçlar. Bu tür kontroller: 1) Dış mali işlemler üzerine doğrudan vergi ve benzeri yükümlülükler konulması; 2) Dış mali işlemlere zorunlu mevduat veya faizsiz rezerv şartı getirme yoluyla maliyet yüklenmesi; ve 3) Değişik işlemler için değişik döviz kurlarının uygulanması şeklindedir. Bu tür piyasa bazlı kontroller, ya işlemin maliyetini ya da hem maliyetini hem de hacmini etkiler [32].

Sermaye girişleri üzerindeki kontroller, kısa dönemli sermaye akımlarının neden olabileceği aşırı döviz kuru oynaklığını azaltmayı amaçlamaktadır. Sermaye girişlerinin kontrolü özellikle henüz ciddi ekonomik problemlerin yaşanmadığı dönemlerde uygulanması anlamlı olan bir politikadır ve gelecekte ortaya çıkabilecek mali kriz riskini azaltmak gibi bir işleve sahiptir. Bu tür kontroller seçicidir ve ülkeye giren toplam sermaye girişinde bir azalmaya yol açsa da, bu azalmanın ülkede yabancı sermaye yoluyla gerçekleştirilecek yatırımları azaltmayacağı, hatta mali istikrarsızlığı azaltıcı etkisi olan doğrudan yatırımları özendireceği söylenebilir. Şili, 1998 yılı Mayıs ayına kadar sermaye girişlerine kontrol uygulayan ve akademisyenler tarafından bu uygulamaların olumlu sonuçlar verdiği genellikle kabul edilen bir ülkedir. Sermaye kontrollerine karşı tutumu iyi bilinen IMF'nin eski baş iktisatçısı Stanley Fisher'e göre, "...uzun dönemde etkinliği şüpheli olsa da, sermaye girişlerinin kontrol altına alınması bir ülkeye bir süre için bağımsız bir para politikası yürütme olanağı sağlayabilir ve sermaye girişlerinin kompozisyonunu etkileyebilir" [33]. Dolayısıyla da bu tür kontroller, mali kriz riskini azaltabilir.

1990 sonrasında Şili, sermaye girişleri üzerinde uzun ve kısa dönem için farklılaşan kontroller uygulamaya başlamıştır. Şili'de uygulanan sermaye kontrollerinin en etkin ögesi, süresi en az bir yıl olarak belirlenen zorunlu mevduat uygulamasıdır. Başlangıçta, kısa ve orta dönemli dış kredilerin % 20'si zorunlu mevduata (rezerv) tabi tutulmuş, bir yıla kadar olan yurtiçi ve yurtdışı kredi işlemlerine de yıllık % 1,2 damga vergisi uygulanmıştır [34]. Bu uygulama Mayıs 1992'den itibaren sıkılaştırılarak zorunlu rezerv oranı % 30'a yükseltilmiş ve ticari krediler dışındaki bütün uluslararası mali işlemleri kapsayacak biçimde genişletilmiştir [35]. Bunun yanı sıra, kısa vadeli sermaye girişlerinden

normalde alınan tutarın iki katına ulaşan düzeyde vergi uygulanmıştır. Zorunlu rezerv uygulaması, yatırımcıları elde edebilecekleri alternatif faiz gelirinden yoksun bıraktığı, uygulanan vergi ise maliyetleri artırdığı için Şili'de uygulanan sermaye kontrolleri, kısa dönemli sermaye girişlerini caydırmada ve akımların kompozisyonunu değiştirmede etkin olmuştur. Kısa dönemli girişlerdeki azalma uzun dönemli sermaye girişleriyle telafi edilebildiğinden, toplam sermaye girişlerinde azalma da olmamıştır. Toplam sermaye girişleri içinde kısa dönemli olanların oranındaki azalma, bir taraftan yabancı sermaye kaçışını zorlaştırarak ekonominin kırılganlığını, diğer taraftan da döviz kurunun aşırı değerlenerek cari işlemler dengesini bozmasını engellediğinden mali kriz riskini azaltmıştır [36]. Uyguladığı sermaye yönetim tekniklerinin bir sonucu olarak Şili'nin 1994 Meksika krizinde cari işlemler açığı diğer Latin Amerika ülkelerinden daha düşük düzeyde gerçekleşmiştir. Aynı şekilde Asya krizinin Şili üzerindeki etkisi de sınırlı olmuştur. Ancak 1998'den sonra Şili'nin uyguladığı sermaye kontrolleri etkinliğini kaybetmiş ve kontroller son zamanlarda tamamen ortadan kaldırılmıştır [31].

II.4.2. Döviz İşlem Vergisi Uygulaması

Bretton Woods sisteminin çöküşünün ardından büyük bir hız ve akışkanlık kazanan sermaye akımlarının spekülasyon yoluyla mali piyasalarda istikrarsızlıklara neden olabileceğini öngören James Tobin, olası istikrarsızlığı giderebilmek için sonradan kendi adıyla anılmaya başlanan bir döviz işlem vergisi önermiştir [37]. Bu öneriye göre, her ülke kendi paraları da dâhil olmak üzere kendi sınırları içinde gerçekleşen bütün özel döviz işlemleri (spot, forward vd.) üzerinden tercihan % 0,1 ile % 0,5 arasında bir vergi alabilir. Geleneksel sermaye kontrolleri, sermaye akımlarının miktarını sınırlandırırken Tobin'in önerdiği vergi, net akım stokunu veya uzun dönem kur oranı denge düzeyini etkilemeden, kısa dönemli sermaye akımlarının oranını azaltmak için tasarlanmıştır. Böyle bir vergi kısa vadeli sermaye akımları üzerinde uzun dönemli olanlardan daha yüksek bir maliyet oluşturacağından, kısa vadeli akımları azaltıcı bir etki ortaya çıkar. Böyle bir durumda da mali istikrarın artması beklenir. Ancak verginin bu hedefine ulaşabilmesi, döviz işlemlerinin fiyat esnekliğine bağlıdır. Eğer döviz işlemlerinin fiyat esnekliği düşükse, vergi ikame açısından etkin olmaz, sadece bu işlemi gerçekleştirenlerin vergi yükü artar. Döviz işlemlerinin fiyat esnekliği yüksekse, Pigouvian vergi teorisine uygun olarak konulan vergi döviz işlemlerini azaltma yönünde etkin olur ve verginin istikrar sağlama fonksiyonu gerçekleşir. Bu durumda, spekülasyoncular tarafından diğer yatırımcılara yüklenebilecek potansiyel negatif dışsallıklar küçülür, ancak vergi gelirleri oldukça düşük düzeyde gerçekleşir [38]. Tobin Vergisi'nin sermaye hareketlerini sınırlandırmadaki etkinliği kısa dönemde değil, orta ve uzun dönemdedir. Başka bir deyişle, ortaya

çıkan bir krizin tahribatını gidermekten çok böyle bir krize karşı daha dayanıklı olmayı sağlamaya yönelik koruyucu bir önlemdir. Ancak, Tobin'in önerdiği biçimiyle vergi döviz kurlarına yönelik büyük spekülasyonlarda neredeyse hiç etkin değildir. Böylesi durumlarda, başka önlemlerle birlikte kullanılması gerekir.

Mali kesimin çıkarlarına ters düşmesiyle yakından bağlantılı olarak döviz işlemleri üzerine bir vergi konulması henüz küresel düzeyde yeterli desteği bulamamıştır. Bununla birlikte, mali piyasalarda 1990'larda yoğunlaşmaya başlayan istikrarsızlıklar ve sıklıkla yaşanan krizler, mali küreselleşmenin yatırım ve üretim artışına değil, yoksullaşmaya ve gelir dağılımı kötüleşmesine neden olduğu şeklindeki görüşlerin yaygınlaşmasına yol açmış ve vergiye olan ilgiyi artırmıştır. Bu vergiye ilişkin eleştiriler, daha çok piyasa mekanizmasının temelde etkin sonuçlar doğurduğuna inanan ve piyasalara müdahale edilmesine soğuk bakan neo-liberal iktisatçılardan gelmektedir. Neo-liberal iktisatçılar döviz işlemleri üzerinden alınacak bir verginin hedeflediği gibi mali oynaklığı azaltmak için uygun bir araç olmadığı, böyle bir verginin yalnızca döviz işlemleri hacmini azaltacağı görüşünü savunmaktadırlar. Onlara göre böyle bir vergi, istikrarın kaynağında yatıp varsayıldıkları spekülasyonu azaltarak aslında mali oynaklığı daha da artırabilir. Ancak, likidite ile istikrar arasında neo-liberal iktisatçıların varsayıldıkları türden bir ilişki bu güne kadar kanıtlanmış değildir. Hatta AB'de Euro'nun kullanılmaya başlanmasının ardından döviz işlem hacminin yaklaşık %20 azaltılmasına rağmen likidite üzerinde herhangi bir olumsuz etkiye rastlanmamış olması, bu iddianın geçersiz olduğu görüşünü desteklemektedir [39]. Likidite ile istikrar arasında doğrusal bir ilişki olduğu şeklindeki iddiaların teorik zayıflıklarını ve neden döviz işlemleri üzerinden bir vergi alınmasının mali oynaklığı azaltacağını, yakın tarihli bir çalışmada Korkut Ertürk gerekçeleriyle birlikte açık bir şekilde ortaya koymaktadır [40]. Böyle bir verginin etkinliğini belirlemek amacıyla birbirleriyle iletişim halinde, ancak birbirlerinden bağımsız çalışan iki piyasadan oluşan bir model geliştiren Westerhoff'un bulguları ise, bir döviz işlem vergisinin mali oynaklığı azaltacağı yönünde oldukça sağlam kanıtlar sunmaktadır. Bu model sonucunda elde edilen sonuçlara göre, döviz işlem vergisi uygulanan bir piyasada spekülasyon ve oynaklık azalmakta, verginin uygulanmadığı piyasada ise, oynaklık artmaktadır. İşlemler üzerine aynı oranda bir vergi konulması durumunda ise, her iki piyasa da istikrar kazanmaktadır [41,42].

Döviz işlem vergilerinin ilk önerildiği şekliyle uygulanmasına ilişkin en önemli zorluk, etkinlik açısından böyle bir verginin küresel düzeyde uygulanmasının gerekmesidir. Bunun sağlanamaması durumunda vergiden kaçınmanın yüksek olması ve umulan yararın elde edilememesi söz konusudur. Ancak

son yıllarda döviz işlem vergilerine yöneltilen eleştirileri büyük ölçüde boşa çıkartan ve böyle bir verginin uygulanmasını kolaylaştıran önemli katkılar söz konusudur. Bugün artık Tobin'in önerisini temel alan, ancak uygulanabilirlik ve etkinlik açısından çok daha güçlenmiş ve işlem hacminin büyük bir kısmını oluşturan devletler tarafından uygulanma zorunluluğunu da ortadan kaldıran öneriler gündemdedir. Bunlar arasında Spahn tarafından önerilen iki aşamalı bir döviz işlem vergisi, Türkiye gibi GOÜ'ler için özel bir önem taşımaktadır [43, 44]. İlerleyen bölümlerde bu öneri, Türkiye'de uygulanabilirliği çerçevesinde ele alınacaktır.

III. TÜRKİYE'DE MALİ SERBESTLEŞME VE MALİ KRİZ RİSKİ

Türkiye'de 1990'larda giderek artan sıklık ve şiddette yaşanan mali krizlerin nedenini belirleyebilmek amacıyla aşağıda ilk olarak Türkiye ekonomisindeki temel dönüşümler ele alınacaktır.

III.1. Türkiye'nin Mali Serbestleşme Süreci

Türkiye iç tasarrufları sürekli olarak harcamalarının altında kalan, 1947 yılından bu yana her yıl dış ticaret açığı veren, dolayısıyla da sürekli dış kaynağa gereksinim duyan bir ülke konumundadır [45]. 1970'li yıllarda uygulamakta olduğu içe dönük sanayileşme stratejisi tıkanmaya başlayan Türkiye, daha etkin bir kaynak dağılımı sağlayacağı ve ihtiyaç duyduğu mali kaynaklara daha kolay ulaşabileceği beklentisiyle, 24 Ocak 1980 tarihinden itibaren serbestleştirmeyi temel alan neo-liberal ekonomi politikaları uygulamaya başlamıştır. Ağustos 1989'da 32 sayılı kararname ile dış mali serbestleşmenin sağlanması ise, iktisat politikaları ve dış finansman açısından önemli bir dönemeç oluşturmuştur. Dışa açık büyüme modelinde beliren tıkanıklık, enflasyonist baskının kırılmaması nedeniyle geleceğe yönelik beklentilerdeki belirsizlik, vergi gelirlerinin yetersizliği, iç borç faiz ödemelerinin yol açtığı mali baskı, yüksek kamu açıkları ile iç tasarrufların sermaye birikimini ve ekonomik büyümeyi finanse etmedeki yetersizliği, dış finansman eksenli yeni modele geçişteki ana iç etkenlerdir. Temel dış etken ise mali küreselleşme sürecinin Türkiye ekonomisini kapsamına almasıdır [46].

Yapısal problemlerini çözememiş olmasının bir sonucu olarak Türkiye, süreklilik kazanan kamu finansman açıkları ve cari açıklarla karşı karşıya kalmıştır. 1990 öncesinde cari işlem açıklarının finansmanında resmi finansman ve işçi gelirleri büyük önem taşırken, bu tarihten itibaren özel sermaye girişleri giderek daha büyük önem kazanmış ve ekonomik büyüme, yabancı sermaye girişlerine bağlı hale gelmiştir. Alper ve Öniş'in dikkat çektikleri gibi, Türkiye'de sermaye hesaplarının serbestleştirilmesi ile sermaye girişlerine dayalı kısa dönemli kazanımlar elde edilmek istenirken, politik dalgalanmalara, mali sistemin yeterince

düzenlenmemiş olmasına, mali denetim kapasitesinin düşüklüğüne ve bunun da orta ve uzun dönemdeki olumsuz sonuçlarına yeterince özen gösterilmemiştir [47].

Tablo.3'te görüldüğü gibi daha çok kısa dönemli ve portföy yatırımı şeklinde gerçekleşen sermaye girişleri iç talebi uyarılmış ve firmaların gereksinim duydukları kredileri bankalardan daha kolay elde etmelerine olanak sağlamıştır. Bununla birlikte Türkiye ekonomisi, iç ve dış konjonktürdeki değişmelere bağlı hareket eden sermaye giriş ve çıkışlarındaki oynaklık nedeniyle giderek kırılganlaşmıştır. Türkiye'deki mali piyasalar, Tülay Arın'ın ifade ettiği gibi, "...hep yüksek risk/yüksek getiri döngüsü içinde krizin eşliğinde yaşamış, küçük oranlı kötüye gidişlerde bile hemen döviz kuru çöküşlerine ve sermaye kaçışlarına maruz kalmıştır" [48]. Sonuçta ise, dış açılma ve mali serbestleştirme sayesinde ülkede beklenen yatırım artışları gerçekleşmemiş, aksine sanayi kesimi bile reel yatırımlardan uzaklaşarak spekülasyon yatırımlarına yönelmiştir. Yeldan'ın hesaplamalarına göre, 500 sanayi kuruluşunun faaliyet dışı gelirlerinin net bilanço kârlarına oranı 1985 yılında %24,1, 1990 yılında %33,3 seviyelerinde iken, 1991-1999 arasındaki dönemde üç yıl hariç hep yüzde 50'nin üzerinde kalmıştır. Bu hesaplamaların yapıldığı dönemin son yılı olan 1999'da ise bu oran %219 gibi olağan üstü bir düzeydedir [2].

Tablo.3. Türkiye'ye Sermaye Akımları ve Cari İşlemler Dengesi

Yıl	Doğrudan	Portföy	Sermaye	Cari
	Yabancı			
	Yatırım			Dengesi
	Milyon\$	Milyon\$	Milyon\$	Milyon\$
1985	99	0	1.016	-1.013
1986	125	146	2.124	-1.465
1987	106	282	1.891	-806
1988	354	1.178	-958	1.596
1989	663	1.386	780	938
1990	700	547	4.037	-2.625
1991	783	623	-2.937	250
1992	779	2.411	3.648	-974
1993	622	3.917	8.963	-6.433
1994	559	1.158	-4.194	2.631
1995	772	237	4.643	-2.339
1996	612	570	5.555	-2.437
1997	554	1.634	7.053	-2.638
1998	573	-6.711	-755	1.984
1999	138	3.429	4.671	-1.340
2000	112	1.022	9.610	-9.821
2001	2.855	-4.515	-14.198	3.392
2002	962	-593	567	-1.524
2003	1.253	2.465	6.367	-8.036
2004	1.978	8.023	23.600	-15.604
2005	8.603	13.437	44.200	-23.031

Kaynak: TCMB. (2005) *Dış Borçlar, Dış Ticaret Endeksleri ve Ödemeler Dengesi*. Ankara (<http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.htm>). [49].

Dışa açılma ve mali serbestleşmenin artmasıyla birlikte, ülkede istikrarsız ve giderek ortalamaları düşen bir büyüme süreci yaşanmıştır. 1970-79 döneminde ortalama % 4,8 olan GSMH büyüme hızı, 1980-89 döneminde % 4,0'e ve sermaye hesaplarının serbestleştirildiği 1989 yılını takip eden 1990-2001 döneminde ise % 3,2'e düşmüştür. Tablo.3 ve Tablo.4 incelendiğinde görüleceği gibi, sermaye girişlerinde önemli artışların gerçekleştiği 1989 sonrası yıllarda yüksek büyüme hızlarına ulaşılmıştır. Buna karşılık sermaye çıkışlarının yoğun olarak gerçekleştiği yıllarda ülke mali krizlerle karşı karşıya kalmıştır. Bu krizlerin GSMH'da yol açtığı küçülme 1994 yılında % 6,0, 1999 yılında % 6,1, 2001 yılında ise % 9,5 gibi dramatik oranlardadır. Son on beş yıldır yaşanan her krizin maliyeti bir öncekinden daha yüksek olmuştur. Bu maliyetin kristalleşmiş biçimi, özellikle kamu kesiminde görülen yüksek borçluluktur. 2001 yılında Konsolide Bütçeden yalnızca faiz ödemesi için 41,1 milyar YTL ayrılmıştır. Bu tutar 2001 yılı GSMH'sının % 22,9'u büyüklüğündedir. İç ve dış borç stokunun hızlı artışı, bu borçların çevrilebilirliğini ve istikrarlı büyümenin sağlanabilirliğini tehlikeye atmaktadır [50].

Benimsediği neo-liberal iktisadi anlayış doğrultusunda Türkiye, sanayileşme sürecinde önemli rolü olan döviz kuru, faiz ve kamu yatırımı gibi araçları büyük ölçüde elinden çıkartmıştır. Sermaye hesaplarının serbestleştirildiği 1989 yılından itibaren cari işlem açıklarının finansmanında özel sermaye girişleri giderek daha büyük önem kazanmış ve ekonomik büyüme, yabancı sermaye girişlerine bağlı hale gelmiştir. Tablo 4'teki verilerin ortaya koyduğu gibi, yatırımlardan giderek uzaklaşan devletin bıraktığı boşluğu, ne yerli ne de yabancı özel yatırımlar doldurabilmiştir. Dışsatımın üzerine çıkartacak yapısal dönüşümleri gerçekleştirememiş olmasının bir sonucu olarak Türkiye, 1990'lı ve 2000'li yıllarda süreklilik kazanan kamu finansman açıkları ve cari açıklarla karşı karşıya kalmıştır. Tablo 5'te yer alan verilerin ortaya koyduğu gibi Türkiye bugün bir borç sarmalının içinde bulunmaktadır.

1990'larda krizlerle iç içe yaşamaya başlayan Türkiye, son olarak 2001 yılının Şubat ayında ülkenin İkinci Dünya Savaşından bu yana karşılaştığı en derin ekonomik krizle karşı karşıya kalmıştır. Kriz sonrasında uygulamakta olduğu IMF destekli program sürecinde, ortalama %8'e yaklaşan oranda GSMH artışı sağlayan ve uzun yıllar çok yüksek seyreden enflasyon düzeyini 2005 yılında %10'un altına indirmeyi başaran Türkiye, IMF tarafından diğer ülkelere örnek olarak gösterilmektedir. Ancak bu olumlu sonuçlarda 2003 yılı itibarıyla uluslararası sermayenin ciddi ölçüde bollaşmasının önemli bir rolü olduğu göz ardı edilmemelidir.

Tablo.4. Türkiye’de Tasarruf, Yatırım ve Büyüme

Yıl	Yurtiçi Tasarruflar/ GSMH (özel %)	Yurtiçi Tasarruflar/ GSMH (toplam %)	Yurtiçi sabit sermaye yatırımları/ GSMH (özel %)	Yurtiçi sabit sermaye yatırımları/ GSMH (toplam %)	Yatırım harcamaları/ Konsolide bütçe giderleri	Büyüme (GSMH) %
1980	10,6	15,9	8,5	19,5	17,24	-2,8
1981	9,4	18,0	7,2	18,9	20,18	4,8
1982	9,2	18,2	7,3	18,9	20,79	3,1
1983	9,2	16,5	7,5	19,0	18,11	4,2
1984	9,2	16,5	8,2	17,9	18,26	7,1
1985	9,1	18,9	8,4	20,0	20,69	4,3
1986	11,2	21,8	9,8	23,1	23,58	6,8
1987	17,3	23,9	14,7	24,7	20,26	9,8
1988	20,4	27,2	17,3	26,1	16,64	1,5
1989	17,3	22,0	14,9	22,4	14,97	1,6
1990	18,6	22,0	15,7	22,6	14,67	9,4
1991	20,6	21,4	16,2	23,7	13,16	0,3
1992	22,4	21,6	16,0	23,4	13,19	6,4
1993	25,4	22,7	19,1	26,3	10,96	8,1
1994	24,2	23,1	19,6	24,5	8,11	-6,1
1995	22,0	22,1	19,8	24,0	5,37	8,0
1996	21,3	19,8	20,0	25,1	6,04	7,1
1997	20,4	21,4	20,2	26,3	7,39	8,3
1998	24,6	22,7	18,1	24,3	6,41	3,9
1999	27,9	21,2	15,6	22,1	5,50	-6,1
2000	23,4	18,2	15,8	22,8	5,03	6,3
2001	27,3	17,4	12,6	19,0	5,15	-9,5
2002	25,3	19,0	11,0	17,3	5,96	7,9
2003	24,6	19,3	11,2	16,1	5,11	5,9
2004	24,0	22,1	14,5	19,2	5,00	9,9
2005	22,7	23,4	15,2	20,3	5,77	7,6

Kaynak: DPT. (2005). Ekonomik Gelişmeler. Ankara, Aralık. (<http://ekutup.dpt.gov.tr/tg/index.asp?yayin=eg&yil=0&ay=0>). [23].

Tablo.5. İç ve Dış Borçlar, Borç Anapara ve Faiz Yüğü

Yıl	İç Borç Stoku Milyar\$	Dış Borç Stoku Milyar\$	Top.İç ve Dış Borç Milyar\$	İç Borç Ort. Reel Faiz %	Faiz Ödemeleri/ Vergi gelirleri	Faiz Ödemeleri/ GSMH
1989	18,2	41,8	60,0	-3,1	32,32	3,59
1990	19,5	49,0	68,5	5,4	30,76	3,52
1991	19,2	50,5	69,7	21,3	30,61	3,79
1992	22,7	55,6	78,3	27,4	28,46	3,65
1993	24,7	67,4	92,5	27,3	44,07	5,83
1994	20,7	65,6	86,3	14,8	50,75	7,67
1995	22,9	73,3	96,2	56,3	53,13	7,33
1996	29,3	79,2	108,5	50,3	66,73	10,00
1997	30,7	84,2	114,9	36,2	48,00	7,75
1998	37,1	96,4	133,5	69,2	66,89	11,54
1999	42,4	103,0	144,6	46,6	72,36	13,69
2000	54,2	118,7	173,0	5,3	77,12	16,23
2001	84,9	113,8	198,8	7,6	103,26	22,88
2002	91,7	130,1	221,9	11,0	86,98	19,74
2003	139,3	147,3	284,7	19,9	69,50	17,13
2004	157,7	162,2	319,4	14,0	62,71	13,60
2005	181,5	170,1	351,6	9,3	42,72	9,90

Kaynak: DPT. (2005). Ekonomik Gelişmeler. Ankara, Aralık. (<http://ekutup.dpt.gov.tr/tg/index.asp?yayin=eg&yil=0&ay=0>) [23] ve TCMB (2005) Dış Borçlar, Dış Ticaret Endeksleri Ve Ödemeler Dengesi. Ankara (<http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.htm>). [49] verilerine dayanarak hesaplanmıştır.

Uluslararası likiditenin daralmasının ise, özellikle cari açığı ve dış borç stoku yüksek ülkelerde çok olumsuz etkilere yol açmasını beklemek gerekir. Nitekim 2001 ve 2002 yıllarında uluslararası likiditede yaşanan daralma, Türkiye ve Brezilya'yı çok olumsuz yönde etkilemiştir. Türkiye'nin yapısal problemlerini ne ölçüde çözebildiği ve uluslararası likiditede ciddi bir daralmanın yol açacağı aşırı dalgalanmalara karşı mali kriz riskini azaltıp azaltmadığı, aşağıdaki bölümde sorgulanacaktır.

III.2. Türkiye'nin Mevcut Yapısal Problemleri ve Mali Kriz Riski

Kurumların iyi işlememesi ve temel yapısal problemlerin çözülememiş olması, makroekonomik ve politik istikrarın sağlanmasını zorlaştırmakta ve mali kriz riskini artırmaktadır. Örneğin gelir dağılımının çok bozuk olması, sosyal gerilimi artırarak uzun dönemde geniş bir kesime yarar sağlayabilecek iktisat politikalarının bile, uygulanamamasına neden olabilmektedir. Böyle bir durumda, uzun dönemde sonuç alabilecek politikardan genellikle uzak durulmakta, problemlerin nasıl çözüleceğinden çok, uygulanan politikaların nasıl algılanacağına odaklanılmaktadır. Dolayısıyla da kalıcı değil, geçici çözümler tercih edilebilmektedir. Böyle bir durumda mali kriz riskinin artması doğal sonuçtur. Devlet harcamalarının denetlenebilirliğini engelleyen uygulamaların varlığı, gerçek harcamaları ve dolayısıyla gerçek riskleri gözden kaçırdığı için mali kriz riskini artıran bir diğer husustur. Bu konuda en iyi örneklerden birisi, 2001 krizi öncesinde kamu bankalarının iktisadi kistaslar yerine politik tercihler doğrultusunda, maliyetlerinin altında faizlerle kredi vermeleridir. Bu şekilde oluşan "görev zararları"nın yaklaşık 20 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir ve bu durum, 2001 – 2001 krizini hazırlayan koşullardan birisi olmuştur. Özel kesimde oluşan açık pozisyon taşıma ve aşırı borçlanma gibi risklerin denetim dışı kalmasının ne kadar vahim sonuçları olabileceği ise, 1997–1998 yıllarında Doğu Asya'da yaşanan krizlerde ortaya çıkmıştır [12,17,18,19,20,21].

Türkiye'de özellikle bankacılık sektörünün daha fazla düzenleyici ve denetleyici kurallara tabi olması ve sektörde şeffaflık ilkelerine uyulması, geniş bir çevre tarafından üzerinde uzlaşılan politika önerileridir. Düzenleyici ve denetleyici kuralların mali sistemlerin işleminde önemli fonksiyonları olmakla birlikte, sistemin istikrarını sağlamada yeterli olduklarını söylemek zordur. Bu kurallar, düzenleyici organlar ile düzenlemeye tabi olan kurumlar arasındaki asimetrik bilgi nedeniyle sınırlı ölçüde etkin olabilmektedir. Çünkü düzenleyici organlar, bankaların yükledikleri riskleri tam olarak tespit edebilecek bilgiye sahip olamamaktadır. Ayrıca denetleme ve düzenleme sonrasında sistem dışında kalması gereken bankaların batık duruma gelmeden önce kapatılabilmesi çoğu kez mümkün olmamaktadır. Geciken düzenleyici önlemler, bankaların risk pozisyonlarını

değiştirmede çok hızlı davranabilmelerinin bir sonucu olarak maliyeti yüksek banka batışlarıyla sonuçlanabilmektedir [51]. Ayrıca bu düzenlemelerden etkin sonuç alınabilmesi, türev ve benzeri mali araçlarla risk almanın farklı yollarının geliştirilmesi ve açık pozisyon sınırlarının aşılması gibi nedenlerle oldukça güçtür. Barry Eichengreen'in dikkat çektiği gibi, bankaların uluslararası düzeyde kabul edilen sermaye yeterlilik standartlarına uymaları önemlidir. Bu standartlara uyulduğunda, fiyatlardaki oynaklık çok yüksek bile olsa bankalar finansman sağlamaya devam edebilir ve aldıkları riskten doğan maliyetlerin daha gerçekçi bir kısmını kendileri üstlenebilir. Böylece, bankaların ek risk almalarının sosyal maliyetleri artırma şeklinde ortaya çıkabilen olumsuz etkileri, önemli ölçüde azalabilir [52]. Devlet harcamalarının rasyonel ilkeler çerçevesinde gerçekleşmesi ve özel işletmelerin mali risklerini aşırı bir şekilde artırmalarını engelleyen kurallara tabi olmaları, mali riskleri azaltmak için gerekli olmakla birlikte, yeterli değildir. Bunların dışında yapısal problemlerin de çözümlenmiş olması gerekir. Aşağıda kısaca Türkiye'nin mali kriz riskini artıran yapısal problemlerinden enflasyon, işsizlik, cari açık ve kamu finansman açığı ele alınacaktır.

Türkiye'de makroekonomik istikrarsızlığın en önemli nedenlerinden birisi, on yıllar boyu yüksek seviyelerde seyretmiş bulunan enflasyondur. Enflasyonun sebep olduğu belirsizlikler nedeniyle faiz içindeki risk primi, dolayısıyla da reel faiz yükselmektedir. Yüksek reel faiz ise, ülkenin rekabet gücü ve gelir yaratma kapasitesi üzerinde belirleyici rolü olan yatırımların azalmasına neden olmaktadır. Türkiye ekonomisinin son yıllarda elde ettiği en önemli başarının, kur etkisinin de yardımıyla enflasyon cephesinde yaşandığı söylenebilir. Uzun yıllar %70'lerde seyreden enflasyon, Merkez Bankası (MB) verilerine göre 2005 yılsonu itibarıyla %7,7'ye gerilemiştir. 2006 yılı Mayıs ayında mali piyasalarda yaşanan türbülansın ardından enflasyona ilişkin hedeflerden önemli ölçüde sapılmış, ancak yine de 2006 yılı tek haneli enflasyonla kapatılabilmektedir. Mevcut koşullarda ciddi olumsuz gelişmeler olmaması durumunda MB, enflasyonun 2008 yılının ilk çeyreği sonunda yüzde 1,7 ile yüzde 5,2 aralığında gerçekleşme olasılığını yüksek görmektedir [53]. Bütün bu gelişmelerden hareketle artık Türkiye'de enflasyonun önemli ölçüde denetim altına alındığı ve yapısal bir risk unsuru olmaktan uzaklaşmaya başladığı söylenebilir. Bu konuda kaydedilen olumlu gelişmelerin diğer yapısal problemlerin çözümüne de katkı yapmasını beklemek gerekir. Bununla birlikte, enflasyonun bugüne kadarki düşüşünde, yurtdışından yoğun sermaye girişinin bir sonucu olarak YTL'nin aşırı değerlendirilmesinin önemli bir rolü olduğu ve buna rağmen yaklaşık 1 yıldır enflasyonun düşme konusunda katılık gösterdiğine dikkat çekmek gerekir. Bu durum, enflasyondaki düşüşün sürdürülebilirliğini kuşku hale getirmektedir. Nitekim enflasyona ilişkin 2006 yılına ait ilk yarıyıl verileri,

enflasyonun yalnızca düşme yönünde direnç göstermediğini, aynı zamanda bir yükselme eğilimi de taşıdığına işaret etmektedir. Ayrıca reel faizin 2005 yılında %9,2 seviyesine düşmesine rağmen uluslararası piyasalarda 2006 yılı başlarında yaşanmaya başlanan dalgalanmalarla birlikte ciddi bir artış eğilimine girmesi, ülkede bir yüksek enflasyon ve reel faiz sarmalı oluşabileceği ve bunun da mali kırılganlığı artırabileceğini düşündürmektedir.

Son yıllarda en az iyileşmenin gerçekleştiği yapısal problemlerden birisi ise işsizliktir. Çok önemli bir sosyal problem olmasının yanı sıra işsizlik, mali kriz riskini de artıran bir unsurdur ve azaltılması büyük önem taşımaktadır. Yüksek büyüme oranlarına rağmen işsizlik son yıllarda yerinde saymış ve Tablo 2’de görüldüğü gibi 2002 yılında %10,3 olan işsizlik oranı, 2005 yılında da aynı oranda gerçekleşmiştir. TÜİK verilerine göre 2006 yılı Şubat ayında işsizlik oranı yüzde 11,9’a yükselmişse de, bu ayın ardından hızlı bir iyileşme göstererek Mayıs ayında yüzde 8,8 seviyesine kadar gerilemiştir. Ancak bu iyileşme devam etmemiş ve işsizlik oranı Eylül ayında yüzde 9.1 olarak gerçekleşmiştir [54]. İstihdam konusunda tatminkar bir gelişme sağlanamaması sosyal tansiyonu yükseltmekte ve uygulanmakta olan politikaların sürdürülebilirliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Devletin finansman açığı problemini kalıcı bir biçimde çözmemesi sonucu ortaya çıkan yüksek borç stoku, yatırımların azalmasının ve dolayısıyla istihdamın artırılmamasının belki de en önemli nedenidir. Birazdan ele alacağımız sebeplerle Türkiye, finansman gereksinmesini büyük ölçüde kısa vadeli yabancı sermaye ile karşılamaktadır. Cazip reel faizler nedeniyle yüksek miktarda ülkeye giren kısa vadeli sermaye ise, Türk parasının aşırı değerlenmesine yol açmaktadır. Bu durumun yarattığı rekabet baskısından dolayı, emek verimliliğinde görülen önemli artışlara rağmen istihdamda artış sınırlı kalmıştır. Maliyet düşürmek amacıyla giderek artan sayıda işletme, yeni işgücü istihdam etmektense yurt dışından ucuz girdi ve makine dışalımında bulunmayı tercih etmektedir. İstihdam artışının gerçekleştiği nadir durumlarda da ağırlık, kayıt dışı istihdamda olmuştur. Bilindiği gibi kayıt dışı istihdam geleneksel olarak tarım kesiminde yüksektir. Ancak yapılan tahminlere göre bugün Türkiye’de tarım kesimi dışında çalışanların üçte birinden fazlası kayıt dışıdır. Bu durum bir taraftan vergilemede adaletin sağlanmasına engel oluştururken, diğer taraftan da vergi kaybına yol açarak kamu açıklarını artırmaktadır.

Mali kriz riskiyle ilişkili olarak Türkiye’nin bugün için en önemli yapısal problemleri, cari işlemler açığı ile yüksek iç ve dış borç stokudur. Bu borç stoku içinde kamu kesiminin ağırlığı azalmakla birlikte, özel kesimin ve özellikle de reel kesimin payı süratle artmaktadır. Önemle altını çizmek gerekir ki, Doğu Asya’da yaşanan krizlerin açıkça gösterdiği gibi bir ülkenin mali krize girmesinde özel kesimin özellikle döviz cinsinden aşırı

borçlanması büyük rol oynamaktadır. Hurşit Güneş’in işaret ettiği gibi, Türkiye’de 2001 krizinden sonra 11 milyar dolara kadar inen mali kuruluşların yurtdışından kullandıkları kısa ve orta vadeli krediler 2004’ten sonra hızla artmış ve 33 milyar dolara ulaşmıştır. Reel kesimin toplam dış borç artışı ise daha dramatiktir [55]. 2004’te 67 milyar dolar olan özel kesim dış borç stoku, 2005 sonunda 87 milyar dolar düzeyine kadar yükselmiştir [56]

Türkiye’nin çok yüksek düzeylerde seyreden bir cari işlemler açığı ile yine çok yüksek düzeylere ulaşmış bir iç ve dış borç stokuna sahip olması, mali kriz riskinin de bir o kadar yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Türkiye’nin bu problemlerinin temelinde, uluslararası rekabet gücünü yeterince artıramaması ve bununla da bağlantılı olarak kamu finansman gereksinimini karşılayacak düzeyde gelir elde edememesi yatmaktadır. Yakın zamana kadar cari işlemler açığı ile iç ve dış borç stokunu olumsuz yönde etkileyen bir gelişme, Türk parasının aşırı değerlenmesi olmuştur. YTL’nin aşırı değerlenmesi iki ayrı olumsuz sonuca birden yol açmaktadır. Bunlardan birisi, işletmelerin üretimlerinde daha pahalı hale gelmiş olan yerli girdi yerine, daha ucuzlanmış olan ithal girdileri kullanmalarınıdır. Bu durum doğal olarak cari işlemler dengesinin kötüleşmesine neden olmaktadır. Diğer taraftan aynı durum, vergi tabanının daralmasına, dolayısıyla da kamu finansman açığının büyümesine yol açmaktadır.

Bilindiği gibi cari işlemler hesabındaki açık, temelde bir ülkenin ürettiğinden fazla tükettiği anlamına gelmektedir. Cari işlemler açığının büyük olması kriz çıkacağı anlamına gelmese de, bu açığın kriz riskini artırdığı açıktır. Türkiye’de cari işlemler dengesi 2002 yılında yalnızca 1,5 milyar dolar açık vermişken, 2003 yılı itibarıyla bu açık hızlı bir artış sürecine girmiştir. 2005 yılına gelindiğinde bu açık milli gelirin %6,4’üne karşılık gelen 23 milyar dolara ulaşmıştır. IMF ile yapılan gözden geçirmenin ardından 2006 yılı sonunda gerçekleşmesi beklenen cari açığın GSMH’ya oranı %7’ye revize edilmiş bulunmaktadır. Cari açıktaki 2005 yılı sonunda gerçekleşen ve 2006 yılı sonunda da gerçekleşmesi beklenen artış çok yüksektir. Bu açığın bir krize yol açmaması için önemle üzerinde durulması gerekmektedir. Cari açığa ilişkin riski artıran en önemli husus ise, net dış finansman içinde borç doğuran kalemlerin ağırlığıdır. Tablo 3’de görüldüğü gibi, 2003 – 2005 yılları arasında Türkiye’ye giren portföy yatırımı toplamı 24 milyar dolar düzeyindedir. Uluslararası Finans Enstitüsü tarafından 2005 yılının Mart ayında yayınlanan *Yükselen Piyasa Ekonomilerine Sermaye Akışı Raporu*’na göre, mali istikrar üzerinde olumsuz etkisi sınırlı olan doğrudan yabancı yatırımların toplam finansman içindeki payı birçok benzer ülkeye kıyasla Türkiye’de düşüktür. Diğer taraftan, arbitraj kazancı peşinde koşan ve istikrarsızlığa yol açan sıcak paranın payı ise yüksektir [57]. Bu veriler Türk ekonomisinin dış dengesindeki bozulma ve bunu finanse etme biçimi nedeniyle kriz

riskinin yüksek olduğunu açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

Türkiye uluslararası konjonktürün elverişli olmasından yararlanarak son yıllarda yoğun dış kaynak kullanmış ve yüksek büyüme oranlarına ulaşmıştır. Ancak, yoğun dış kaynak kullanımı Türk ekonomisini, yurt dışındaki gelişmelere giderek daha bağımlı hale getirmiştir. Uluslararası konjonktürün ve piyasa aktörlerinin ekonomiye dair algılamalarının hızla değişebilmesi nedeniyle bu durum, Türkiye'nin mali kriz riskini artırmaktadır. Yapılan çalışmalar, ülkelerin *borç düzeyi* ve *vade yapısı* ile krizler arasında sıkı bir ilişkinin varlığını ve kamu borçlarının vadesinde ödenememesi veya yenilenememesinin, mali krizlere yol açan en önemli risk unsurları olduğunu ortaya koymaktadır. Yakın zamana kadar mali kriz riski açısından özellikle mercek altına alınan husus ülkelerin kısa vadeli dış borçları iken, küreselleşme derinleşip sermaye hareketleri serbestleştikçe, kamunun iç ve dış borcunun ne düzeyde olduğu giderek daha fazla öne çıkmaya başlamıştır. Kamunun iç ve dış borçlarının düzeyi, piyasalarca algılanan "normal düzeyi" aştığında kriz olasılığı artmaktadır. Eski Merkez Bankası Başkanı Gazi Erçel'e göre, sanayileşmiş ülkeler için kamu borcunun milli gelire oranının %60 düzeyi bir üst limit kabul edilirken, Türkiye gibi kırılganlığı yüksek ekonomiye sahip GOÜ'lerde %30-50 düzeyindeki kamu borcu milli gelir oranı, kritik eşik olarak algılanmaktadır [58]. Kaldı ki, 2003 yılında IMF tarafından hazırlanan *World Economic Outlook*'un Eylül sayısına göre, bu oranın %25 seviyelerinde olması idealdir [59]. 2005 yılsonu itibarıyla Türkiye'nin 181,5 milyar dolar düzeyinde toplam dış borcu stoku bulunmaktadır. Bu stokun 68 milyar dolarlık bölümü kamu kesimine, 15 milyar dolarlık bölümü Merkez Bankası'na ve 87 milyar dolarlık bölümü de özel kesime aittir. Merkez Bankası'nı da dâhil edersek, dış borcun %48,8'ini oluşturan 83 milyar dolarlık kısmı kamuya aittir. Aynı yıl itibarıyla kamu kesimi iç borç stoku ise 170,1 milyar dolardır. Bu durumda 2005 yılı sonunda kamu kesimi toplam borç stoku (170,1 + 83) 253,1 milyar dolardır. Dolayısıyla kamu kesimi borç yükü (253,1 / 360,9) yüzde 70,1 gibi çok yüksek risk oluşturan bir seviyesindedir. Kaldı ki, dramatik bir şekilde 87 milyar dolara ulaşan özel kesim borç stoku bu riski daha da artırmaktadır [56].

2001 krizi sonrasında bir yılın altına düşmüş bulunan iç borç stokunun ortalama vadesi, Şubat ayı itibarıyla 21,1 aya uzamıştır. Bu durum açık bir iyileşmeyi göstermekle birlikte, vade halen oldukça kısadır ve ülkenin mali kırılganlığını olumsuz yönde etkilemektedir. Birikmiş yüksek borç sorunun çözümü büyük ölçüde reel faizlerin düşmesinde yatmaktadır. 2005 yılında reel faiz oranları önemli düzeyde düşmüş ancak 2006 yılı başlarında uluslararası piyasalarda yaşanmaya başlayan dalgalanmalar, reel faizlerin tekrar yükselmesine dolayısıyla mali kırılganlığın artmasına yol açmıştır.

Türkiye'de 2001 krizi sonrasında uygulanan IMF destekli programla birlikte yapısal bazı iyileşmelerin gerçekleşmesi ve yüksek faiz dışı fazla vermenin başarılabilmesine rağmen, işsizlik, cari işlemler açığı ve kamu borç stoku açılarından sorunlar devam etmektedir. Arjantin deneyiminin gösterdiği gibi, uzun yıllar faiz dışı fazla vermek bir ülkeyi krize girmekten kurtaramamaktadır. Bunun ötesinde yapılması gerekenler aşağıda ele alınacaktır.

IV. TÜRKİYE'NİN MALİ KRİZ RİSKİNİ AZALTABİLECEK POLİTİKALAR

Mali kriz riskini azaltmak için uygulanabilecek politikalar iki ana başlıkta ele alınabilir. Bunlar: 1. Ekonominin rekabet gücünü artırmaya yönelik politikalar ve 2. Makroekonomik ve politik istikrarı sağlamaya yönelik politikalar. Rekabet gücü, ekonomik performansın belirleyicisi olmasının yanı sıra, cari açığın ve borç stokunun azaltılmasının da kaynağında yatmaktadır. Daha çok uzun vadede etkin olan rekabet gücünü artırmaya yönelik politikalar, mali krizlere zemin hazırlayan koşulların ortadan kaldırılmasında kilit öneme sahiptir. Bu çalışmada, kısa ve orta vadede mali kriz riskinin nasıl azaltılabileceği sorusuna cevap arandığından, rekabet gücünün nasıl artırılacağı konusu dışarıda bırakılmıştır. Aynı şekilde, makroekonomik ve politik istikrarın sağlanmasında önem taşıyan enflasyonun ve işsizliğin nasıl azaltılabileceği konuları da bu çalışmanın kapsamı dışındadır. Bu çalışma, cari açık ve kamu finansman açığından kaynaklanan mali kriz risklerinin nasıl azaltılabileceğine yoğunlaşmaktadır. Bu doğrultuda aşağıda ilk olarak, hâkim ortodoks iktisadi anlayış ve mevcut koşullar çerçevesinde uygulanabilecek politika seçeneklerinin neler olduğu konusu ele alınacak, ardından da mali akışkanlığı ve oynaklığı azaltmaya yönelik olarak uygulanabilecek daha heteredoks iki politika üzerinde durulacaktır.

IV.1. Mali Kriz Riskini Azaltılabilecek Politika Seçenekleri

Rekabet gücünü artırmaya yönelik politikalar dışarıda bırakılacak olursa, cari açık üç şekilde azalabilir. Bunlar: 1) İç talebin daralması; 2) Dışalımın azalması ve 3) Yerli paranın yabancı paralar karşısında değer kaybetmesidir. Bu üç sonucu doğurabilecek her politika, olumsuz etkileri daha fazla olmamak koşuluyla cari açığı azaltmada kullanılabilir.

İç talebi kısacak politikalar cari açığı azaltıcı etkiye sahip olduğundan, seçenekler arasındadır. Ancak bu politikaların özellikle toplumda sıkıntı yaratarak siyasal sorunlara yol açabileceğini gözden uzak tutmamak gerekir. İthal mallar üzerine yerli mallardan daha yüksek vergi koymak şeklindeki uygulamalar ise, Türkiye'nin de imzaladığı Dünya Ticaret Örgütü kurallarına aykırı

olduğundan seçenekler dışındadır. Ancak yine de, çok sınırlı olmakla birlikte dışalım daraltıcı etki doğuracak bazı politikaların uygulanabilmesi olanak dâhilindedir. Özellikle yurt dışından ithal edilen bazı katma değeri yüksek ürünler üzerinden alınan vergilerin artırılması, böyle bir amaca hizmet edebilir. Bu doğrultuda uygulanabilecek vergi politikalarına bir örnek, lüks otomobiller, lüks elektronik eşya ve lüks beyaz eşya üzerinden alınan özel tüketim vergilerinin caydırıcı olacak düzeyde artırılmasıdır.

Türk parasının devalüe edilmesi yoluyla değer kaybetmesinin sağlanması ise, dalgalı kur rejiminin uygulanmasından vazgeçilmedikçe seçenekler arasında değildir. Bu amaca hizmet etmek üzere merkez bankasının piyasadan yoğun olarak döviz satın alması gibi dolaylı önlemler ise, enflasyonu artırmak şeklinde istenmeyen yan etkiler doğurabilir. Seçeneklerin sınırlı olduğu bu koşullar altında döviz kurunun yükselmesi, aşağıda ayrıntılı olarak ele alınacak olan kısa vadeli sermaye hareketleri üzerine ufak bir vergi konulmasıyla sağlanabilir. Çünkü böyle bir uygulama yalnızca kısa vadeli sermayeyi maliyetli hale getirerek caydırmaz. Aynı zamanda, sermaye kaçışına yol açabilecek psikolojik bir etkiye de neden olur. Böyle bir durumda, yurt dışına çıkan döviz miktarıyla bağlantılı olarak kurda yükselme olması doğal sonuçtur. Burada kritik husus, sermaye çıkışının ne ölçüde olacağıdır. Bu çıkışın panik halinde ve aşırı boyutta olması durumunda, mali bir krizle karşı karşıya kalınabilir. Mali bir krize yol açmaması için böyle bir verginin zamanlamasına ve aşırı reaksiyon oluşturmayacak kadar düşük olmasına büyük özen göstermek gerekir.

Yukarıda bahsedildiği gibi, gelişmekte olan ülkelerde %30-50 düzeyindeki kamu borcu milli gelir oranı, kritik eşik olarak görülmektedir. Türkiye’de bu oran çok daha yüksek olduğundan mali kriz riski de fazladır. Bir ülkenin mali kriz riskini, sahip olduğu toplam borç stokundan ziyade, bu borcun *kompozisyonu* ve *vade yapısının* belirlediğine daha önce değinilmişti. Bu çerçevede doğrudan yabancı yatırımların ülke dışına çıkması zor olduğundan, borcun kompozisyonu içindeki payının yüksek olması olumludur. Diğer taraftan, toplam borçlar içinde kısa vadeli olanların ağırlıkta olması mali kriz riskini yükseltir. Bu riski azaltmanın bir yolu, döviz rezervlerini artırmaktır. Ancak Sony Kapoor’un dikkat çektiği gibi, yüksek reel faizler ödenerek elde edilen rezervlerin değerlendirilmiyor olmasının alternatif maliyeti yüksektir [60]. Buradan yola çıkarak, bir ekonominin mali kriz riskini azaltmak için uygulayabileceği en rasyonel politikanın, sermaye girişlerinin kompozisyonunu doğrudan yabancı yatırımlar lehine artırmak ve kısa vadeli borçlanmadan kaçınarak uzun vadeli borçlanmaya yönelmek olduğu söylenebilir.

Türkiye’de 2000 Kasım ve 2001 Şubatında yaşanan krizlerin ardından uygulanmaya başlanan dalgalı

kur rejiminin, beklenmedik olumsuz bir gelişmenin krizle sonuçlanmasını önlemesi beklenmiştir. Ancak dalgalı kur her derde deva bir ilaç gibi görülmemelidir. Faik Öztrak’ın veciz bir şekilde ifade ettiği gibi “Dalgalı kur rejimi dalganın üzerinde kayan sörf tahtasına benzer. Başarılı olmak için tahtanın üzerinde kalmak gerekir” [61]. Tabii ki bunu da sörfçünün becerisi ve dalganın sertliği belirlemektedir. Dalgalı kurun uygulanmaya başlandığı kriz sonrası dönemde kurlar çok istikrarlı bir seyir izlememiş, önemli dalgalanmalar yaşanmıştır. Bunun belki de en önemli nedenleri, Türkiye’nin cari açığının ve birikmiş borç stokunun yüksek olmasıdır. Bu nedenle borcun çevrilebilirliği, Türkiye’de gündemden düşmeyen bir konudur. Yüksek borç stoku probleminin kalıcı bir şekilde çözülebilmesi, alınan borçlara ödenen faizden daha yüksek getiri elde edilebilecek yatırımların gerçekleştirilebilmesine bağlıdır. Bunun yanı sıra yapılması gereken, ülkenin üretim kapasitesini nitel bir değişime uğratarak uluslararası rekabet gücünü artırmak ve bu yolla dışsattım gelirlerinin dışalım gelirlerinin üzerine çıkmasını sağlamaktır. Ancak bunun için köklü bir yapısal dönüşüme gereksinim vardır ve bunun da kısa dönemde gerçekleştirilebilmesi zordur. O halde stratejik olarak yapılması gereken, bir taraftan böyle bir yapısal dönüşümü hazırlamak, diğer taraftan da kamu finansman açığının istikrarsızlık doğurmasını engelleyecek çözümler bulmaktır.

Kamu finansman açığını gidermenin bir yolunun harcamaları kısmak, diğer yolunun da gelirleri artırmak olduğu açıktır. Bugün kamu harcamaları içinde en önemli kalem faiz harcamalarıdır. Eski ekonomiden sorumlu devlet bakanı Hikmet Uluğbay’ın işaret ettiği gibi, faiz harcamalarını azaltabilmenin birbirini tamamlayan üç yolu vardır. Birincisi, izlenen ekonomik politikalar ve sağlanacak siyasi istikrar ile faiz içindeki risk priminin ve dolayısıyla da reel faizlerin düşmesinin sağlanmasıdır. İkincisi, kamu harcamalarını azaltma yoluyla bütçe açığını düşürmektir. Üçüncüsü ise devlet gelirlerini artırmaktır. Aslında en anlamlısı üçünün birlikte gerçekleştirilebilmesidir [62].

Bunlardan birincisi, ülkenin rekabet gücünü artırmaya yönelik politikalar uygulanmasıyla ve daha çok uzun vadede gerçekleştirilebilir. En hızlı sonuç alınabilecek alan, harcamaların kısılmasıdır. Ancak bunu özellikle siyasal olarak yapılması daha kolay olan yatırımları kısma yoluyla yapmak, büyük bir hatadır. Çünkü yatırımlardan vazgeçmek, gelecekteki gelirlerden de vazgeçmek anlamına gelir. Bu konuda yapılması gereken, öncelikle israfları ortadan kaldırmak ve katma değer yaratmayan harcamaları azaltmaktır. Devlet gelirlerinin artırılması, daha çok orta vadede gerçekleştirilebilecek bir hedefdir. Kayıt dışı ekonominin kayıt içine alınmasına yönelik politikalar bu konuda en olumlu sonuçları vermeye adaydır. Aşağıda önerilecek olan kısa vadeli sermaye akımlarının vergilendirilmesine yönelik politikalar ise, mali akışkanlık ve oynaklığı

azaltmanın yanı sıra azımsanmayacak bir gelir de yaratarak kamu finansman açığının giderilmesine önemli bir katkı sağlayabilir.

IV.2. Kısa Vadeli Sermaye Akımlarının Vergilendirilmesi

Mali akışkanlığın ve oynaklığın mali krizlere nasıl zemin hazırladığı önceki kısımlarda ayrıntılı olarak ele alınmış bulunuyor. Aslında spekülâtif karakterli sıcak para akımlarının Türkiye’de yaşanan krizlerle bağlantısı olduğu ve sınırlandırılması gerektiği, 2001 krizi sonrasında ekonomi yönetimi tarafından da dile getirilmeye başlanan hususlardır. Merkez Bankası eski başkanı Süreyya Serdengeçti, 28 Mayıs 2003’de TBMM üyelerine verdiği brifingde sermaye hareketleri üzerine (özellikle sıcak para hareketleri üzerine) bir Tobin vergisi konulmasının -şimdilik çok gerekli görülme de - ileriki süreçlerde düşünülebileceğini dile getirmiştir. Ayrıca 2001 yılında yaşanan krizin ardından ekonomi yönetiminden sorumlu Devlet Bakanlığı’na getirilen Kemal Derviş, Mayıs 2003’te kısa vadeli sermaye girişlerinin vergilerle sınırlandırılmasının izleyen dönemdeki yoğun sermaye girişlerini önleyebileceğini ifade etmiştir. Ancak bu konuda şimdiye kadar hiçbir somut adım atılmamıştır. Bu konuda yapılması gereken, *yatırım amacına hizmet etmeyen sermayenin ülkeye girişinin baştan engellenmesi, ya da en azından yol açabileceği istikrarsızlıkları azaltacak ve yerli paranın değerini aşırı yükseltmeyecek bir düzeyde kalmasını sağlayacak düzenlemelerin getirilmesidir.* Bu sonuca hizmet edebilecek politikalar aşağıda ele alınacaktır.

IV.2.1. Sermaye Giriş Kontrolü Uygulanması

İstikrarsız bir konjonktürle karşı karşıya kalan ülkeler, ani döviz çıkışlarına sahne olabilirler. Böyle bir durumda bir ülke, döviz rezervlerini koruyabilmek için olağanüstü yüksek faizler ödemek durumunda kalabilir. Bu yolla bir mali krizden kaçınılabilese bile, bunun maliyetinin yüksek olacağı kesindir. Kaldı ki, çoğu durumda böyle bir krizden kaçınmak da mümkün olamamaktadır. Dolayısıyla, bir ülkenin döviz giriş çıkışındaki dalgalanmaları azaltacak önlemler uygulaması büyük önem taşımaktadır. Yukarıda Şili deneyiminin ortaya koyduğu gibi, sermaye girişleri üzerinde kontrol uygulanması, mali kriz riskini azaltmaktadır. Bu deneyim ışığında Türkiye’de bankaların dış kredileri üzerine zorunlu mevduat uygulaması getirilmesi anlamlı görünmektedir. Bu sayede, yoğun sermaye girişlerinin yol açtığı aşırı tüketim artışı, kur değerlenmesi ve mali genişleme ve nihayetinde ani daralma şeklindeki çevrimin oluşması zorlaştırılabilir. Şili gibi sermaye girişlerinin büyük çoğunluğunun doğrudan yatırım olduğu ülkelerde, yüksek oranlarda zorunlu mevduat uygulanmasının sakıncası olmayabilir. Ancak Türkiye’ye sermaye girişlerinde doğrudan yatırımın payı düşüktür. Bu nedenle, zorunlu mevduat uygulamasının daha düşük

oranlarda yapılması uygun görünmektedir. Hale Balseven’in önerdiği gibi, vergi oranı düşük düzeyde başlatılarak gerek duyulduğunda arttırılabilir. Oranın artırılmasında, IMF tarafından da dışsal kırılğanlığın bir göstergesi olarak görülen kısa vadeli borçların Merkez Bankası rezervlerine oranı kıstas alınabilir [38].

Mali kesimde oligopolistik yapıların ve sığ piyasaların geçerli olduğu, bankacılık sisteminde gözetim ve regülasyonun, banka yönetiminde de risk değerlendirme kapasitesinin yetersiz olduğu Türkiye gibi ülkelerde bu tip kontroller, aşırı borç alma sonucu ortaya çıkabilecek bozulmaları büyük ölçüde sınırlandırabilir. Sermaye girişlerine yatırımın süresine göre değişen bir oranda vergi konulması, söz konusu problemi önlemenin en etkin yollarından birisidir. Ancak dikkat edilmesi gereken kritik nokta, *sermaye girişlerine yönelik kontrollerin kriz esnasında değil, ekonominin görece istikrarlı bir döneminde uygulamaya konulmasıdır.* Aksi halde bu tip kontroller, piyasada güven kaybına yol açarak likiditeye çok ihtiyaç duyulduğu kriz sürecinde mevcut sermayenin de kaçmasına, dolayısıyla da krizin derinleşmesine neden olabilir.

IV.2.2. İki Adımlı Döviz İşlem Vergisi Uygulanması

Daha önce belirtildiği gibi Tobin’in önerdiği şekilde uygulanacak bir döviz işlem vergisi, normal zamanlarda mali oynaklığı azaltarak krizden kaçınmaya yardımcı olabilir, ancak döviz kurlarında büyük spekülasyonların olduğu durumlarda etkin olmasını beklememek gerekir. Ayrıca Tobin tarafından önerilen vergi bir ülkenin tek başına uygulaması için uygun olmayan küresel bir vergidir. Bu problemlere çözüm, P. Bernd Spahn’dan gelmiştir. Spahn’ın önerisi, döviz piyasasındaki tüm işlemlere uygulanacak yüz binde bir (%0,001) gibi oldukça düşük bir vergi oranı ile spekülâtif işlem zamanlarında otomatik olarak aktif hale gelecek ve bir çevrim kırıcı olarak fonksiyon görebilecek artırımlı bir vergiden (exchange surcharge) oluşmaktadır [43]. Bu vergi, kriz durumunda ülke parasına karşı gerçekleştirilebilecek spekülâtif saldırıların krize yol açmasına olanak vermemeyi amaçlamaktadır.

Böyle bir vergi makroekonomik istikrarı sağlamada işlevsel olmasının yanı sıra, Tobin Vergisi’nin uygulanabilirliğine ilişkin temel itirazları da ortadan kaldırmaktadır. Her şeyden önce ikili yapıdaki bir döviz işlem vergisinden sonuç alınabilmesi için diğer ülkelerin uygulamaya katılması gerekmez. Aynı zamanda böyle bir verginin ulusal düzeyde etkinlikle uygulanabilmesi güçlü bir olasılık olarak görünmektedir. [63] 15 Haziran 2004’de Belçika Federal Parlamentosunun böyle bir vergiyi AB’deki diğer ülkelerin de kabul etmesi durumunda uygulamaya koyacağını ilan etmiş bulunması, bu görüşü destekleyen bir gelişmedir [64]. Bunun yanı sıra, Spahn’ın önerdiği ikili yapıdaki bir verginin normal durumlarda uygulanacak oranı çok düşük olduğundan,

piyasadaki likidite ve kaynak dağılımı üzerindeki etkisinin çok düşük olacağı açıktır. Verginin ilk adımı, kısa vadeli işlemleri azalttığı ölçüde kur oranında istikrar sağlayacaktır. Ancak bu verginin asıl istikrar işlevini yerine getiren, verginin kriz zamanlarında devreye girecek olan çok yüksek oranlı ikinci adımı olacaktır.

İkili yapıdaki bir döviz işlem vergisinin uygulanabilmesi için önce döviz kurlarının artırımlı verginin aktif hale gelmeden serbestçe dalgalanabileceği bir aralığın ya da başka bir deyişle bir “dalgalanma bandı”nın tanımlanması gerekmektedir. Bunun amacı, söz konusu dönem boyunca aralıktan ne ölçüde sapılabileceğini tespit etmektir. Beklenen değer bulunduktan sonra, bu değerın standart sapması ile söz konusu aralığın genişliğinin ne olacağı ortaya çıkar. Bu şekilde tanımlanan “sürünen kur oranı bandı” (crawling exchange-rate band) içinde gerçekleşen işlemler vergilendirilmez ve böylece normal likit işlemlerin vergiden etkilenmemesi sağlanır. Döviz kurlarının dalgalanma bandının dışına taşmasına neden olan işlemler ise, vergiyi tetikler. Spekülasyon genellikle kur oranlarındaki anormal değişikliklerde ifadesini bulduğu için dalgalanma bandının dışına çıkan işlemler için vergi oranı yüksektir. Buradaki efektif vergi yükü, dalgalanma bandından ne ölçüde sapıldığına bağlı olarak artırılabilir [44]. Uygulanacak oranın %50, hatta %100 gibi yüksek seviyelerde belirlenmesinde bir sakınca görünmemektedir. Dalgalanma bandının genişliği, kurların günlük dalgalanma verileri doğrultusunda tespit edilebilir. Böyle bir verginin dalgalanma bandını ve vergi oranını Türkiye, kendi sosyo-ekonomik önceliklerine göre başsımsız olarak belirleyebilir.

İkili yapıdaki bir döviz işlem vergisinin bir krizin ortaya çıkmasını büyük ölçüde engelleyebilme yeteneği dışında, uzun dönem kur oranı beklentilerini istikrarlı kılması gibi bir işlevi de vardır. Çünkü rasyonel yatırımcılar, yüksek oranlı vergi tetiklendiğinde kazanımlarına kısmen el konacağını bilirler ve böyle bir vergi uygulayan ülkelerin paralarına yönelik kısa dönemli spekülasyonlarını ve sermaye girişlerini azaltırlar. Böylece, mali kırılganlık azalır ve kur oranları temel göstergeleri daha doğru yansıtabilir. Böyle bir verginin mali istikrara yapacağı katkı bir yana, azımsanmayacak bir finansman sağlayabileceğini de unutmamak gerekir. Merkez Bankası verilerine göre 2006 yılı ortalarında toplam günlük Türk lirası karşılığı spot döviz işlem hacmi 4,4 milyon dolar, swap işlem hacmi 4,1 milyon dolar ve vadeli işlemler de 0,126 milyon dolar civarındadır [53]. Yalnızca günlük 4,4 milyon dolar civarında gerçekleşen spot döviz piyasası işlemleri üzerine %0,001 gibi çok düşük bir vergi oranı uygulandığı ve işlem hacminde %25 azalma olduğu durumda, günlük 33.000 dolar ve yıllık 9,8 milyon dolar vergi geliri elde edilmesi mümkündür. Eğer işlem hacminde %50 gibi çok daha yüksek bir azalma olursa, elde edilebilecek vergi geliri günlük 22.000 dolar ve yıllık 6,6 milyon dolar civarında gerçekleşebilir. Doğal

olarak iki adımlı böyle bir vergiden elde edilecek asıl gelir, aşırı dalgalanmaların olduğu durumlarda devreye girecek artırımlı vergiden gelir. Ancak bilindiği gibi artırımlı verginin asıl amacı gelir olmayıp, mali istikrara hizmet etmektir. Dolayısıyla bu şekilde elde edilecek gelir yalnızca bir yan üründür. İki aşamalı bir döviz işlem vergisinin uygulanması bir krizin oluşumunu engellemeyi başaramasa bile, böyle bir verginin uygulanmadığı klasik bir kriz duruma kıyasla ortaya daha tercih edilebilir bir sonuç çıkacağı açıktır. Çünkü böyle bir vergi uygulanması durumunda, en azından kriz esnasında çok gereksinme duyulacak finansmanın bir kısmı toplanan vergiyle karşılanabilir.

2001 krizinden bu yana Türkiye’de uygulanmakta olan dalgalı döviz kuru rejimi, kısa vadede mali kriz riskini azaltıcı bir işlev görmektedir. Ancak, ülkeye yüksek miktarda kısa vadeli sermaye girişinin olması, yerli paranın aşırı değerlenmesine yol açmaktadır. Bu da dışalım teşvik edici ve dışsatımı caydırıcı etkisinin bir sonucu olarak cari açığı ve dolayısıyla da mali kriz riskini artırmaktadır. İki aşamalı bir döviz işlem vergisi, döviz kuru oynaklığını düşürücü etkisinin yanı sıra, kamu finansman açığını azaltacak bir gelir yaratma yoluyla da bu problemlerin çözümüne katkı sağlayabilir. Çünkü böyle bir vergiden, kısa vadeli sermayeyi tedirgin ederek ülkeyi terk etme yönünde psikolojik bir etkide bulunmasını da beklemek gerekir. Böyle bir durumda, yurt dışına çıkan döviz miktarıyla bağlantılı olarak kurda yükselme olur ki bu da dışalım caydırıcı ve dışsatımı teşvik eden bir etki doğurur ve cari açığın azalmasına katkı yapar. Ancak bu olumlu etkinin elde edilebilmesi, ülkede kısa vadeli sermaye bulunduranların konulan vergiye bir krize neden olacak ölçüde reaksiyon göstermemeleri durumunda olanaklıdır. Dolayısıyla böyle bir verginin uygulamaya geçirilmesi konusunda, zamanlamaya ve vergi oranının aşırı reaksiyon oluşturmayacak düzeyinin belirlenmesine büyük özen gösterilmesi hayati öneme sahiptir. Bütün olası yararlarına rağmen iki aşamalı bir döviz işlem vergisinin kriz riskini tümüyle ortadan kaldırmabileceğini düşünmemek gerekir. Böyle bir vergi, Şili’nin uyguladığı tarzda sermaye girişleri kontrolü ile birlikte uygulandığında daha etkin olabilir.

IV.2.3. Menkul Kıymetler ve Diğer Sermaye Piyasası Araçlarının Vergilendirmesinde İyileştirme

Döviz işlemlerinin yanı sıra özellikle kısa vadeli olarak gerçekleştirilen menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası işlemlerinin de maliyetli hale getirilmesi, daha önceki bölümde döviz işlemlerinin vergilendirilmesine ilişkin ortaya konulan gerekçeler nedeniyle mali istikrara katkı sağlayabilir. 1 Ocak 2006 tarihinde yürürlüğe giren menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçlarından sağlanan kazançlara %15 stopaj uygulanması şeklindeki kanun, bu doğrultuda atılmış olumlu bir adım olarak değerlendirilebilir. Ancak aşağıda ele alınacağı gibi 7

Temmuz 2006 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanan yabancı yatırımcılardan stopaj alınmaması ve yerli yatırımcıların stopaj oranının düşürülmesi konusunda Bakanlar Kurulu'na yetki veren, 5527 Sayılı Gelir Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun, bu konuda çok ciddi bir geri adım olmuştur. Yapılan son değişikliklere değinmeden önce bu konuda yapılan ilk düzenlemeleri kısaca değerlendirmekte yarar vardır.

Uzun vadeli borsa yatırımlarının teşvik edilmesi amacı taşıyan hükümet, bu düzenlemeyle tam mükellef kurumlara ait olup İMKB'de işlem gören ve 1 yıldan fazla süreyle elde tutulan hisse senetlerinin satışından sağlanan kazançları bu stopajın kapsamı dışında bırakmıştır. Bu kazançlar gelir vergisine de tabi tutulmamıştır. Ancak Erdikler'in dikkat çektiği gibi stopajdan istisna tutulan bu kazançların kurumlar vergisinden de istisna tutulmasını sağlayan bir düzenleme bulunmamaktadır. Dolayısıyla, hisse senetlerini 1 yıldan daha uzun süreyle elde tutan gerçek kişi olduğunda vergiden muaf tutulmakta, ancak bir dar mükellef kurum olduğunda, elde edilen kazancın %28'i oranında vergi yükü ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu durum, amaçlandığının tersine dar mükellef kurumları 1 yıldan daha kısa vadeli işlem yaparak daha düşük olan ve 1 Ocak 2006 tarihinde %15 olarak belirlenip 1 Ekim 2006'da %10'a indirilen düşük orandan yararlanmaya özendirilmektedir [65]. Dolayısıyla bu şekilde uygulanacak bir vergi düzenlemesi, mali istikrar sağlama açısından tutarsızlık göstermektedir. Bu tutarsızlık, 1 yıldan uzun vade ile elde tutulan menkul kıymetler üzerinden alınacak toplam vergi yükünün kısa vadeli işlemler üzerinden alınan stopaj düzeyinin altına düşürülmesi yoluyla giderilebilir.

Sözü edilenden daha da önemli tutarsızlıklar yukarıda anılan 7 Temmuz 2006 tarihli 5527 Sayılı Gelir Vergisi Kanununda yapılan değişiklikler ile ortaya çıkmıştır. Bu değişikliklerin mevcut düzenlemelerin etkinliğini artırmak için değil, 2006 yılı başlarında küresel ekonomide enflasyonun artacağı ve büyümenin yavaşlayacağı yönünde kaygıların artmasıyla birlikte uluslararası piyasalarda yaşanmaya başlayan çalkantının Türkiye'ye olumsuz yansımalarını azaltabilmek amacıyla gerçekleştirildiği açıktır. Bilindiği gibi yaşanan çalkantılar Türkiye'den ciddi sayılabilecek ölçüde sermaye çıkışıyla sonuçlanmıştır. Bu durum ekonomi idaresinde tedirginliğe yol açmış ve ülkeden sermaye çıkışının sınırlandırması amacıyla bono ve hisse senedi piyasasındaki stopaj oranı yabancılar için sıfırlanmış, yurtiçindeki yatırımcılar için ise %10'a indirilmiştir. Böyle bir düzenlemenin gerçekleşmesi, kısa vadede ülkeden sermaye çıkışını yavaşlatıcı etkide bulunabilir ve en azından teorik olarak yeni sermaye girişlerini özendirir. Bununla birlikte böyle bir değişiklik, bir taraftan yabancı yatırımcıları yerli yatırımcılar karşısında avantajlı hale getirerek vergilemede adaletle aykırı düşmekte, diğer taraftan da stopaj uygulamasından beklenebilecek kriz riskini azaltıcı olumlu etkiden vazgeçme anlamına gelmektedir. Çünkü

mali kriz riskini azaltmaya hizmet edebilmesi için bu stopajın özellikle yabancı yatırımcıları kapsamına alması gerekmektedir.

Mevcut sistemin finansal piyasaların hızına ayak uydurmak için uygun bir sistem olduğunu söylemek de zordur. Sisteme otomatik istikrar sağlayıcı bir nitelik kazandırmak daha anlamlı görünmektedir. Bu çerçevede her bir işleme değer üzerinden uygulanacak düşük bir vergi oranı (örn. %0,001 ila %0,005 arası bir oran) hesaplanma ve uygulama kolaylığının yanı sıra, vergiden kaçınmayı azaltabilir ve mali istikrar sağlama amacına daha iyi hizmet edebilir. Bir işlem vergisi, mali istikrara üç şekilde katkı sağlayabilir: 1) Aşırı fiyat dalgalanmalarını azaltarak; 2) Aşırı spekülasyonu azaltarak ve 3) Portföy kararlarında kısa vadeli tercihlerin etkisini azaltarak [66].

Bütün bu açıklamaların ortaya koyduğu gibi, yukarıda söz konusu edilen değişiklikler stopaj uygulamasının etkinliğini ciddi ölçüde zafiyete uğratmıştır. Bu etkinlik kaybının en temel nedeni, stopajın sıfırlanması ya da düşürülmesidir. Bir diğer neden ise, söz konusu değişikliğin yerli yatırımcıları stopajdan kaçınmak için yurtdışındaki vergi cennetleri üzerinden işlem yapmaya yöneltebilecek olmasıdır. Ayrıca bu durum hükümetin attığı doğru adımlardan bile kolayca geri dönebileceği anlamına geldiğinden, ülke yönetiminin basiretine yönelik güven sarsılmıştır. Doğal olarak ortaya çıkan bu güven aşınması, uzun vadede ülke riskinin artması anlamına gelir. Nihayetinde ise, ülkenin hem iç hem de dış tasarruflardan yararlanabilme maliyetleri artar.

V. ÖZET VE SONUÇ

1970'li yıllarda uygulamakta olduğu içe dönük sanayileşme stratejisi tıkanmaya başlayan Türkiye, 1980'li yılların başlarından itibaren neo-liberal iktisadi görüşün etkisi altına girmiş ve bu yönde politikalar uygulamaya başlamıştır. Bu süreçte devlet, sanayileşme sürecinde önemli rolü olan döviz kuru, faiz ve kamu yatırımı gibi araçları büyük ölçüde elinden çıkartmış ve sonuçta da ekonomi alanındaki rolü giderek azalırken, dış dinamiklerin rolü artmıştır. 1989 yılında sermaye hesaplarının serbestleştirilmesi, bu sonuca yol açan en önemli politika değişikliği olmuştur. 1990 yılından itibaren sermaye giriş ve çıkışlarının düzeyi ekonomik performansı büyük ölçüde etkilemeye, hatta belirlemeye başlamıştır.

Türkiye deneyimi, sermaye piyasalarının serbestleştirilmesinin yatırımları artıracığı ve büyümeyi teşvik edeceği şeklindeki neo-liberal beklentileri desteklememektedir. Sermaye girişleri fon sağlamada önemli bir işlev görmekle birlikte, Türkiye'de yatırımlarda artışa yol açmamıştır. Bunun temel nedeninin, ülkeye giriş yapan sermayenin ağırlıklı olarak kısa vadeli olması ve spekülatif karakter taşıması olduğu

söylenbilir. Girişimciler, anlık bir kararla geri çekilebilecek bu fonlar ile uzun vadeli yatırım yapmaktan kaçındıklarından, bu fonlar yatırımları artırmaktan çok iç tüketimi finanse etme işlevi görmüştür. Tüketim artışı yatırımları canlandırmaktan ziyade, riski az ve daha kolay olan dışalım artırmış, bu ise cari açığı olumsuz yönde etkilemiştir. İç ve dış konjonktürdeki değişmelere bağlı hareket eden sermaye giriş ve çıkışlarındaki oynaklık ise, ülkede istikrarsız ve giderek ortalamaları düşen bir büyüme sürecinin nedenlerinden birisi olmuştur. Sermaye girişlerinde önemli artışların gerçekleştiği yıllarda yüksek büyüme hızlarına ulaşılmışsa da, sermaye çıkışlarının yoğunluk kazandığı yıllarda ülke, mali krizlerle karşı karşıya kalmıştır. Süreç içinde yaşanan krizlerin sıklığı ve şiddeti giderek artarken, kamu kesiminin borcu sürdürülemez boyutlara ulaşmıştır. 2000'li yılların başlarında Türkiye, vergi gelirleriyle borçlarının faizini bile karşılayamadığı bir duruma düşmüştür.

2001 yılında yaşanan krizin ardından uygulanmaya başlanan IMF destekli programın mecliste çoğunluğa sahip iktidar partisi tarafından büyük ölçüde sahiplenilmesinin bir sonucu olarak enflasyon gibi temel bazı yapısal problemlerde iyileşmeler gerçekleştirilebilmiş ve bütçede önemli düzeyde faiz dışı fazla verilebilmiştir. Bununla birlikte özellikle işsizlik, cari açık ve yüksek kamu borç stoku gibi büyük önem taşıyan makro sorunlar halen çözüm beklemektedir. Bu süreçte ülkeye yüksek miktarda sıcak para girmesi nedeniyle, ulusal para yabancı paralar karşısında önemli ölçüde değer kazanmıştır. Ulusal paranın aşırı değerlendirilmesi dışsattırmayı caydırarak, dışalımını genişletmiş ve sonuçta cari işlemler açığı büyümüştür. Cari açığın büyümesi ve borç stokunun yüksekliği mali kriz riskini artırdığından, reel faizler normal seviyelere düşmemiştir. Yüksek faiz oranı ve değerli döviz kuru spekülasyon sermaye akımlarına kısa dönemde arbitraj olanağı sağladığından, risk alma iştahı yüksek sermaye girişlerine süreklilik kazandırmıştır.

Hızlanan sermaye girişlerinin yol açtığı "aşırı ısınma" ortamında, özellikle kısa dönemli borçların uluslararası rezervlerin üzerine çıkması, ekonomik büyümenin sürdürülemez ve borçların döndürülemez olduğu şeklinde bir algılama değişimine yol açabilir ve ortaya çıkabilecek ani sermaye çıkışları, ülkenin yeni bir krize girmesiyle sonuçlanabilir. Tabii ki, bu kaçınılmaz bir sonuç değildir. Eğer Türkiye'de enflasyon konusundaki hedefler tutturulabilir ve büyüme hızı yüksek seviyelerini korumaya devam edebilirse, ülke ekonomisine yönelik olumlu beklentiler ve bununla bağlantılı olarak da doğrudan yabancı yatırımlar artabilir. Böyle bir durumda ülkenin yatırım açığının kapanması söz konusu olabileceğinden, ekonomik istikrarın sürmesi olanak dâhilindedir. Ancak mevcut şartlar altında böyle bir sonucun elde edilebilme olasılığı düşüktür. Bunun en önemli nedeni, Türkiye'de bugün söz konusu sonuca ulaşmayı garanti altına alabilecek mekanizmaların

bulunmamasıdır.

Bu makalenin ortaya koyduğu gibi sermaye hareketlerinin neredeyse tümüyle denetimsiz kalacak şekilde serbestleştirilmiş olması, mali kriz riskini artıran en önemli husustur. Bu riskin kaynağında, kısa dönemli spekülasyon sermaye akımları yatmaktadır. Bu tür sermaye, ekonomik canlanma belirtileriyle birlikte enflasyonist baskıları şiddetlendirerek bir ülkeye girmekte, ancak söz konusu ülkenin sıkıntıya düştüğü yönünde bir algılama değişikliği olduğunda, yani tam da ülkenin en çok ihtiyacı olduğu zamanda, süratle ülke dışına çıkmakta, bu da krizlere yol açabilmektedir. Bu noktadan hareketle, Türkiye'de ileride yaşanması olası krizleri önlemek, ya da hiç değilse ortaya çıkabilecek olumsuz etkileri sınırlandırmak amacıyla, kısa dönemli sermaye hareketlerini azaltacak önlemlerin uygulamaya konulması, büyük önem ve aciliyet taşımaktadır.

Bir ülkenin mali kriz riskini belirlemede öne çıkan göstergeler, sermaye girişlerinin vadesi ve kompozisyonudur. Uzun vadeli sermaye ve doğrudan yabancı yatırımlar ile yaşanan krizler arasında bir ilişki gözlenmemektedir. Diğer taraftan, kısa vadeli sermaye girişlerinin kriz riskini artırdığı yönünde çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Dolayısıyla, mali kriz riskini azaltmak için yapılması gerekenin, sermaye girişlerinin kompozisyonunu uzun vadeli sermaye ve doğrudan yabancı yatırımlar lehine artırmak ve kısa vadeli sermayeden mümkün olduğunca kaçınmak olduğu söylenebilir. Bu çalışmanın ortaya koyduğu gibi, kısa dönemli sermaye akımlarını caydırmak üzere Şili tarzı giriş sermaye kontrolü uygulanması ve iki aşamalı bir döviz işlem vergisi ile menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçlarının vergilendirilmesi anlamlıdır. Bu önlemlerin etkinlikle uygulanmasının sağlayabileceği yararlar, ortaya çıkabilecek maliyetlerinin belirgin bir şekilde üzerinde görünmektedir. Bu uygulamalar, yatırıma hizmet etmeyen kısa vadeli sermaye girişlerini caydırarak mali akışkanlık ve oynaklığı azaltmalarının yanı sıra, azımsanmayacak bir gelir de yaratarak kamu finansman açığının giderilmesine katkı sağlayabilir ve sonuçta da mali kriz riskini azaltabilirler.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] BIS (2005). *Triennial Central Bank Survey of Foreign Exchange and Derivatives Market Activity in 2004*. Basel: Bank for International Settlements.
- [2] Yeldan, E. (2001). *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- [3] IMF (2004). *IMF Annual Report 2004*. Washington, DC: The International Monetary Fund.
- [4] WB (2005). *Global Development Finance: Mobilizing Finance and Managing Vulnerability*. Washington, DC: The World Bank.

- [5] Kazgan, G. (2000). *Küreselleşme ve Ulus - Devlet*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- [6] Yentürk, N. (2003). *Körlerin Yürüyüşü: Türkiye Ekonomisi ve 1990 Sonrası Krizler*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- [7] Özer, M. (1999). *Finansal Krizler, Piyasa Başarısızlıkları ve Finansal İstikrarı Sağlamaya Yönelik Politikalar*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 1096.
- [8] Şenses, F. & Taymaz, E. (2003). Unutulan Bir Toplumsal Amaç: Sanayileşme Ne Oluyor? Ne Olmalı? Birikimin Kaynakları. (Der.: Köse, A.H.; Şenses, F. & Yeldan, E.). *İktisat Üzerine Yazılar II: İktisadi Kalkınma, Kriz ve İstikrar (Oktar Türel'e Armağan)*, İstanbul: İletişim Yayınları, 429-463.
- [9] Eatwell, J. (1996). International Financial Liberalization: The Impact on World Development. *UNDP Office of Development Studies*, Discussion Paper, No: 12.
- [10] Radelet, S. & Sachs, J. (1998). The East Asian financial crisis: Diagnosis, remedies, prospects. *Harvard Institute for International Development*, April, 1-74. (<http://www2.cid.harvard.edu/hiidpapers/bpeasia.pdf>) [30.10.2006]
- [11] Seyidoğlu, H. (2003). Uluslararası Mali Krizler, IMF Politikaları, Az Gelişmiş Ülkeler, Türkiye ve Dönüşüm Ekonomileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4(2), 141-156.
- [12] Jomo, K.S. (2004). Were Malaysia's Capital Controls Effective? In *After The Storm: Crises, Recovery and Sustaining Development In Four Asian Economies*. (Ed.: Jomo K.S.). Singapore: Singapore University Press.
- [13] Osava, M. (2002). Tobin Tax, Financial Reforms to Avert Crises. TWN, Third World Network. (<http://www.twinside.org.sg/title/tobin.htm>) [30.10.2006].
- [14] Akyüz, Y. (1993). Financial Liberalisation: The Key Issues. *UNCTAD Discussion Paper*. No: 56.
- [15] Stiglitz, J.E. (2002). *Küreselleşme: Büyük Hayal Kırıklığı*. (Taşçıoğlu, A. & Vural, D.) İstanbul: Plan B.
- [16] Yalman, G. (2003). Neoliberal Hegemony ve Siyasal İktisat: Latin Amerika Dersleri. *İktisat Üzerine Yazılar I: Küresel Düzen, Birikim, Devlet ve Sınıflar (Korkut Boratav'a Armağan)*. (Der.: Köse, A.H.; Şenses, F. & Yeldan, E.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [17] Lim, J. (2004). Macroeconomic Implications of the Southeast Asian Crises. In *After The Storm: Crises, Recovery and Sustaining Development In Four Asian Economies* (Ed.: Jomo, K.S.). Singapore: Singapore University Press.
- [18] Phongpaichit, P. & Baker, C. (2004). "Aftermath: Structural Change and Policy Innovation after the Thai Crisis. In *After The Storm: Crises, Recovery and Sustaining Development In Four Asian Economies* (Ed.: Jomo, K.S.). Singapore: Singapore University Press.
- [19] Pinkus, J.R. & Ramli, R. (2004). Deepening or Hollowing Out: Financial Liberalization, Accumulation and Inonesia's Economic Crisis. In *After The Storm: Crises, Recovery and Sustaining Development In Four Asian Economies* (Ed.: Jomo, K.S.). Singapore: Singapore University Press.
- [20] Shin, J.S. (2004). South Korea: The Keynesian Recovery and the Costs of Structural Reform. In *After The Storm: Crises, Recovery and Sustaining Development In Four Asian Economies* (Ed.: Jomo, K.S.). Singapore: Singapore University Press.
- [21] Erdoğan, M.M. (2004). South Korean State Capacity from Development to Crisis Management. In *After The Storm: Crises, Recovery and Sustaining Development In Four Asian Economies* (Ed.: Jomo, K.S.). Singapore: Singapore University Press.
- [22] Öniş, Z. (2006). Varieties and Crises of Neoliberal Globalisation: Argentina, Turkey and the IMF. *Third World Quarterly*, 27(2), 239-263.
- [23] DPT. (2005). Ekonomik Gelişmeler. Ankara, Aralık. (<http://ekutup.dpt.gov.tr/tg/index.asp?yayin=eg&yil=0&ay=0>). [30.10.2006].
- [24] TCMB. (2005) Dış Borçlar, Dış Ticaret Endeksleri ve Ödemeler Dengesi. Ankara. (<http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.htmr>). [30.10.2006].
- [25] Yeldan, E. (2003). Neoliberalizmin İdeolojik Bir Söylemi Olarak Küreselleşme. *İktisat Üzerine Yazılar I: Küresel Düzen, Birikim, Devlet ve Sınıflar (Korkut Boratav'a Armağan)*. (Der.: Köse, A.H.; Şenses, F. & Yeldan, E.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [26] Taylor, L. (2003). Dış Liberalleşme: Yakın Dönemden Dersler. *İktisat Üzerine Yazılar I: Küresel Düzen, Birikim, Devlet ve Sınıflar (Korkut Boratav'a Armağan)*. (Der.: Köse, A.H.; Şenses, F. & Yeldan, E.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [27] Kaplan, E. & Rodrik, D. (2001). Did the Malaysian Capital Controls Work? *NBER Working Paper*, No: w8142. New York: National Bureau of Economic Research.
- [28] Işık, G. (2003). Finansal Krize Karşı Politika Tepkileri: IMF Programlarına Alternatif Olarak Sermaye Kontrolleri. *İktisat İşletme ve Finans*, Ağustos, 209, 9-20.

- [29] Balseven, H. & Erdoğan, M.M. (2004). Mali Krizleri Önlemede Sermaye Kontrolleri: Malezya ve Şili Deneyimlerinden Türkiye İçin Dersler. *2004 Türkiye İktisat Kongresi: Gelişme Stratejileri ve Makroekonomik Politikalar Tebliğ Metinleri - I*, Ankara: DPT, 207-236.
- [30] Edwards S. (1999). How Effective Are Capital Controls? *NBER Working Paper*, No. 7413.
- [31] Neely, C.J. (1999). An Introduction to Capital Controls. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 81(6), November-December, 13-30.
- [32] Sharma, S. D. (2003). The Malaysian Capital Controls and the Debates on the New International Financial Architecture. *Review of Asian and Pacific Studies*, July, 25, 1-25.
- [33] Fisher, S. (2001). Exchange Rate Regimes: Is the Bipolar View Correct. *Journal of Economic Perspectives*, American Economic Association, 15(2), 3-24.
- [34] Agosin, M.R. & Ffrench-Davis R. (1998). Managing Capital Inflows in Chile, January, (<http://www.un.org/esa/analysis/pastmeetings/ffrench.pdf#search=Agosin%2C%20FfrenchDavis%20Managing%20Capital%20Inflows%20in%20Chile>) [30 Ekim 2006].
- [35] Garber, P. & Taylor, M.P. (1995). Sand in The Wheels of Foreign Exchange Markets: A Sceptical Note. *The Economic Journal*, 105(428), 173-180.
- [36] Epstein, G.; Grabel, I. & Jomo, K.S. (2003). Capital Management Techniques in Developing Countries: An Assessment of Experiences from the 1990's and Lessons For the Future. *XVIIth Technical Group Meeting of the G-24 in Port of Spain, Trinidad and Tobago*, February, 13-14.
- [37] Tobin, J. (1978). A proposal for international monetary reform. *The Eastern Economic Journal*, 4(3-4), 153-159.
- [38] Balseven, H. (2003). Sermayenin Vergilendirilmesinin Sermaye Akımları Üzerindeki Etkisi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Ana Bilim Dalı. Ankara.
- [39] Erdoğan, M.M. & Balseven, H. (2006). How Effective Is the Tobin Tax in Coping with Financial Volatility? *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 107-128.
- [40] Ertürk, K. (2003). A Note on the Tobin Tax. *Department of Economics Working Paper Series*, No: 2003-05. University of Utah Department of Economics.
- [41] Westerhoff, F.H. (2003). Heterogeneous Traders and the Tobin Tax. *Journal of Evolutionary Economics*, 13(1), 53-70.
- [42] Westerhoff, F.H. & Dieci, R. (2006). The effectiveness of Keynes-Tobin transaction taxes when heterogeneous agents can trade in different markets: A behavioral finance approach. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 30(2), 293-322.
- [43] Spahn, P.B. (1995). International Financial Flows and Transaction Taxes: Survey and Options, *IMF Working Paper*, No: 60.
- [44] Spahn, P.B. (2002). On the Feasibility of a Tax on Foreign Exchange Transaction. *Federal Ministry for Economic Cooperation and Development*, 29 Mart, 1-23, (<http://www.wiwi.uni-frankfurt.de/professoren/spahn/tobintax/Tobintax.pdf>) [30 Ekim 2006].
- [45] Şensesen, Ü. & Günlük-Şensesen, G. (2003). Üretimde Dışarıya Bağımlılık: 1970'lerden 2000'lere Ne Değişti? *İktisat Üzerine Yazılar II: İktisadi Kalkınma, Kriz ve İstikrar (Oktar Türel'e Armağan)*. (Der.: Köse, A.H.; Şensesen, F. & Yeldan, E.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [46] Sönmez, S. (2003). Türk İktisat Politikalarındaki 'Çıpa': Dış Borçlanma. *İktisat Üzerine Yazılar II: İktisadi Kalkınma, Kriz ve İstikrar (Oktar Türel'e Armağan)*. (Der.: Köse, A.H.; Şensesen, F. & Yeldan, E.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [47] Alper, E. & Öniş, Z. (2002). Emerging Market Crises and The IMF: Rethinking The Role of The IMF in the Light of Turkey's 2000-2001 Financial Crises. *METU International Conference in Economics VI*, September 11-14, Ankara, 1-10.
- [48] Arın, T. (2003). Türkiye'de Mali Küreselleşme ve Mali Birikim ile Reel Birikimin Birbirinden Kopması. *İktisat Üzerine Yazılar I: Küresel Düzen, Birikim, Devlet ve Sınıflar (Korkut Boratav'a Armağan)*. (Der.: Köse, A.H.; Şensesen, F. & Yeldan, E.). İletişim: İletişim Yayınları.
- [49] TCMB (2005) Dış Borçlar, Dış Ticaret Endeksleri ve Ödemeler Dengesi. Ankara (<http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.htmr>). [30.10.2006].
- [50] Voyvoda, E. & Yeldan, E. (2003). Eğitim Yönlü Bir Endojen Büyüme Modelinde Türkiye İçin Borç İdaresi Alternatiflerinin Analizi, Birikimin Kaynakları. *İktisat Üzerine Yazılar II: İktisadi Kalkınma, Kriz ve İstikrar (Oktar Türel'e Armağan)*. (Der.: Köse, A.H.; Şensesen, F. & Yeldan, E.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [51] Selçuk F. (2000). TBTF ve Ahlak Riski. *Sabah*, 14 Kasım.
- [52] Eichengreen, B. (1999). *Toward a New International Financial Architecture: A Practical Post-Asia Agenda*, Washington: Institute for International Economics.

- [53] MB (2007). *Enflasyon Raporu 2006-IV* (http://www.tcmb.gov.tr/research/parapol/enf_ekim2006.pdf). [08.01.2007].
- [54] TÜİK (2006). İşsizlik Oranı (<http://www.tuik.gov.tr/Gosterge.do?metod=IlgiliGosterge&id=3491>) [08.01.2007].
- [55] Güneş, H. (2006). Bankalar sağlam, ama reel sektör aşırı borçlu. *Milliyet*, 27 Nisan.
- [56] Eğilmez, M. (2006). Türkiye Çelişkileri. *Radikal*, 25 Nisan.
- [57] IIF (2005). Update on Capital Flows to Emerging Economies. March, Washington: The Institute of International Finance.
- [58] Erçel, G. (2005). Krizlerin nedeni kur değil, borçtur. *Sabah*, 1 Nisan.
- [59] IMF (2003). *World Economic Outlook*. Washington, DC: International Monetary Fund, September.
- [60] Kapoor, S. (2004). *The Currency Transaction Tax: enhancing financial stability and financing development*. A Report for The Tobin Tax Network, July. (http://www.inwent.org/imperia/md/content/bereich1-intranet/efinternet/financing/kapoor_on_tobin_tax.pdf). [30.10.2006].
- [61] Öztrak, F. (2006). Dalgalı kur korur (mu)? *Milliyet*, 22 Mayıs.
- [62] Uluğbay, H. (2003). *Risk Altında Bir Ülkenin 2023 Yarışı*. Ankara: ÜPV Danışmanlık ve Yayıncılık.
- [63] Balseven, H. & Erdoğan, M.M. (2005). Mali Kriz Riski Bağlamında Tobin Vergisi ve Türkiye’de Uygulanabilir Bir Versiyonu. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, XX(1), 297-319.
- [64] Hillman, D. (2004). Belgium clears path to developing world prosperity. *The Guardian*, 5 Temmuz. (http://www.currencytax.org/files/press_items/belgium_in_guardian.doc). [30.10.2006].
- [65] Erdikler, Ş. (2006). Kâr payı dağıtımında stopaj oranı. *Referans*. 22 Ağustos. (http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=56288&YZR_KOD=95&ForArsiv=1). [30.10.2006].
- [66] Yılmaz, C. (1995). *Sermaye Piyasasında Vergilendirme*. Sermaye Piyasası Kurulu, Yayın No: 23.

M. Mustafa ERDOĞDU (mustafaerdogdu@marmara.edu.tr) is an associate Professor of Public Finance. He has a Ph.D. of Development Economics at Manchester University, UK. His major research areas include economic development, international political economy, globalization, global public goods, global taxes, financial crises, industrial policy, human capital, and technological change.

BASİT USULDE VERGİLENDİRMENİN EKONOMİK ETKİLERİ

Abdulkerim GÖK

Harran Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

SIMPLY TAXATION

Abstract: Simply taxation accepted instead of flax-rate taxation is to falled into abeyance with our business income taxation system and 31.matters of 4369 numbered law in official gazette in 29.07.1998 dated day and 23417 repeated numbered.

Person whose exempted from tax between applied real tax who gain business income is simply taxation. Eleborates should affect both common also special conditions for simply taxation. Otherwise, they are not useful from simply taxation. Elaborator's incomes are consist of them revenues discrimination them expenses. Elaborates who they use simply taxation don't have obligation about keeping books.

As of 01.01.1998 business incomes of elaborates who they used to flax-rate taxation and to being according to common and special conditions registered in 47. and 48. materials of Income Tax Law as of 31.12.1998 dated will be determined according to simply taxation's conditions. In this work details of simply taxatton will be given.

Keywords: Simply Tax, Business Income, Income Tax

BASİT USULDE VERGİLENDİRME

Özet: 29. 07.1998 gün ve 23417 mükerrer sayı Resmi Gazete'de yayınlanan 4369 sayılı kanunun 31. maddesi ile gelir vergisi sistemimizdeki "Götürü Usulde Vergilendirme" rejimi kaldırılmış, onun yerine "Basit Usulde Vergilendirme" rejimi ihdas olunmuştur.

Bu çerçevede vergiden muaf kişilerle gerçek usulde vergilendirilen kişiler arasında ticari kazanç elde edenler basit usulde vergilendirilirler. Basit usulde vergilendirilebilmek için mükelleflerin kanunda belirtilen hem genel hem de özel şartları birlikte yerine getirmeleri zorunludur. Aksi halde basit usulden yararlanamazlar. Bu usulde mükelleflerin kazançları hasılat ile giderleri arasındaki farktan oluşur.

Basit usule tabi mükellefler defter tutmak zorunda değildirler. Buna göre daha önce götürü usulde vergilendirilen mükelleflerden Gelir Vergisi Kanunu'nun 47 ve 48. maddelerinde yazılı genel ve özel şartları 31.12.1998 tarihi itibarıyla; taşıyanların ticari kazançları 01.01.1998 tarihinden itibaren Basit Usul'de tespit olunacaktır. Bu çalışmada, Basit Usul'e ilişkin açıklamalar detaylı bir şekilde yer alacaktır.

Anahtar Kelimeler: Basit Vergi, Ticari Kazanç, Gelir Vergisi.

I. GİRİŞ

29/7/1998 gün ve 23417 mükerrer sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 4369 sayılı kanununun 31 maddesi ile Gelir Vergisi Sistemimizdeki "Götürü Usulde Vergilendirme" rejimi kaldırılmış, onun yerine "Basit Usulde Vergilendirme" rejimi ihdas olunmuştur. Buna göre daha önce götürü usulde vergilendirilen mükelleflerden Gelir Vergisi Kanunu'nun 47 ve 48'inci maddelerinde yazılı genel ve özel şartları 31/12/1998 tarihi itibarıyla taşıyanların ticari kazançları 1/1/1999 tarihinden itibaren Basit Usul'de tespit olunacaktır. Ancak bu tarihten sonra yeni işe başlanması halinde işe başlama tarihinde sadece 47. maddede yazılı genel şartlar aranacaktır. Bu şekilde Götürü Usul'den Basit Usul'e geçen mükelleflere 1999-2001 yıllarında hiçbir ilave vergi yükü getirilmemiş, ayrıca ödeyecekleri vergiye de bir üst sınır konulmuştur. Basit Usul'de vergilendirmeye ilişkin detaylı açıklamalar alışmamızın ana temasını oluşturacaktır.

II. DİKKATE ALINMAYACAK HÜKÜMLER

II.1. Hayat Standardı Temel Gösterge Tutarları

Gelir Vergisi Kanunu'na, 4605 sayılı kanunla eklenen geçici 58. maddenin birinci fıkrasında yer alan 01.01.2000 - 31.12.2001 tarihleri arasında Gelir Vergisi'ne tabi ticari kazanç sahipleri ile, serbest meslek erbabı, bu maddede belirtilen hayat standardı esasına tabidir" şeklindeki hüküm ilgili yıllarda (2000 ve 2001 yılı kazançlarına) uygulanmış ve uygulama süresi sona ermiştir. Bu nedenle, 2002 yılına ilişkin olarak 2003 yılında beyan edilecek Basit Usul'de tespit edilen ticari kazançlar için hayat standardı uygulanmayacaktır.

II.2. Götürü Safi Kazanç Tutarları

Gelir Vergisi Kanunu'na 4369 sayılı kanunun 54. maddesiyle eklenen geçici 44. maddenin dördüncü fıkrası ile getirilen "Basit Usul'e tabi mükelleflerin 2001 yılı sonuna kadar, ilgili vergilendirme dönemleri için beyan edecekleri safi kazanç tutarlarının Gelir Vergisi Kanunu'nun bu kanunla değişmeden önceki 46. maddesine göre intibak ettirildikleri derecelerin buldukları yöreler itibarı ile belirlenen ve 1998 yılında uygulanacak olan götürü safi kazanç tutarlarının 1999, 2000 ve 2001 yıllarında yeniden değerlendirilme oranında artırılan tutarlarını aşması halinde; beyan edilen tutarlar yerine bu tutarlar vergilemeye esas alınır..." hükmü

uyarınca, Basit Usul'e tabi mükelleflerin beyanlarının, götürü safi kazanç tutarları ile karşılaştırılması sona ermiştir. Böylece 2002 yılı gelirlerinin vergilendirilmesinde götürü safi kazanç tutarları ile beyan edilen kazançlar karşılaştırılmayacaktır [1].

III. BASİT USULUN ESASLARI

III.1. Kapsama Giren Mükellefler

Mükelleflerin Basit Usulde Vergilendirme 'den yararlanabilmesi için Gelir Vergisi Kanununun 47 Maddesinde yer alan genel ve 48 maddede yer alan özel şartları topluca taşımaları gerekmektedir. Bu şartlar şunlardır:

III.1.1. Genel Şartları

1- Kendi işinde bir fiil çalışmak veya bulunmak; işinde yardımcı işçi ve çırak kullanmak, seyahat, hastalık, ihtiyarlık askerlik tutukluluk ve hükümlülük gibi zaruri ayrılmalar dolayısıyla geçici olarak işin başında bulunmamak bu şartı bozmaz. Ölüm halinde iş sahibinin dul eşi veya küçük çocukları namına işe devam bulunduğu taktirde, bunların işin başında bir fiil bulunup bulunmalarına bakılmaz [1].

2- İş yeri mülkiyetinin iş sahibine ait olması halinde emsal kira bedeli ,kiralınmış olması halinde yıllık kira bedeli toplamı büyükşehir belediye sınırları içinde 3.500 YTL, diğer yerlerde 2.500 YTL lirayı aşmamak (1/1/2006 tarihinden itibaren geçerli tutarlardır).

3- Ticari ,zirai veya mesleki faaliyetleri dolayısıyla gerçek usulde gelir vergisine tabi olmamak.

Zirai kazancın bilanço veya işletme esasında tespiti sonucu değiştirmez.

2 ve 3 numaralı bent hükümleri öteden beri işe devam edenlerde takvim yılı başındaki, yeniden işe başlayanlarda ise işe başlama tarihindeki duruma göre uygulanır.

III.1.2. Özel Şartlar

Basit Usulden yararlanabilmek için sahip olunması gereken özel şartlar ise ,yine gelir vergisi kanunun 4369 sayılı kanunun 33. Maddesiyle 1/1/1999 tarihinden geçerli olmak üzere değiştirilen 48. maddesinde yer almaktadır.

Bu şartlar (şartlar içinde sayılan maktu had ve tutarlar 1/1/2006 tarihinden itibaren uygulanacak olan tutarlardır).

1- Satın aldıkları malları olduğu gibi veya işledikten sonra satanların yıllık alımları tutarının 50.000

YTL'yi veya yıllık satışları tutarının 72.000 YTL'yi aşmaması şarttır.

2- 1 numaralı bentte yazılı olanların dışındaki işlerle uğraşanların bir yıl içinde elde ettikleri gayri safi iş hasılatının 25.000 YTL'yi aşmaması şarttır.

3- 1 ve 2 numaralı bentlerde yazılı işlerin birlikte yapılması halinde yıllık satış tutarı ile iş hasılatı toplamının 50.000 YTL'yi aşmaması gerekmektedir.

Yukarıda yer alan hadler Gelir Vergisi Kanununun mükerrer 123. maddesi gereğince her yıl yeniden değerlendirme oranında arttırılacaktır.

Basit usulde vergilendirmeden yararlanabilmek için genel ve özel şartların hepsinin bir arada sağlanması gerekmektedir. Genel ve özel şartlardan birinin sağlanamaması halinde dahi basit usulde vergilendirme rejiminden yararlanılamaz.

III.1.3. Hiçbir Şekilde Basit Usulden Yararlanamayacak Olanlar

Bir kısım mükellefler genel ve özel şartların tamamını taşısalar dahi basit usulde vergilendirilmezler,bu mükellefler gerçek usulde vergilendirilmek zorundadırlar. Bu husus Gelir Vergisi Kanunu'nun 51. maddesinde düzenlenmiş olup ,aynı madde de 4369 sayılı kanunla değiştirilmeden önce götürü usulde vergilendirilmeyecek olan mükellefler hakkında idi. 4369 sayılı kanunun 81/c-2 maddesiyle madde başlığında yer alan "götürü" ibaresi 1.01.1999 tarihinden itibaren yürürlüğe girmek üzere ,"basit " olarak değiştirilmiş ,madde içeriğinde ise herhangi bir değişiklik yapılmamıştır [2].

Anılan kanunun maddesine göre genel ve özel şartları taşısalar dahi basit usulden yararlanamayacak olan mükellefler aşağıda sayılmıştır.

1-Kollektif şirket ortakları ile ,komandit şirketlerin komandite ortakları;

2-İkrazat işi ile uğraşanlar;

3-Sarraflar ile kıymetli maden ve mücevherat alım satım işi ile uğraşanlar;

4-Gelir vergisi kanununun 94 madesinin birinci fıkrasında sayılan kişi ve kurumlara karşı inşaat ve onarma işini taahhüt edenler ile bu mükelleflere karşı derece taahhütte bulunanlar;

5-Sigorta üreticileri;

6-Her türlü ilan ve reklam işleri ile uğraşanlar veya

bu işlere tavassut edenler;

7-Gayrimenkul ve gemi alım satımı ile uğraşanlar;

8-Tavassut işi yapanlar(komisyoncu ve tellal gibi) dayı başılar hariç;yani dayı başılar diğer şartları taşıyorlarsa basit usulden yararlanabilirler;

9-Maden işletmeleri, taş ve kireç ocakları,kum ve çakıl istihsal yerleri, tuğla kiremit harmanları işletenler;

10-Şehirlerarası yük ve yolcu taşımacılığı yapanlar ile treyler çekici ve benzerlerinin sahip ve işleticileri (Yapısı itibariyle sürücüsünden başka on dört ve daha aşağı oturma yeri olan ve insan taşımaya mahsus motorlu kara taşıtları ile yolcu taşıyanlar hariç) Parantez içi hükümde yer alan istisnaya uyan taşıtlar minibüs ve taksilerdir, bu taşıtlarla şehirler arası yolcu da taşınsa diğer şartların mevcudiyeti halinde bu mükellefler basit usulde vergilendirilirler. Ancak minibüs niteliğindeki bir taşıtlarla yolcu taşımacılığının yanında şehirler arası (tabii ki taşınan yolcuların eşyaları haricinde) eşya taşımacılığı da yapıyorsa bu mükellef basit usulden yararlanamaz [3].

11-Maliye Bakanlığınca teklif edilen ve bakanlar kurulunca kararlaştırılan iş grupları, sektörler, il ve ilçeler, büyükşehir belediyeleri dahil olmak üzere il ve ilçelerin belediye sınırları (mücvir alanlar dahil), belediyelerin nüfusları, yöreler itibariyle veya sabit bir iş yerinde faaliyette bulunup bulunmadığına göre gerçek usulde vergilendirilmesi gerekli görülenler;

Bakanlar Kurulu bu yetkiye dayanarak aşağıda belirtilen faaliyetlerle uğraşan mükelleflerinde götürü usulde (Basit Usulde) vergilendirilmeyeceğine karar vermiştir.

a-Zirai mahsul satın alarak bu mahsulleri kısmen veya tamamen tüketici dışında kalanlara satanlar,

b-Her türlü televizyon, video, radyo, radyo, teyp, müzik seti, disk çalar, kamera bilgisayar, soğutucu, çamaşır makinesi, elektrikli süpürge, elektronik müzik aletleri, elektrikli dikiş makinesi ile elektrikle çalışan benzeri eşyaların alım-satım ve üretimi ile uğraşanlar,

c-Büyükşehir Belediyesi olan illerin (Erzurum ve Diyarbakır hariç) mücvir alan sınırları dahil olmak üzere Büyükşehir Belediye sınırları içinde her türlü emtia imalatı ve alım satımı, inşaat ile ilgili her türlü işlerle, motorlu taşıtların her türlü bakım ve onarım işleri ile uğraşanlar, lokanta ve benzeri hizmet işletmelerine işletenler ile eğlence ve istirahat yerlerini işletenler[4].

Sahte veya muhteviyatı itibariyle yanıltıcı belge düzenleyenler ve kullananlar da basit usulden faydalanamayacaklardır.

Herhangi bir şekilde gerçek usulde vergilendirilecek olanlar ve gerçek usulde vergilendirilen mükellefler bir daha hiçbir şekilde basit usulden yararlanamayacaklardır.

1/1/1999 tarihinden önce gerçek usulde vergilendirilmekte iken işini terk eden mükellefler bu tarihten sonra tekrar işe başlamaları halinde yine gerçek usulde vergilendirileceklerdir. Bu kişilerin aynı türden iş yapan eş ve çocukları da bu faaliyetleri nedeni ile basit usulden yararlanamayacaklardır.

III.2 Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin Ödevleri ve Kazançlarının Tespiti

III.2.1. Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin Ödevleri

Basit usulde vergilendirilen mükellefler, diğer mükellefler gibi Vergi Usul Kanunu'nda belirtilen ödevlerin tamamından sorumlu değildir, ancak bu mükelleflerde bazı ödevler yüklenmiştir. Bu ödevler aşağıda sıralanmıştır.

III.2.1.1. Bildirmeler

Basit Usulde vergilendirilen mükelleflerde diğer mükellefler gibi işe başlama, adres ve işletmelerinde meydana gelen ve yasal olarak bildirilmesi gereken değişiklikler ile işi bıraktıklarında bu hususu bağlı oldukları vergi dairesine bildirmek zorundadırlar.

III.2.1.2 Belge Düzenleme ve Belge Alma

Basit usulde vergilendirilen mükellefler Vergi Usul Kanunu hükümleri ne göre fatura, perakende satış vesikaları ve diğer belgeleri düzenlemek ve kullanmak zorundadırlar.

Ancak basit usulde vergilendirilen mükelleflerin yeni düzenlemeye intibak edebilmeleri ve gerekli hazırlıkları yapabilmeleri için 1/1/1999 tarihinden 30/06/1999 tarihine kadar belge vermedikleri günlük hasılatları için gün sonunda tek bir fatura düzenleyecekleri belirtilmiş, bu süre 234. GV Genel Tebliği ile 31/12/2000, 238. GV Genel Tebliği ile 31/12/2001, 244. GV Genel Tebliği ile 31/12/2002 ve en son 246. GV Genel Tebliği ile de 31/12/2003 tarihine kadar uzatılmıştır.

Bu çerçevede gün sonunda tek bir fatura düzenlenmesi halinde ise,

- Düzenlenen faturanın alıcıya ilişkin bilgiler yerine "... tarihli toplam hasılat " ibaresinin yazılması,

- Satılan emtia veya yapılan hizmet ,farklı Katma

Değer Vergisi oranlarına dahil ise hasılatı n Katma Değer Vergisi dahil olmak üzere faturada ayrı ayrı toplamlar halinde gösterilmesi gerekmektedir.

Ancak bu imkandan yararlanmak isteyen mükellefler müşterilerinin istemesi halinde fatura veya perakende satış vesikası (dolmuş işletenler hariç) vermek zorundadırlar. Buna göre, yeni bir düzenleme yapıncaya kadar dolmuş işleten mükelleflerin akşam fiilen elde ettikleri gayrisafi hasılatları üzerinden fatura düzenlemeleri ve bu faturanın alıcıya ilişkin bilgiler yerine "...tarihli hasılat" ibaresini yazmaları gerekmektedir.

Basit usulde vergilendirilen mükellefler, iş ve işletmelerinde kullandıkları sabit kıymetleri gider yazamayacaklar, amortisman tabi tutamayacaklar ve bu kıymetlere ilişkin Katma Değer Vergisi de indirim konusu yapamayacaklarından, söz konusu mükelleflerin amortisman tabi iktisadi kıymetlerini satmaları halinde fatura düzenleme yükümlülükleri de yoktur.

Basit usule tabi mükellefler kullanacakları belgeleri ve zarfları bağlı oldukları oda veya birliklerden temin edeceklerdir.

Faaliyet gösterdikleri alanlar gereği ,traktörle nakliyecilik yapanlar, hususi oto il ticari faaliyette bulunanlar, biçer döver işletmeleri ile inşaat ustaları gibi herhangi bir mesleki teşekküle kaydı bulunmayan mükelleflerin kullanacakları belgeleri ikinci sınıf tüccarların tabi oldukları esaslar çerçevesinde temin etmeleri uygun görülmüştür. Buna göre basit usulde vergilendirilen söz konusu mükelleflerin kullanacakları belgeleri ikinci sınıf tüccarların tabi oldukları esaslar çerçevesinde temin etmeleri uygun görülmüştür. Buna göre basit usulde vergilendirilen söz konusu mükelleflerin kullanacakları belgeleri ilgili mevzuatta yer alan esaslar çerçevesinde anlaşmalı matbaalara bastırmaları veya noterlere tasdik ettirmeleri mümkün bulunmaktadır. Anılan mükellefler diledikleri taktirde kullanacakları belgeleri faaliyette buldukları yerdeki herhangi bir oda ya da birlikten de temin edebilirler [5]. Bu taktirde oda ya da birliğe kayıt olma şartı aranmaz. Ancak bu mükellefler kullanacakları belgeleri temin etme konusunda oda il anlaşmalı matbaa konusunda yaptıkları tercihi aynı vergilendirme dönemi içerisinde değiştiremezler. Örneğin, kullanacakları belgeleri 2001 vergilendirme döneminde anlaşmalı matbaadan temin eden bir mükellef aynı vergilendirme dönemi içinde bulunduğu yerdeki oda ya da birlikten belge temin edemeyecektir.

Basit usulde vergilendirilen mükelleflerce fatura ve fatura yerine geçen belgeler, vergi iadesine konu harcama belgesi olarak kabul edilecektir.

Basit Usul'de vergilendirilen mükellefler, vergiden

muaf esnaftan, ticari amaçla satın aldıkları emtia veya onlara yaptırdıkları hizmetler için VUK'nun 234. maddesi hükmü gereğince gider pusulası düzenleyecekler, düzenlenen bu gider pusulası düzenleyen (basit usulde vergilendirilen mükellefler) için alış veya gider faturası hükmündedir.

III.2.1.3. Muhafaza ve İbraz

Basit usulde vergilendirilen mükelleflerin ,bir takvim yılı içinde aldıkları mallara ve hizmetler ait alış belgeleri ve yaptıkları giderler ile hasılat belgeleri kayıtlarının tutulduğu bürolarda muhafaza edilecektir. Cari takvim yılına ilişkin belgelerin ibrazı da bu bürolarda muhafaza edilecektir. Yıllık beyannamenin verilmesinden sonra o yıla ilişkin belgeler muhafaza edilmek üzere mükellefe teslim edilecektir. Teslim alınan belgeler, ilgili yılı takip eden takvim yılı başından başlayarak 5 yıl süre ile mükelleflerce muhafaza edilecektir. Eğer ibrazı istenen belgeler ve kayıtları cari yıla ilişkin değil de geçmiş yıla ilişkin ise belgeler kayıtları tutulduğu oda tarafından mükellefe 5 yıl muhafaza edilmek üzere verilmiş olacağından, belgelerin ibraz yükümlülüğü de mükellefe ait olacaktır[5].

III.2.1.4. Alış ve Satış Belgelerinin Bulunduğu Zarfların Düzenlenmesi ve Odaya Teslimi

Basit usulde vergilendirilen mükellefler faaliyetlerine ilişkin mal alış ve giderleri ile hasılatlarını gösteren, üçer aylık işlemlerine ait belgeleri, 215 seri nolu GV Genel Tebliğinin 1 ve 2 numaralı ekinde görülen (25x32.5) ebadında torba zarflara koyacaklar, zarfları izleyen ayın 10'una kadar kayıtların tutulduğu bürolara teslim edecekler ve bürolarda görevli personel tarafından bizzat mükelleflerin iş yerlerine gidilerek teslim alınacaktır. İsteyen mükellefler zarflarını bu süreden önce de kayıtların tutulduğu büroya verebileceklerdir.

Bu zarflarla birlikte mükellefe ait kimlik bilgileri (adı soyadı, baba adı, faaliyet türü, nüfus kaydına ilişkin bilgiler, bağlı olduğu oda ve numarası, ikametgah ve iş adresleri ile telefon numaraları) bir defaya mahsus olmak üzere büroya verilecektir. Daha sonra verilecek zarfların üzerine mükellefin sadece adı, soyadı ve vergi kimlik numarası ile imzasının bulunması yeterli olacaktır.

Basit Usul'de vergilendirilecek mükellefler defter tutmayacaklardır. Bunların kazançları mesleki yönden bağlı olunan odalar bünyesinde tutulacak kayıtlardan tespit edilecektir. Ancak Defterdarlık ve birliklerce uygun görülen mükellefler, kayıtlarını kendileri tutabileceklerdir. Bu taktirde vergilendirme ile ilgili ödevlerin tamamı kendileri tarafından yerine getirilecektir.

Ancak Gelirler Genel Müdürlüğü'nün yukarıda bahsedilen yazısında, defterdarlık ve birliklerin uygun

görüşüne gerek kalmaksızın, isteyen mükelleflerin kayıtlarını kendilerinin tutabilecekleri ifade edilmiştir.

III.2.1.5. İşi Terk Halinde Kullanılmayan Belgelerin İptali

Basit Usul'e tabi olan mükelleflerden, işlerini terk edenlerin kullanmadıkları belgeleri iptal ettirmelerinde şu prosedürü izlemeleri gerekmektedir.

Önceleri bağlı buldukları vergi dairesine işi bırakma bildirimi verecekler, bu tarihten sonra ellerinde kullanılmamış olarak kalan belgelerini ise ,bu belgeleri teslim aldıkları odalara veya birliklere ibraz edeceklerdir. Söz konusu belgelerde oda veya birliklerce ilerleyen bölümlerde (Mesleki Teşekküllerin Ödevleri Bölümünde) açıklandığı şekilde iptal edilecektir.

III.2.1.6. Diğer Ödevler

Basit Usul'de vergilendirilen mükellefler de diğer mükellefler gibi, Vergi Usul Kanunu'nun 257. maddesinde mükelleflerin diğer ödevleri olarak belirtilen ödevleri yerine getirmek zorundadırlar. Her ne kadar bu maddede belirtilen ödevler ,daha büyük çaplı mükellefleri ilgilendiren vergi incelemesi ile ilgili ise de, Vergi Usul Kanunu 'nun 137. madde hükmüne göre, tüm mükellefler vergi incelemesine tabi tutulabilir, bu nedenle basit usulde vergilendirilen nezdinde yapılacak herhangi bir vergi incelemesi esnasında bu mükelleflerin anılan maddedeki ödevleri yerine getirmek zorunluluğu vardır.

Ayrıca; basit usulde vergilendirmenin genel şartlarından biri, kendi işinde bir fiil çalışmak veya bulunmak olmakla birlikte, bu mükelleflerin işlerinde yardımcı işçi çalıştırmaları veya çırak kullanmaları bu şartı bozmayacaktır. Bu durumda çalıştırılanların ücretleri diğer ücret kapsamında vergilendirilecektir. Diğer ücret kapsamında vergilendirilenler ise vergi karnesi almaya mecburdurlar. Zira basit usulde vergilendirilen mükelleflerin vergi kesintisi yapmak ve muhtasar beyanname vermek yükümlülüğü yoktur. Kazançları basit usulde vergilendirilen ticaret erbabı, yanında çalışanların vergi karnesi almalarını ve karnelerinde yazılı vergileri ödemelerini temin etmeye mecburdurlar. Aksi taktirde Vergi Usul Kanunu uyarınca kesilecek cezalar işveren hakkında kesilir [6].

Yine Vergi Usul Kanunu'nun 4369 sayılı değişik mükerrer 257. maddesinde yer alan yetki çerçevesinde, Maliye Bakanlığı'nca yapılacak her türlü düzenlemeye uymaya, gerçek usulde vergilendirilen mükellefler gibi, basit usulde vergilendirilen mükellefler de uymak zorundadırlar .

III.2.2. Mesleki Teşekküllerin Ödevleri

III.2.2.1. Kayıtların Tutulması

Daha önce de ifade edildiği üzere meslek teşekküllerin en önemli ödevi, kendilerine bağlı olan ve basit usulde vergilendirilen mükelleflerin kayıtlarını tutmak, kayıtları tutan mükelleflerin cari yıla ilişkin belgelerini muhafaza ve istendiğinde ibraz etmek, mükellefin belgelerinden kazancını tespit ederek beyannamesini hazırlamak ve vergi dairesine vermektir. Bu hususlar 215 seri nolu GV Genel Tebliğinde şu şekilde ifade edilmiştir.

Mükellef kayıtları öncelikle mesleki yönden bağlı olunan odalar bünyesinde kurulacak bürolarda tutulacaktır. Mesleki yönden bağlı oldukları oda bünyesinde büro kurulmamış ise kayıtlar, iş yerlerinin bulunduğu yerdeki diğer meslek odalarında kurulmuş olan bürolarda tutulacaktır.

İş yerlerinin bulunduğu yerde bulunan meslek odaları bünyesinde büro kurulmamış ise kayıtlar mükellefin bağlı olduğu odanın öngöreceği yerdeki büro tarafından tutulabilecektir.

Kayıtların tutulacağı bürolarda yetki almış yeterli sayıda meslek mensubunun çalıştırılması zorunludur. Vergilendirme bütünlüğünün bozulmamamsı yönünden bir büroda kayıtları tutulan mükelleflerin (iş yerinin nakli hariç) o takvim yılının sonuna kadar tüm işlemleri aynı büro tarafından yerine getirilecektir.

Mükelleflerden zarf içinde teslim alınan belgeler, bürolarda bilgisayar ortamında kayıt edilecektir. Bu kayıt sırasında belge bilgileri (Hasılat Belgeleri sıra no, kayıt tarihi, verilen fatura veya vesikanın tarih ve no'su stopaj uygulaması, açıklama, gider tutarı, satılan emtia tutarı, diğer gelirler, hesaplanan katma değer vergisi, toplam, mal alış ve gider belgeleri; sıra no, kayıt tarihi, alınan faturanın veya vesikanın tarih ve no'su, stopaj uygulaması, açıklama, gider tutarı, satın alınan emtia bedeli, indirilebilecek Katma Değer Vergisi toplam) ayrı sütunlarda gösterilecektir [6].

Ancak, yukarıda ifade edildiği üzere, isteyen mükellefler, kayıtlarını kendileri tutulabileceklerdir. Bu taktirde vergilendirme ile ilgili ödevlerin tamamı kendileri tarafından yerine getirilecektir.

III.2.2.2. Belgelerin Dağıtımı ve Basımı

Basit Usul'de vergilendirilecek mükelleflerin kullanacakları belgeler ile zarfların basımı, dağıtımı izlenmesi ve kayıtlarının tutulması işlemlerini ilgili mesleki teşekküller yürütecektir. Meslek teşekküller kimlere hangi belgeleri verdiklerini, hangi belgelerin kendilerine iade edildiklerini mükellefler itibariyle zimmetli kayıtlarında göstereceklerdir. Mükelleflerin belge basımı için vergi dairelerinden izim almalarına gerek bulunmamaktadır. Basımı yapılacak belgelerde Vergi Usul Kanunu ve ilgili mevzuatta yer alan asgari

bilgilere ile özel işaret (amblem) bulunacaktır.

Belgelerin basımı yaptıracak ilgili mesleki teşekküller, basımı yaptıkları belgelerin en alt kısmına dipnot şeklinde adı, adresi veya basımı yapan matbaa işletmesine ilişkin bilgileri yazdıracaklardır. İlgili mesleki teşekküller belgeleri teslim etmeden önce mükellefin adını, soyadını, varsa unvanını, bağlı olduğu vergi dairesi ve kimlik numarası ile iş adresini (motorlu taşıt işletenlerde taşıtın plakasını) beliren kaşenin basılmasını sağlayacaklardır.

III.2.2.3. Cari Yıl Belgelerinin Muhafaza ve İbrazi

Daha önce de ifade edildiği üzere, basit usulde vergilendirilen mükelleflerin bir takvim yılı içinde aldıkları mallara ve hizmetlere ait alış belgeleri ve yaptıkları giderler ile hasılat belgeleri kayıtlarının tutulduğu bürolarda, her bir mükellef için ayrı ayrı dosyalarda muhafaza edilecektir. Cari takvim yılına ilişkin belgelerin ibrazı da bu bürolardan talep edilecektir.

Bürolarda her yılın Ocak ayı içinde, mükelleflerin geçmiş yıla ilişkin dosya ve zarflarındaki bilgi ve belgelerine dayanılarak 215 seri nolu GV Genel Tebliğinin 3 numaralı ekinde yer alan "hesap Özeti" doldurulacak ve yıllık beyannameye eklenerek mükellefine bağlı bulunduğu vergi dairesine verilecektir.

III.2.2.4. Yılı Geçen Belgelerin Mükelleflere Teslimi

Cari takvim yılı kayıtlarının tutulması ve vergilendirme ile ilgili tüm ödevler bürolarca yerine getirilip, yıllık beyannamenin verilmesinden sonra o yıla ilişkin belgeler muhafaza edilmek üzere mükellefe teslim edilecektir. Teslim alınan belgeler, ilgili buldukları yılı takip eden takvim yılı başından başlayarak 5 yıl süre ile mükelleflerce muhafaza edilecektir.

III.2.2.5. Gelir Vergisi Beyannamesinin Verilmesi

Basit Usul'e tabi mükelleflerin geliri, sadece basit usulde tespit edilen ticari kazançlardan ibaret ise yıllık beyanname, mükellefin de imzası alındıktan sonra Şubat ayı içinde büroda görevli personel tarafından vergi dairesine verilecek veya gönderilecektir.

Ancak, mükelleflerin basit usulde vergilendirilen ticari kazanç ile birlikte diğer gelir unsurları varsa yıllık beyanname Mart ayı içinde verilecektir. Bu durumda gelir vergisi beyannamesini mükellefin kendisi mi yoksa, mükellefin yine imzası alındıktan sonra odanın mı vermesi gerektiği açık olmamakla birlikte, kanımızca odaya düşen yükümlülük mükellefin basit usul esaslarına göre kayıtlarını yapmak ve kazancını diğer gelir unsurlarına ilave edip, gelir vergisi beyannamesini Mart ayında kendisinin vermesi gerekmektedir.

Gelir Vergisi Kanunu'nun 94. Maddesinde, yaptıkları ödemelerden vergi tevkif edecekler arasında basit usulde vergilendirilen mükellefler sayılmamıştır. Bu nedenle söz konusu mükellefler gelir vergisi tevkifatı yapmayacaklar ve muhtasar beyanname veremeyeceklerdir.

Basit usule tabi olan mükelleflerin 1 no'lu Katma Değer Vergisi Beyannamesi odalar tarafından 3'er aylık dönemler itibariyle verilecektir.

Basit usule tabi mükellefler, yılın ilk 3 aylık döneme mine (Ocak, Şubat, Mart) ait KDV beyannamelerini 25 Nisan günü mesai saati sonuna kadar vergi dairesine verecekler veya göndereceklerdir. Katma Değer Vergisi Beyannamesinin verilmesinde 3'er dönem uygulaması diğer aylarda da devam edecektir.

Basit usulde vergilendirilen mükellefler, defter tutmayacağından mal ve hizmetlere ait katma değer vergisi indiriminin belgelendirilmesinde alış ve gider vesikalarının kanuni defterlere kaydedilmesine ilişkin şart aranmayacaktır.

Basit usulde vergilendirilen mükellefler geçici vergi ödemeyeceklerinden, Geçici vergi beyannamesi de verilmeyecektir .

III.2.2.6. Kullanılmayan Belgelerin İptali

Mükellef tarafından işi terk nedeni ile mesleki teşekküle iptal edilmek üzere getirilen belgeler, oda veya birlikler tarafından aşağıdaki şekil de iptal edilecektir [7].

-Kendilerine belge ibraz edilen oda veya birlikler,

-Belge türleri itibariyle kullanılan en son belgenin seri ve sıra numarası ile düzenlenme tarihinin,

- Kullanılmadığı için iptal edilecek belgelerin türü, ilk seri ve sıra numarası, son seri ve sıra numarasını.

İbraz edilen belgeler ile odanın veya birliğin kayıtları karşılaştırılarak ibraz edilmediği tespit edilen belgelerin seri ve sıra numarasını, üç nüsha olarak düzenlenecek bir örneği ekli tutanakla tespit edecekler ve bu tutanak mükellef ile oda veya birlik temsilcisi tarafından imzalanacaktır. Düzenlenene tutanağın bir örneği mükellefe verilecek, bir örneği ilgili vergi dairesine gönderilecek, kalan nüsha ise oda veya birlik tarafından bu konuda açılan dosyada saklanacaktır.

Mükelleflerce oda veya birliklere ibraz edilen kullanılmamış belgeler, oda veya birliklerce yatay veya dikey kesilmek sureti ile kullanılmayacak şekilde iptal edilecektir.

İptal işlemleri mükellefin başvuru tarihinden itibaren en geç 15 gün içerisinde tamamlanarak vergi dairesine bildirilecektir.

İşi bırakma bildiriminin vergi dairesine posta ile gönderilmesi halinde, vergi dairesince bir taraftan mükellefiyetin terkinine ilişkin işlemler yürütülürken, diğer taraftan belgelerin iptalinin sağlanması için ilgili oda veya birliğe terk dilekçesinin bir örneği yazı ekinde gönderilecektir. İlgili oda yada birlikler mükelleflerden kullanılmamış olarak ellerinde bulunan belgelerin ibrazını isteyeceklerdir. İbraz edilen belgeler ile ilgili işlemler yukarıda açıklanan şekilde tamamlanarak sonucundan vergi dairesine bilgi verilecektir [8].

İşi bırakan mükelleflerden söz konusu belgeleri ibraz etmeyenler ile eksik belge ibraz edenler veya belgelerini kaybettiğini bildirenlerin durumu tutanakla tespit edilerek tutanağın bir örneği ilgili vergi dairesine gönderilecektir.

Yukarıda açıklandığı üzere ,yaptıkları iş gereğince herhangi bir mesleki örgüte kaydının bulunmaması nedeni ile odalardan belge temin edemedikleri için, belgeleri anlaşmalı matbaalarda bastıran ya da noter tasdikli belge kullanan mükelleflerin, işi terk durumunda kullanmadıkları belgeler 246 sn VUK açıklanana esaslar dahilinde vergi dairesi tarafından iptal edilecektir.

III.3. Basit Usule Tabi Mükelleflerde Ticari Kazancın Tespiti

III.3.1. Genel Uygulama

Basit usulde ticari kazanç. bir hesap dönemi içinde elde edilen hasılat ile giderler ve satılan malların alış bedelleri arasındaki müspet farktır. Bu fark faaliyetle ilgili olarak alınması ve verilmesi mecburi olan alış ve giderler ile hasılatlara ilişkin belgelerde yazılı tutarlara göre hesaplanacaktır. Bu suretle tespit ve beyan olunan kazançlar vergi tarhına esas alınır. Bu usulde vergilendirilenler ,kazancın tespiti ve Vergi Usul Kanununun defter tutuma hükümleri hariç, bildirme, vesikalar, muhafaza ve ibraz, diğer ödevler ve ceza hükümleri ile çeşitli kanunlarda yer alan ikinci sınıf tüccarlar hakkındaki hükümlere tabidirler [9].

Kazancın bu şekilde tespiti sırasında emtia ticareti ile uğraşanlarca; hesap dönemi sonundaki emtia mevcudunun değeri hasılatla, hesap dönemi başındaki emtia mevcudunun değeri giderlere ilave edilecektir.

Yukarıda ifade edildiği gibi, basit usulde vergilendirilen mükellefler kazanç tespiti bakımından ikinci sınıf tüccarlar hakkındaki hükümlere tabidirler. Dolayısı ile mükellefler, kazanç tespiti sırasında Gelir Vergisi Kanunu'nun" gider kabul edilen ve edilmeyen ödemelerin düzenlendiği 40 ve 41. maddeler ile gider

kabul edilip edilmeme hakkındaki diğer kanunlarda yer alan hükümlere uyacaklardır.

Ancak Gelir Vergisi Kanunu'nun 40/7 numaralı bendinde "Vergi Usul Kanunu hükümlerine göre ayrılan amortismanların" gider yazılacağı ve hangi kıymetler için amortisman ayrılacağı ise Vergi Usul Kanunu'nun 313 ve takip eden maddelerde düzenlenmiş olmasına rağmen, basit usulde vergilendirilen mükelleflerin işlerinde kullandığı sabit kıymetler gider yazılmayacak ve üzerlerinden amortisman hesaplanmayacaktır.

Yalnızca hizmet işi yapan mükelleflerde (berberlik, terziilik gibi) dönem başı ve dönem sonu mal stoku söz konusu olmayacağından, bu mükelleflerin kazanç tespiti yalnızca hasılatlar ile giderlerinden ibaret olacaktır.

GVK' geçici 44'üncü maddesi gereğince, götürü usulden basit usule geçen mükelleflerin kendi belgelerine göre tespit edilen kazançları 1999, 2000, 2001 yılları için Maliye Bakanlığı tarafından belirlenen safi kazanç tutarı ile karşılaştırılmış ,hangisi düşükse vergi matrahı olarak o tutar dikkate alınmıştır. Böylece götürü usulden basit usule geçen mükelleflere ilave vergi yükü getirilmemiş ve 1999, 2000, 2001 yıllarında vergilendirilecek kazançlarına üst sınır konulmuştur. Basit usule tabi mükelleflerin 2002 yılı vergilendirilecek kazançlarının tespitinde bu şekilde bir üst yada alt sınır olmadığından, bu mükelleflerin 2002 yılı vergilendirilecek kazançlarını n tespiti genel esaslara göre yapılacaktır.

Yine GVK' nun geçici 44. maddesi uyarınca 1/1/1999-31/12/2003 tarihleri arasındaki kazançlara uygulanmak üzere ,münhasıran belediye teşkilatı bulunmayan köylerdeki (belediyelerin mücavir alan sınırları hariç) işyerlerinde faaliyet gösteren basit usulde vergilendirilen mükelleflerin GVK'nun 103. maddesinde yazılı tarifinin birinci gelir diliminin yarısını aşmayan kazançları için beyanname verilmeyecektir. Ancak belediyelerin mücavir alan sınırları içerisinde kalan köyler ile diğer yerleşim birimlerinde faaliyette bulunan ve basit usule tabi mükellefler her halükarda beyanname vereceklerdir. Buna göre ,münhasıran belediye teşkilatı bulunmayan köylerdeki (belediyelerin mücavir alan sınırları hariç) iş yerlerin de faaliyet gösteren ve basit usulde vergilendirilen mükelleflerin kazançları, 2002 yılı için geçerli vergi tarifesinin yarısı olan 1.900.000.000-TL'ni aşmadığı takdirde beyanname verilmeyecektir.

III.3.2. Basit Usule Tabi Olmanın Şartlarından Herhangi Birini Takvim Yılı İçinde Kaybedenlerin Durumu

Gelir Vergisi kanunu'nun 46. maddesi uyarınca, basit usule tabi olmanın genel ve özel şartlarından herhangi birini bir takvim yılı içinde kaybedenler ,ertesı takvim yılı başından itibaren gerçek usulde

vergilendirilecektir. Bu hüküm GVK'nun geçici 44. maddesi'nin 4. fıkrası uyarınca sınırlanmıştır. Buna göre 1/1/1999 tarihinden itibaren 2001 yılı sonuna kadar basit usulde vergilendirilecek olanlar hakkında, 48. maddede yazılı özel şartlara ilişkin hadler aranmayacaktır. Bu gruba giren mükelleflerin alış ve satış tutarları ne olursa olsun 1999-2000 ve 2001 yıllarında basit usulde vergilendirilmelerine devam edilecektir. Ancak 1/1/2002 tarihinden itibaren özel şartların da dikkate alınacağı tabiidir.

Basit usulün şartlarına haiz olanlardan ,bu usulden yararlanmak istemediklerini yazı ile bildirenler bu talepleri doğrultusunda takip eden ay başından veya izleyen takvim yılı başından yeni işe başlayanlar ise işe başlama tarihinden itibaren gerçek usulde vergilendirilirler.

Yapılan denetimlerde basit usulde vergilendirilen mükelleflerden sahte veya muhteviyatı itibariyle yanıltıcı belge düzenlediği veya kullandığı tespit edilenler basit usulden yararlanamazlar. Mükellefin bu hususun kendilerine tebliğ edildiği tarihi takip eden ay başından itibaren işletme hesabı esasına göre defter tutmak suretiyle gerçek usulde vergilendirilirler. Bu hususun nasıl tespit edileceği kanun veya tebliğde belirlenmiş olmamakla birlikte, kanımızca bu tespitin vergi inceleme raporuna dayanılarak yapılması gerekir.

Herhangi bir şekilde gerçek usulde vergilendirilecek olanlar ve gerçek usulde vergilendirilen mükellefler bir daha hiçbir şekilde basit usulden yararlanamazlar. 1/1/1999 tarihinden önce gerçek usulde vergilendirilmekte iken işini terk eden mükellefler bu tarihten sonra işe başlamaları halinde, genel şartları taşıyıp taşımadıklarına bakılmaksızın yine gerçek usulde vergilendirilirler. Bu kişilerin aynı türden iş yapan eş ve çocukları da bu faaliyetleri neden ile basit usulden yararlanamayacaklardır.

III.4. Basit Usulde Vergilendirilen Mükelleflerin Diğer Vergiler Karşısındaki Durumları

III.4.1. Katma Değer Vergisi Karşısındaki Durumları

Basit usulde vergilendirilen mükellefler normal şekilde Katma Değer Vergisi mükellefi olacaklar, düzenledikleri belgelerde Katma Değer Vergisi hesaplayıp tahsil edecekler, kendilerine yapılan mal teslimi veya hizmet ifalarında belge alacaklar ve bu belgelerde görünen katma değer vergilerini de indirim konusu yapacaklardır. Ancak satın alınan amortisman tabi iktisadi kıymetlere ilişkin Katma Değer Vergileri indirim konusu yapılamayacağı gibi bu kıymetlerin satışı durumunda ise katma değer vergisi uygulanmayacaktır [10].

Basit usule tabi olan mükelleflerin, 1999 yılı ve müteakip yıllarda 1 nolu Katma Değer Vergisi beyannamesi odalar tarafından 3'er aylık dönemler itibariyle verilecektir.

Basit usule tabii mükellefler, yılın ilk 3 aylık dönemine (Ocak, Şubat, Mart) ait beyannamelerini 25 Nisan günü mesai saati sonuna kadar vergi dairesine verecekler veya göndereceklerdir. Katma Değer Vergisi Beyannamesi'nin verilmesinde 3'er aylık dönem uygulaması diğer aylarda da devam edecektir.

Basit usulde vergilendirilen mükellefler defter tutmayacağından mal ve hizmetlere ait katma değer vergisi indiriminin belgelendirilmesinde alış ve gider vesikalarının kanuni defterlere kaydedilmesine ilişkin şart aranmayacaktır.

Yine Katma Değer Vergisi Kanunu'nun 9. maddesinin Maliye Bakanlığına verdiği yetki çerçevesinde, basit usulde vergilendirilen mükelleflerce,

- fason olarak yaptırılan tekstil ve konfeksiyon işlerinde,

- hurda metal alımlarında,

68. KDV Genel Tebliğinde belirtilen akaryakıt alımlarında sorumluluk uygulaması kapsamında tevkifat yapılmaması uygun görülmüştür.

Buna göre basit usulde vergilendirilen mükelleflere yapılan tevkifata tabi mal ve hizmet teslimlerine ait katma değer vergisinin, genel prensipler çerçevesinde malı teslim eden veya hizmeti yapan mükelleflerce beyan edilerek ödenmesi gerekmektedir. Basit usulde vergilendirilen mükelleflerin tevkifat kapsamına giren teslim ve hizmetlerinde ise alıcılar tarafından tevkifat uygulanacağı tabiidir. Basit usulde vergilendirilen adi ortaklıklarda Katma Değer Vergisi Beyannamesi ortaklık adına düzenlenerek, ortaklığın iş yerinin bağlı olduğu vergi dairesine verilecektir. Ortaklık adına düzenlenerek ilk beyannameye; ortakların adı soyadı, adresi, vergi dairesi ve vergi kimlik numara sını yer aldığı bir liste eklenecektir. Ortakların kendi vergi dairelerine, ortaklık adına beyanda bulunan vergi dairesi ve vergi kimlik numarası bildirilecektir[11].

Yine daha önce ifade edildiği üzere ,münhasıran belediye teşkilâtı bulunmayan köylerdeki (belediyelerin mücavir alan sınırları hariç) iş yerinde faaliyet gösteren ve basit usulde vergilendirilen ve 2001 yılı vergilendirme dönemi ile ilgili olarak gelir vergisi beyanname vermeyecek olan mükellefler hakkında Katma Değer Vergisi Kanunu'nda istisna hükmü olmadığı için, diğer basit usulde vergilendirilen mükellefler gibi üç ayda bir KDV beyannamesi vermeleri gerekmektedir.

III.4.2. Geçici Vergi Karşısındaki Durumları

Gelir Vergisi Kanunu'nun mükerrer 120 maddesinde geçici vergi mükelleflerini sayarken; "Ticari kazanç sahipleri (Basit Usulde Vergilendirilen mükellefler hariç) ile serbest meslek erbabı ... geçici vergi öderler" denilmektedir. Buradan basit usule tabi mükelleflerin geçici vergi mükellefi olmadıkları ve geçici vergi ödemeyecekleri anlaşılmaktadır.

III.4.3. Gelir Vergisi Tevkifatı ve Muhtasar Beyanname Karşısındaki Durumları

Gelir Vergisi Kanununun 94. maddesinde, yaptıkları ödemelerden vergi tevkif edecekler arasında basit usulde vergilendirilen mükellefler sayılmamışlardır. Bu nedenle söz konusu mükellefler Gelir Vergisi Tevkifat'ı yapmayacaklar, dolayısıyla muhtasar beyanname de vermeyeceklerdir. Daha önce de ifade edildiği gibi yanlarında çalışanların ücretleri diğer ücretler kapsamında vergi karnesi ile ödenecektir.

IV. BASİT USUL'DE VERGİLEMEDE GELİLEN NOKTA

Götürü usulde vergilemenin yerini alan ve yaklaşık 800 bin mükellefin yararlandığı basit usulde vergileme, defter tutma mecburiyetinin olmaması, kayıtların tutulması, cari dönem belgelerin muhafazası ve beyannamelerin düzenlenmesi gibi değişik konularda temel görevlerin meslek odalarına yüklenmesi nedeni ile mükellefler tarafından tercih edilen bir sistemdir. KDV mükellefiyetinin söz konusu olmaması, gelir vergisi tevkifatı yapma zorunluluğunun bulunmaması ve geçici vergi ödenmemesi de bu sistemin mükellefler açısından avantajlı kılmaktadır.

Belge düzeninin yerleştirilmesi, kayıt dışının azaltılması ve vergide adaleti sağlayarak vergi gelirlerinin artırılması amacı ile götürü usul yerine hayata geçirilen basit usul bugünkü hali ile vergi gelirlerinin azalmasına yol açma yanında vergide eşitlik ve adalet ilkesini zedeleyen bir uygulama halini almıştır.

Tablo.1 ve 2'den de anlaşılacağı üzere, götürü usulde vergilendirilen mükelleflerden tahsil edilen vergilerin gelir vergisi içindeki payı binde 7-8 olarak gerçekleştirilirken, 1.1.1999 tarihinden itibaren götürü usul kaldırılarak yerine basit usulün getirilmesi ile bu oran binde 2 seviyesine düşmüştür. Oransal olarak meydana gelen büyük düşmeyi, milli gelir rakamları da dikkate alındığında görmek mümkün.

Gelir vergisinin GSMH içindeki payında yıllar itibari ile büyük bir değişiklik göze çarpmamakla birlikte gelir vergisinin giderek kaynaktan kesme yolu ile tahsil edilen bir vergi haline geldiği görülmektedir. 1990 yılında yüzde 0.55 olan beyana dayalı gelir vergisinin GSMH'ye oranı 2004 yılına gelindiğinde yüzde 0.31 seviyesine düşerken, 1990 yılında yüzde 0.04 olan götürü usulle toplanan vergilerin GSMH içindeki payı, basit usul yönteminin tercih edilmesi ile başlayan aşağıya doğru hareketin sonucu, 2005 yılında 2 kat azalarak yüzde 0.02 seviyesine düşmüştür.

V. DEĞERLENDİRME

1.1.1999 tarihinden itibaren "götürü usul" yerine hayata geçirilen, önemli ölçüde vergi kaybına neden olma yanında, belge düzeninin işleyişini bozan ve kayıt dışılığı teşvik eden "basit usul" ün kaldırılması, tüm gelir vergisi mükelleflerinin ayırım yapılmaksızın, gerçek beyanları ile vergilendirilmesi sureti ile vergide adalet ve eşitliğin sağlandığı bir uygulamanın hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Tablo.1. Basit Usule Göre Tahsil Edilen Vergilerin Gelir Vergisi İçindeki Payı

	1990	1991	1992	1999	2000	2003	2004	2005
Gelir V.	18.591	33.348	60.043	4.936.551	6.212.977	17.063.760	19.688.330	22.817,43
Basit usul	161	210	456	3.105	10.412	38.322	63.904	107,62
Oran	0,009	0,006	0,008	0,001	0,002	0,002	0,003	0,005

Kaynak: (www.maliye.gov.tr). [05.02.2006] [12].

Tablo.2. Gelir Vergisinin GSMH İçindeki Payı (%)

	1990	1991	1992	1993	1997	1998	1999	2000	2003	2004	2005
Gelir V.	4.68	5.26	5.44	5.34	5.10	6.51	6.31	4.95	4.81	4.59	4.70
Beyana Day.V.	0.55	0.54	0.66	0.56	0.38	0.54	0.61	0.27	0.31	0.27	0.26
Basit Usul	0.04	0.03	0.04	0.05	0.06	0.06	0.00	0.01	0.01	0.01	0.02
Stopaj	3.93	4.54	4.59	4.59	4.71	4.71	5.08	4.51	4.34	4.14	4.25

Kaynak: (www.maliye.gov.tr). [05.02.2006] [12].

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Duman, Ö. (2003). Basit Usul'de Vergilendirme. *Vergici ve Muhasebeciyle Diyalog*, 49(178), 13-14.
- [2] Taş, S. & Aksöz, S. (2003). Ticari Usul'un Esasları. *Vergi Dünyası*, 84(258), 58-60.
- [3] Akarşan, M. (2003). Vergilendirmenin Ekonomik Etkileri. *Maliye Postası Dergisi*, 43, 13-14.
- [4] Kızılot, Ş. (2002). Defter Tutma Şekilleri. *Çözüm Dergisi*, 14(61), 83-84.
- [5] (2003). *Vergi Tahsilat Süresi*. İstanbul: Hesap Uzmanları Derneği Yayını.
- [6] Gençyürek, L. (2005). Serbest Meslek Kazançlarında Tevkifat. *Vergici ve Muhasebeciyle Diyalog*, 63, 183-187.
- [7] (2004). *Basit Usul'un Getirileri, Gelir ve Kurumlar Vergisi Açıklamaları Kılavuzu*. İstanbul: Hesap Uzmanları Derneği Yayını.
- [8] Başer, M. (2000). *Vergi Uygulamaları*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- [9] Tuncer, S. (2003). *Vergi Uygulamaları*. İstanbul: Okan Yayıncılık.
- [10] Bulutoğlu, K. (1989). *Türk Vergi Sistemi*. İstanbul: Temat Yayınları.
- [11] Erginay, A. (1998). *Vergi Hukuku*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- [12] (www.maliye.gov.tr). [05.02.2006].

Abdulkerim GÖK (akerim@harran.edu.tr) has PhD. of Fiscal Theory at Marmara University Social Sciences Institute. His research areas are fiscal policy, public economics and public finance.

KARAR AĞACI YARDIMIYLA SUÇLULARIN ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİ

Mustafa SEVÜKTEKİN¹, Ayşe OĞUZLAR², Berna AYDIN³, Mehmet NARGELEÇEKENLER⁴

¹Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, Profesör Dr.

²Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, Doçent Dr.

³Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, Öğretim Görevlisi Dr.

⁴Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, Araştırma Görevlisi.

DESCRIPTION OF CRIMINALS WITH DECISION TREE

Abstract: In this study, it is aimed to describe criminals based on different variables. For this purpose, criminal database of Bursa was utilized within project of Uludağ University. By way of using this database it was tried to create the profiles of heavy criminals. During the description of criminals, the decision tree is used which is a result of Chi squared Automatic Interaction Detector (CHAID) algorithm. CHAID algorithm is a method which uses chi square statistic in order to detect optimal separation. According to preliminary analysis result, it was found out that the most effective independent variables are time of incident, place of birth, occupation and date of birth respectively.

Keywords: Crime, Decision Tree, CHAID Algorithm.

KARAR AĞACI YARDIMIYLA SUÇLULARIN ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİ

Özet: Bu çalışmada, suçluların farklı değişkenlere bağlı olarak betimlenmesi amaçlanmaktadır. Amaç doğrultusunda, Uludağ Üniversitesi Bilimsel Araştırma projeleri kapsamında, Bursa Emniyet Müdürlüğünden suçlu veri tabanından yararlanılmıştır. İlgili veri tabanı içerisinde, ağır suç işleyen bireylerin profilleri oluşturulmaya çalışılmıştır. Ağır suç işleyen bireylere ilişkin yapılan betimlemede, bu bireylere ilişkin bir takım değişkenlerden hareketle, CHAID algoritması sonucunda elde edilen karar ağacından yararlanılmıştır. CHAID (Chi-squared Automatic Interaction Detector; Ki-kare Otomatik Etkileşim Dedektörü), optimal bölünmelerin tespiti için ki-kare istatistiğini kullanan bir yöntemdir. CHAID, bölümlendirme amaçlı kullanılan etkili bir istatistiksel tekniktir. Yapılan bir ön analiz sonucunda, bireyin ağır suç işleminde en fazla etkili olan bağımsız değişkenlerin sırasıyla; olay saati, doğum yeri, meslek, sabıka durumu ve yaş değişkenleri olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Suç, Karar Ağacı, CHAID Algoritması.

I. GİRİŞ

Suç insanın doğasında vardır ve suçların dağılımı incelendiğinde gelişigüzel olmadığı açıkça görülür. Çünkü suçun oluşması için zamanın belli bir periyodunda ve belli bir yerde; suçlunun hedefini gerçekleştirmek için mağdur veya eşyaya karşı bir planlı hareketi mevcuttur. Her insan insanca yaşamak, maddi ve manevi varlığını koruma ve geliştirmek hakkına sahiptir [1]. O yüzden, suçların nerede ve niçin meydana geldiğini anlamak, suçla mücadele yöntemlerinin geliştirilmesinde oldukça önemli bir ipucudur. Örneğin oluşturulacak suç haritaları suçun coğrafi yönünü hayalinde canlandırmada insanlara yardım ettiğinden polisler ve suç analizcilerine grafiksel olarak büyük açıklamalar sunar. Ayrıca suç haritaları Vatandaşa daha etkili koruma hizmetini vermek için yasa uygulayıcılarına yardımcı olabilir. Olay yeri adreslerini gösteren basit suç haritaları bile, suçların en yoğun olduğu yerleri göstererek, devriye hizmetine en çok ihtiyaç olan bölgelerin tespit edilmesinde yardımcı olur. Birey adam öldürme gibi suçları işlediğinde ağır suçlar bürosunda sorgulaması yapılmaktadır. Bu nedenle emniyet

müdürlüğünden alınan veri tabanında 117933 gözlemlik veri tabanının 51380 adedi ağır suçlar bürosuna aittir.

Ağır suçlar büro amirliği meydana gelen, intihar, kolluk kuvvetlerine hakaret ve saldırı, hakaret ve sövme, aile fertlerine kötü muamelede bulunma, 6136 sayılı kanuna muhalefet, öldürme, yaralama, kurşunlama, intihar ve şüpheli ölüm, tecavüz, gasp, yağmalama, yol kesmek, rüşvet, zimmet, irtikap, ihtilas, tehdit, kasten yangın çıkartmak ve mesken masuniyeti aleyhine işlenen cürümler gibi olayların soruşturmalarını yapmak olay faillerini delil 'den suçluya gitme yöntemiyle tespit ederek yakalamak ve adli mercilere sevk etmekle görevli ve yükümlüdür [3]. Oto Gaspı, İşyeri Gaspı, Mesken Gaspı, Yaya Gaspı, Banka Soygunu, Kuyumcu Soygunu, Dövizci Soygunu, Adam Kaçırma, Tehdit, Fidyeye İsteme gibi suçlar ağır suçlar büro amirliği tarafından incelenmektedir.

Yukarıda belirtilen hususlar kavram olarak ele alındığında; özellikle GASP olayları TCK (Türk Ceza Kanunu)'nun 495-496-497-498-499. maddelerinde

belirtildiği gibi her kim bir kimseyi cebir ve şiddet kullanarak veya şahsen veya malen büyük bir tehlikeye düşüreceği beyanı ile tehdit ederek, o malı teslimen malın kendi tarafına zaptına, hukuki bir senedi vermeye, tahrip etmeye ve imza etmeye veyahut yol kesmek sureti ile silahlı hayati tehdit oluşturarak, şahsın hayatını, malını, ırzını tehlikeye sokmaya, bunları hükümet tarafından verilmiş bir hüküm gibi göstererek menfaat temin etmeye bunları sağlamak için bir kimseyi hapsedmeye, veya dağa, تنها bir mahale kaldırmaya teşebbüs etmek veya gerçekleştirmesi neticesi meydana gelmesi, gasp kapsamında değerlendirilir. Bütün bu konularda Asayiş Şube Müdürlüğü Ağır Suçlar Büro Amirliğinin Sorumluluğunda bulunmaktadır [2].

İzleyen ikinci bölümde öncelikle karar ağacı analizi algoritmalarından biri olan CHAID' e ilişkin bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde ise, ağır suç işleyen bireylerin betimlenmesi amacıyla, Bursa Emniyet Müdürlüğünden alınan veriler üzerinde bir analiz gerçekleştirilmiştir.

II. CHAID ALGORİTMASI

CHAID (Chi-squared Automatic Interaction Detector; Ki-kare Otomatik Etkileşim Dedektörü), optimal bölünmelerin teşhisi için ki-kare istatistikini kullanan bir yöntemdir. CHAID, bölümlendirme amaçlı kullanılan etkili bir istatistiksel tekniktir. Hedef değişkene veya aynı anlama gelmek üzere bağlı değişkene göre istatistiksel olarak homojen (benzer) olarak değerlendirilen tüm değerleri birleştirir ve diğer tüm değerleri heterojen (benzer olmayan) olarak değerlendirir. Karar ağacındaki ilk dalın formuna göre en iyi ön kestirici değişkenin seçilmesiyle, her bir düğümün seçilen değişkenin homojen değerlerinin bir grubunu oluşturmasını sağlar. Bu süreç ardıl olarak ağaç tamamıyla büyüene kadar sürer. Kullanılan istatistiksel test, hedef değişkenin ölçüm düzeyine bağlıdır. Eğer hedef değişken sürekli bir değişken ise, F testi kullanılır. Eğer hedef değişkeni kategorik ise, ki-kare testi kullanılmaktadır. Exhaustive CHAID' in ise (Ayrıntılı CHAID), hesaplanması uzun zaman alır ve her bir önkestirici için tüm mümkün bölünmeleri araştırır. Ayrıntılı CHAID, CHAID' in modifiye edilmiş şeklidir. CHAID yönteminin zayıf kalan yönlerini gidermek amacıyla geliştirilmiştir. Bazı durumlarda CHAID, bir değişken için optimal bölünmeyi bulamayabilir. Bu durumda tüm kalan kategoriler istatistiksel olarak farklı bulunduğu, kategorileri birleştirmeyi durdurur. Ayrıntılı CHAID buna çare olarak yalnızca iki süper kategori kalana değin kestirim değişkeninin kategorilerini birleştirmeyi sürdürür. Ardından ön kestirici için birleşim serilerini inceler, hedef değişken ile en güçlü birlikteliği veren kategori kümesini bulur ve bu birliktelik için düzeltilmiş p değerini hesaplar. Bu nedenle Ayrıntılı CHAID, her bir ön kestirici için en iyi bölünmeyi bulur ve

bölünme için hangi ön kestiricinin seçileceğine düzeltilmiş p değerlerini kıyaslayarak ulaşır.

Ayrıntılı CHAID, kullandığı istatistiksel testler ve kayıp değerleri değerlendirmesi açısından CHAID' e benzerdir fakat hesaplanması uzun zaman almaktadır. Zamanın sorun olmadığı durumlarda Ayrıntılı CHAID' in kullanılması daha faydalı olacaktır çünkü bazı durumlarda kullanışlı bölünmeler bulabilmektedir. Verilere bağlı olsa da, CHAID ile Ayrıntılı CHAID sonuçları arasında farklılık bulunmamaktadır [4].

En son geliştirilen karar ağacı olma özelliğini taşıyan QUEST (Quick, Unbiased, Efficient Statistical Tree; Hızlı, Yansız, Etkili İstatistiksel Ağaç), çok sayıda kategoriye sahip ön kestiricileri destekleyen, diğer yöntemlerin yanlışlıklarından kaçınılmasını sağlayan ve hızlı hesaplanabilen bir yöntemdir [5]. Göreceli olarak yeni bir iki değerli ağaç büyüme algoritmasıdır. Aynı ayrı değişken seçimi ve bölünme noktası seçimi ile ilgilidir. QUEST' deki tek değişkenli bölünme yaklaşık olarak yansız değişken seçimini sağlar [6]. Bunun anlamı, tüm kestirim değişkenlerinin hedef değişkene göre eşit düzeyde bilgi sağlayıcı olması durumunda QUEST' in eşit olasılığa sahip kestirim değişkenlerinden herhangi birini seçeceği'dir. QUEST hesapsal açıdan etkinlik için yaratılmıştır [5].

Kullanılan modelin kestirim gücünün test edilmesinde veya uygulanan birden çok modelin hangisinin daha uygun olduğunun belirlenmesinde yanlış sınıflama matrisi (misclassification matrix) kullanılmaktadır. Yanlış sınıflama matrisinde yer alan risk tahmin değeri yanlış bir biçimde sınıflanan örnek yüzdesini göstermektedir.

III. AĞIR SUÇLULARIN BETİMLENMESİ ÜZERİNE UYGULAMA

Emniyetten alınan verilerden hareketle yapılan analiz sonucunda, Ağır Suçlar Bürosu veri tabanında toplam 51380 vaka bulunmasına karşın, polis merkezi adı yazılmayan veriler göz ardı edildiğinde toplam vaka sayısı 34521'e düşmektedir.

Analizde kullanılan değişkenlerin kategorileri ise aşağıda belirtildiği gibidir:

Suçun İşlendiği Saat (1-4)

1: 00.00-05.59

2: 06.00-11.59

3: 12.00-17.59

4: 18.00-23.59

Suçun İşlendiği Bölge Karakol Adı (0-21)

- 0: Yok/Boş
- 1: Çarşı
- 2: Çekirge
- 3: Duaçınar M. Canbaz
- 4: Emek
- 5: Emir Sultan
- 6: Ertuğrul Gazi
- 7: Işıklar
- 8: İhsaniye
- 9: Küçük Sanayi
- 10:Kültürpark
- 11: Merinos
- 12: Muammer Sencer
- 13: Muradiye
- 14: N. Pamir
- 15: Nilüfer
- 16: Organize Sanayi
- 17: S. Türkoğlu
- 18: Santral Garaj
- 19: Ş. Şerafettin Yılmaz
- 20: Yavuz Selim
- 21: Yıldırım

Suçun İşlendiği İlçe Emniyet Müdürlüğü (1-3)

- 1: Nilüfer
- 2: Osmangazi
- 3: Yıldırım

Suç İşleyen Bireyin Cinsiyeti (1-3)

- 1: Erkek
- 2: Kadın

Suç İşleyen Bireyin Yaşı

Suç İşleyen Bireyin Medeni Hali (1-4)

1. Hiç evlenmedi
2. Evli
3. Boşandı
4. Eşi öldü

Suç İşleyen Bireyin Eğitim Durumu (1-7)

1. Okur Yazar Değil
2. Okur Yazar
3. İlkokul Mezunu
4. Ortaokul Mezunu
5. Lise Mezunu
6. Meslek Yüksek Okulu Mezunu
7. Üniversite Mezunu

Suç İşleyen Bireyin Daha Önce Sabıka Kaydının Olup Olmaması (0-1)

0. Sabıkası Yok
1. Sabıkası Var

Suç İşleyen Bireyin Meslek-İş Durumu (1-10)

1. Boşta Gezer (İşsiz, Asker, Diğer ve Kaydı Olmayan Kişiler)
2. Öğrenci
3. Çiftçi
4. Ev Hanımı
5. İşçi (Kamu veya Özel)
6. Kamu Personeli (Devlet Memuru)
7. Serbest Meslek (Avukat, Mühendis, Doktor, Muhasebeci, Teknisyen, Şoför, Dişhekilimi, Eczacı, Sigortacı, Tahsildar, Pazarlamacı, Mümessil, İşportacı, ...v.s.)
8. Esnaf ve Sanatkar (Her türlü işyeri sahibi; Dönerci, Terzi, Bakkal, Kasap, Çiçekçi, Boyacı,...v.s.)
9. Yönetici
10. Emekli

Ağır suçlar bürosu için CHAID algoritması sonucunda ele alınan bağımsız değişkenler arasında en önemli olanların sırasıyla olay saati, doğum yeri, meslek, sabıka durumu ve yaş değişkenleri olduğunu görmekteyiz.

Tablo.1. Olay Saati Frekans Dağılımları

Kategoriler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1	9527	19,0	19,0	19,0
2	7132	14,2	14,2	33,1
3	12481	24,8	24,8	58,0
4	21131	42,0	42,0	100,0
Toplam	50271	100,0	100,0	

Ağır suç işleyen bireylerin, suçu işledikleri saat en çok %42 ile (18:00-23:59) aralığında, ikinci olarak %24,8 ile (12:00-17:59) aralığında, üçüncü olarak %19 ile (00:00-05:59) aralığında ve en az %14,2 ile (06:00-11:59) aralığında gerçekleşmiştir.

Ağır suçlar işleyenlerin en fazla %62,9'unun doğum yeri Marmara Bölgesi, en az %0,5'i göçmendir.

Tablo.2. Doğum Yeri Frekans Dağılımları

Kategoriler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1	662	1,3	1,3	1,3
2	6192	12,1	12,1	13,4
3	792	1,6	1,6	15,0
4	2312	4,5	4,5	19,5
5	1819	3,6	3,6	23,1
6	6907	13,5	13,5	36,6
7	32073	62,9	62,9	99,5
8	235	0,5	0,5	100,0
Toplam	50992	100,0	100,0	

Ağır suç işleyenlerin %35,5'i serbest meslek, ikinci olarak %30,9'u boşta gezer, üçüncü olarak %16,2 ile işçi olduğu frekans tablosundan açıkça görülmektedir.

Tablo.3. Meslek Frekans Dağılımları

Kategoriler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1,00	12106	30,9	30,9	30,9
2,00	367	0,9	0,9	31,9
3,00	522	1,3	1,3	33,2
4,00	1408	3,6	3,6	36,8
5,00	6322	16,2	16,2	53,0
6,00	929	2,4	2,4	55,4
7,00	13906	35,5	35,5	90,9
8,00	2675	6,8	6,8	97,7
9,00	7	0,0	0,0	97,8
10,00	879	2,2	2,2	100,0
Toplam	39121	100,0	100,0	

Ağır suçlar suçu işleyenlerin %53,3'ü daha önce sabıka kaydı olmadığı %46,7'sinin sabıka kaydı olduğu görülmektedir.

Tablo.4. Sabıka Durumu Frekans Dağılımları

Kategoriler	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1	21602	53,3	53,3	53,3
2	18938	46,7	46,7	100,0
Toplam	40540	100,0	100,0	

Ağır suçlar bürosunda ilk bölümlendirilmenin olay saatine bağlı olarak yapıldığını görmekteyiz. Elde edilen

son karar ağacı incelendiğinde; suçu ilgili bölgelerde işlediği için Emir Sultan, İhsaniye, Nilüfer ve Duaçınar M. Canbaz bölgelerindeki polis merkezine getirilen, doğum yeri Akdeniz bölgesi veya bila olan (bilinmeyen), suçu 18:00-23:59 zaman dilimi içerisinde işleyen kişilerin %29,11' i ağır suç işlerken %70,89' u ağır suçların dışında kalan diğer suçlardan yakalanmıştır. Suçu işlediği bölge polis merkezi Çarşı, Merinos ve Çekirge olan, doğum yeri Akdeniz bölgesi veya bila olan, suçu 18:00-23:59 zaman dilimi içerisinde işleyen kişilerin %19,68' i ağır suç işlerken %80,32' si ağır suçların dışında kalan diğer suçlardan yakalanmıştır. Ağır suçu Organize Sanayi, Ertuğrul Gazi, Ş. Şerafettin Yılmaz, N. Pamir, Muradiye, Işıklar, Küçük Sanayi, Yavuz Selim ve Kültürpark bölgelerinde işleyen ve bu bölgelerdeki polis merkezlerine getirilen, doğum yeri Akdeniz bölgesi veya bila olan, suçu 18:00-23:59 zaman dilimi içerisinde işleyen kişilerin %41,81' i ağır suç işlerken %58,19' u ağır suçların dışında kalan diğer suçlardan yakalanmıştır. Ağır suçu S. Türkoğlu, Muammer Sencer, Yıldırım, Emek, Santral Garaj bölgesinde işleyen veya bila olan, doğum yeri Akdeniz bölgesi veya bila olan, suçu 18:00-23:59 zaman dilimi içerisinde işleyen kişilerin %12,14' ü ağır suç işlerken %87,86' sı ağır suçların dışında kalan diğer suçlardan yakalanmıştır.

Kamu personeli veya emekli olup, doğum yeri iç anadolu bölgesi veya yurt dışı olan ve suçu 18.00-23.59 saat dilimleri arasında işleyen kişilerin %72,41' i ağır suç işlerken %27,59' u diğer suçlardan yakalanmışlardır. Boşta gezen, doğum yeri iç anadolu bölgesi veya yurt dışı olan ve suçu 18.00-23.59 saat dilimleri arasında işleyen kişilerin %30,05' i ağır suç işlerken %69,95' i ise diğer suçlardan yakalanmışlardır. İşçi, serbest meslek sahibi, öğrenci, ev hanımı ve çiftçi olup, doğum yeri iç anadolu bölgesi veya yurt dışı olan ve suçu 18.00-23.59 saat dilimleri arasında işleyen kişilerin %47,60' ı ağır suç işlerken %52,40' ı ise diğer suçlardan yakalanmışlardır. Mesleği esnaf ve sanatkar veya bila olan doğum yeri iç anadolu bölgesi veya yurt dışı olan ve suçu 18.00-23.59 saat dilimleri arasında işleyen kişilerin %40,19' u ağır suç işlerken %59,81'i ise diğer farklı suçlardan yakalanmışlardır.

Son elde edilen karar ağacında 112. düğüme bakıldığında; yaşı 49' dan büyük olup, Karadeniz bölgesinde doğan ve suçu 18.00-23.59 arasında işleyen kişilerin %62,09' u ağır suç işlerken, %37,91' i ise diğer farklı suçlardan yakalanmışlardır. Yaşı 32 ile 49 arasında olan, Karadeniz bölgesi doğumlu ve suçu işlediği zaman dilimi 18.00-23.59 olan kişilerin ise %55,9' u ağır suç işlerken, %44,10' u diğer suçlardan yakalanmışlardır. Yaşı 26 ile 31 arasında olan, Karadeniz bölgesi doğumlu ve suçu işlediği zaman dilimi 18.00-23.59 olan kişilerin ise %67,52' si ağır suç işlerken, %32,48' i diğer suçlardan yakalanmışlardır. Yaşı 21 ile 25 arasında olan, Karadeniz bölgesi doğumlu ve suçu işlediği zaman dilimi 18.00-23.59 olan kişilerin %62' si ağır suç işlerken, %37' si

diğer suçlardan yakalanmışlardır. Yaşı 20 veya daha küçük olan, Karadeniz bölgesi doğumlu ve suçu işlediği zaman dilimi 18.00-23.59 olan kişilerin ise %43,76' sı ağır suç işlerken, %56,24' ü diğer suçlardan yakalanmışlardır.

Olayın işlendiği zaman dilimi 18.00-23.59 için bir diğer sınıflama, öğrenim durumu ve doğum yeri değişkenlerine bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Ortaokul, lise veya meslek yüksek okulu mezunu olan, Marmara bölgesi doğumlu olan ve suçu işlediği zaman dilimi 18.00-23.59 arasında olan kişilerin %67,54' ü ağır suç işlerken, %32,46' sı ise diğer suçlardan yakalanmıştır. İlkokul veya üniversite mezunu olan, Marmara bölgesinde doğmuş ve suçu işlediği zaman dilimi 18.00-23.59 arasında olan kişilerin ise, %58,51' i ağır suç işlerken, %41,49' u ise diğer suçlardan yakalanmıştır. Okur yazar olmayan veya okuma yazma bilen, doğum yeri Marmara bölgesi olan ve suçu 18.00-23.59 arasında işleyen bireylerin %51,53' ü ağır suç işlerken, %48,47' si ise diğer suçları işlemişlerdir.

18.00-23.59 arasında işlenen suçlara ilişkin olan son sınıflama da meslek ve doğum yeri değişkenlerine bağlı olarak gerçekleşmiştir. Boşta gezen, öğrenci veya yönetici pozisyonunda olup, Ege, Güney Doğu Anadolu bölgesi veya Doğu Anadolu bölgesi doğumlu olup, suçu 18:00-23.59 saatleri arasında işleyen bireylerin %38,44' ü ağır suç, %61,56' sı ise diğer suçlardan yakalanmıştır. Serbest meslek sahibi veya ev hanımı olan, Ege, Güney Doğu Anadolu bölgesi veya Doğu Anadolu bölgesi doğumlu ve suçu 18:00-23.59 saatleri arasında işleyen kişilerin %57,41' i ağır suç, %42,59' u ise diğer suçlardan yakalanmıştır. İşçi, esnaf ve sanatkar, kamu personeli veya emekli olan, Ege, Güney Doğu Anadolu bölgesi veya Doğu Anadolu bölgesi doğumlu, suçu 18:00-23.59 saatleri arasında işleyen bireylerin %65,53' ü ağır suç, %34,47' si ise diğer suçlardan yakalanmıştır. Bu değişkenleri içeren son düğümden, mesleği çiftçi veya bila olan, Ege, Güney Doğu Anadolu bölgesi veya Doğu Anadolu bölgesi doğumlu olup, suçu 18:00-23.59 saatleri arasında işleyen bireylerin %51,41' inin ağır suç, %48,59' u ise diğer suçlardan yakalandığı anlaşılabilmektedir.

Suçun işlendiği zaman dilimi 06.00-11.59 olduğunda, öğrenim durumu ve meslek değişkenlerine göre bir sınıflamaya gidilmiştir. Meslek yüksek okulu mezunu veya bila olan, çiftçi, kamu personeli veya emekli olup, suçu 06.00-11.59 zaman dilimleri arasında işleyen bireylerin %88,52' si ağır suç, %11,48' si ise diğer suçlardan yakalanmıştır. Okur yazar veya üniversite mezunu, çiftçi, kamu personeli veya emekli olup, suçu 06.00-11.59 zaman dilimleri arasında işleyen bireylerin %60,61' i ağır suç, %39,39' u ise diğer suçlardan yakalanmıştır. Okur yazar olmayan, ilkököl, ortaokul, lise mezunu, çiftçi, kamu personeli veya emekli olup, suçu 06.00-11.59 zaman dilimleri arasında işleyen bireylerin

%77,26' sı ağır suç, %22,74' ü ise diğer suçlardan yakalanmıştır.

Muradiye, Emek veya Kültürpark polis merkezlerince yakalanmış, boşta gezen veya yönetici olan bireylerden, suçu işlediği saat dilimi 06.00-11.59 olanların, %54,07' si ağır suç, %45,93' ü diğer suçların birinden yakalanmıştır. Ertuğrul Gazi, Merinos, Işıklar veya Yavuz Selim polis merkezleri tarafından yakalanan, boşta gezen veya yönetici olan bireylerden, suçu işlediği saat dilimi 06.00-11.59 olanların, %38,43' ü ağır suç, %61,57' si diğer suçlardan yakalanmıştır. Çarşı, Ş. Şerafettin Yılmaz, N. Pamir polis merkezleri tarafından yakalanan veya bila olan, boşta gezen veya yönetici olan bireylerden, suçu işlediği saat dilimi 06.00-11.59 olanların, %43,75' i ağır suç, %56,25' i diğer suçlardan yakalanmıştır. Organize Sanayi, Yıldırım, Çekirge veya Küçük Sanayi polis merkezleri tarafından yakalanan, boşta gezen veya yönetici olan bireylerden, suçu işlediği saat 06.00-11.59 arası olanların, %15,11' i ağır suç, %84,89' u diğer suçlardan yakalanmıştır. Son olarak S. Türkoğlu, Muammer Sencer, Emir Sultan, İhsaniye, Nilüfer, Duaçınar M. Canbaz veya Santral Garaj polis merkezlerince yakalananlardan, boşta gezen veya yönetici olup, suçu işlediği saat dilimi 06.00-11.59 olanların, %28,95' i ağır suç, %71,05' i diğer suçlardan yakalanmıştır.

Doğum yeri, meslek ve olay saati değişkenleri için ortaya çıkan bir bölümlendirmede en yüksek yüzde; doğum yeri Marmara bölgesi olan, serbest meslek sahibi, esnaf ve sanatkar veya ev hanımı olan, suçu işlediği saat dilimi 06.00-11.59 olan bireylere aittir. Bu grubun %63,77' si ağır suç işlerken, %36,23' ü ise diğer suçlardan yakalanmıştır. En düşük yüzdeyi ise, doğum yeri Akdeniz bölgesi olan, serbest meslek sahibi, esnaf ve sanatkar veya ev hanımı olan, suçu 06.00-11.59 arasında işleyen kişiler sağlamaktadır. Bu kişilerin %15,88' i ağır suç, %84,12' si ise diğer suçlardan yakalanmıştır.

Doğum yeri, meslek ve olay saati değişkenleri için ortaya çıkan bir diğer bölümlendirmede ise en yüksek yüzde; doğum yeri, Marmara, Karadeniz, Güney Doğu Anadolu, Doğu Anadolu bölgesi veya yurtdışı olup, işçi olan ve olayı işlediği zaman aralığı 06.00-11.59 olan kişilere ilişkin olarak ortaya çıkmıştır. Bu grubun %64,47' si ağır suç işlerken, %35,53' ü ise diğer suçlardan yakalanmıştır. Bu değişkenler ele alındığında en düşük yüzdeyi ise doğum yeri Akdeniz bölgesi olup, işçi olan ve olayı işlediği zaman aralığı 06.00-11.59 olan kişiler sağlamaktadır. Bu grubun %20' si ağır suç işlemekte, %80' i ise işlememektedir.

Yine doğum yeri, meslek ve olay saati değişkenleri için meydana gelen başka bir bölümlendirmede ise en yüksek yüzdeyi sağlayan grup; Marmara bölgesi doğumlu olan, mesleği öğrenci veya bila olan, olayı 06.00-11.59 aralığında işleyen kişiler oluşturmaktadır. Bu grubun

%60,86' sı ağır suçtan %39,14' i diğer suçlardan yakalanmışlardır. Yine aynı değişkenler için en düşük yüzdeyi ise Ege, Akdeniz ve yurtdışı doğumlu olup, mesleği öğrenci veya bila olan ve olayı 06.00-11.59 zaman aralığında işleyenler sağlamaktadır. Bu grup için ağır suç işleme yüzdesi %26,98, diğer suçları işleme yüzdesi ise %73,02 olarak bulunmuştur.

Bir diğer bölümlendirme yaş, meslek ve olay saati değişkenleri için oluşmuştur. Yaşı 38' in üzerinde olan, boşta gezen veya yönetici olan, olayı 00.00-05.59 arasında işleyenler bu bölümlendirme için en yüksek yüzdeyi sağlamaktadır. Bu grubun ağır suç işleme yüzdesi %38,40, diğer suçlardan yakalanma yüzdesi ise %61,60 olarak bulunmuştur. Bu bölümlendirme için en düşük yüzdeyi ise, yaşı 20 ve altında olan, boşta gezen veya yönetici olan, olayı 00.00-05.59 arasında işleyenler oluşturmaktadır. Bu grubun ağır suç işleme yüzdesi %9,73 iken, diğer suçlardan yakalanma yüzdesi ise %90,27' dir.

Yaş, meslek ve olay saati değişkenleri için meydana gelen bir diğer bölümlendirme için en yüksek yüzde; yaşı 29 ile 34 arasında olan, serbest meslek sahibi, suçu 00.00-05.59 arasında işleyen bireylere ilişkin olarak oluşmuştur. Bu grup için ağır suç işleme yüzdesi %47,40, diğer suçları işleme yüzdesi ise %52,60 olarak bulunmuştur. En düşük yüzde ise, yaşı 23 ve daha az olan, serbest meslek sahibi ve suçu 00.00-05.59 arasında işleyenlere ilişkin olarak bulunmuştur. Bu kişilerin ağır suç işleme yüzdesi %22,52, diğer suçları işleme yüzdesi ise %77,48 olarak bulunmuştur.

Doğum yeri, meslek ve olay saati değişkenlerine bağlı olarak meydana gelen bir bölümlendirmede en yüksek yüzde; Marmara veya Karadeniz bölgesi doğumlu olup, işçi, esnaf ve sanatkar veya çiftçi olan ve olayı işlediği saat dilimi 00.00-05.59 arasında olan bireylere ilişkindir. Bu kişilerin %50,93' ü ağır suç işlemekten, %49,07' si ise diğer suçlardan yakalanmışlardır. En düşük yüzdeyi ise, İç Anadolu, Doğu Anadolu, Akdeniz veya yurtdışı doğumlu olup, işçi, esnaf ve sanatkar veya çiftçi olan ve olayı işlediği saat dilimi 00.00-05.59 arasında olan bireyler sağlamaktadır. Bu grubun %33,16' sı ağır suç, %66,84' ü ise diğer suçlardan yakalanmışlardır.

Doğum yeri, meslek ve olay saati değişkenlerine bağlı olarak meydana gelen bir diğer bölümlendirmede ise en yüksek yüzde; Marmara bölgesi doğumlu, mesleği öğrenci veya bila olan ve suçu 00.00-05.59 aralığında işleyen bireylere ilişkindir. Bu grubun ağır suç işleme yüzdesi %34,65 iken, diğer suçlardan birini işleme olasılığı ise %65,35 olarak bulunmuştur. En düşük yüzdeyi ise; doğum yeri Ege, İç Anadolu, Akdeniz veya yurtdışı, mesleği öğrenci veya bila olan ve suçu 00.00-05.59 aralığında işleyen bireylere ilişkindir. Bu kişilerin ağır suç işleme yüzdesi %17,15 iken, diğer suçlardan birini işleme yüzdesi ise %82,85' dir.

Cinsiyet, doğum yeri ve olay saati değişkenlerine bağlı olarak meydana gelen bir bölümlendirmede en yüksek yüzde; erkek, yurtdışı doğumlu ve suçu 12.00-17.59 arasında işleyen bireylere ilişkindir. Bu kişiler için ağır suç işleme yüzdesi %28,74 iken, diğer suçları işleme yüzdesi ise %71,26 olarak bulunmuştur. Bu bölümlendirme için en düşük yüzde ise; kadın, yurtdışı doğumlu ve suçu 12.00-17.59 arasında işleyen bireylere ilişkindir. Bu kadınların %12,31' i ağır suç, %87,69' u ise diğer suçlardan birini işlemişlerdir.

Öğrenim durumu, doğum yeri ve olay saati değişkenlerine bağlı olarak meydana gelen bölümlendirmede ise en yüksek yüzde; ortaokul, lise, meslek yüksek okulu veya üniversite mezunu, Akdeniz bölgesi doğumlu ve suçu 12.00-17.59 arasında işleyen kişilere ilişkin olarak bulunmuştur. Bu grubun ağır suç işleme yüzdesi %20,21 iken, diğer suçları işleme yüzdesi ise %79,79 olarak bulunmuştur. En düşük yüzde ise; okur yazar olmayan, okur yazar veya ilkökul mezunu olan, Akdeniz bölgesi doğumlu ve olayı 12.00-17.59 arasında işleyen bireylere ilişkin olarak bulunmuştur. Bu grubun %6,41' i ağır suç, %93,59' u diğer suçlardan yakalanmıştır.

Meslek, doğum yeri ve olay saati değişkenleri için oluşan bir bölümlendirmede en yüksek yüzde; işçi, esnaf ve sanatkar, çiftçi, kamu personeli veya emekli olup, Güney Doğu Anadolu veya Doğu Anadolu bölgesi doğumlu, suçu 12.00-17.59 arasında işleyen bireylere aittir. Bu grubun ağır suç işleme yüzdesi %57,44 iken, diğer suçları işleme yüzdesi ise %42,56' dır. En düşük yüzde ise; boşta gezen veya öğrenci, Güney Doğu Anadolu veya Doğu Anadolu bölgesi doğumlu, suçu 12.00-17.59 arasında işleyenlerindir. Bu kişilerin %27,11' i ağır suç işlerken, %72,89' u diğer suçlardan yakalanmışlardır.

Meslek, doğum yeri ve olay saati değişkenleri için oluşan bir diğer bölümlendirmede en yüksek yüzde; mesleği işçi, çiftçi, kamu personeli veya emekli olup, Marmara veya Karadeniz bölgesi doğumlu ve suçu 12.00-17.59 arasında işleyenlere aittir. Bu kişilerin ağır suç işleme yüzdesi %66,76 iken, %33,24' ü diğer suçlardan yakalanmışlardır. İlgili değişkenler için en düşük yüzde ise; boşta gezen, Marmara veya Karadeniz bölgesi doğumlu ve suçu 12.00-17.59 arasında işleyenlere ilişkindir. Bu grubun %42,78' i ağır suç, %57,22' si diğer suçlardan birini işlemiştir.

Meslek, doğum yeri ve olay saati değişkenleri için oluşan bir başka bölümlendirmede ise en yüksek yüzde; çiftçi, kamu personeli veya emekli, Ege veya İç Anadolu bölgesi doğumlu olup, olayı 12.00-17.59 arasında işleyen kişilerindir. Bu kişilerin ağır suç işleme yüzdesi %77,46, diğer suçları işleme yüzdesi ise %22,54' dür. En düşük yüzde ise; boşta gezen veya yönetici, Ege veya İç Anadolu bölgesi doğumlu ve olayı 12.00-17.59 arasında

işleyen gruba ilişkindir. Bu kişilerin ağır suç işleme yüzdesi %20,09, diğer suçları işleme yüzdesi ise %79,91' dir.

Tablo 5. Ağır Suçlar Bürosu Yanlış Sınıflama Matrisi

		Gerçek Kategori		Toplam
		0	1	
Tahmin Edilen Kategori	0	42665	18230	60895
	1	23886	33150	57036
Toplam		66551	51380	117931
				Risk İstatistikleri
Risk Tahmini				0,357124
Risk Tahmininin Standart Hatası				0,00139527

Elde edilen yanlış sınıflama matrisine baktığımızda yanlış sınıflama oranının %35,7124 olduğunu görmekteyiz. Ele alınan değişkenlere bağlı olarak bireylerin yaklaşık %65' inin doğru bir biçimde sınıflandırıldığı görmekteyiz. Bu değer ele alınan modelin makul bir düzeyde doğru sınıflama yaptığını göstermektedir.

IV. SONUÇ

Çalışmada, Bursa Emniyet Müdürlüğü ile ortak yürütülen bir proje kapsamında, elde edilen suçlu veri tabanından elde edilen ağır suç işleyen bireylere ilişkin veriler kullanılmıştır. Analizde karar ağacı algoritmalarından biri olan CHAID kullanılmıştır. CHAID algoritması kullanılarak elde edilen karar ağacına bakıldığında, kişilerin ağır suç işlemesinde en etkili değişkenlerin olay saati, doğum yeri, meslek, sabıka durumu ve yaş değişkenleri olduğunu görmekteyiz.

Karar ağacı uygulanması sonucu elde edilen ve çarpıcı olan bazı sonuçlar şu şekilde kısaca özetlenebilir: Yaşı 49' dan büyük olup, Karadeniz bölgesinde doğan ve suçu 18.00-23.59 arasında işleyen kişilerin %62,09' u ağır suç işlemiştir. Ortaokul, lise veya meslek yüksek okulu mezunu olan, Marmara bölgesi doğumlu olan ve suçu işlediği zaman dilimi 18.00-23.59 arasında olan kişilerin %67,54' ü ağır suç işlemektedir. Okur yazar olmayan, ilkokul, ortaokul, lise mezunu, çiftçi, kamu personeli veya emekli olup, suçu 06.00-11.59 zaman dilimleri arasında işleyen bireylerin %77,26' sını ağır suç işlediklerinden dolayı yakalanmışlardır. Doğum yeri, meslek ve olay saati değişkenleri için ortaya çıkan bir bölümlendirmede ise en

yüksek bulunan yüzde, doğum yeri Marmara bölgesi olan, serbest meslek sahibi, esnaf ve sanatkar veya ev hanımı olup, suçu işlediği saat dilimi 06.00-11.59 olan bireylere aittir. Bu grubun %63,77' si ağır suçtan yakalanmıştır. Meslek, doğum yeri ve olay saati değişkenleri için oluşan bir diğer bölümlendirmede en yüksek yüzde; mesleği işçi, çiftçi, kamu personeli veya emekli olup, Marmara veya Karadeniz bölgesi doğumlu ve suçu 12.00-17.59 arasında işleyenlere aittir. Bu kişilerin ağır suç işleme yüzdesi %66,76 iken, %33,24' ü diğer suçlardan yakalanmışlardır. Meslek, doğum yeri ve olay saati değişkenleri için oluşan bir başka bölümlendirmede ise en yüksek yüzde; çiftçi, kamu personeli veya emekli, Ege veya İç Anadolu bölgesi doğumlu olup, olayı 12.00-17.59 arasında işleyen kişilerinindir. Bu kişilerin ağır suç işleme yüzdesi %77,46 olarak bulunmuştur. Ayrıca, uygulanan CHAID algoritması sonucunda bireylerin yaklaşık %65' inin doğru biçimde sınıflandırıldığı anlaşılmıştır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Bursa Emniyet Müdürlüğü. (<http://www.bursa.pol.tr/haklariniz/insanhaklari.asp>). [13.10.2006].
- [2] Gaziantep Emniyet Müdürlüğü. *Gasp Nedir?* (<http://www.gaziantep.pol.tr>). [13.10.2006].
- [3] Yalova Emniyet Müdürlüğü. (http://www.yalova.pol.tr/yalovapolis/default.asp?git=ana&Tal=asayis#agir_suclar). [13.10.2006].
- [4] SPSS. (2001). *Answer Tree 3.0 User's Guide*. USA: SPSS Inc.
- [5] Oğuzlar, A. (2004). Cart Analizi ile Hanehalkı İşgücü Anketi Sonuçlarının Özetlenmesi. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(3-4), 81-82.
- [6] Oğuzlar, A. (2004). *Veri Madenciliğine Giriş*. Bursa: Ekin Kitabevi.

Mustafa SEVÜKTEKİN (sevuktekin@uludag.edu.tr) is a Professor in Uludağ University. His scientific interests are time series analysis and forecasting techniques.

Ayşe OĞUZLAR (ayseog@uludag.edu.tr) is an Associate Professor since April 2006 in Uludag University. She has Ph.D. of statistics at Uludag University Institute of Social Sciences. Her scientific interests are multivariate statistical analysis, decision trees, six sigma and data mining.

Berna AYDIN (berna@uludag.edu.tr) is a Ph.D. assistant in Uludağ University. She has Ph.D. of statistics at Uludağ University Institute of Social Sciences. Her scientific interests are multivariate statistical analysis.

Mehmet NARGELEÇEKENLER

(nmargele@uludag.edu.tr) is an assistant in Uludağ University and he is a Ph.D. student in Uludağ University Institute of Social Sciences. His scientific interests are time series analysis and forecasting techniques.

DEĞİŞKENLERİN DİKOTOM HALE GETİRİLMESİ VE FAKTÖR ANALİZİ

Ahmet Mete ÇİLİNGİRTÜRK¹, Dilek ALTAŞ²

¹Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Doçent.Dr.

²Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

SCALE DICHOTOMIZATION AND FACTOR ANALYSIS

Abstract: Questionnaires designed for social researches consist generally Likert or Semantic Differential scales. However, some researchers try to extract the exact tendencies of the objects with binary questions, coded as dichotomy variables. The internal validity is estimated with Cronbach's α for interval assumed scales and with K-20 coefficient for dichotomized scales. Factor analysis is usually used for dimension reduction or for solving multicollinearity at quantitative variables. The aim of this study is to present the availability of commonly used factor analysis for dichotomy variables and it also aims to focus on the problems by the dichotomization of the scale variables. These problems arise as the researchers are grouping the attitude grades in two opposite dimensions for a related research problem. In this case the midpoint would be categorized under one of the opposite sides. A Likert scaled real data is analyzed before and after several type dichotomizations. The resulted internal validity scores and factors are compared and discussed.

Keywords: Dichotomization, Likert Scale, Factor Analysis

DEĞİŞKENLERİN DİKOTOM HALE GETİRİLMESİ VE FAKTÖR ANALİZİ

Özet: Sosyal saha araştırmalarında çoğunlukla anket çalışmaları yapılmakta ve bu ölçekler genellikle sıralı ölçek olan Likert ve semantik farklar tarzında olmaktadır. Bazı çalışmalarda ise cevaplayıcıların belli özelliklere katılımı, iki uçlu cevaplarla araştırılmaktadır. Likert tarzındaki ölçeklerin iç tutarlılığı Cronbach α katsayısı ile tahmin edilirken dikotom ölçeklerde K-20 katsayısı kullanılmaktadır. Saha araştırmalarında boyut indirgeme ve bağımsızlaştırma amacıyla kullanılan faktör analizi bilindiği gibi oransal ölçekli verilere uygulanmaktadır. Çalışmanın amacı, bu tür araştırmalarda sıklıkla kullanılan faktör analizinin dikotom ölçeklere de uygulanabilir olduğunu göstermek ve ayrıca araştırmacıların Likert ölçeğindeki soruları iki karşı sonuçta gruplandırarak çeşitli konulardaki tutum farklılıklarını incelemeleri durumunda ortaya çıkan problemleri ortaya koymaktır. Bu amacın desteklenmesi için Likert ölçeğindeki bir veri setine güvenilirlik ve faktör analizi uygulanacak ve iki farklı yaklaşıma göre dikotom hale getirilmiş verilerden elde edilecek sonuçlara da aynı analizler uygulanarak, elde edilen sonuçlar birbirleriyle karşılaştırılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dikotom Hale Getirme, Likert Ölçeği, Faktör Analizi

I. GİRİŞ

Bir araştırma çalışmasının en önemli aşaması araştırma konusuna cevap veren, araştırma tasarımına ve planlanan analiz yöntemlerine uygun aracın seçimi veya geliştirilmesidir. Araştırmacının bilgi toplama amacıyla yürüttüğü işlemler ile kullandığı elektronik ve/veya mekanik araçlar olan araştırma araçları belli olayları ve fenomenleri ölçmeye yaramaktadır. Sosyal bilimlerde fiziksel özelliklerin ölçülmesinden farklı olarak birtakım ölçüm teknikleri kullanılmaktadır. Bu teknikler sonucu elde edilen skorlar genellikle ölçüm olarak adlandırılmakla beraber bu konuda bir ayırım yapmakta fayda vardır. Ölçüm, bir olaya genel kabul görmüş kurallara göre bir kategori veya sayı atanması işlemidir [1]. Değerlendirme ise, ölçümü de içeren insan yargısının ölçümleri ile kombinasyonundan oluşan daha geniş bir kavramdır. Sosyal bilimlerde kullanılan değerlendirme araçları görüşme, anket, test, gözlem ve diğer bilgi kaynaklarıdır. Sosyal bilimlerde araştırma hipotezinde yer

alan ifadeler çoğunlukla tutum olarak adlandırılır. Tutum, belirli nesne, durum, kurum, kavram veya diğer insanlara karşı olumlu veya olumsuz tepkide bulunma eğilimidir [2]. Tutum ölçekleri genellikle bilimsel teknik olarak kabul edilmiş Likert ölçeğinde hazırlanmaktadır. Anketlerde gözlenen değişkenlerin dağılımları, parametre tahminlerinin geçerliliğini ve faktör modelinin uygunluğunu etkilemektedir [3]. Özellikle asimetrik cevap dağılımlarında yüksek sapma ortaya çıkmaktadır [4].

Araştırmacılar elde edilen cevaplar belirli bir yönde yoğunlaştığında veya kesin tavrı görmek istediklerinde 5'li ölçekteki cevapları iki kategoriye toplamaktadırlar. Örneğin, "kesinlikle katılıyorum" ve "katılıyorum" cevapları tutum "tarafkarları" ve diğer cevaplar "karşı taraftakiler" olarak gruplanarak tekrar kodlama işlemi yapılmaktadır.

II. TEORİK ÇERÇEVE

Bu çalışmanın amacı, Likert ölçeğinde elde edilen sonuçların, cevapların iki uçlu olarak kodlanması ve analiz edilmesiyle oluşacak değişimi tespit etmektir. Bununla birlikte, “ne katılıyorum/ne katılmıyorum” gibi ölçeğin orta noktasının genellikle taraftar kategorisine katılmadığı gözlenmiştir. İlişkilerin incelendiği durumlarda sayısal ölçümlenmiş değişkenlerin medyan değerine göre bölümlendirilerek dikotomlaştırılması sıklıkla uygulanmaktadır. Bu çeşit dikotomlaştırmanın sonuçlarının yanıltıcı olacağı ortaya çıkmıştır [5].

Sürekli değişkenlerin dikotomlaştırılmasında ilişki fonksiyonundan da yararlanılmaktadır. İlişki fonksiyonunu maksimum yapan ve amaca göre belirlenmiş maliyet fonksiyonunu minimum yapan değerler belirlenerek değişkenin aldığı değer kümesinin iki kategoriye ayrılmasının mümkün olduğu belirlenmiştir [6]. Ancak bu yöntem sürekli bir ilişki fonksiyonuna ihtiyaç duyduğundan daha çok grafik işlemede kullanım alanı bulmaktadır. ATC tekniği olarak adlandırılan bu yöntemin modifikasyonları mevcut olmakla birlikte kesikli verilerin toplandığı sosyal bilimlere uygulaması mevcut değildir. Çok seviyeli değişkenlerin yapay dikotomlaştırılması esnasında ise ilişki katsayılarının ortalamasında aşağı doğru bir eğilim, ilişki katsayılarının varyansında ise bir büyüme oluşmaktadır [7]. Diğer taraftan bağımlı değişkenin dikotomlaştırılması durumunda elde edilen doğrusal olasılık modeli sonuçlarının, çok değişkenli regresyon analizi tahminlerinden farklı olduğunu gösteren çalışma mevcuttur [8]. Ancak Bayesgil yaklaşımla sürekli ve kesikli değişkenlerin kayıp fonksiyonlarına göre optimum dikotomlaştırılmasının mümkün olduğu gözlenmektedir. Ancak bu yöntemin geçerliliğinin sınanması sürekli veya kesikli değerler ile ölçülen gösterge sonrasında gerçek durumun da belirlenebilmesi ile mümkündür. Bu nedenle daha çok hastalık teşhislerinde kullanılacak yöntemler üzerine yürütülen çalışmalarda mümkündür. Buna rağmen sıralı ölçek değişkenler için kayıp fonksiyonlarına bağlı olarak multinomiyal dağılıma göre ayırım değerinin belirlenmesi mümkündür [9]. Mevcut eserlerde sürekli verilerin sonradan dikotomlaştırılmasının güvenilirliği azalttığı ve tahmin gücünü düşürdüğü takip edilmiştir [10].

III. İÇ TUTARLILIK VE FAKTÖR ANALİZİ

Tek boyutlu ölçeklemeden başlayarak çok boyutlu ölçeklemeye kadar çeşitli yöntemler geliştirilmiş olup, bu tekniklerden daha ekonomik olması nedeniyle en yaygın olarak kullanılan Likert’in modelidir. Likert bu çalışmada, ölçülmek istenen tutumla ilişkili çok sayıda olumlu ve olumsuz 3, 5 veya 7 seçenekli ifadenin çok sayıda cevaplayıcıya uygulandığında, her bir ifadenin anlamlılığının istatistiksel analizlerle incelenebileceğini belirtmiştir [11]. Likert ölçeğinden elde edilen puanlar sıralı ölçek tipinde olup, ifade edilen şartları sağlaması

durumunda, aralıklı ölçek tipinde bir puanlama olduğu varsayılmaktadır. [12]

Güvenilirlik, bir ölçüm işleminden elde edilen verilerin tutarlılığı olarak tanımlanır. Diğer bir ifade ile, bir madde, ölçek veya anket sonucu varılan sayısal sonuçların ne kadar güvenilir, tekrarlanabilir, sabit olduğunun ölçüsüdür. İstatistiksel olarak varyans ile temsil edilen merkezi eğilim ölçüsü etrafındaki dağılımdır. Hata ne kadar azalır ise elde edilen sonuçlar o kadar güvenilir olur. Eğer bir araç alt ölçekler içeriyor veya sadece bir konuda yoğunlaşmış ise iç tutarlılığın incelenmesinde fayda olacaktır [13]. Aynı veya benzer özelliği ölçen maddelerin arasında ilişki olmasına dayanan iki sonuçlu ölçeklerde (dichotom) formülleri Denklem-1’de verilen Kuder-Richardson-20 ve sürekli ölçeklerde Cronbach α katsayıları ile iç tutarlılık ölçülmektedir.

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_p^2} \right) = \frac{k\bar{p}}{1 + \bar{p}(k-1)} \quad (1)$$

$$KR - 20 = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{kpq}{S_p^2} \right)$$

k değişken içeren bir ölçekte S_p^2 genel varyans, S_i^2 ise i’nci değişkenin varyansı iken, (pq) iki uçlu değişkenlerin binomiyal varyansı olmaktadır.

Eğer alt ölçekler mevcut ise faktör analizi ile temel bileşenlerin belirlenerek Cronbach α katsayısının kullanılması uygun olur [14]. Böyle bir durumda Alpha faktör analizi yükleri α katsayısını maksimize eden tek bir faktör oluşturur. Bu temele dayalı olarak D.J. Armor’un [15] önerdiği α güvenilirlik katsayısı tahmin edilir. Basit bir yöntem olarak da maddeler içi ortalama ilişki (\bar{p}) kullanılır.

Faktör Analizi korelasyon (R_{kk}) veya varyans-kovaryans matrislerinden yola çıkarak, birbirleri ile doğru veya ters yönlü yüksek ilişkili değişkenlerin gözlenemeyen bir yapının, diğer bir ifade ile bir faktörün göstergeleri olduğu kabulüne dayanan ve bu faktörün z-skorları olarak hesaplanmasında kullanılan çok değişkenli bir analiz yöntemidir. k adet değişken içeren bir veri setinin ($X_{n \times k}$) sağladığı bilginin yeterli bir kısmını varyans yüzdesi şeklinde açıklayan yüksek özdeğere sahip $m < k$ adet faktör ($F_{n \times m}$) olarak adlandırılan boyutların belirlenmesinde kullanılır [16]. Ancak ölçek geliştirme aşamasında sıklıkla Temel Bileşenler yöntemi kullanıldığından modeli bozan hata terimlerinin etkisini minimum yapmaya çalışan destekleyici faktör analizi modellerinin aksine, bu modellerde k adet faktör belirlenir ve bunlardan açıklama gücü veya özdeğeri düşük k-m

adeti dışlanır. Verideki değişkenliği maksimum seviyede elde eden faktör yükleri matrisi ($A_{k \times k}$) ise korelasyon matrisinden elde edilen özdeğer vektörü ile belirlenir [17].

$$Z_{n \times k} = F_{n \times k} A'_{k \times k} \quad (2)$$

Ortak bileşenlere ait diklik şartı dışında sıfır ortalama $E(F)=0$ ve birim matris $V(F)=I$ varsayımları olan modelde korelasyon matrisi standartlaştırılmış veri matrisinden ($Z_{n \times k}$) veya, faktör ve faktör yükleri cinsinden aşağıdaki şekilde yazılabilir.

$$R = \frac{1}{n-1} Z'Z = \frac{1}{n-1} (FA')' (FA') = A \frac{1}{n-1} F'FA' \quad (3)$$

Bileşenler arası ilişki matrisi diklik şartı nedeniyle birim matris olacağından faktör yükleri matrislerinin çarpımı korelasyon matrisine eşit olacaktır.

Faktör analizinin standartlaştırılmış veri matrisi ile varyans-kovaryans matrisi hesabı, kullanılan değişkenlerin ölçek tipinin en azından aralık ölçekte olması gerekliliğini vurgulamaktadır. Ancak, Pearson çarpım moment korelasyon katsayıları yerine korelasyon matrisi dikotom verilerde ise kontenjans tablosunda gözlenen birleşik frekanslara (a, b, c, d) ve marjinal frekanslara (n, u) dayalı Phi-korelasyon (Φ) katsayıları ile belirlenebilir.

$$\phi = \frac{ad - bc}{\sqrt{n_i u_i n_j u_j}} \quad (4)$$

Kullanılan phi korelasyon katsayısının simetriklik özelliği ile ilgili robust tahminler için çalışmalar yapılmış olmakla birlikte faktör analizinde bunların kullanılması tavsiye edilmemektedir [18].

IV. ANALİZ

Bu çalışmada amaçlanan sosyal araştırmacılara ölçek geliştirme sonrası analizlerde uygulanan yeniden kodlamaların sonuçları nasıl değiştirebileceğini göstermektir. Bu süreçteki sorunlar yararlanılan kaynaklar ile açıklanmıştır. Ancak uygulamada yarattığı sorunların ortaya konulması amacı ile bir veri seti üzerinde

uygulama yapılarak elde edilebilecek sonuç farklılıklarına dikkat çekilecektir. Buna rağmen ortaya çıkan bu sonuçların her araştırma yöntemi ve her örneklem için genelleştirilmesi sakıncalıdır.

Çalışmada bir pazarlama araştırması için derlenen 725 gözlemlili 20 adet 5'li Likert ölçeği değişkene sahip bir veri setinden yararlanılmaktadır. Çalışmanın teorik bir veri seti üzerinde uygulanmamasının sebebi, değişkenler arasında iç tutarlılık ve alt boyutlara sahip olması gereğidir. Diğer taraftan gözlem sayısının, dikotom değişkenler için kullanılan oranların gerekli optimum örnek hacmi hesabına uygun olması, bu veri setinin seçiminde etkili olmuştur.

Tablo-1'de yer alan bütün değişkenlerin asimetri katsayılarının standart hataları $S_{b_i}=0,09$ olup istatistiksel olarak anlamlıdır. Asimetri katsayılarının incelenmesi, elde edilen cevapların dağılımının simetrik olmadığını ortaya koymaktadır. Bu verilerden, öncelikle orta noktaların pozitif tarafta ve sonrasında negatif tarafta yorumlandığı asimetrik dikotom hale getirme ile ve daha sonra orta seviyelerin eksik veri kabul edildiği simetrik dikotom hale getirme ile iki uçlu değişkenler elde edilmiştir. Dönüştürme esnasında pozitif tutum olarak kabul edilen "5:kesinlikle katılıyorum" ve "4:katılıyorum" değerleri (1) olarak ve diğer cevap değerleri (0) olarak kodlanmıştır. İkinci durumda ise orta değer olan "3: ne katılıyorum/ne katılmıyorum" değeri de pozitif tarafa katılmıştır. Bu yeniden kodlama şekilleri asimetrik kodlama olarak tanımlanmıştır. Simetrik yeniden kodlama olarak tanımlanan üçüncü durumda ise (3) koduna sahip cevap değerleri eksik veri varsayılarak pozitif tutumlar (1) ve negatif tutumlar (0) olarak kodlanmıştır. Böylece 5'li ölçek olan orijinal veri dışında üç veri seti daha yaratılmıştır. Bu değişkenlere ait pozitif tutumların gözlem sayısı içindeki oranları da Tablo.1'de yer almaktadır.

Tablo.1'de verilen sonuçlara göre asimetrik cevap dağılımlarında iki uçlu kodlama yapıldığında, kodlama şeklinin temel betimleyici istatistik olan oranlarda sayısal farklılıklar yarattığı açıkça görülmektedir.

Diğer taraftan elde edilen sonuçların güvenilirliği olarak tahmin edilen iç tutarlılık katsayısı Cronbach α 'nın bozulma durumu da söz konusudur.

Tablo.1. Değişkenlerin Ortalamaları, Asimetri Katsayıları ve Pozitif Tutum (1 kodlu) Oranları

	Ortalama	Std. Hata	Asimetri katsayısı	Asimetrik Veri-1 Oranlar	Asimetrik Veri-2 Oranlar	Simetrik Veri Oranlar
S101	4,30	,03	-1,442	,8581	,9495	,9444
S102	3,76	,04	-0,635	,6548	,8540	,8177
S103	4,22	,03	-1,157	,8267	,9277	,9196
S104	3,93	,03	-0,891	,7490	,9250	,9089
S105	3,72	,04	-0,741	,6453	,8213	,7831
S106	4,04	,04	-0,922	,7449	,9127	,8951
S107	3,32	,05	-0,330	,5116	,7053	,6345
S108	3,71	,04	-0,756	,6653	,8566	,8226
S109	3,96	,04	0,931	,7456	,9124	,8949
S110	3,54	,05	-0,458	,5888	,7445	,6974
S111	3,39	,05	-0,365	,5335	,7278	,6621
S112	4,33	,03	-1,463	,8431	,9359	,9293
S113	4,17	,03	-1,070	,7913	,9509	,9416
S114	3,38	,05	-0,457	,5321	,7476	,6783
S115	3,52	,04	-0,405	,5525	,7708	,7068
S116	3,64	,04	-0,708	,6371	,8172	,7770
S117	3,72	,04	-0,736	,6508	,8445	,8071
S118	4,24	,03	-1,448	,8579	,9372	,9318
S119	4,30	,03	-1,062	,8579	,9631	,9588
S120	4,25	,03	-1,147	,8322	,9550	,9487

Tablo.2'de iç tutarlılık katsayıları ve temel bileşenler yöntemi sonuçları görülmektedir. Bütün analizlerde pazarlama ve sosyal araştırmalar için uygun Varimax döndürmesi uygulanmış ve daha iyi sonuçlar elde edilmiştir. Likert ölçeğinde elde edilen verilerin güvenilirliği yeterli iken, verilerin dikotom hale getirilmesi sonucu iç tutarlılık katsayısı düşmüştür. Özellikle orta değer dahil edilmediği simetrik dikotom hale getirme sonucu çok düşük çıkmıştır. Bunun nedeni gözlem sayısının eksilmesi de olabilir. Benzer sonuçlar

faktör analizinin uygunluğu için hesaplanan Kaiser-Meyer-Olkin örnek yeterliliği katsayısı için de geçerlidir. KMO katsayısı gözlenen korelasyon katsayılarının büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştırmaktadır. Bu katsayının değeri ne kadar küçük çıkarsa, çift olarak değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisinin diğer değişkenlerce açıklanmayacağını gösterir [19].

Tablo.2. Güvenilirlik ve Faktör Analizi Sonuçları

	Güvenilirlik	KMO Örnek Yeterliliği	Faktör Sayısı	Toplam Varyans Açıklama Oranı %	1. Bileşendeki Değişkenler
Likert Ölçeği Orijinal Veri Seti (1:olumsuz, 5:olumlu)	$\alpha= 0,7636$	0,784	6	55,675	17, 18, 19, 20
Dikotom Veri Seti Asimetrik-1 (0: 1+2+3; 1: 4+5)	KR-20= 0,7459	0,771	5	46,918	3, 12, 13, 18, 19
Dikotom Veri Seti Asimetrik-2 (0: 1+2; 1: 3+4+5)	KR-20= 0,6235	0,641	8	58,423	9, 18
Dikotom Veri Seti Simetrik (0: 1+2; 1: 4+5; eksik: 3)	KR-20= 0,5789	0,637	7	59,643	8, 10, 11

$$KMO = \frac{\sum_{i \neq j} \sum r_{ij}^2}{\sum_{i \neq j} \sum r_{ij}^2 + \sum_{i \neq j} \sum a_{ij}^2} \quad (5)$$

Burada r_{ij} , i ile j değişkenleri arasındaki basit korelasyon katsayısını ve paydadaki a_{ij} , ise i ile j arasındaki kısmi korelasyon katsayısını göstermektedir.

İlk iki veri setinde az sayıda faktör elde edilirken daha düşük bir varyans açıklama oranına ulaşılmış, ancak diğer iki veri setinde faktör sayısı daha yüksek çıkmış ve dolayısıyla varyans açıklama oranı da artış göstermiştir.

V. SONUÇ

İncelenen literatür doğrultusunda sürekli veya daha çok kategoriye sahip ölçeklerin güvenilirliğinin ve yöntem parametrelerinin daha tutarlı olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Özellikle bireylerin orta noktası bulunan tutum ölçeklerinde orta noktayı olumsuz tarafa yakın gördükleri ortaya çıkmıştır. Buna rağmen daha sonradan yapılan sonuçların iki uçlu hale getirilmesi ve buna dayalı yorumlamalarda güvenilirliğin düşeceği gösterilmektedir. Bu nedenle araştırmacılar kesin tutum hedefledikleri çalışmalarda sıralı ölçek soru tiplerinde elde edilen cevapları yeniden kodlamaları yerine, araştırma planını önceden iki şıklı cevaplara sahip soru formlarına dayandırmalıdır. Ayrıca yapılacak boyutlandırmalarda alt kavramların içeriği değişiklik gösterebilmektedir. Dolayısıyla yapılacak sosyal araştırmalarda analiz sonuçlarının doğrudan kullanılması yerine teori ve yapı tutarlılığının bilimsel olarak incelenmesi önem kazanmaktadır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Beyea, S.C. & Nicoll, L.H. (1997). Measurement Reliability and Validity. AORN Online Journal Research Corner. (www.aorn.org/journal/research/rc1297.htm). [01.12.2006]
- [2] Tezbaşaran, A.A. (1997). *Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- [3] Green, S.B.; Akey, T.M.; Fleming, K.K.; Hershberger, S.L. & Marquis, J.G. (1997). Effect of the number of scale points on chi-square fit indices in confirmatory factor analysis. *Structural Equation Modeling*, 4(2), 108-120.
- [4] Muthen, B. & Kaplan, D. (1985). A comparison of some methodologies for the factor analysis of nonnormal Likert variables. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 38(2), 171-189.
- [5] MacCallum, R.C.; Zhang, S.B.; Preacher, K.J. & Rucker, D.D. (2002). On the practice of dichotomization of quantitative variables. *Psychological Methods*, 7(1), 19-40.
- [6] Sezgin, M. & Taşaltın, R. (2000). A new dichotomization technique to multilevel thresholding devoted to inspection applications. *Pattern Recognition Letters*, 21, 151-161.
- [7] Hunter, J.E. & Schmidt, F.L. (1990). Dichotomization of Continuous Variables: The Implications for Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 75(3), 334-349.
- [8] Cumsille, F.; Bangdiwala, S.I.; Sen, P.K. & Kupper, L.L. (2000). Effect of dichotomizing a continuous variable on the model structure in multiple linear regression models. *Communications in Statistics-Theory and Methods*, 29(3), 643-654.
- [9] Wang, M.D. & Geisser, S. (2005). Optimal dichotomization of screening test variables. *Journal of Statistical Planning and Inference*, 131(1), 191-203.
- [10] Friedman, N.P. & Miyake, A. (2005). Comparison of four Scoring Methods for the Reading Span Test. *Behavioral Research Methods*, 37(4), 585-590.
- [11] Likert, R. (1932). A Technique For The Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 5-55.
- [12] Clason, D.L. & Dormody, T.J. (1994). Analyzing data measured by individual likert-type items. *Journal of Agricultural Education*, 35(4), 31-35.
- [13] Cronbach, L.J. (1971). *Test Validation. Educational Measurement*. 2.Ed. Washington D.C.: American Council on Education.
- [14] Jones, C.E. & Bearley, W.L. (1996). *Managing your energy*. Amherst: HRD Press.
- [15] Armor, D.J. (1973-1974). Theta Reliability and Factor Scaling. (Ed.: Costner, H.L.). *Sociological Methodology*. San Francisco: Jossey-Bass.
- [16] Bamberg, G. & Baur, F. (2001). *Statistik*. 11th Ed. München: R. Oldenbourg Verlag.
- [17] Chiang, L.H. & Pell, R.J. (2004). Genetic algorithms combined with discriminant analysis for key variable identification. *Journal of Process Control*, 14(2), 143-155.
- [18] Zysno, P.V. (1997). The Modification of the Phi-coefficient Reducing its Dependence on the Marginal Distributions. *Methods of Psychological Research Online*, 2(1), 41-53.
- [19] Kalaycı, Ş. (2005). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. 1.Baskı. Ankara: Asil Yayınları.

Ocak 2007.299-304.

A. Mete ÇİLİNGİRTÜRK (acilingi@marmara.edu.tr) has Ph.D. of Statistics at Marmara University Social Sciences Institute. He is an Associate Professor of Statistics at Marmara University. His research areas are statistical data analysis, applied statistics and decision making.

Dilek ALTAŞ (dilekaltas@marmara.edu.tr) is an Assistant Professor of Statistics at Marmara University. Her research areas are applied statistics, statistical data analysis, probability, and resampling techniques.

BİREYSEL EMEKLİLİK FONLARININ SCHEFFÉ, RIDGE VE ÇOKLU REGRESYON MODELLERİ İLE İNCELENMESİ

Nursel Selver RÜZGAR

Marmara Üniversitesi, Teknik Eğitim Fakültesi, Elektronik ve Bilgisayar Eğitimi Bölümü, Doçent Dr.

EXAMINING PRIVATE PENSION PLANS WITH SCHEFFÉ, RIDGE AND MULTIPLE REGRESSION MODELS

Abstract: Statistical experiment in which the response is assumed to depend on the amount of mixture and a designed experiment in which the response is assumed to depend only on the relative proportions of the ingredients present in the mixture and not on the amount of the mixture are both commonly used today. After H. Scheffé introduced the pioneering article on designed experiments in 1958, many researches in medicine, chemistry, food and so on have been developed on mixture experiments. As a different application, since the private pension plans are the combination of ratios of various investment instruments, they have suitable structure for Scheffé models. In this work, using the proportions of the components of private pension plans, dependency of funds on investment instruments was modeled by Scheffé models and three funds were examined. The Ridge regression and multiple regressions were also applied to each model and the results were evaluated.

Keywords: Mixture Experiments, Private Pension Plans, Multiple Regression, Scheffé Models, Simplex-Lattice, Variance Inflation Factor (VIF)

BİREYSEL EMEKLİLİK FONLARININ SCHEFFÉ, RIDGE VE ÇOKLU REGRESYON MODELLERİ İLE İNCELENMESİ

Özet: Günümüzde bileşenlerin miktarlarına bağlı olan bağımsız değişkenli deneyler ve karışımı oluşturan bileşenlerin miktarlarına bağlı olmaksızın, oranlarına bağlı olan karma deneyler yaygın olarak kullanılmaktadır. 1958 yılında Scheffé' nin ortaya çıkardığı karma deneyler tıp, kimya, gıda gibi bir çok alana uygulanmıştır. Farklı bir uygulama olarak bireysel emeklilik fonları, içerikleri çeşitli yatırım araçlarının belirli oranlarda kullanılması ile oluşturulmaktadır. Bu çalışmada, bireysel emeklilik fonlarını oluşturan yatırım araçları bileşenlerinin bağlı oranları kullanılarak Scheffé karma deneyler yöntemi ile fonların yatırım araçlarına bağlılığının modellenmesi yapılmış ve üç farklı fon için durum incelenmiştir. Her modele Ridge ve çoklu regresyon uygulanarak sonuçlar değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Karma Deneyler, Bireysel Emeklilik Fonları, Çoklu Regresyon, Scheffé Modelleri, Simpleks Kafes, Varyans Artırma Faktörü (VIF)

I. GİRİŞ

Genel olarak deneyler endüstride çok yaygın kullanım alanına sahiptir. Bu kullanım sadece üretim sektöründe değil, aynı zamanda servis sektöründe de yaygındır. Örneğin, kanseri tedavi edecek yeni bir ilaç, piyasaya sürülmeden önce birçok denemeden geçmesi gerekir. Önce ilacın laboratuvar ortamında deneylerle performansı ölçülmeli ve deney sonuçlarına göre en etkin bileşim seçilmelidir. Üretim sektöründe çalışanlar ise deneyleri akış oranı, üretim süresi, kalitesi vb. açıdan değerlendirirler. Bunları değerlendirmede, kaliteli ilaç üretiminin amacı en düşük maliyetle üretimi gerçekleştirmektir. Tüm dış etmenler sistemin içine katılarak modellenir ve sayısal deneyler formu sonucu simülasyon ile en etkin pazarlama stratejisi belirlenir. Satış temsilcileri tarafından yaş, cinsiyet ve etkinlikler ile tüketicilerdeki etkileri belirlenmeye çalışılır ve piyasada var olan diğer ilaçlara göre yeni ilacın etkileri de ayrıca araştırılır.

Deneyler sık sık test etme ile karıştırılır. Genel olarak deneyler, zamana göre bir kez değişen faktörlerin etkin olarak çalıştırılması, düzenlenmesi ve analizi ile istatistiksel olarak gerçekleştirilir. Bir istatistiksel deneme (bağımsız değişkenli deneme), diğer deneylerden bir çok yönüyle farklılık taşır. Bunlar kısaca şöyle özetlenebilir:

- İki veya daha fazla faktörün etkileri aynı anda çalıştırılır.
- Ortaya çıktıklarında faktörler arası etkileşimi araştırır.
- Deneme ve ölçümler dizisi açısından olası bağlılığı rassallığa göre korur.
- Belirli faktör etkisi, bu faktörün deneysel hata ve varyansı karşılaştırılarak değerlendirilir [1].

İstatistiksel denemelerde birçok amaç ve kısıt olabilir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler (yanıtlar) üzerindeki etkilerini belirlemek en yaygın bilinen amaçtır. Belirli amaç ve kısıtlara bağlı olarak bir denemenin çeşitli şekillerde düzenlenmesi yapılabilir [1].

İstatistik denemelerin yanında, yanıtın sadece karışımda bulunan bileşenlerin bağıl oranlarına bağlı olduğu ve karışımın miktarına bağlı olmadığı varsayılan karma denemeler vardır. Bir karma denemede, eğer toplam miktar sabit tutulup karışımı oluşturan bileşenlerin bağıl oranlarında değişiklik yapıldığında yanıtın değeri değişiyorsa, yanıtın davranışının, karışımdaki bileşenlerin ortak karışım özelliklerinin bir ölçüsü olduğu söylenir [2]. Karma denemeler ve bağımsız değişkenli denemeler arasındaki fark için ilk olarak, giriş değişkenleri veya bileşenlerin, karışımın negatif olmayan orantılı miktarları olduğu söylenir. Eğer kesirler ile ifade edilmişse, bileşenlerin oranları toplamları 1'e eşit olmalıdır. Bileşen oranlarının toplamı 1'den küçük olduğunda bileşen oranları toplamları 1 olacak şekilde yeniden ölçeklenmiş kesirler olarak yazılabilir.

Çalışmada, ilk olarak karma denemelerin ortaya çıkışı ve çözüm yöntemleri hakkında bilgi verilmiş, daha sonra bireysel emeklilik fonlarına katılımcı ya da yatırımcı olarak yapılan yatırımlar belirli bir maddi varlığın belirli oranlarda yatırım araçlarında değerlendirilmesi esasına dayanması ve fon yöneticilerinin, mevcut fonların yapılarına göre bireylerin veya yatırımcıların bireysel emeklilik birikimlerini çeşitli yatırım araçlarında değerlendirerek en iyi getiriyi oluşturmaya çalışmaları gerekliliği göz önüne alınarak, fonların karma denemeler için uygulanabileceği ışığında bir uygulama yapılmıştır.

Herhangi bir yatırım fonu hangi miktarda olursa olsun, bir bütün olarak düşünülüp içeriğini oluşturan yatırım araçları olarak ele alındığında, yapısal şekli bir karma deneme modeli için uygun bir durum oluşturmaktadır. Karma deneme olarak bireysel emeklilik fonlarını oluşturan yatırım araçları bileşenlerinin bağıl oranları kullanılmıştır. Üç farklı fon üzerinde modeller kurularak Design Expert programı ile çözümler gerçekleştirilmiştir. Çözümlerin Scheffé karma modellerine uygun olmadığına Drapper (2002)'in [3] önerisi doğrultusunda Ridge regresyon modeli uygulanmıştır. Ayrıca her fon için çoklu regresyon modelleri de uygulanarak sonuçlar karşılaştırılmıştır.

II. KARMA DENEMELER

Bir çok ürün çeşitli bileşenlerin karışımı ile elde edilmektedir. Resim, boya, plastik, ekmek ve deterjan bunlara örnek olarak verilebilir. Kaliteli bir ürün elde etmek için karışımın bileşenlerinin oranlarının ne olacağı bu aşamada çok önemlidir. Karma denemeler bileşenlerin (değişkenlerin) miktarlarına bağlı olmaksızın, bileşenlerin

bağıl oranlarına bağlı olan modellerdir. Scheffé tarafından [4] önerilen karma denemeler modellerinin amacı, kalite karakteristiğini ya da yanıtı (y bağımlı değişkenini), karışım oranları bileşenleri cinsinden (x bağımsız değişkenleri) açıklayacak bir modeli (genellikle çok terimlidir) bulmaktır. Karma denemelerde değişkenler karışımı oluşturan bileşenlerden oluşmaktadır. q bileşenden oluşan bir karışımda x_i , i-inci bileşenin bağıl oranını göstermek üzere,

$$\sum_{i=1}^q x_i = x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_q = 1, \quad 0 \leq x_i \leq 1, \quad i=1, 2, 3, \dots, q \quad (1)$$

koşullarını sağlamalıdır [5,6]. (1) koşulu, karma denemeler üzerindeki oranlar arasında var olması gereken temel kısıttır. Bu durumda ele alınan deney bölgesi q - 1 boyutlu bir simpleks oluşturur. Karışımı oluşturan değişkenlerin oranları toplamı 1 olduğundan x_i 'lerin herhangi birindeki bir değişim deney bölgesinde ya da yanıt yüzeyinde en azından bir bileşenin değişmesine neden olacaktır. Karma denemeyi oluşturan değişken sayısı sadece 1 ise bu modele tek bileşenli karma model ya da saf karma model denir. Karma modellerle çalışmanın başlıca iki nedeni vardır. Birincisi, karışımı oluşturan maddelerin hangi orandaki karışımlarının en iyi olduğunu belirlemek, ikincisi ise, karışımı oluşturan bileşenlerin oranlarını değiştirerek tüm sistem için en iyi ya da optimum kalite karakteristiğini belirlemektir.

Karma denemelerde çoğu zaman karışımı oluşturan bileşenlerin kısıtları 0 ile 1 aralığında olmayabilir. Bazı bileşenler ya da tüm bileşenler için [0,1] aralığından, daha dar bir aralıkta bileşenler için alt ve üst kısıtlar olabilir. Örneğin, i-inci bileşene ait x_i değişkeni üzerinde böyle bir kısıtlama söz konusu ise, L_i i-inci bileşene ait alt sınırı, U_i i-inci bileşene ait üst sınırı göstermek üzere,

$$0 \leq L_i \leq x_i \leq U_i \leq 1 \quad (2)$$

şeklinde olacaktır. Bu kısıtlar ayrıca sistemi oluşturan bileşenlerin lineer kombinasyonları şeklinde de olabilir. j-inci durumdaki değişkenler arasındaki koşulda, K_j lineer kombinasyonlardaki kısıtların alt sınırını ve M_j lineer kombinasyonlardaki kısıtların üst sınırını göstermek üzere ilişki,

$$K_j \leq b_{1j}x_1 + b_{2j}x_2 + \dots + b_{qj}x_q \leq M_j \quad (3)$$

şeklinde yazılabilir [7]

Karma denemeler ilk defa 1953 yılında Quenouille'nin kitabında yer almış, daha sonra 1955 yılında Claringbold, fareler üzerinde hormon dozlarının kontrolü için yaptığı araştırmasında karma denemeler

yöntemini kullanmıştır. Karma denemelerin kısıtlanmasını ve polinom modeline uygulayarak kendi kanonik polinomlarını oluşturması ile ilk temel istatistiksel çalışmaları 1958 yılında H. Scheffé başlatmıştır [2]. Bu tarihten sonra tıp alanında hormon, DNA ve ilaçlara, üretim alanında lastik, sabun, seramik, deterjan ve gıda formülasyonlarına karma denemeler uygulanmış ve bu çalışmalar alanlarındaki periyodiklerde, istatistiksel raporlarda ve kitaplarda yayınlanmıştır. Günümüzde de benzer çalışmalar teorik ve uygulamalı olarak sürdürülmektedir.

Scheffé karma denemelerinin yanıt yüzeylerini modellemek için çeşitli derecelerde kanonik çokterimliler geliştirilmiştir. Tam simpleks bölge üzerinde gösterilen yanıt yüzeyi ile çokterimli denklem arasındaki uyumu sağlamak için, noktaları tüm simpleks çarpan uzayına eşit olarak yayılan tasarım doğal bir seçim olarak düşünülmüştür. Bir simpleks üzerinde noktaların düzgün uzayda dağılımlarından oluşan sıralı düzene kafes (lattice) denilmektedir. Kafes, noktaların yanıt yüzeyi üzerindeki sıralanmalarını belirtmek için kullanılmakta ve bir çokterimli denkleme karşılık gelmektedir. Örneğin, simpleks q bileşenli m'ninci dereceden bir çokterimli denklem ise, bileşen oranları (4) ile tanımlanan {q, m} simpleks kafesi ile gösterilebilir. Bileşenlerin m + 1 eş uzaklıktaki her bir oranı [0,1] aralığında değerler alır. Yani, {q, m} simpleks kafes

$$x_i = 0, 1/m, 2/m, \dots, 1 \quad i=1, 2, 3, \dots, q \quad (4)$$

bileşenlerin bütün olası kombinasyonlarındaki karışımlarından oluşmaktadır. (4) oranları her bir bileşen için doğal bir durumu göstermektedir. Ancak {q,m} simpleks kafeste karışımlar m bileşenden oluşmaktadır. Örneğin {4,3} simpleks kafes tasarımında bileşen oranları $x_i = 0/3, 1/3, 2/3, 3/3$ $i=1, 2, 3, 4$ şeklinde oluşmaktadır. {q,m} simpleks kafesinde tasarım noktalarının sayısı $\binom{q+m-1}{m} = \frac{(q+m-1)!}{m!(q-1)!}$ oranına eşittir [2]. Dolayısıyla {4,3} simpleks kafes için tasarım noktalarının sayısı 20 dir ve bu değer karışımı oluşturan bileşenler üzerinde bir modelin kurulması için yapılması gereken minimum deneme sayısını verir. Ancak, Scheffé karma modelleri tasarım için gerekli minimum karışım sayısının altında yapılan denemeler için de çözümler üretir. Örneğin; 6 bağımsız bileşenden oluşan bir karışımda {6, 1}, {6, 2}, {6, 3}, {6, 4}, {6, 5} ve {6, 6} simpleks kafesleri için tasarım noktaları sırasıyla 6, 21, 56, 126, 252 ve 462 olduğu halde, bu deneme sayılarından farklı deneme sayıları için de çözümler bulunabilir. Bir {q, m} simpleks kafesinin noktalarından toplanmış gözlem değerlerine uygulanabilir en genel m'ninci dereceden denklem formu aşağıdaki şekilde gösterilebilir.

$$y = b_0 + \sum_{i=1}^q b_i x_i + \sum_{i \leq j}^q \sum_{i < j}^q b_{ij} x_i x_j + \sum_{i \leq j < k}^q \sum_{i < j < k}^q b_{ijk} x_i x_j x_k + \dots \quad (5)$$

Scheffé (1958)'de genel olarak bilinen regresyon denklemi üzerine $x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_q = 1$ kısıtlanmasını uygulayarak {q, m} simpleks kafesi için uygun kanonik çokterimlileri bulmuştur. Örneğin m = 1 için (5) denklemi,

$$y = b_0 + \sum_{i=1}^q b_i x_i \quad (6)$$

şeklinde olacaktır. (6) denklemine $x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_q = 1$ kısıtı ile b_0 terimi çarpılır ise elde edilen yeni denklem,

$$y = b_0 \left(\sum_{i=1}^q x_i \right) + \sum_{i=1}^q b_i x_i = \sum_{i=1}^q b_i^* x_i \quad (7)$$

olacaktır. Burada bütün $i=1, 2, 3, \dots, q$ için $b_i^* = b_0 + b_i$ dir. (7) denklemindeki terimlerin sayısının q olması durumunda {q, 1} kafesindeki noktaların sayısı bulunmuş olur. q değişkenli ikinci dereceden çokterimli,

$$y = b_0 + \sum_{i=1}^q b_i x_i + \sum_{i=1}^q b_{ii} x_i^2 + \sum_{i < j}^q \sum_{i < j}^q b_{ij} x_i x_j \quad (8)$$

dir. Eğer (8) denklemine $b_0, x_1 + x_2 + x_3 + \dots + x_q = 1$

ile çarpılır ve ilgili terim yerine $x_i^2 = x_i x_i = x_i \left(1 - \sum_{\substack{j=1 \\ j \neq i}}^q x_j \right)$

ifadesi konur ise m=2 için,

$$y = \sum_{i=1}^q (b_0 + b_i + b_{ii}) x_i - \sum_{i=1}^q b_{ii} x_i \sum_{\substack{j=1 \\ j \neq i}}^q x_j + \sum_{i < j}^q \sum_{i < j}^q b_{ij} x_i x_j$$

$$y = \sum_{i=1}^q b_i^* x_i + \sum_{i < j}^q \sum_{i < j}^q b_{ij}^* x_i x_j \quad (9)$$

elde edilir. Benzer şekilde üçüncü dereceden bir {q, 3} çokterimli veya tam kübik çokterimli,

$$y = \sum_{i=1}^q b_i^* x_i + \sum_{i < j}^q \sum_{i < j}^q b_{ij}^* x_i x_j + \sum_{i < j}^q \sum_{i < j}^q c_{ij} x_i x_j (x_i - x_j)$$

$$+ \sum_{i < j < k}^q \sum_{i < j < k}^q b_{ijk}^* x_i x_j x_k \quad (10)$$

dir. Özel kübik çokterimliler için $c_{ij} x_i x_j (x_i - x_j)$ terimleri incelenmez. Bu durumda özel kübik çokterimli,

$$y = \sum_{i=1}^q b_i^* x_i + \sum_{i<j}^q \sum_{i<j}^q b_{ij}^* x_i x_j + \sum_{i<j<k}^q \sum_{i<j<k}^q b_{ijk}^* x_i x_j x_k \quad (11)$$

biçiminde gösterilir. Burada b_i^* , b_{ij}^* , b_{ijk}^* parametrelerindeki yıldızlar kaldırılıp tüm $\{q, m\}$ çokterimlileri için b_i , b_{ij} , b_{ijk} parametreleri ve ε hata terimi kullanılır ise (7), (9), (10) ve (11) denklemleri,

$$y = \sum_{i=1}^q b_i x_i + \varepsilon \quad (12)$$

$$y = \sum_{i=1}^q b_i x_i + \sum_{i<j}^q \sum_{i<j}^q b_{ij} x_i x_j + \varepsilon \quad (13)$$

$$y = \sum_{i=1}^q b_i x_i + \sum_{i<j}^q \sum_{i<j}^q b_{ij} x_i x_j + \sum_{i<j}^q \sum_{i<j}^q c_{ij} x_i x_j (x_i - x_j) + \sum_{i<j<k}^q \sum_{i<j<k}^q b_{ijk} x_i x_j x_k + \varepsilon \quad (14)$$

$$y = \sum_{i=1}^q b_i x_i + \sum_{i<j}^q \sum_{i<j}^q b_{ij} x_i x_j + \sum_{i<j<k}^q \sum_{i<j<k}^q b_{ijk} x_i x_j x_k + \varepsilon \quad (15)$$

şeklinde olacaktır. Burada hata terimi ε için $\varepsilon \sim N(0, \sigma^2)$ olduğu ve karışımı oluşturan faktörlerden bağımsız olduğu varsayılmaktadır. Bir kanonik çokterimlide q bileşen varsa parametre sayıları 1. dereceden, 2. dereceden, 3. dereceden ve özel 3. dereceden çokterimliler için sırası ile q , $\frac{q(q+1)}{2}$, $\frac{q(q+1)(q+2)}{6}$ ve $\frac{q(q^2+5)}{6}$ denklemlerinden bulunabilir [2].

Karma denemelerde genellikle çokterimliyi oluşturan değişkenler arasında ek kısıtlar olduğu için iç ilişki ya da kötü koşulluluk olarak bilinen istenmeyen durumlar ortaya çıkar. Bağımsız değişkenler arasında çoklu iç ilişkinin oluşmasının temel olarak 3 nedeni vardır. Bunlar;

i) Dene tasarımı yeterince planlama yapılmamıştır ya da araştırma zayıf gözlemsel verilerden oluşmaktadır.

ii) Bağımsız değişkenlerin kuvvetleri (x_1^2, x_2^2, \dots) ya da çarpımları ($x_1 x_2, x_2 x_3, \dots$) gibi matematiksel işlemler sonucu oluşturulan yeni değişkenlerle ortaya çıkan modellerin seçilmesinden oluşmaktadır.

iii) Bağımsız değişkenler üzerindeki kısıtlamalardan oluşmaktadır.

Bağımsız değişkenler arasında iç ilişki oluşuyor ise regresyon denkleminin katsayıları beklenenden büyük çıkacaktır. Ayrıca tahmin edilen parametrelerin işareti de beklenenden farklı olabilir ve bu parametreler modelin yapısında küçük değişikliklere büyük tepkiler verirler. İç ilişki olan modellerde, y bağımlı değişkeninin, x_i bağımsız değişkenlere göre Scheffé karma modellerinden yararlanarak bulunan R^2 değeri büyüktür. Gorman [9] $R^2 < 0,99$ ise iç ilişkinin problem olmadığını belirlemiştir. Regresyon denkleminde $1-R^2$ tolerans payı diğer değişkenlerle açıklanamayan değişkenlerin varyanslarının oranıdır. İç ilişkiyi gösteren diğer bir parametre Marquardt [10] tarafından önerilen varyans artırma faktörü (VIF) dır. Çoklu doğrusal bağıntıyı saptamak için en etkin yöntem varyans artış faktörlerinin kullanılmasıdır. Bu faktörler tahmini regresyon katsayıları varyanslarının, bağımsız değişkenlerin doğrusal olarak birbirlerine bağımlı olmadığı duruma kıyasla ne kadar arttığını ortaya çıkarır [11]. R^2 , k bağımsız değişkenin diğer bağımsız değişkenlerle arasındaki çoklu korelasyon katsayısının karesi olmak üzere, $VIF = (1 - R^2)^{-1}$ değerine varyans artırma faktörü denir. VIF'in 1'e yakın olması R^2 'nin 0'a yakın olduğunu, yani x bağımsız değişkeninin diğer bağımsız değişkenlerle doğrusal ilişkisinin olmadığını gösterir. R^2 sıfırdan farklı olduğunda VIF 1'den büyüktür, bu da tahmin edilen parametrenin varyansının arttığını gösterir. VIF'ler büyüdükçe ciddi bir doğrusal bağıntının varlığından söz edilir. Uygulamada 10'un üzerindeki VIF'lerin ciddi doğrusal bağıntı göstergesi olduğu kabul edilmektedir. Myers [12] bütün VIF'lerin 10'dan küçük olmasını önermiş, fakat Freund ve Littell [13] bütün R^2 'lerin tüm modelin R^2 'sinden küçük olmasını önermiştir. Neter ve Chatter, $VIF > 10$ olduğunda çoklu ilişkinin önemli olduğunu ve $VIF < 2$ olduğunda ise çoklu ilişkinin olmadığını veya ihmal edilebilir düzeyde olduğunu belirtmişlerdir [14]. Varyans büyütme faktörleri VIF'ler Scheffé karma modelinde bağımsız değişkenler matrisi x için $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarıdır. VIF'lerin herhangi birinin 10'dan büyük olması durumunda en küçük kareler kestiricilerinin kullanılması ile elde edilen tahminlerin kararlı olmadıkları bunun yerine alternatif modellerin ya da alternatif tahmin edicilerin kullanılması gerektiği belirtilmiştir. Gorman'ın [9] $R^2 > 0,99$ ile belirttiği iç ilişki $VIF > 100$ ile aynı anlama gelmektedir. Bir çok çalışmada (örneğin, Drapper ve Smith, [15]; Freund ve Minton, [16]; Wetherill, [17] çoklu doğrusal ilişki problemleri matris cebri ile ele alınmıştır. Bu yaklaşımda, $(x'x)$ matrisinin determinantının 0'a eşitliği determinantın tekil olmasını verir ki, çoklu doğrusal ilişkide, $\det(x'x) = 0$ ise, modelin kötü koşullu model olduğunu ortaya koyar. Berry ve Feldman [18] ve Laviolette [19] dışında, regresyon uzayını değişken uzayında grafiksel olarak gösteren yazılı çalışma pek yapılmamıştır. İç ilişkinin varlığını gösteren

diğer bir ifade $(x'x)$ matrisinin öz değerleri ya da koşul sayılarıdır. Sıfırdan farklı öz değerlerin sayısı matrisin rankını verir. $(x'x)$ matrisinin öz değerlerinden biri sıfıra eşit ise $(x'x)$ matrisi tekildir ($\det(x'x) = 0$) ve x

değişkenleri arasında lineer bağımlılık, yani $\sum_{i=1}^q a_i x_i = 0$

kısıtı vardır. λ_i öz değerleri çok küçük ise ($\lambda_i < 0,001$) yine değişkenler arasında bir iç ilişki vardır. En büyük öz değer, en küçük öz değere oranı koşul sayısını verir. Genel olarak, koşul sayısının 25'ten küçük olduğu durumlar uygun durumları, 25-100 arası araştırılması gereken durumları, 100-1000 arası güçlü bir iç ilişkinin olduğu durumları ve 1000'den büyük olduğu durumlar ise çok ciddi bir iç ilişkinin olduğuna işaret eder [9,12].

Çoklu doğrusal bağıntı durumunda sistemin çözümü için çeşitli yöntemler önerilmiştir. Çoklu doğrusal ilişkiye neden olan değişken veya değişkenler modelden çıkarılabilir veya bazı birimler modele dahil edilebilir. Birbiriyle ilişkisi olan bağımsız değişkenler tek tek değil de toplanarak modele dahil edilebilir. Çoklu doğrusal bağlantı durumunda çözüm olarak ileri sürülen yöntemlerden birisi de taraflı tahmin (Ridge regression-biased estimation) yöntemidir. Bir tahminleyenin küçük bir taraflılığı varsa ve tarafsız tahminleyenden daha kesin ise gerçek parametreye daha yakın olma olasılığı fazla olduğu için tercih edilir. Taraflı tahminleyen yönteminde en küçük karelerle elde edilen normal denklemlere $0 < k < 1$ olmak üzere bir taraflılık sabiti seçilir. 0'dan 1'e kadar tüm değerler denenir ve kısmi regresyon katsayılarının durgunlaştığı ve aynı zamanda VIF'lerin minimum olduğu c değerleri seçilir. Normal denklemlere k değerleri konularak kısmi regresyon katsayıları hesaplanır. Son olarak da gerçek değerlere dönüş yapılır [11]. Ridge regresyon analizi genel yanıt yüzey metodolojisi için A. E. Hoerl [20, 21, 22, 23] tarafından ortaya atılmıştır. Hoerl'in önerdiği ancak ispatlamadığı sonuçları Drapper [24] ispatlamış ve Myers ve Carter [25] dual yanıt uzayı probleminde konuyu genişletmişlerdir.

III. UYGULAMA

Bu çalışmada, bir bireysel emeklilik şirketine ait 3 adet bireysel emeklilik fonunun ilk kurulduğu Eylül 2003'ten Ocak 2005'e kadar ay sonu fon fiyatları ile fonu oluşturan yatırım araçlarının bağıl oranları kullanılarak Scheffé karma denemeler yöntemi ile modelleri kurulmuştur. Seçilen fonlar yüzdeler olarak [0,1] aralığında değerler almalarının yanında daha dar aralıklarda değerler almakta, ayrıca değişkenlerin lineer ilişkileri ile oluşan yapılarda belirli kısıtlar altında değerler almaktadır. Bireysel emeklilik fonları fon iç tüzüklerinde belirtilen oranlar içinde fon yöneticileri tarafından kullanılmak zorundadır. Bireysel Emeklilik ve Gözetim Merkezi fonlar ile ilgili her türlü denetim ve gözetimi bu doğrultuda yapmaktadır. Çalışmada seçilen 3

fon özellikle kısıtlar açısından yoğun olarak sınırlanmış fonlardan oluşmaktadır. Ayrıca seçilen fonlar için Scheffé karma denemeler yöntemi uygulanırken bazı kısıtların tekrar düzenlenmesi gerekmiştir. Bireysel emeklilik fonları için yapılan değerlendirmelerde, aylık fon içeriklerine yapılan yatırımların %'lik oranları hesaplanmakta ve iç tüzük doğrultusunda aylık bilgilendirme gereği yayınlanmaktadır. Bu doğrultuda yatırım araçlarının değişimleri rahatlıkla izlenebilmektedir.

1. Fon - Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu

1. fon olarak seçilen "Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu" için,

x_1 : Hazine Bonosu en az % 0, en fazla % 100,

x_2 : Ters Repo en az % 0, en fazla % 100,

x_3 : Devlet Tahvili en az % 0, en fazla % 100,

x_4 : Türk Hisse Senetleri en az % 0, en fazla % 100,

x_5 : Borsa Para Piyasası İşlemleri (BPP) en az % 0, en fazla % 20,

x_6 : Kuponlu Devlet Tahvili en az % 0, en fazla % 100,

Fon portföyünün en az % 50, en fazla % 100'lük kısmı devlet iç borçlanma araçlarından, yani $x_1+x_3+x_6$ en az % 50, en fazla % 100 olmak zorundadır. Seçilen fonun kısıtları, Scheffé karma denemeler yöntemi uygulanırken, iç tüzük gereği kısıtları en az % 0, en fazla % 100 olarak tanımlanan Ters Repo modelin uygulanabilmesi için en az % 0, en fazla % 50 olarak ve iç tüzük gereği en az % 0, en fazla % 100 olarak tanımlanmış olan Türk Hisse Senetleri kısıtları modelin uygulanabilmesi için en az % 0, en fazla % 50 olarak değiştirilmiştir. Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonunu oluşturan bileşenlerin aylık ortalama yatırım oranları Tablo 1'de verilmiştir.

Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonunu için (12) denklemine uygun Scheffé karma modeli,

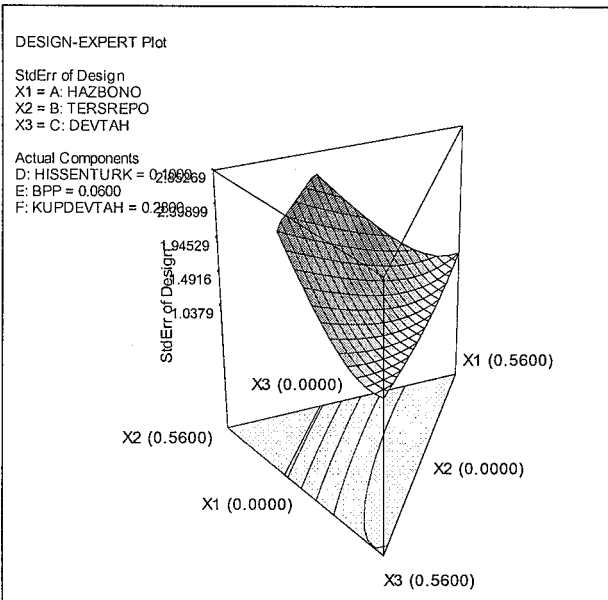
Model 1.

$$y = 0,013117*x_1 + 0,003354*x_2 + 0,015147*x_3 \\ (0,001687) \quad (0,007812) \quad (0,002257) \\ + 0,007377*x_4 + 0,003953*x_5 + 0,016871*x_6 \\ (0,003529) \quad (0,004759) \quad (0,002628)$$

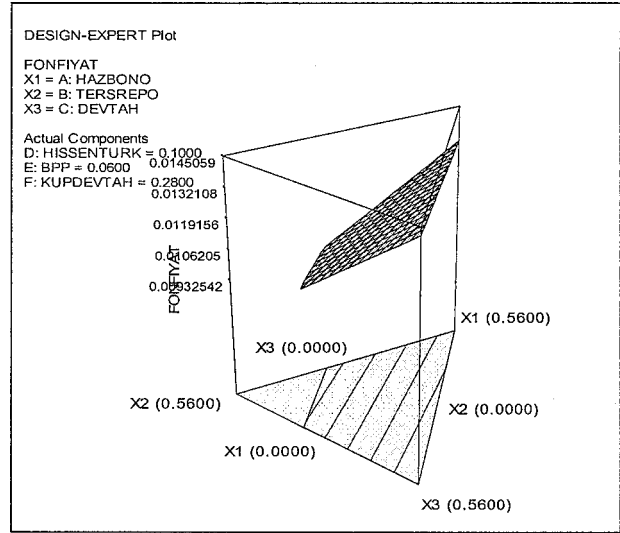
şeklinde bulunur. Bu model için, $R^2 = 0,4780$ ve düzeltilmiş $R^2 = 0,2408$, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarının toplamı 92,057 ve katsayı matrisinin koşul sayısı 93,725 olarak elde edilmiş ve modelin standart hataları, fon fiyatı ve önerilen fon fiyatı Şekil 1'de gösterilmiştir. Ancak, R^2 'nin düşük olması, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarından oluşan VIF varyans büyüme faktörlerinin toplamının 6 değişken için 60'dan büyük olması ve katsayı matrisinin koşul sayısının 25'den büyük olması modelin uygun olmadığını gösterir.

Tablo.1. Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu

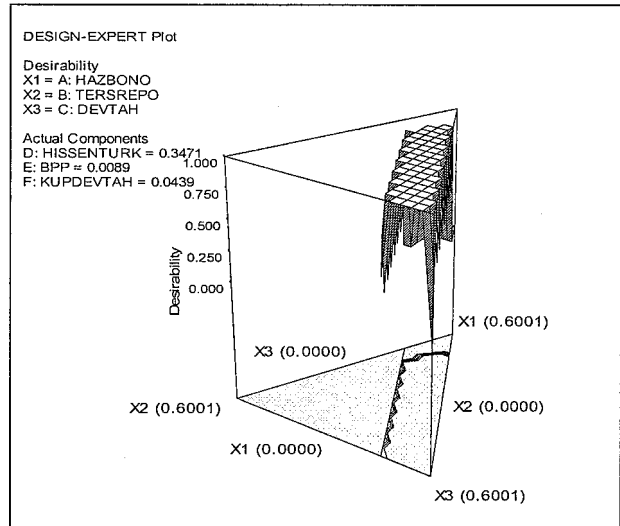
Aylar	Ay Sonu Fon Fiyatı (YTL)(y)	Hazine Bonusu (x ₁)	Ters Repo (x ₂)	Devlet Tahvil (x ₃)	Türk Hisse Senetleri (x ₄)	BPP (x ₅)	Kup. Devlet Tahvil (x ₆)
Eylül 2003	0,01077	0,1719	0,136	0,402	0,289	0,000	0,000
Ekim 2003	0,01015	0,3467	0,067	0,163	0,260	0,161	0,000
Kasım 2003	0,01025	0,2726	0,000	0,339	0,203	0,184	0,000
Aralık 2003	0,01107	0,0000	0,000	0,585	0,311	0,103	0,000
Ocak 2004	0,01104	0,4817	0,000	0,072	0,237	0,016	0,192
Şubat 2004	0,01137	0,3209	0,000	0,061	0,361	0,012	0,244
Mart 2004	0,01172	0,0000	0,000	0,075	0,482	0,010	0,431
Nisan 2004	0,01117	0,0860	0,000	0,319	0,351	0,052	0,190
Mayıs 2004	0,01088	0,2231	0,000	0,241	0,330	0,040	0,164
Haziran 2004	0,01124	0,1404	0,000	0,316	0,364	0,125	0,052
Temmuz 2004	0,01170	0,1409	0,000	0,514	0,305	0,003	0,035
Ağustos 2004	0,01209	0,2003	0,000	0,384	0,373	0,012	0,029
Eylül 2004	0,01258	0,1348	0,000	0,463	0,346	0,027	0,027
Ekim 2004	0,01301	0,5018	0,000	0,187	0,279	0,013	0,018
Kasım 2004	0,01313	0,4427	0,000	0,272	0,247	0,021	0,016
Aralık 2004	0,01398	0,0000	0,000	0,191	0,280	0,011	0,516
Ocak 2005	0,01457	0,0628	0,000	0,232	0,311	0,057	0,336



Şekil.1.a. Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu için Model 1 (Standart Hatalar)



Şekil.1.b. Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu için Model 1 (Fon Fiyatı)



Şekil.1.c. Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu için Model 1 (Önerilen Fon Fiyatı)

Bu fon için (13) denklemine uygun 2. dereceden, (14) denklemine uygun 3. dereceden ve (15) denklemine uygun özel 3. dereceden Scheffé modelleri oluşturulmuş, fakat hiçbirinin uygun modeller olmadıkları görülmüş, bu nedenle de modellerle ilgili sonuçlar burada gösterilmemiştir. Sonuç olarak, bu fon için Scheffé karma modellerinin uygun tasarımlar oluşturmadığı kararına varılmıştır.

Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu için, (6) denklemine uygun en küçük kareler kestiricileri ile birlikte sabit terimli çoklu regresyon modeli Model 1.1,

Model 1.1.

$$y = -2,842116 + 2,855211*x_1 + 2,845093*x_2 + 2,856471*x_3 \\ (1,120897) \quad (1,120775) \quad (1,120595) \\ + 2,850878*x_4 + 2,844512*x_5 + 2,856922*x_6 \\ (1,121453) \quad (1,1203) \quad (1,120095)$$

şeklinde elde edilir. Bu model için, $R^2 = 0,6834$ ve düzeltilmiş $R^2 = 0,4934$ olarak hesaplanmıştır. $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanları olan VIF'ler sırasıyla x_1 için 1562036, x_2 için 1561694, x_3 için 1561193, x_4 için 1563585, x_5 için 1560371, ve x_6 için 1559802'dir. λ_i öz değerleri ise, $\lambda_1 = 2,1805$; $\lambda_2 = 1,5307$; $\lambda_3 = 0,9909$; $\lambda_4 = 0,7966$; $\lambda_5 = 0,50140$ ve $\lambda_6 = 0,0000$ olarak bulunur. Buradan R^2 'nin düşük olması, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarından oluşan VIF varyans büyütme faktörlerinin 10'dan çok büyük olması ve sıfırdan farklı öz değerlerin 5 olması bağımsız değişkenler arasında iç ilişkinin yüksek düzeyde olduğunu ve Model 1.1.'in uygun bir model olmadığını ortaya koyar.

Scheffe karma modeli uygun çözüm üretmediği durumlarda alternatif model olarak Draper'in [3] önerdiği (6) denklemine uygun $k = 0,090$ için sabit terimli Ridge Regresyon modeli:

Model 1.2.

$$y = 0,013648 - 0,000804*x_1 - 0,009739*x_2 + 0,0008587*x_3 \\ (0,001260) \quad (0,007712) \quad (0,001405) \\ - 0,005346*x_4 - 0,009011*x_5 + 0,002516*x_6 \\ (0,004679) \quad (0,004829) \quad (0,001361)$$

biçiminde elde edilir. Bu model için, $R^2 = 0,4310$, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanları olan VIF'ler ise sırasıyla x_1 için 0,4772, x_2 için 0,8574, x_3 için 0,5201, x_4 için 1,0262, x_5 için 0,8641 ve x_6 için 0,5560 bulunur. λ_i öz değerleri ise, $\lambda_1 = 2,180538$; $\lambda_2 = 1,530654$; $\lambda_3 = 0,990890$; $\lambda_4 = 0,796553$; $\lambda_5 = 0,501365$ ve $\lambda_6 = 0,000$ 'dir. Burada, R^2 'nin düşük olması, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarından oluşan VIF varyans büyütme faktörlerinin 10'dan küçük olmasına karşın sıfırdan farklı öz değerlerin 5 olması bağımsız değişkenler arasında iç ilişkinin olduğunu ve Model 1.2.'nin uygun bir model olmadığını gösterir.

Regresyon modelleri tüm değişkenler için tek tek incelendiğinde, sabit terimleri olmak koşuluyla tek değişkenli fonksiyonda R^2 değeri 0,2147 olan x_5 'den oluşan model en iyi model, iki değişkenli fonksiyonda R^2 değeri 0,3309 olan x_2 ve x_5 'den oluşan model en iyi

model, üç değişkenli fonksiyonda R^2 değeri 0,4607 olan x_1 , x_3 ve x_6 'dan oluşan model en iyi model, dört değişkenli fonksiyonda R^2 değeri 0,4791 olan x_1 , x_3 , x_4 ve x_6 'dan oluşan model en iyi model ve beş değişkenli fonksiyonda R^2 değeri 0,4793 olan x_1 , x_3 , x_4 , x_5 ve x_6 'dan oluşan model en iyi modeldir. Tüm değişkenlerin kullanılması ile R^2 değeri 0,6834 bulunur. Ayrıca, bir ve iki değişkenli modeller dışındaki tüm modellerde de iç ilişkinin olduğu görülmektedir.

y bağımlı değişkeni ile en düşük korelasyona sahip x_4 değişkenini sistem dışı tutularak tekrar Ridge ve Çoklu regresyon tahminleri yapıldığında Tablo 2'deki değerler elde edilir. Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu Ridge regresyonu için tüm değişkenlere ait koşul sayıları 25'ten küçük ya da öz değerleri sıfırdan farklı ve VIF'lerin 10'dan küçük olmasının yanında R^2 değeri de oldukça küçüktür. Buna karşın çoklu regresyon için 4 öz değer sıfırdan farklı ya da 4 değişkenin koşul sayısının 25'ten küçük olduğu ve bazı VIF'lerin 10'dan büyük olduğu görülür, ancak R^2 değeri yine oldukça küçüktür. Dolayısıyla bu modellerin de uygun olmadığı görülür.

Tablo.2. $k = 0,090000$ için Ridge ve En Küçük Kareler Kestiricileri

Bağımsız Değişkenler	Ridge katsayıları	Ridge Standard Hataları	Standart.Ridge katsayıları	VIF	EKK katsayıları	EKK Standard Hataları	Standart. EKK Katsayıları	VIF
Sabit	0,01091				0,0073			
HB(x_1)	0,00109	0,00185	0,143	1,056	0,0057	0,00476	0,753	Bazı VIF>10
TR (x_2)	-0,0077	0,00774	-0,222	0,882	-0,004	0,00893	-0,114	
DT (x_3)	0,00221	0,00205	0,271	1,132	0,0077	0,00555	0,954	
BPP(x_5)	-0,0066	0,00488	-0,306	0,904	-0,003	0,00621	-0,156	
KDT (x_6)	0,00357	0,00200	0,466	1,230	0,0095	0,00591	1,243	
R^2	0,3869				0,4788			

Tablo.2 ile oluşturulan Ridge regresyon modelinde y bağımlı değişkeni ile en düşük korelasyona sahip x_3 değişkenini sistem dışı tutarak tekrar Ridge ve çoklu regresyon tahminleri yapıldığında elde edilen sonuçlar Tablo.3'te verilmiştir. 4 değişken üzerine kurulan yeni modelde, Ridge regresyonu için tüm değişkenlere ait koşul sayılarının 25'ten küçük ya da öz değerleri sıfırdan farklı ve VIF'lerin 10'dan küçük, fakat R^2 değerinin de oldukça küçük olduğu görülür. Ayrıca, çoklu regresyon için 4 öz değer sıfırdan farklı veya 4 değişkenin koşul sayısı 25'ten küçük ve tüm VIF'ler de 10'dan küçük olarak elde edilir, ancak R^2 değeri yine de oldukça küçüktür.

Çoklu regresyon modellerinin 4 değişken için tüm kombinasyonları ile tek tek incelendiğinde, sabit terimleri olmak koşuluyla R^2 değeri en büyük olan en iyi modelin x_1 , x_3 , x_4 ve x_6 bağımsız değişkenleri üzerine kurulu modeli olduğu görülmektedir. Bu değişkenler ile tekrar

Ridge ve çoklu regresyon tahminlerini yapıldığında elde edilen sonuçlar Tablo.4'te gösterilmiştir. 4 değişken üzerine kurulan yeni modelde Ridge regresyonu için tüm değişkenlere ait koşul sayılarının 25'ten küçük ya da öz değerleri sıfırdan farklı ve VIF'lerin 10'dan küçük olduğu görülür, ancak R^2 değeri daha da küçülmüştür. Ayrıca çoklu regresyon için 4 öz değerinin sıfırdan farklı ya da 4 değişkenin koşul sayısının 25'ten küçük olduğu ve tüm VIF'lerin 10'dan küçük olduğu görülür, ancak R^2 değeri büyümesine rağmen yine de oldukça küçüktür.

Tablo 3. $k = 0,090000$ için Ridge ve En Küçük Kareler Kestiricileri

Bağımsız Değişkenler	Ridge katsayıları	Ridge Standard Hataları	Standart.Ridge Katsayıları	VIF	EKK katsayıları	EKK Standard Hataları	Standart. EKK Katsayıları	VIF
Sabit	0,0121				0,012			
HB (x_1)	-0,0003	0,00174	-0,0472	0,9755	-0,0003	0,001	-0,049	
TR (x_2)	-0,0088	0,00762	-0,2531	0,8963	-0,009	0,008	-0,274	
BPP(x_3)	-0,0076	0,00484	-0,3490	0,9324	-0,008	0,005	-0,378	
KDT (x_4)	0,00173	0,00187	0,2272	1,1245	0,001	0,002	0,230	VIF<10
R^2	0,3623				0,385			

Tablo 4. $k = 0,090000$ için Ridge ve En Küçük Kareler Kestiricileri

Bağımsız Değişkenler	Ridge katsayıları	Ridge Standard Hataları	Standart.Ridge Katsayıları	VIF	EKK katsayıları	EKK Standard Hataları	Standart. EKK Katsayıları	VIF
Sabit	0,00972				0,0037			
HB (x_1)	0,00231	0,002	0,3033	1,301	0,009	0,0044	1,223	
DT (x_2)	0,00356	0,002	0,4365	1,256	0,011	0,0047	1,394	
HST (x_3)	-0,0006	0,004	-0,0339	1,084	0,003	0,0055	0,186	
KDT (x_4)	0,00599	0,002	0,7832	1,296	0,013	0,0042	1,713	VIF<10
R^2	0,2707				0,479			

Ridge regresyon modeline en küçük korelasyona sahip değişkenlerin atılması ile devam edilebilir, ancak 4 değişken üzerine kurulan modelde dahi R^2 'nin oldukça küçük olması diğer modellerde daha da azalacağı için anlamını yitirmektedir. Bu nedenle diğer modeller üzerinde benzer çalışma yapılmamıştır.

2.Fon - Gelir Amaçlı Uluslararası Karma Emeklilik Yatırım Fonu

2. fon olarak seçilen "Gelir Amaçlı Uluslararası Karma Emeklilik Yatırım Fonunun" içerikleri,

x_1 : Ters Repo en az % 0, en fazla % 20,

x_2 : Y.SGMK en az % 0, en fazla % 80,

x_3 : Yabancı Hisse Senetleri en az % 20, en fazla % 80,

x_4 : Borsa Para Piyasası İşlemleri (BPP) en az % 0, en fazla % 20,

x_5 : Yabancı Devlet Kağıtları en az % 20, en fazla % 80,

Fon portföyünün minimum % 80'lik kısmı, her birinin değeri fon portföyünün % 20'sinden az olmayacak şekilde, yabancı hisse senetleri ve yabancı borçlanma araçlarından, yani $x_2 + x_3 + x_5$ en az % 80, en fazla % 100 olmak zorundadır. Seçilen fonun bileşen kısıtlarından Yabancı Devlet Kağıtları iç tüzük gereği en az % 20, en fazla % 80 olarak tanımlanmış iken Scheffé karma denemeler yöntemi uygulanırken modelin uygulanabilmesi için en az % 0, en fazla % 80 olarak değiştirilmiştir.

Tablo 5. Gelir Amaçlı Uluslar Arası Karma Emeklilik Yatırım Fonu

Aylar	Ay Sonu Fon Fiyatı (YTL) (Y)	Ters Repo (x_1)	Y:SGMK (x_2)	Hisse Senetleri Yabancı (x_3)	BPP (x_4)	Yabancı Devlet Kağıtları (x_5)
Eylül 2003	0,010399	0,1349	0,6295	0,2356	0,000	0,0000
Ekim 2003	0,009994	0,0482	0,6837	0,2681	0,000	0,0000
Kasım 2003	0,009920	0,0467	0,6918	0,2615	0,000	0,0000
Aralık 2003	0,010028	0,0438	0,0000	0,2684	0,000	0,6878
Ocak 2004	0,009584	0,0000	0,5883	0,2726	0,139	0,0000
Şubat 2004	0,009554	0,0000	0,1215	0,2704	0,151	0,4563
Mart 2004	0,009417	0,0000	0,0000	0,2699	0,135	0,5948
Nisan 2004	0,009909	0,0000	0,0000	0,2772	0,155	0,5671
Mayıs 2004	0,010360	0,0000	0,0000	0,2722	0,163	0,5647
Haziran 2004	0,010291	0,0000	0,0000	0,2432	0,121	0,6357
Temmuz 2004	0,010085	0,0000	0,0000	0,2241	0,171	0,6046
Ağustos 2004	0,010373	0,0000	0,0000	0,2247	0,164	0,6111
Eylül 2004	0,010435	0,0000	0,0000	0,2252	0,158	0,6167
Ekim 2004	0,010392	0,0000	0,0000	0,2147	0,164	0,6206
Kasım 2004	0,010421	0,0000	0,0000	0,2180	0,155	0,6270
Aralık 2004	0,010051	0,0000	0,0000	0,2244	0,135	0,6406
Ocak 2005	0,009661	0,0000	0,0000	0,2244	0,125	0,6497

Gelir Amaçlı Uluslararası Karma Emeklilik Yatırım Fonuna ait Eylül 2003-Ocak 2005 arasında bileşenlerin aylık ortalama oranları Tablo 5'te verilmiştir. Gelir Amaçlı Uluslararası Karma Emeklilik Yatırım Fonunun (12) denklemine uygun Scheffé karma modeli Design Expert programı ile,

Model 2.

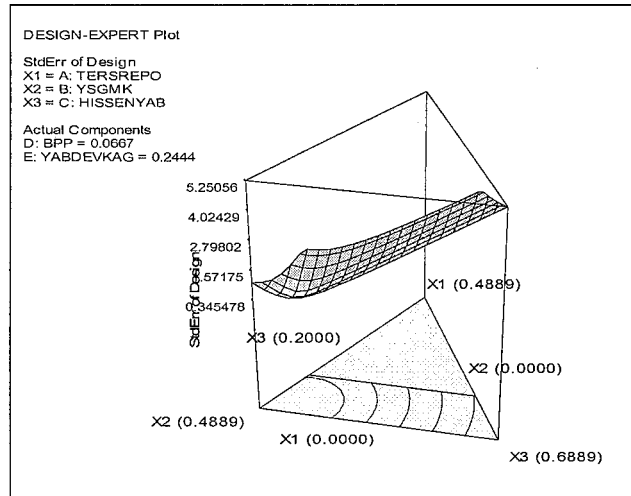
$$y = 0,016547*x_1 + 0,011360*x_2 + 0,004702*x_3$$

$$(0,002983) \quad (0,000478) \quad (0,002660)$$

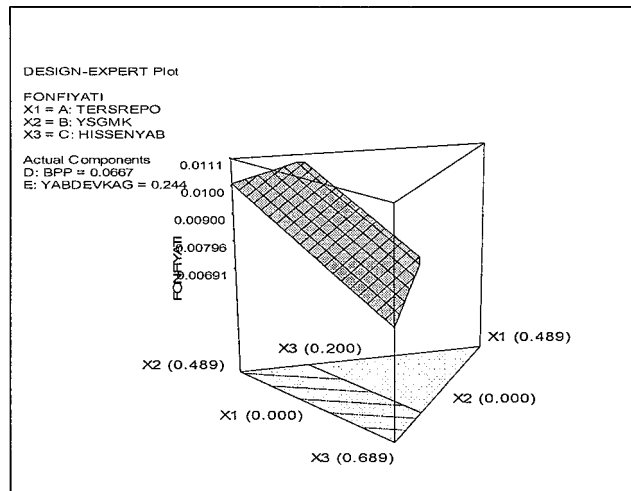
$$+ 0,012412*x_4 + 0,011642*x_5$$

$$(0,001421) \quad (0,000407)$$

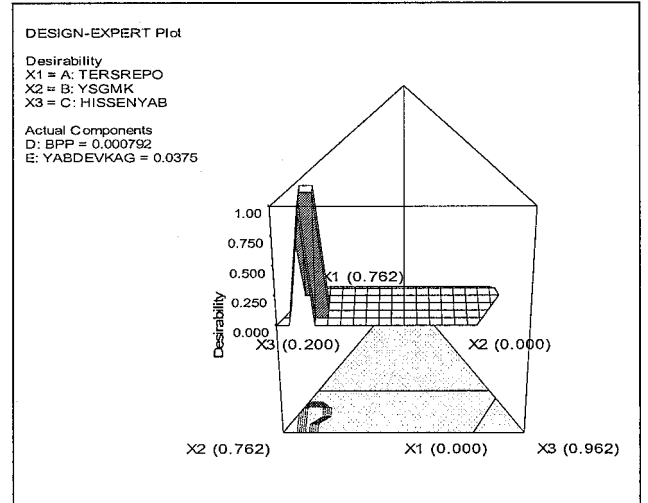
olarak bulunmuştur. Bu model için, $R^2 = 0,4152$ ve düzeltilmiş $R^2 = 0,2203$, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarının toplamı 205,073 ve katsayı matrisinin koşul sayısı 83,253 bulunur. Buradan R^2 'nin düşük olması, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarından oluşan VIF varyans büyütme faktörlerinin toplamının 5 değişken için 50'den büyük olması ve katsayı matrisinin koşul sayısının 25'ten büyük olması modelin uygun olmadığını gösterir.



Şekil.2.a. Model 2'nin Sonucu (Standart Hatalar)



Şekil.2.b. Model 2'nin Sonucu (Fon Fiyatı)



Şekil.2.c. Model 2'nin Sonucu (Önerilen Fon Fiyatı)

Model için, elde edilen sonuçların standart hataları, Fon fiyatları ve önerilen fon fiyatlarının grafikleri Şekil.2'de gösterilmiştir. Bu fon için (13) denkleme uygun 2. dereceden, (14) denkleme uygun 3. dereceden ve (15) denkleme uygun özel 3. dereceden Scheffé modelleri oluşturulmuş, fakat uygun modeller olmadıkları için modeller ve sonuçlarına burada yer verilmemiştir. Sonuç olarak, bu fon için Scheffé karma modelleri uygun tasarımlar oluşturamamaktadır. Alternatif model olarak Ridge Regresyon modeli incelenmelidir.

Gelir Amaçlı Uluslararası Karma Emeklilik Yatırım Fonunun (6) denkleme uygun sabit terimli çoklu regresyon modeli Model 2.1. olarak düşünülür ise en küçük kareler kestiricileri ile,

Model 2.1.

$$y = 0,011642 + 0,004905*x_1 - 0,0002825*x_2 - 0,006940*x_3$$

$$(0,004252) \quad (0,000412) \quad (0,003784)$$

$$+ 0,0007699*x_4 + 0,000*x_5$$

$$(0,002325) \quad (0,000)$$

şeklinde bulunur. Bu model için, $R^2 = 0,4152$ ve düzeltilmiş $R^2 = 0,1494$, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanları olan VIF'ler sırasıyla x_1 için 184,8147, x_2 için 1,7383, x_3 için 146,3978, x_4 için 55,2757 ve x_5 için 0,000 dır. λ_i öz değerleri ise $\lambda_1=3,347147$; $\lambda_2=0,954133$; $\lambda_3=0,548242$; $\lambda_4=0,150478$ ve $\lambda_5=0,000000$ olarak elde edilir. Buradan R^2 'nin düşük olması, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarından oluşan VIF varyans büyütme faktörlerinden bazılarının 10'dan büyük olması ve sıfırdan farklı öz değerlerin 4 olması bağımsız değişkenler arasında iç ilişkinin olduğunu ve Model 2.1.'in uygun bir model olmadığını ortaya koyar.

Gelir Amaçlı Uluslararası Karma Emeklilik Yatırım Fonunun (6) denkleminde uygun Model 2.2. $k=0,090$ için sabit terimli Ridge regresyon modeli olarak düşünülür ise,

Model 2.2.

$$y = 0,0115423 + 0,003777*x_1 - 0,0001378*x_2 - 0,006605*x_3 + 0,0004263*x_4 + 0,000110*x_5$$

(0,002920) (0,000189)
(0,003364) (0,001534) (0,000205)

şeklinde bulunur. Bu model için, $R^2 = 0,3733$, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanları olan VIF'ler sırasıyla x_1 için 1,6448, x_2 için 0,4309, x_3 için 0,9646, x_4 için 1,6000 ve x_5 için 0,4663 dir. λ_1 öz değerleri ise $\lambda_1 = 3,347147$; $\lambda_2 = 0,954133$; $\lambda_3 = 0,548242$; $\lambda_4 = 0,150478$ ve $\lambda_5 = 0,000000$ elde edilir.. Buradan R^2 'nin düşük olması, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarından oluşan VIF varyans büyütme faktörlerinin 10'dan küçük olmasına karşın sıfırdan farklı 4 öz değerinin olması bağımsız değişkenler arasında iç ilişkisinin olduğunu ve Model 2.2.'in uygun olmadığını ortaya koyar. y bağımlı değişkeni ile en düşük korelasyona sahip x_4 değişkenini sistem dışı tutarak tekrar Ridge ve çoklu regresyon tahminleri yapıldığında Tablo.6'daki sonuçlar elde edilir. Ridge regresyonu için bazı değişkenlere ait koşul sayılarının 25'ten küçük veya öz değerlerinin sıfırdan farklı ve VIF'lerin 10'dan küçük olduğu görülmekle birlikte R^2 değeri oldukça küçüktür. Buna karşın çoklu regresyon için 3 öz değerinin sıfırdan farklı ya da 3 değişkenin koşul sayısının 25'ten küçük olduğu ve bazı VIF'lerin 10'dan büyük olduğu, ancak R^2 değerinin yine oldukça küçük olduğu görülür.

Tablo.6. $k = 0,090000$ için Ridge ve En Küçük Kareler Kestiricileri

Bağımsız Değişkenler	Ridge katsayıları	Ridge Stan. Hataları	Standart.Ridge katsayıları	VIF	EKK katsayıları	EKK Standart. Hataları	Standart. EKK Katsayıları	VIF
Sabit	0,0116				0,0124			
TR(x_1)	0,0032	0,0024	0,3438	1,2448	0,0041	0,0024	0,433	
YSG(x_2)	-0,0001	0,0002	-0,1503	0,7681	-0,0010	0,0002	-0,834	
HSB(x_3)	-0,0068	0,0031	-0,4755	0,9458	-0,0077	0,0031	-0,537	
YDT(x_5)	0,0000	0,0002	0,0665	0,7912	-0,0007	0,0002	-0,611	
R^2	0,370				0,4152			

Tablo.6 ile oluşturulan Ridge regresyon modelinde y bağımlı değişkeni ile en düşük korelasyona sahip x_2 değişkenini sistem dışı tutarak tekrar Ridge ve çoklu regresyon tahminleri yapıldığında elde edilen sonuçlar Tablo.7'de verilmiştir. 3 değişken üzerine kurulan yeni

modelde Ridge regresyonu için tüm değişkenlere ait koşul sayılarının 25'ten küçük veya öz değerleri sıfırdan farklı ve VIF'lerin 10'dan küçük olduğu görülür, ancak R^2 değeri oldukça küçüktür. Ayrıca çoklu regresyon için 3 öz değerinin sıfırdan farklı ya da 3 değişkenin koşul sayısı 25'ten küçük ve tüm VIF'ler 10'dan küçük olmasına karşın, R^2 değeri yine oldukça küçüktür.

Ridge regresyon modeline en küçük korelasyona sahip değişkenlerin azaltılması ile devam edilebilir, ancak 3 değişken üzerine kurulan modelde dahi R^2 'nin oldukça küçük olması diğer modellerde daha da azalacağı için anlamını yitirmektedir. Bu nedenle diğer modeller üzerinde çalışma yapılmamıştır.

Tablo.7. $k = 0,090000$ için Ridge ve En Küçük Kareler Kestiricileri

Bağımsız Değişkenler	Ridge katsayıları	Ridge Stand. Hataları	Stan. Ridge katsayıları	VIF	EKK katsayıları	EKK Standart Hataları	Stan. EKK Katsayıları	VIF
Sabit	0,0115				0,0116			
TR (x_1)	0,0030	0,0022	0,3245	1,1607	0,0036	0,002	0,383	
HSY(x_3)	-0,0068	0,0030	-0,477	0,9412	-0,0073	0,003	-0,509	
YDT(x_5)	0,0002	0,0003	0,1913	0,2755	-0,0002	0,0003	-0,233	
R^2	0,3666				0,4037			

3. Fon-Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Yatırım Fonu

3. fon olarak alınan "Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Yatırım Fonunun" içerikleri,

x_1 : Hazine Bonosu en az % 0, en fazla % 100,

x_2 : Ters Repo en az % 0, en fazla % 100,

x_3 : Devlet Tahvili en az % 0, en fazla % 100,

x_4 : Borsa Para Piyasası İşlemleri (BPP) en az % 0, en fazla % 20,

x_5 : Kuponlu Devlet Tahvili en az % 0, en fazla % 100,

Fon portföyünün minimum % 80'lik kısmı ters repo dahil devlet iç borçlanma araçlarından olmak zorundadır. Bu fona ait Eylül 2003- Ocak 2005 bileşenlerin aylık bağıl oranları Tablo.8'de verilmiştir.

Tablo.8. Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Yatırım Fonu

Aylar	Ay Sonu Fon Fiyatı (YTL) (y)	Hazine Bonosu (x ₁)	Ters Repo (x ₂)	Devlet Tahvilii (x ₃)	BPP (x ₄)	Knup. Devlet Tahvilii (x ₅)
Eylül 2003	0,010609	0,2443	0,1926	0,5631	0,0000	0,000
Ekim 2003	0,010041	0,2675	0,0000	0,6007	0,1318	0,000
Kasım 2003	0,010271	0,2675	0,0000	0,6249	0,1076	0,000
Aralık 2003	0,010665	0,0000	0,0000	0,7680	0,0356	0,196
Ocak 2004	0,010901	0,4505	0,0000	0,3344	0,0000	0,215
Şubat 2004	0,011224	0,3600	0,0000	0,4230	0,0418	0,175
Mart 2004	0,011566	0,0000	0,0000	0,6195	0,0534	0,327
Nisan 2004	0,011749	0,0934	0,0000	0,4576	0,1165	0,332
Mayıs 2004	0,011827	0,3341	0,0000	0,3463	0,1699	0,149
Haziran 2004	0,012077	0,0000	0,0000	0,8060	0,0868	0,107
Temmuz 2004	0,012409	0,0000	0,0000	0,7071	0,0173	0,275
Ağustos 2004	0,012762	0,0000	0,0000	0,6428	0,0043	0,352
Eylül 2004	0,013055	0,0826	0,0000	0,3983	0,0072	0,511
Ekim 2004	0,013531	0,5353	0,0000	0,1744	0,0022	0,288
Kasım 2004	0,013656	0,0000	0,0000	0,4875	0,0792	0,433
Aralık 2004	0,014420	0,1205	0,0000	0,4039	0,0076	0,468
Ocak 2005	0,014827	0,1347	0,0000	0,4970	0,0067	0,361

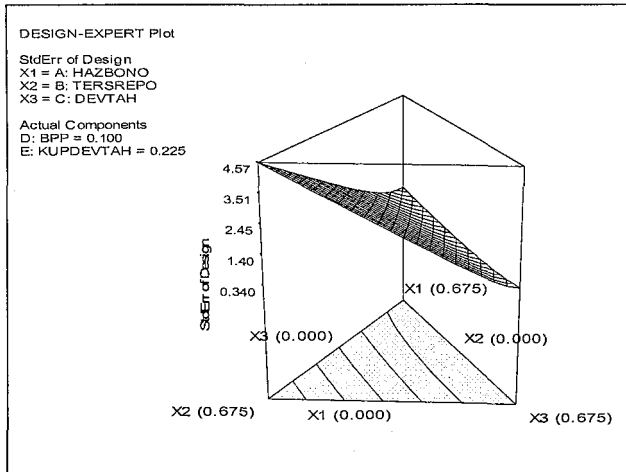
Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Yatırım Fonunun (12) denklemine uygun Scheffé karma modeli,

Model 3.

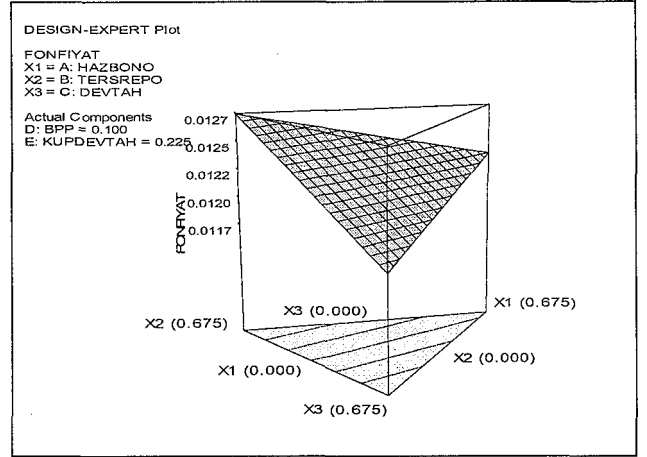
$$y = 0,0109*x_1 + 0,0116*x_2 + 0,0101*x_3 + 0,0092*x_4 + 0,0176*x_5$$

(0,00127) (0,00612) (0,00098)
(0,00516) (0,00142)

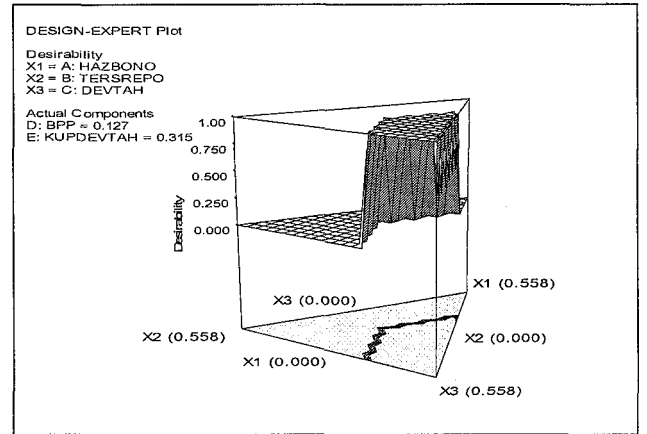
şeklinde bulunur.



Şekil.3.a. Model 3'ün Sonucu (Standart Hatalar)



Şekil.3.b. Model 3'ün Sonucu (Fon Fiyatı)



Şekil.3.c. Model 3'ün Sonucu (Önerilen Fon Fiyatı)

Bu model için, $R^2 = 0,649$ ve düzeltilmiş $R^2 = 0,532$, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarının toplamı 50,52 ve katsayı matrisinin koşul sayısı 23,25'tir. Buradan R^2 'nin yüksek olması, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarından oluşan VIF varyans büyütme faktörlerinin toplamının 5 değişken için 50 olması ve katsayı matrisinin koşul sayısının 25'ten küçük olması modelin uygun olduğunu gösterir. Dolayısıyla bu fon için doğrusal Scheffé karma modelleri uygun tasarımlar oluşturmaktadır. Design Expert programı ile elde edilen sonuçlar Şekil 3'te gösterilmiştir. Bu fon için (13) denklemine uygun 2. dereceden, (14) denklemine uygun 3. dereceden ve (15) denklemine uygun özel 3. dereceden Scheffé modelleri kurulmuş, ancak uygun modeller olmadıkları görüldüğü için bu modellere ve sonuçlarına burada yer verilmemiştir.

Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Yatırım Fonunun (6) denklemine uygun olarak bu fon sabit terimli çoklu regresyon ile modellenir ise, modelde x_5 'in katsayısının 0 olduğu görülecektir. Model x_5 dışarıda bırakılarak en küçük kareler kestiricileri ile,

Model 3.1.

$$y = 0,017643 - 0,006783*x_1 - 0,006137*x_2 \\ (0,002203) \quad (0,005889) \\ - 0,007467*x_3 + 0,008571*x_4 \\ (0,002312) \quad (0,005020)$$

şeklinde bulunur. Bu model için, $R^2 = 0,6552$ ve düzeltilmiş $R^2 = 0,5402$ olup, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanları olan VIF'ler sırasıyla x_1 için 4,6519, x_2 için 33,2343, x_3 için 5,1237 ve x_4 için 24,1536'dır. λ_1 öz değerleri ise $\lambda_1 = 1,7294$; $\lambda_2 = 1,2312$; $\lambda_3 = 0,8082$; $\lambda_4 = 0,2351$ 'dir. Buradan R^2 'nin yüksek olması, $(x'x)^{-1}$ matrisinin köşegen elemanlarından oluşan VIF varyans büyüme faktörlerinden ikisinin 10'dan büyük olmasına karşın koşul sayılarının tümünün 25'ten küçük ve sıfırdan farklı 4 öz değer olması bağımsız değişkenler arasında iç ilişkinin kabul edilebilir düzeyde olduğunu ve Model 3.1.'in uygun olduğunu kanıtlar.

IV. SONUÇLAR

Genel olarak bakıldığında bireysel emeklilik fonlarında değişkenler arasında kısıtlar arttıkça kurulan model yapıları çerçevesinde Scheffé karma modellerinin geçersiz olduğu görülmektedir. Yoğun kısıtlardan oluşan Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu ve Gelir Amaçlı Uluslararası Karma Emeklilik Yatırım Fonu için Scheffé karma modellerinin yetersiz oldukları görülmektedir. Scheffé karma modellerinin geçerli olmadığı durumda alternatif model olarak önerilen Ridge Regresyon modeli bu iki fon için incelendiğinde bazı değişkenler üzerine kurulan modellerin tutarlı, bazı değişkenler üzerine kurulan modellerin tutarsızlığını sürdürdüğü görülmektedir. Ridge modelleri dışında, fonlar sabit terimli çoklu regresyon modelleri olarak düşünüldüğünde de yine geçerli modeller oluşturmadıkları görülür. Ancak değişkenler arası daha az kısıda sahip Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Yatırım Fonu için doğrusal Scheffé karma modelinin uygun olduğu görülmektedir. Bu fon için sabit terimli çoklu regresyon modelinin geçerli olup olmadığı araştırıldığında da modelin uygun olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Bireysel Emeklilik Fonlarında değişkenler arası kısıtlar arttıkça Scheffé karma modellerinin yetersiz kaldığı, kısıtlar azaldıkça uygun modeller oldukları görülmektedir. Scheffé karma modellerinin yukarıdaki koşullar ışığında fonlar için önerdiği en iyi içerik oranları Tablo.9, Tablo.10 ve Tablo.11'de gösterilmiştir.

Tablo. 9. Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu İçin Önerilen İçerik Oranı

Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu				
Yatırım aracı	Düzeyi (%)	Alt Sınır (%)	Üst Sınır (%)	S. Sapma
Haz. Bonosu	28	0	100	0
Ters Repo	10	0	50	0
Dev. Tahvili	18	0	100	0
T.His. Sen.	10	0	50	0
Borsa Pi. İş. (BPP)	06	0	20	0
Kup. Dev. Tah.	28	0	100	0
Tahmini Fon Fiyatı:	0,012433	SE Mean = 0,0013	95% CI low = 0,0095	95% CI high = 0,015
		SE Pred = 0,0017	95% PI low = 0,0086	95% PI high = 0,016

Tablo.10. Gelir Amaçlı Uluslararası Karma Emeklilik Yatırım Fonu İçin Önerilen İçerik Oranı

Gelir Amaçlı Uluslararası Karma Emeklilik Yatırım Fonu				
Yatırım aracı	Düzeyi (%)	Alt Sınır (%)	Üst Sınır (%)	S.Sapma
Ters Repo	6,67	0	20	0
YSGMK	22,2	0	80	0
His. Sen. Ya.	40	20	80	0
Borsa Piy. İş. (BPP)	6,67	0	20	0
Y. Dev.Kağ.	24,4	0	80	0
Tahmini Fon Fiyatı:	0,00918	SE Mean = 0,00061	95% CI low = 0,00786	95% CI high = 0,010
		SE Pred = 0,00068	95% PI low = 0,00771	95% PI high = 0,0107

Tablo 11. Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Yatırım Fonu İçin Önerilen İçerik Oranı

Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları Emeklilik Yatırım Fonu				
Yatırım aracı	Düzeyi (%)	Alt Sınır (%)	Üst Sınır (%)	S.Sapma
Haz. Bon.	22,5	0	100	0
Ters Repo	22,5	0	100	0
Dev. Tah.	22,5	0	100	0
Borsa Piy. İş. (BPP)	10,0	0	20	0
Ku.Dev.Tah.	22,5	0	100	0
Tahmini Fon Fiyatı:	0,0122	SE Mean = 0,00159	95% CI low = 0,00878	95% CI high = 0,015
		SE Pred = 0,00187	95% PI low = 0,00817	95% PI high = 0,0163

Sonuç olarak, incelenen modeller doğrultusunda Bireysel Emeklilik Fonlarının içeriğini oluşturan yatırım araçlarının karşılıklı çarpımlarından oluşan (13), (14) ve (15) denklemleri ile verilen modeller geçersizliğini korurken (6) ve (12) denklemlerinden oluşan modellerin daha tutarlı yapılar oluşturdukları görülmektedir.

Dolayısıyla, Bireysel Emeklilik Fonlarının modellenmesi için kurulan yapılar çerçevesinde yoğun kısıtların olduğu durumlarda Scheffé karma modelleri dışındaki modellerle, kısıtların az olduğu durumlarda ise Scheffé karma modelleri ile çalışmalar yapılmalıdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Juran, J.M. & Gryna, F.M. (1981). *Planning and Analysis of Quality*. 2nd Ed. New York: McGraw-Hill.
- [2] Cornell, J.A. (1990). *Experiments With Mixtures*. 2nd Ed. New York: John Wiley & Sons.
- [3] Draper, N.R. & Pulkselsheim, F. (2002). Generalized Ridge Analysis Under Linear Restrictions with particular Applications to Mixture Experiments Problems. *Technometrics*, 44(3), 250-258. (www.math.uni-augsburg.de/stochastik/pukelsheim/2002a.pdf) [07.04.2005].
- [4] Scheffé, H. (1958). Experiments with Mixtures. *Journal of The Royal Statistical Society. Series B*, 20(2), 344-360.
- [5] Crosier, B.R. (1984). Mixture Experiments: Geometry and Pseudocomponents. *Technometrics*, 26(3), 209-216.
- [6] Steiner, S.H. & Hamada, M. (1997). Making Mixture Robust to Noise Factors and Mixing Measurement Errors. *Journal of Quality Technology*, 29(4), 441-450, (www.stats.uwaterloo.ca/~shsteine/papers/mix.pdf) [07.04.2005].
- [7] Piepel, G.F. (1983). Defining Consistent Regions in Mixture Experiments. *Technometrics*, 25(1), 97-101.
- [8] Claringbold, P.J. (1955). Use of the Simplex Design in the Study of the Joint Action of Related Hormones. *Biometrics*, 11(2), 174-185.
- [9] Gorman, J.W. (1970). Fitting Equations to Mixture Data With Restraints on Compositions. *Journal of Quality Technology*, 2(4), 186-194.
- [10] Marquart, D.W. (1970). Generalized Inverses Ridge Regression Biased Linear Estimation and Nonlinear Estimation. *Technometrics*, 12(3), 591-612.
- [11] Orhunbilge, N. (1996). *Uygulamalı Regresyon ve Korelasyon Analizi*. İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No: 267, İstanbul: İ. Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Yayın No: 159.
- [12] Myers, R.H. (1990). *Classical and Modern Regression with Applications*. 2nd Ed. Boston: PWS Kent.
- [13] Freund, R.J. & Littell, R.C. (1986). *SAS System Linear Regression*. (Ed.: Cary, N.C.). USA: SAS Institute Inc.
- [14] Petraitis, P.S. (1996). How can we compare the importance of ecological processes if we never ask, 'Compared to what?' *Issues and Perspectives in Experimental Ecology* (Eds.: Resitarits, W. & Bernardo, J.). New York: Oxford University Press.
- [15] Draper, N.R. & Smith, H. (1981). *Applied Regression Analysis*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- [16] Freund, R.P. & Minton, P.D. (1979). *Regression Methods: A Tool for Data Analysis*. New York: Marcel Dekker, Inc.
- [17] Wetherill, G.B.; Duncombe, P.; Kollerstrom, J.; Kenward, M.; Paul, S.R. & Vowden, B.J. (1986). *Regression Analysis with Applications*. London: Chapman and Hall.
- [18] Berry, W.D. & Feldman, S. (1985). *Multiple Regression in Practice*. Beverly Hills: Sage Publications.
- [19] Laviolette, M. (1994). Linear regression: The computer as a teaching tool. *Journal of Statistical Education*, 2(2), (<http://www.amstat.org/publications/jse/v2n2/laviolette.html>) [13.02.2005].
- [20] Hoerl, A.E. (1959). Optimum Solution of Many Variables Equations. *Chemical Engineering Progress*, 55(11), 69-78.
- [21] Hoerl, A.E. (1962). Applications of Ridge Analysis to Regression Problems. *Chemical Engineering Progress*. 58(3), 54-59.
- [22] Hoerl, A.E. (1964). Ridge Analysis. *Chemical Engineering Progress Symposium Series*, 60(1), 67-77.
- [23] Hoerl, R.W. (1985). Ridge Analysis 25 Years Later, *The American Statistician*, 39(3), 186-192. (<http://www.stat.ncsu.edu/info/jse/homepage.html>) [07.04.2005].
- [24] Draper, N.R. (1963). Ridge Analysis of Response Surfaces. *Technometrics*, 5(3), 469-479.
- [25] Myers, R.H., & Carter, W.H.Jr. (1973). Response Surface Techniques for Dual Response Systems. *Technometrics*. 15(2), 301-317.

Nursel Selver RÜZGAR (nruzgar@marmara.edu.tr) received the B.Sc. degree in Mathematics Education from Marmara University, İstanbul, in 1983, M.Sc. degree in Mathematics from İstanbul Technical University, İstanbul in 1989, and Ph.D. degree in Quantitative Methods from İstanbul University, İstanbul, in 1998. She Received Associate Professor Degree in Quantitative Methods in the School of Business Administration in 2006. She started to work at Bogazici University as research assistant in 1985, then, while working 8 years in private high schools as mathematics teacher, she also had part time position at Marmara University and Mimar Sinan University. In 1996, she had full time position at Marmara University and now, she is an Assistant Professor of Electronics & Computer Education Department of Marmara University. Her research interests include simulation, operation research, fuzzy logic, statistical applications, distance education and mathematics education.

ÖĞRENCİLERİN EĞİTİM KALİTESİNİ ALGILAMALARI: SERVQUAL BOYUTLARININ ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ İLE ÖNCELİKLENDİRİLMESİ

Fatma ACAR

Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Doçent Dr.

THE PERCEIVED QUALITY IN EDUCATION OF STUDENTS: PRIORITIZATION DIMENSIONS OF SERVQUAL THROUGH ANALITICHIERARCHY PROCESS

Abstract: The service sector has rapidly grown than the manufacturing sector in not only the world, but also in our country. But it is very difficult to measure the service quality using the measuring in the manufacturing sector, because service sector includes different characteristics. The model of service quality (servqual) was developed Parasuraman, Zeithalm and Berry.

Measure service quality in also education is very important. Analytic Hierarchy Process (AHP) was developed by Saaty. (AHP) is decomposes a complex decision problem into a hierarchical tree

This paper aims using (AHP) was developed by Saaty framework measure service quality in higher education.

Keywords: Service Quality, Quality Dimensions, Education, Analytical Hierarchy Process

ÖĞRENCİLERİN EĞİTİM KALİTESİNİ ALGILAMALARI: SERVQUAL BOYUTLARININ ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ İLE ÖNCELİKLENDİRİLMESİ

Özet: Hizmet sektörü yalnızca dünya da değil, ülkemizde de üretim sektöründen daha hızla bir şekilde büyümektedir. Ancak, hizmet kalitesinin ölçümü üretim sektöründen daha zordur. Çünkü, hizmet sektörü farklı özellikler içermektedir. Hizmet kalitesi modeli Parasuraman, Zeithalm ve Berry (PZB) tarafından ortaya atılmıştır.

Hizmet sektörünün en önemli alanlarından biri de eğitimidir. Eğitimin temel amaçlarından biri ise kalitedir. Bu çalışmanın amacı, AHS yaklaşımı ile Servqual analizini birlikte kullanarak üniversite öğrencilerinin eğitim kalitesini değerlendirmede önceliklerinin neler olduğunu ortaya koymaktır. Bu nedenle, öğrencilerde PZB tarafından ortaya atılan kalite boyutlarını, Saaty'nin Analitik Hiyerarşi Süreci yaklaşımı ile ikili olarak karşılaştırmaları istenmiş ve bu karşılaştırmalarda hareketle öğrencilerin kalite öncelikleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet Kalitesi, Kalite Boyutları, Eğitim, Analitik Hiyerarşi Süreci

I. GİRİŞ

Hizmet sektörü son yıllarda, tüm ekonomilerde olduğu gibi ülkemizde de en önemli sektör konumuna gelmiştir. Hizmet sektörünün giderek artan önemi; Kalitenin ölçülmesi, geliştirilmesi ve iyileştirilmesi çabalarını gündeme getirmiştir. Hizmet işletmeleri de kaliteli hizmet anlayışı doğrultusunda üretim sektöründe olduğu gibi, kalitenin artırılmasına büyük önem vermektedirler. Ancak, ürün ve hizmet arasındaki farklılıklar, ürün ve hizmet kalitelerinin tanım ve ölçümlerinde de farklılıklar yaratmaktadır. Bu farklılık, hizmet kalitesinin ölçüm ve değerlendirilmesinde bazı zorluklar biçiminde ortaya çıkmaktadır.

Hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili öncü çalışmalar Parasuraman, Zehithaml ve Berry (PZB) tarafından başlatılmıştır. PZB geliştirdikleri SERVQUAL modeli ile tüketicinin algıladığı hizmet ile beklediği hizmet arasındaki farkları ortaya koymaya çalışmışlardır. PZB [1] hizmet kalitesini, tüketici beklentilerine uygun hizmet düzeyi olarak tanımlamaktadırlar.

Hizmet sektörünün en önemli alanlarından biri de eğitimidir. Eğitim ve kalite kavramları birbiri ile yakından ilgilidir. Eğitim kurumlarının temel amacı bilim üretmek ve iletme. Söz konusu kurumların kalitesi ise bilim üretmek ve iletme ile ilgili gösterdikleri çabalarındaki yoğunluk ile doğru orantılıdır [2].

Bu çalışmanın amacı, AHS yaklaşımı ile SERVQUAL analizini birlikte kullanarak [3] üniversite öğrencilerinin eğitim kalitesini değerlendirmede önceliklerinin neler olduğunu ortaya koymaktır. Bu nedenle, öğrencilerde PZB tarafından ortaya atılan kalite boyutlarını, Saaty'nin Analitik Hiyerarşi Süreci yaklaşımı ile ikili olarak karşılaştırmaları istenmiş ve bu karşılaştırmalarda hareketle öğrencilerin kalite öncelikleri ortaya konmaya çalışılmıştır.

II. KALİTE VE HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI

Ürün ve hizmet arasındaki farklılıklar, ürün ve hizmet kalitesi tanımlarının farklılaşmasının yanı sıra,

kalite ölçüm ve değerlendirme yaklaşımlarının da farklılaşmasına yol açmaktadır. Bu nedenle, öncelikle ürün ve hizmet arasındaki farklılıkları irdelemek, ürün ve hizmet kalitesi kavramlarına açıklık kazandırmak ve kalite boyutlarını gözden geçirmekte fayda vardır.

II.1. Kalite kavramı

Kalite sözcüğü “ Bir şeyin İyi yada kötü olma özelliği: nitelik ” olarak tanımlanırken sıfat olarak “üstün nitelikli” anlamında kullanılmaktadır [4]. Sadece tüketicinin satın aldığı ürünlerin niteliğine ilişkin olmayıp insan yaşamının tüm evre ve alanlarında önemli bir kavram olan kalite; kamu yada özel sektörde ürün ve hizmet üreten tüm işletmelerin odak noktasıdır. Kalite geliştirme ve iyileştirme, işletmelerin temel amaçlarından biridir. Kalitenin bu denli önemli ve çok boyutlu bir kavram olması ortak bir tanım konusunda uzlaşmayı güçleştirmektedir. Farklı kişi ve kurum tarafından kalite ile ilgili çok sayıda tanım yapılmıştır. Bunlardan bazıları [5,6]:

- ✓ Kalite, tüketicilerin gereksinimlerini karşılayabilme yeteneğidir (Deming)
- ✓ Kalite, tasarım ve özelliklere uygunluktur (Feigenbaum)
- ✓ Kalite, kullanıma uygunluktur (Juran)
- ✓ Kalite, koşullara uygunluktur (Crosby)
- ✓ Kalite, ürünün toplumda yol açtığı minimum zarardır (Taguchi)
- ✓ Kalite, ürün ya da hizmetin belirlenen gereksinimleri karşılama yeteneğine dayanan özellikler toplamıdır (TS- ISO 9005)
- ✓ Kalite, ürün ya da hizmeti ekonomik biçimde üreten ve tüketici isteklerine yanıt veren bir üretim sistemidir (JIS-Japon Sanayi Standartları Komitesi)
- ✓ Kalite, ürün ya da hizmetin belirli bir gerekliliği karşılayabilme yeteneklerini ortaya koyan özelliklerin tümüdür (ASQC–Amerikan Kalite Kontrol Derneği)
- ✓ Kalite, Ürün ya da hizmetin tüketici isteklerine uygunluk derecesi (EOQC-Avrupa Kalite Kontrol Derneği)

Yukarıdaki tanımlar birbirinden bir ölçüde farklı olmakla birlikte, hepsinde tüketicinin istek ve beklentileri ortak noktayı oluşturmaktadır.

Şüphesiz, hizmet ile ürün arasında bazı farklılıklar söz konusudur. Bu nedenle, hizmeti kalitesinin ölçümü ve

iyileştirilmesi konusunda da farklılıklar hatta zorluklar bulunmaktadır. Hizmet kalitesinin ölçülmesine yönelik öncü çalışmalar (PZB) tarafından gerçekleştirilmiştir.

II.2. Hizmet Kalitesi

Kalite dendiğinde genellikle üretilen ürünlerin niteliklerine ilişkin kusursuzluk anlaşılacakla birlikte, giderek büyüyen hizmet sektöründe de kalitenin son derece önemli olduğu bir gerçektir. Ancak, hizmet kalitesinin ölçülmesi ile ürün kalitesinin ölçülmesi arasında farklılık bulunmaktadır. Bunun nedeni ise hizmetin, üründen farklı bazı özelliklerinin bulunmasıdır. Bu özellikler [7];

✓ **Soyutluk:** Hizmetin fiziksel bir boyutu yoktur. Hizmetin fiziksel bir varlığının bulunmaması, elle tutulup gözle görülür bir niteliğe sahip olmaması yüzünden kalitesinin değerlendirilmesi konusunda güçlükler ortaya çıkmaktadır.

✓ **Ayrılmazlık:** Hizmetin üretimi ve tüketimi aynı anda yapılmaktadır. Fiziksel ürünlerin üretim, depolama ve satım süreçleri hizmet için geçerli değildir. Hizmet önce satılır. Daha sonra üretim ve tüketimi eşanlı olarak gerçekleşir. Hizmet, onu sunanlar ve tüketicilerden ayrılmadığı gibi, tüketiciler sürecin bir parçası olurlar.

✓ **Değişkenlik:** Aynı hizmetin kalitesi onun ne zaman, nasıl sağlandığı kadar kimin sağladığına ve kimin yararlandığına bağlı olarak değişebilmektedir. Farklı zaman, farklı yer ve farklı kişiler tarafından sağlanan hizmetin kalitesinde farklılıklar olabileceği gibi aynı kişiler tarafından sunulsa bile zaman zaman kişilerin o anki psikolojileri hizmetin sunumu ve algılamalarında farklılık yaratabilmektedir.

✓ **Dayanaksızlık:** Hizmetin daha sonra kullanılmak üzere saklanması/depolanması söz konusu değildir. Hizmet, üretildiği anda tüketilmek zorundadır.

Bu özellikler nedeniyle hizmet kalitesinin değerlendirilmesi, ölçülmesi ve iyileştirilmesine yönelik çabalar bir ölçüde güçleşmekte ve farklılaşmaktadır. Ürün kalitesinin değerlendirilmesinde kalite ölçütlerinin belirlenmesi ve kalitenin istatistiksel teknikler ile kontrolü mümkün olabilirken, hizmet kalitesinin ölçümünde standart araçlardan çok, tüketicinin beklentileri ölçüt olarak kullanılmaktadır [8]. Hizmet kalitesinin ölçümü ile ilgili temel farklılıklar ise aşağıdaki biçimde özetlenebilir [1]:

✓ Tüketicilerin hizmet kalitesini değerlendirmeleri ürün kalitesini değerlendirmesinden daha zordur.

✓ Tüketicilerin hizmet kalitesi algılamaları sunulan hizmet ile tüketicilerin beklentilerini kıyaslamaları sonucu ortaya çıkmaktadır.

✓ Tüketicilerin hizmet kalitesini değerlendirmeleri, hizmetin sonucu ile birlikte hizmetin sunum sürecini de kapsamaktadır.

II.3. Hizmet Kalitesinin Boyutları

PZB; geliştirdikleri hizmet modeli (SERVQUAL) ile hizmet kalitesinin tanımlanması ve ölçümü amacıyla yönelik çalışmalarında başlangıçta on boyut belirlemişlerdir. Bunlar; Güvenilirlik, heveslilik, yetenek, ulaşılabilirlik, nezaket, iletişim, inanılabilirlik, güvenlik, müşteriye anlama ve fiziksel koşullardır. Daha sonra bu boyutlar yaptıkları faktör analizi çalışması ile beşe indirgenmiştir. Güvenilirlik, heveslilik ve fiziksel koşullar boyutları korunurken; güvenlik, nezaket ve inanılabilirlik güven boyutu içinde, ulaşılabilirlik, müşteriye anlama ve iletişim ise empati boyutu içinde incelenmiştir [9]:

✓ **Fiziksel Koşullar:** Bir İşletmenin hizmet sunmadaki fiziksel olanakları, araç- gereç ve personelin görünümü.

✓ **Güvenilirlik:** Hizmetin zamanında ve doğru biçimde verilmesi.

✓ **Heveslilik:** Personelin hizmet için hazır, istekli, nazik, saygılı ve içten olması.

✓ **Güven:** Personelin gerekli bilgi ve beceriye sahip olması

✓ **Empati:** Personelin tüketicilerin istek ve sorunlarına ilgili ve duyarlı olması.

II.4. Eğitimde Hizmet Kalitesi

Eğitim, hizmet sektörünün en önemli alanlarından biridir. Eğitimde, hizmet sektörünün diğer alanlarından farklı bir özellik söz konusudur. Bu sektörde, görece olarak uzun süreli bağlılık ve hizmetten yeniden yararlanma davranışı diğer sektörlerden daha yoğun biçimde gözlenmektedir [10]. Daha önce de belirtildiği gibi, kaliteli insan yetiştirmek eğitim sektörünün en temel amacıdır. Türk eğitim sistemi çağa ayak uydurmak, nitelikli insan yetiştirmek için kaliteye önem vermek zorundadır. Bir toplumda ürün ve hizmet kalitesinin artırılmasının ilk basamağı insan kalitesinin artırılmasıdır. Bu nedenle eğitimde kalite son derece önemlidir. Ancak eğitim sistemimiz ile ilgili yoğun ölçüde sorunlar bulunduğu da bir gerçektir. Bunlar [2]:

- ✓ Gelişmeleri tam olarak izleyememek,
- ✓ Teknolojiyi yakalayamamak,
- ✓ Araç-gereç, personel ve kaynak yetersizliği,
- ✓ Bilimsel araştırmaların yeterli düzeye

ulaşamamış olması,

✓ Çalışanlar ile ilgili nitelik sorunları,

✓ Eğitim programlarının içeriği ile ilgili sorunlar

biçiminde özetlenebilir. Söz konusu sorunların çözümü kalite iyileştirme ve geliştirme çabalarının başarıya ulaşmasında büyük önem taşımaktadır. Bu sorunların çözümünde öncelik ne olmalıdır sorusunun yanıtı ise büyük ölçüde beklenen kalite kavramında yatmaktadır.

III. ANALİTİK HİYERARŞİ SÜRECİ

1970'li yıllarda Y.L. Saaty [11] tarafından geliştirilen Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS); karar alma sürecinde, sayısal verilerin yanı sıra sözel verilerin de karar modeline dahil edilmesine olanak veren ve bu nedenle de karar alıcının deneyim, bilgi ve tercihlerini de analize katan çok kriterli ya da amaçlı bir karar alma yaklaşımıdır. Karmaşık karar sorunlarının çözümlenmesinde karar alıcıya sözel ve sayısal çok sayıda kriteri bir arada değerlendirme olanağı sağlayan AHS:

✓ Hiyerarşilerin Oluşturulması,

✓ Üstünlüklerin Belirlenmesi ve

✓ Mantıksal ve Sayısal Tutarlılık

olmak üzere üç temel ilkeye dayanmaktadır [12]. Bu ilkeler doğrultusunda karar sorununun ana amacı, bu amacı gerçekleştirmede göz önüne alınacak kriterler, varsa alt kriterler ve seçenekler arasındaki ilişkiyi hiyerarşik bir yapı içinde modelleme olanağı veren AHS modelinin üstünlükleri aşağıdaki gibi sıralanabilir [13,14];

✓ Birden çok karar kriterinin bir arada ele alınmasına olanak vermesi,

✓ Karmaşık karar sorunlarının kolaylıkla ortaya konmasını sağlama,

✓ Sayısal kriterlerin yanı sıra sözel kriterlerin de değerlendirmeye alınabilmesi,

✓ Nicel yada nitel bilgilerin yanı sıra; karar alıcı yada yöneticinin objektif yada subjektif düşünce ve bilgisinin de karar sürecine katılabilmesi,

✓ AHS modelinin geliştirilmesi ve uygulanması için ileri düzeyde matematik bilgisine gerek duyulmaması,

✓ Grup kararlarının birleştirilmesine olanak sağlama,

✓ Karar alıcıya yargılarının tutarlılığını görme olanağı vermesi,

✓ Duyarlılık analizi ile alınan kararın esnekliğini ortaya koyması.

AHS yaklaşımının yukarıda sayılan üstünlüklerine karşın kuramsal yada uygulamaya dönük bazı zayıflıklarından da söz edilmektedir. Bu zayıflıklar [13];

✓ Seçenek sayısı değiştiğinde (karar modelindeki seçeneklerden herhangi birinin çıkartılması yada modele yeni bir seçenek eklenmesi durumunda) karar seçeneklerinin sıralamasının da değişmesi, dolayısıyla alınan kararın kesinlik taşıması,

✓ Modelleme aşamasında subjektif yargıların devreye girmesi çoğu zaman modelin bir üstünlüğü olarak kabul edilirken, zaman zaman elde edilen sonuçların kesinliği konusunda şüphe duyulması,

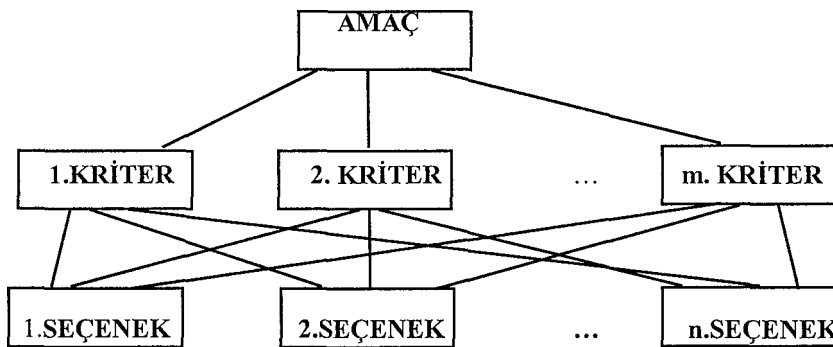
✓ Hiyerarşideki aşama sayının çok artması durumunda ikili karşılaştırma sayısı da artacağından hem modelin kurulması, hem de çözümlenmesi için uzun zaman ve çaba harcanması biçiminde özetlenebilir.

Ancak, AHS yaklaşımı için geliştirilmiş programlar kullanılarak çok kısa sürede sonuca ulaşmak mümkün olabilmektedir. Bu Programlardan bazıları: Criterium Decision Plus, ERGO, Expert Choice, HİPRE +3, OnBalance ve Hiview' dir [15].

III.1. Analitik Hiyerarşi Sürecinin Modellenmesi

Birtakım kısıtları bulunmakla birlikte, önemli üstünlüklere sahip olan AHS yaklaşımı karar sorununun niteliğine göre farklı süreç, kriter ve seçenek sayısı içermekle birlikte tüm karar sorunları için aşağıdaki aşamalar geçerlidir [16]:

✓ Kriterlere İlişkin Hiyerarşinin Belirlenmesi,



Şekil.1. Analitik Hiyerarşi Modeli

✓ Kriterlerin Ağırlıklarının Saptanması,

✓ Tutarlılık Analizi ile İkili Karşılaştırmaların Yapılması,

✓ Seçeneklerin Değerlendirilmesi,

✓ Seçeneklerin Amaca Ulaşmadaki Payının Belirlenmesi.

Yukarıdaki aşamaların izlenebilmesi için dört aksiyomun varlığı gereklidir. Bunlar [17]:

✓ **Terslik Koşulu:** Karar alıcı ikili karşılaştırmalar yaparken tercihlerin gücü terslik koşuluna dayanmalıdır. Örneğin A, B' nin X katı olarak tercih edilmiş ise B' nin A'ya tercih derecesi 1/x olmalıdır.

✓ **Homojenlik Koşulu:** Karşılaştırma yapılan öğelerin benzerliği önemlidir. Aralarında büyük farklılıklar bulunan öğelerin karşılaştırılması gerekli olduğunda benzer olanlar kümelenmediğinde anlamlı olmayan sonuçlar ortaya çıkabilir.

✓ **Bağımsızlık Koşulu:** Karşılaştırma sırasında kriterler, varsa alt kriterler ve seçenekler arasında bağlantı kurulmamalı, bunlar kendi içinde değerlendirilmelidir.

✓ **Bekentiler Koşulu:** Bir karar modeli,tüm beklentilere cevap verebilecek biçimde, konu ile ilgili tüm kriter ve seçenekleri kapsamalıdır. Aksi halde, karar yetersiz kalabilecektir.

III.1.1. Kriterlere İlişkin Hiyerarşinin Belirlenmesi

AHS modelinin bu aşamasında amaç, kriterler, varsa alt kriterler ve karar seçenekleri ortaya konur. Aşağıdaki şekilde en basit görünümü ile bir AHS modeli yer almaktadır.

III.1.2. Kriterlerin Ağırlıklarının Saptanması

Bu aşamada, modeldeki her bir kriterin amaca ulaşmadaki önem derecesi ortaya konmaktadır. Bu amaçla, her kritere bir ağırlık atanması ve eğer varsa bu ağırlıkların alt kriterler arasında dağıtılması gerekmektedir. Daha sonra ise her düzeydeki tüm kriterlerin bir üst düzeydeki kriterler ile ikili karşılaştırması yapılır. Bu işlem, karar alıcıyı tüm kriterleri ayna anda düşünmenin yaratacağı karmaşadan kurtaracaktır. İkili karşılaştırmaları yapabilmek amacıyla, n*n boyutlu karşılaştırma matrisi oluşturulur.

$$A = [a_{ij}]_{n \times n} \quad i=1,2,3,\dots,n; \quad \text{ve } j=1,2,3,\dots,n$$

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} & \dots & a_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{n1} & a_{n2} & a_{n3} & \dots & a_{nn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

Karşılaştırma matrisinin elemanları (a_{ij}) Saaty tarafından geliştirilen değerlendirme ölçeğine göre düzenlenir.

Tablo.1. Saaty'nin Değerlendirme Ölçeği

a _{ij} Değeri	Yorumu
1	i ve j aynı öneme sahiptir.
3	i, j den biraz daha önemlidir.
5	i, j den daha önemlidir.
7	i, j den çok daha önemlidir.
9	i, j den kesinlikle çok daha önemlidir.
2,4,6,8	Ara değerlerdir. Karar alıcı yukarıdaki değerlendirmeler dışında bir fikre sahip olduğunda kullanılır.
Kesirler	Yukarıdaki ölçeğin tamamen tersi olduğu durumda kullanılır.

Değerlendirme ölçeğinden hareketle yapılan karşılaştırmalarda kriterler, birbirlerine göre sahip oldukları önem düzeylerine göre birebir karşılaştırılmaktadır. Karar alıcı önem düzeylerini belirlerken yukarıdaki tabloda da belirtildiği gibi matrisin i. elemanının j. elemanına göre önem derecesini belirlemektedir. Matrisin köşegen elemanları (i=j olduğundan) 1 değerini alacaktır. n*n boyutlu bir karşılaştırma matrisi için n(n-1)/2 karşılaştırma yapılması yeterli olmaktadır [18]:

İkili karşılaştırma matrisinin oluşturulmasından sonra kriterlerinin yüzde önem dağılımlarını oluşturmak amacı ile matristeki her bir hücrenin değeri sütun toptamlarına bölünerek

$$b_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}}$$

elde edilir. Daha sonra,

$$B_i = [b_{ij}]_{n \times 1} \quad i=1,2,\dots,n$$

$$B_i = \begin{bmatrix} b_{11} \\ b_{12} \\ \vdots \\ b_{1n} \end{bmatrix}_{n \times 1} \quad (2)$$

Sütun vektörüne ulaşılır. İşlemler her kriter için tekrarlandığında, kriter sayısı kadar (n adet) sütun vektörü elde edilir. Söz konusu sütun vektörleri bir araya getirilerek kriterlerin yüzde önemlerini gösteren n*n boyutlu bir matris elde edilir.

$$C = [b_{ij}]_{n \times n} \quad i=1,2,3,\dots,n; \quad \text{ve } j=1,2,3,\dots,n$$

$$C = \begin{bmatrix} b_{11} & b_{12} & b_{13} & \dots & b_{1n} \\ b_{21} & b_{22} & b_{23} & \dots & b_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ b_{n1} & b_{n2} & b_{n3} & \dots & b_{nn} \end{bmatrix}_{n \times n} \quad (3)$$

Bu matristen hareketle kriterlerin yüzde önemlerinin ortaya konması amacıyla, matrisin satır bileşenlerinin aritmetik ortalaması:

$$w_i = \frac{c_{ij}}{n}$$

elde edilir. Daha sonra,

$$W = [w_i]_{n \times 1} \quad i=1,2,\dots,n$$

$$W = \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{bmatrix}_{n \times 1} \quad (4)$$

biçiminde öncelik vektörüne ulaşılır [19]. Söz konusu

vektör incelenen kriterlerin oransal önemlerini ortaya koyar.

AHS modelinde kriterlerin Tablo.1'deki ölçekten hareketle değerlendirilmesi, kriterlerin daha çok sözel yapıda olması durumunda geçerli olmaktadır. Sayısal veriler söz konusu olduğunda, bu verilerin normalize edilmeleri yeterli olmaktadır.

III.1.3. Tutarlılık Analizi

AHS, kriterleri değerlendirme aşamasında karar alıcıya bilgi, düşünce ve kişisel yargılarını değerlendirmeye katma olanağı vermesi açısından üstünlük taşımakla birlikte, bu düşünce ve yargıların tutarlı olmasını gerektirir. Fakat tercihler arasında tutarlılık olması her zaman mümkün olmayabilir. Tutarlılığın nedenleri aşağıdaki biçimde sıralanabilir [20]:

✓ Verilerin bilgisayara girilmesi sırasında yapılan hatalar,

✓ Birbiri ile karşılaştırılan faktörler hakkında yeterli bilgi bulunmadığında ortaya çıkan hatalar,

✓ İkili karşılaştırmaların yapılması aşamasında yeterince konsantre olunmadığı ve dikkat dağınıklığı sonucu ortaya çıkan hatalar,

✓ Gerçek dünyadaki tutarsızlıktan kaynaklanan hatalar ve

✓ Modelin yapısal yetersizliğinden kaynaklanan hatalar.

Aslında bu şekilde karşılaştırmalara dayalı bir değerlendirme sırasında mükemmel bir tutarlılığa erişmek hemen hemen imkansızdır. Ancak unutulmamalıdır ki; sonuçların gerçekliği karar alıcının kriterler arasında yaptığı ikili karşılaştırmalardaki tutarlılığa bağlı olacaktır. Tutarlılığın azaldığı oranda, seçilen seçeneğin uygunluğu tartışılabilir hale gelecektir. Bu nedenle, modelin etkinliği irdelenirken, alınan kararın tutarsızlığının ilgililenen amaç açısından ne denli kötü olduğu araştırılmalıdır.

AHS, incelenen amaç için tutarlılık varsayımından sayısal olarak sapma derecesi ile ilgilenir. Sayısal tutarlılık için bu gibi durumlarda kurulan hiyerarşik modelin ikili karşılaştırmalar matrislerine ait tutarsızlık oranlarının % 10'dan büyük olmaması gerekir. Aksi halde alınan karar sağlıklı olmayacaktır.

Bunu engellemek amacıyla, eğer % 10'dan büyük bir tutarsızlık ile karşılaşıldıysa ikili karşılaştırmaların yeniden gözden geçirilmesi ve bu tutarsızlığın ortadan kaldırılması gerekir.

Tutarlılık oranının (CR) elde edilmesi için: Karşılaştırma matrisi (A) ile öncelik vektörü (W) çarpılır:

$$D = [a_{ij}]_{n \times n} \times [w_i]_{n \times 1}$$

$$D = [d_i]_{n \times 1}$$

$$D = \begin{bmatrix} d_1 \\ d_2 \\ \cdot \\ d_n \end{bmatrix}_{n \times 1} \quad (5)$$

ve D vektörüne ulaşılır. D ve W vektörlerinin karşılıklı elemanlarının oranı ise her kritere ilişkin temel değeri verecektir:

$$E_i = \frac{d_i}{w_i} \quad i=1,2,3,\dots,n \quad (6)$$

ve

$$\lambda_{\max} = \frac{\sum_{i=1}^n E_i}{n}$$

elde edilecektir. Her zaman $\lambda_{\max} > n$ olmaktadır [11].

Bu nedenle;

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1} \text{ ve } CR = \frac{CI}{RI} \quad (7)$$

bulunacaktır. Burada; λ_{\max} = En Büyük Özdeğer, CI = Tutarlılık Göstergesi, RI = Rassallık Göstergesi, CR = Tutarlılık Oranı .

Tutarlılık oranı (CR)'nin elde edilmesi için tutarlılık göstergesi (CI)'nin Tablo.2'deki kriter sayısına karşılık gelen rassallık göstergesine (RI) bölünmesi ile elde edilecektir [21].

Tablo.2. Rassallık Göstergesi Değerleri

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0	0	0,58	0,90	1.12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,57	1,59

III.1.4. Her Kriter İçin Seçeneklerin Öneminin Belirlenmesi

Bu aşama; her bir kriter için karar seçeneklerinin önem yüzdelerinin ortaya konması amacıyla, kriterlerin ikili karşılaştırması ve tutarlılık oranlarının elde edilmesine yönelik çalışmaların seçenekler için tekrarlanmasından oluşmaktadır. Bu ikili karşılaştırmaların sayısı kriter sayısı (n) kadardır. Alt kriterlerin söz konusu olması durumunda ise ikili karşılaştırma sayısı n^2 kadar olmaktadır. Bu karşılaştırmalarda kullanılacak matris ise $m \times m$ boyutuna sahip olacaktır [19].

Her karşılaştırma işlemi sonucunda, karar seçeneklerinin yüzde dağılımlarını veren bir S sütun vektörüne ulaşılır.

$$S_i = [s_{ij}]_{m \times 1}$$

$$S_i = \begin{bmatrix} s_{11} \\ s_{12} \\ \cdot \\ s_{1m} \end{bmatrix}_{m \times 1} \quad (8)$$

III.1.5. Seçeneklerin Amaca Ulaşmadaki Payının Belirlenmesi

S_i sütun vektörü elde edildikten sonra, bu sütun vektörleri bir araya getirilerek karar seçeneklerinin yüzde dağılımlarını veren $m \times n$ boyutlu bir karar matrisi (K) elde edilir.

$$K = \begin{bmatrix} s_{11} & s_{12} & s_{13} & \dots & s_{1n} \\ s_{21} & s_{22} & s_{23} & \dots & s_{2n} \\ \cdot & \cdot & \cdot & \dots & \cdot \\ s_{m1} & s_{m2} & s_{m3} & \dots & s_{mn} \end{bmatrix}_{m \times n} \quad (9)$$

Elde edilen karar matrisi kriterler için daha önce elde edilmiş öncelik vektörü W ile çarpılarak karar seçeneklerinin yüzde dağılımını veren $m \times 1$ boyutlu Y vektöre ulaşılmaktadır.

$$Y = [s_{ij}]_{m \times n} \cdot x [w_i]_{n \times 1}$$

$$Y_j = \begin{bmatrix} y_1 \\ y_2 \\ \cdot \\ y_m \end{bmatrix}_{m \times 1} \quad (10)$$

Karar aşamasında, seçeneklerin yüzde dağılımlarının değerlendirilmesi ve en yüksek yüzdeye sahip dağılımın değerlendirmeye alınması söz konusu olmaktadır.

III.2. Grup Kararları

Bilindiği gibi karar alma sürecinde tek bir karar alıcı yer alabileceği gibi; karar, bir grup tarafından da alınmış olabilir. Grup kararları söz konusu olduğunda, ikili karşılaştırmaların grubun ortak kararını yansıtmaya amacı ile iki farklı yaklaşımdan hareket edilebilir [22]: Bunlar;

✓ Tüm ikili karşılaştırmalar ile ilgili olarak grup üyeleri arasında görüş birliğine varmak. Bu yaklaşım oldukça zaman alıcı ve uygulanması zaman zaman olanaksız olabilen bir yoldur.

✓ Tüm ikili karşılaştırmaların ortalamasını almak. Bu, uygulanması daha kolay bir yoldur. Yargıların geometrik ortalaması alınarak;

$$G = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n X_i} \quad (11)$$

ikili karşılaştırma matrisi elde edilir.

IV. UYGULAMA

Öğrencilerin eğitim kalitelerini değerlendirirken önceliklerinin neler olduğunun ortaya konması son derece önemlidir. Bu amaçla Uludağ Üniversitesi öğrencileri arasından rassal olarak seçilen 300 öğrenciye PZB tarafından ortaya atılan beş hizmet boyutu için ikili karşılaştırmalar yapmaları istenmiştir.

IV.1. Hizmet Boyutlarının Önceliklerinin Saptanması

Öğrencilerden aşağıdaki fiziksel koşullar (FK: Bina, kullanılan ekipman ve iletişim araçlarının durumu), güvenilirlik (G: Akademik ve idari personelin zamanında ve doğru biçimde hizmet vermesi), Heveslilik (H: Akademik ve idari personelin hizmet için hazır, istekli, nazik saygılı ve içten olması), Güven (G: Akademik ve idari personelin gerekli bilgi ve beceriye sahip olması) ve Empati (E: Akademik ve idari personelin öğrencilerin istek ve sorunlarına ilgili ve duyarlı olması) kalite boyutlarını Tablo.3'deki Saaty ölçeğini kullanarak karşılaştırmaları istenmiştir. Öğrencilerin yaptıkları ikili karşılaştırmalar Excel programına girilmiş ve bulunan yüzde dağılımlar Tablo.4'de özetlenmiştir. Tablo.4 incelendiğinde, öğrenciler tarafından yapılan fiziksel koşullar ile güvenilirlik karşılaştırmasında Saaty ölçeği doğrultusunda güvenilirlik ile fiziksel koşullara eşit önemi veren öğrencilerin oranının % 21.3 ile en yüksek

düzeyde olduğu görülmektedir. Fiziksel koşullar heveslilik karşılaştırmasında ise hevesliliği fiziksel koşullarda kesinlikle daha önemli bulan öğrencilerin oranı % 17 ile en yüksek düzeydedir.

Öğrenciler, fiziksel koşullar güven ikili karşılaştırmasında yine % 22,3 gibi büyük bir yüzde ile güven boyutunu kesinlikle fiziksel koşullarda daha önemli bulmuşlardır.

Fiziksel koşullar empati ikili karşılaştırmasında empati boyutunu kesinlikle fiziksel koşullardan daha önemli bulan öğrencilerin oranı % 25 ile öncelik

kazanmaktadır. Öğrencilerin % 34'lük önemli bir bölümü güvenilirlik güven ikili karşılaştırmasında iki boyuta da aynı önemi vermiştir. Güvenilirlik ve empati boyutlarının karşılaştırılmasında ise bu iki boyuta eşit önemi veren öğrencilerin oranı % 23 olmaktadır. Heveslilik güven ikili karşılaştırması için; bu iki boyuta eşit önem veren öğrencilerin oranı % 29,3 olurken heveslilik empati boyutlarının karşılaştırılmasında % 34,3 ve son olarak güven empati boyutları için ise % 26,3 olmaktadır.

Tablo.4 tümüyle incelendiğinde hizmet boyutlarının ikili karşılaştırılması sonucu elde edilen diğer oranları görmek mümkün olacaktır.

Tablo.3. Öğrencilerin Karşılaştırdıkları Kalite Boyutları

Fiziksel Koşullar	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güvenilirlik
Fiziksel Koşullar	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Heveslilik
Fiziksel Koşullar	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güven
Fiziksel Koşullar	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Empati
Güvenilirlik	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Heveslilik
Güvenilirlik	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güven
Güvenilirlik	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Empati
Heveslilik	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Güven
Heveslilik	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Empati
Güven	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Empati

Tablo.4. Öğrencilerin Yaptıkları İkili Karşılaştırmaların Yüzde Dağılımı

	FK-G		FK-H		FK-G		FK-E		G-H		G-G		G-E		H-G		H-E		G-E	
	ÖS	Y	ÖS	Y	ÖS	Y	ÖS	Y	ÖS	Y	ÖS	Y	ÖS	Y	ÖS	Y	ÖS	Y	ÖS	Y
1/9	39	13,0	51	17	67	22,3	75	25	20	6,7	17	5,7	27	9,0	11	3,6	15	5,0	25	8,3
1/8	10	3,3	23	7,7	15	5,0	15	5,0	9	3,0	9	3,0	9	3,0	5	1,7	6	2,0	8	2,7
1/7	6,0	9,7	1	0,3	42	14,0	30	10,0	12	4,0	13	4,3	19	6,3	16	5,3	15	5,0	15	5,0
1/6	11	3,7	17	5,7	13	4,3	20	6,7	9	3,0	13	4,3	16	5,3	12	4,0	10	3,3	9	3,0
1/5	24	8,0	30	10	33	11,0	26	8,7	15	5,0	19	6,3	17	5,7	21	7,0	15	5,0	13	4,3
1/4	16	5,3	6	2,0	16	5,3	9	3,0	16	5,3	13	4,3	11	3,7	13	4,3	12	4,0	12	4,0
1/3	45	15	25	8,3	27	9,0	25	8,3	16	5,3	16	5,3	17	5,7	20	6,7	21	7,0	18	6,0
1/2	13	4,3	13	4,3	12	4,0	1	0,3	10	3,3	13	4,3	12	4	8	2,7	12	4,0	7	2,3
1	64	21,3	1	0,3	37	12,3	9	3,0	82	27,3	102	34,0	69	23	88	29,3	103	34,3	79	26,3
2	4	1,3	34	11,3	5	1,7	31	10,3	9	3,0	17	5,7	12	4	18	6,0	17	5,7	14	4,7
3	18	6,0	11	3,7	9	3,0	6	2,0	22	7,3	17	5,7	20	6,7	21	7,0	20	6,7	21	7,0
4	4	1,3	14	4,7	3	1,0	14	4,7	10	3,3	8	2,7	13	4,3	9	3,0	6	2,0	17	5,7
5	10	3,3	7	2,3	8	2,7	11	3,7	20	6,7	14	4,7	22	7,3	13	4,3	15	5,0	20	6,7
6	2	0,7	9	3,0	1	0,3	4	1,3	9	3,0	5	1,7	12	4,0	6	2,0	9	3,0	6	2,0
7	4	1,3	5	1,7	4	1,3	7	2,3	17	5,7	12	4,0	9	3,0	15	5,0	11	3,7	15	5,0
8	0	0	9	3,0	1	0,3	3	1,0	10	3,3	4	1,3	6	2,0	5	1,7	4	1,3	6	2,0
9	7	2,3	5	1,7	7	2,3	8	2,7	14	4,7	8	2,7	9	3,0	19	6,3	9	3,0	15	5,0

ÖS: Öğrenci Sayıları, Y: Yüzdeler

Daha sonra Excel programı ile 300 öğrenci tarafından yapılan ikili karşılaştırmaların geometrik ortalaması bulunarak söz konusu kalite boyutlarına ilişkin olarak Tablo.5'deki karşılaştırma matrisi elde edilmiştir. Tablo.6 ise Tablo.5'deki karşılaştırma matrisinin normalize edilmesi ile elde edilmiştir. Tablodaki değerler öğrencilerin yaptıkları karşılaştırmaların yüzde önemlerini göstermektedir.

Tablo.5. Öğrencilerin Yaptıkları İkili Karşılaştırmaların Geometrik Ortalaması

	Fiziksel Koşullar	Güvenilirlik	Heveslilik	Güven	Empati
Fiziksel Koşullar	1,00	0,46	0,41	0,32	0,38
Güvenilirlik	2,17	1,00	1,01	0,82	0,82
Heveslilik	2,44	0,99	1,00	0,98	0,89
Güven	3,13	1,22	1,02	1,00	0,98
Empati	2,63	1,22	1,12	1,02	1,00

Tablo.6. Hizmet Boyutlarının Yüzde Önemleri

	Fiziksel Koşullar	Güvenilirlik	Heveslilik	Güven	Empati
Fiziksel Koşullar	0,087951	0,09407	0,089912	0,077295	0,093366
Güvenilirlik	0,190853	0,204499	0,221491	0,198068	0,201474
Heveslilik	0,214600	0,202454	0,219298	0,236715	0,218673
Güven	0,275286	0,249489	0,223684	0,241546	0,240786
Empati	0,23131	0,249489	0,245614	0,241534	0,2457

Tablo.7'deki öncelik vektörü öğrencilerin hizmet kalitesi algılama önceliklerini göstermektedir. Tablodan da anlaşılacağı gibi öğrenciler % 25 oranı ile ilk sırada güven boyutunu önemli bulmaktadırlar. Öğrenciler açısından 2. sırada önemli bulunan kalite boyutu ise % 24 oranı ile empati olmuştur. Öğrenciler, % 22 oranı ile heveslilik boyutunu 3. sırada önemli bulurken, Güvenilirlik % 20 oranı ile 4. sırada yer almaktadır. Öğrenciler fiziksel koşulları sadece % 9'luk bir önem düzeyi ile sonuncu sıraya koymuşlardır.

Tablo.7. Öncelik Vektörü

Güven	0,25
Empati	0,24
Güvenilirlik	0,20
Heveslilik	0,22
Fiziksel Koşullar	0,09

IV.2. Tutarlılık Analizi

Daha önce de belirtildiği gibi ikili karşılaştırmalar sırasında her zaman tutarlılık mümkün olmayabilir. Bu nedenle, karşılaştırmalardaki tutarlılığın da ölçülmesi ve maksimum tutarsızlığın % 10'u aşım aşmadığının kontrol edilmesi gerekmektedir. Tutarlılık oranının söz konusu değeri aşması durumunda yapılan karşılaştırmaların geçerliliği bulunmayacaktır. Tutarlılık oranının hesaplanması ile Tablo.6'daki karşılaştırma matrisi ile Tablo.7'deki öncelik vektörünün çarpımı sonucunda aşağıdaki öncelik vektörüne ulaşılmıştır.

$$(0,4400 \ 1,0200 \ 1,0962 \ 1,2353 \ 1,2221)^T$$

Yukarıdaki çarpım vektörünün her bir elemanı, öncelik vektörünün karşılıklı elemanlarına oranlanarak özdeğer vektörüne ulaşılmıştır.

$$(4,888889 \ 5,100000 \ 4,982727 \ 4,941200 \ 5,083333)^T$$

Öncelik vektöründen hareketle bulunan

$$\lambda_{\max} = 25/5 = 5$$

olduğundan,

$$CI = 5 - 5 / 4 = 0$$

bulunmuştur. Buradan, tutarlılık oranı

$$CR = 0 / 1,12 = 0$$

olarak elde edilmiştir. Bu sonuç karşılaştırmalar sırasında herhangi bir tutarsızlığın olmadığı anlamına gelmektedir.

V. SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, PZB tarafından geliştirilen kalite boyutlarının önceliklendirilmesi amacıyla Saaty'nin Analitik Hiyerarşi Süreci Yaklaşımını kullanarak yapılan ikili karşılaştırmalardan hareket ederek öğrencilerin eğitim kalitesini nasıl algıladıklarını ortaya koymak idi. Bu amaç doğrultusunda öğrencilerin kalite boyutlarını ikili olarak karşılaştırmaları istenmiş ve daha sonra elde edilen veriler Analitik Hiyerarşi Süreci ile analiz edilmiştir.

Elde edilen sonuçlara bakıldığında; öğrenciler % 25 oranı ile ilk sırada güven boyutunu önemli bulmaktadırlar. Öğrenciler açısından 2. sırada önemli bulunan kalite boyutu ise % 24 oranı ile empati olmuştur. Öğrenciler, % 22 oranı ile heveslilik boyutunu 3. sırada önemli bulurken, güvenilirlik % 20 oranı ile 4. sırada yer almaktadır. Öğrenciler fiziksel koşulları sadece % 9 luk bir önem düzeyi ile sonuncu sıraya koymuşlardır.

Bu sonuçlar; öğrencilerin hizmet kalitesini değerlendirirken öncelikle akademik ve idari personelin gerekli bilgi ve beceriye sahip olmasına önem verdiklerini, ikinci olarak istek ve sorunlarına saygı duyulmasını beklediklerini ortaya koymaktadır. Öğrenciler bir sonraki aşamada, akademik ve idari personelin zamanında ve doğru biçimde hizmet vermesini önemsemekte, akademik ve idari personelin hizmet için hazır, istekli, nazik, saygılı ve içten olması onlar için dördüncü sırada önemli olmaktadır. Binaların durumu, donanım ve personelin dış görünümü ise çok düşük bir oran ile en son sırada değerlendirilmektedir.

Özet olarak; SERVQUAL analizi ve Analitik Hiyerarşi Sürecini birlikte kullanarak eğitim kalitesinin değerlendirilmesinde öğrencilerin önceliklerini saptamaya yönelik bu çalışma, öğrencilerin kalite boyutlarını değerlendirirken ne denli bilinçli davrandıklarını ortaya koymaktadır. Bu açıdan ulaşılan sonuçların oldukça anlamlı ve dikkate değer olduğunu söylemek mümkündür.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Parasuraman, A.; Zeithaml, A.V. & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, Fall, 41-50.
- [2] Mahiroğlu, A. & Buluç, B. TKY 'nin Eğitim Kurumlarına Uygulanması. (http://www.kaliteofisi.com/download/ak_aspkat.asp?kid=2&Sayfa=4). [05.04.2006].

- [3] Chow, C.C. & Luk, P. (2005). A Staregic Service Quality Approach Using Analitic Hierarchy Process. *Managing Service Quality*, 15(3), 278-289.
- [4] TDK. (<http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF05A79F75456518CA>). [10.03.2006].
- [5] Işığışok E. (2004). *Toplam Kalite Yönetimi Bakış Açısıyla İstatistiksel Kalite Kontrol*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- [6] Efil, İ. (2003). *Toplam Kalite Yönetimi ve Kaliteye Ulaşmada Önemli Bir Araç: ISO 9000 Kalite Yönetim Sistemi*. Gözden geçirilmiş ve genişletilmiş 5. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları.
- [7] Devebakan, N. Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi ve Ölçümü. (<http://www.kalder.org/genel/SAGLIK%20isletmelerindeahkveolcumu.pdf>). [01.04.2006].
- [8] Saat, M. (1999). Kavramsal Hizmet Modeli ve Hizmet Kalitesini Ölçme Aracı Olarak SERVQUAL Analizi. *G.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 1(3), 107-117.
- [9] Zehithaml, V.; Parasuraman, A. & Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: The Free Pres.
- [10] Kuruüzüm, A. (2001). Maximization Model to Satisfy the Perceived Quality in Education. *Metu Studies Development*, 28(3-4), 393-397.
- [11] Saaty, L.T. (1980). *The Analitic Hierarhy Process*. New York: McGraw-Hill.
- [12] Wind, Y. & Saaty, T.L. (1980). Marketing Applications of Analytic Hierarchy Process. *Management Science*. 36(7), July, 641-657.
- [13] Kuruüzüm, A. & Atsan, N. (2001). Analitik Hiyerarşi Yöntemi ve İşletmecilik Alanındaki Uygulamaları. *Akdeniz İİBF.Dergisi*, 1(1), 83-105.s
- [14] Tektaş, O. *Karar Vermede Etkinliği Arttıran Bir Yöntem: Analitik Hiyerarşi Süreci ve Mağaza Seçimine Uygulanması*. (www.isletme-finans.com/eksayi-agustos2003/pdf%5Ctektas.pdf). [11.04.2006].
- [15] Bodin, L. & Gaas, S.L. (2004). Exercises for Teaching The Analytic Hierarchy Process. *INFORMS Transactions on Education*, 4(2), (<http://ite.pubs.informs.org/Vol4No2/BodinGaas>). [10.03.2006].
- [16] Erginel, N.M. (2004). Tasarım Hata Türü ve Etkileri Analizinin Etkinliği için Bir Model ve Uygulanması. *Endüstri Mühendisliği Dergisi*, 15(3), 17-26.
- [17] Saat, M. (2000). Çok Amaçlı Karar Vermede Bir Yaklaşım: Analitik Hiyerarşi Yöntemi. *G.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi*, 2(2), 149-162.
- [18] Duke, M.J. & Aull_Hyde, R. (2002). Identifying public preferences for land preservation using the analytic hierarchy process. *Ecological Economics*. 42(1-2), August, 131-145.
- [19] Yarahioğlu, K. (1999). Analitik Hiyerarşi Proses Yöntemi ile Genel Seçim Sonuçlarının Tahminlemesi. *IV. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, Antalya, 981-995.
- [20] Forman, E.H. & Selly, M.A. (2001). *Decision by Objectives: How to Convince Others That You Are Right*. World Scientific Publishing Co
- [21] Bodin, L. & Gaas, S.L. (2003). On teaching the Analytic Hierarchy Process. *Computer & Operation Research*, 30(10), 1487-1497.
- [22] Schmoldt, D.L.; Peterson, D.L. & Smith, R.L. *The Analytic Hierarchy Process and Participatory DecisionMaking*. (<http://www.srs4702.forprod.vt.edu/pubsubj/pdf/9501.pdf>). [10.04.2006].

Fatma ACAR (facar@uludag.edu.tr) is an Associate Professor since November 2000 in Uludağ University. She has Ph.D. of statistics at Uludağ University Institute of Social Sciences. Her scientific interests are risk and decision analysis, resampling methods.

FARKLILIKLARIN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ: AB ÜLKELERİ, ADAY ÜLKELER VE TÜRKİYE

Ayşe OĞUZLAR

Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, Doçent Dr.

STATISTICAL ANALYSIS OF DISCREPANCIES: EU COUNTRIES, CANDIDATE COUNTRIES AND TURKEY

Abstract: Recently European Union related topics taking more places in own lives. In this study, it was aimed to analyze the differences between European Union member's country and Turkey by means of economic and demographic variables, neural networks and rule algorithms. The subject data belongs to the term of 1999-2003. Primarily it was tried for determination of the rules for membership by way of evaluation of the relative importance of independent variables and then some sort of rules were defined by means of applying rule algorithms to these independent variables. Currently Turkey is a member of the first group as the higher membership level comparing with other European Union members. In addition it is beneficial to emphasize the GDP is the most important economical variable in order to accelerate European Union membership process.

Keywords: European Union, Neural Networks, Rule Algorithms.

FARKLILIKLARIN İSTATİSTİKSEL ANALİZİ: AB ÜLKELERİ, ADAY ÜLKELER VE TÜRKİYE

Özet: Avrupa Birliği gittikçe artan bir şekilde gündemimizde yer almaya devam etmektedir. Bu çalışmada Avrupa Birliği ülkeleri, aday ülkeler ve Türkiye arasındaki farklılıkların incelenmesi amaçlanmaktadır. İlgili farklılıklar çeşitli ekonomik ve demografik göstergeler yardımıyla, sinir ağları ve kural algoritmaları kullanılarak analiz edilmeye çalışılmıştır. Ele alınan veriler 1999-2003 dönemini kapsamaktadır. Çalışmada öncelikle bağımsız değişkenlerin relatif önemleri sinir ağları yardımıyla belirlenmiştir. Ardından bu bağımsız değişkenlere kural algoritmaları uygulanarak, üyeliği etkileyen bir takım kuralların belirlenmesi sağlanmıştır. Türkiye, şu anda çok sayıda Avrupa birliği üyesi ülkeden daha yüksek bir üyelik derecesi ile, çalışma sonucunda oluşturulan birinci kümenin elemanı durumundadır. Ayrıca ülkemizin üyelik sürecine hızla girebilmesi için en önemli ekonomik değişkenin kişi başına gayri safi yurtiçi gelir değişkeni olduğunu belirtmekte yarar vardır.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Sinir Ağları, Kural Algoritmaları.

I. GİRİŞ

Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üyeliği hedeflemiş olması, konunun daha uzun süre gündemimizde kalacağına işaret etmektedir. Avrupa Birliği ile ilgili akıllara gelen ilk unsur, dünyada benzeri bulunmayan ilginç bir bütünleşme örneği olmasıdır. Bilindiği üzere, Avrupa Birliği bir ulus değildir, bir devlet değildir, bir uluslararası kuruluş da değildir. Avrupa Birliği belirli alanlarda egemenliklerini devretmiş bulunan Avrupalı ülkelerden oluşan bir uluslar üstü kurumdur [1].

Avrupa Birliği'nin Parlamento, Komisyon, Konsey ve Adalet Divanı gibi kendi kurumları bulunmaktadır. Bu kurumların kararları, genelde Üye Ülkeleri bağlayıcı nitelikte olmakta ve Üye Ülkelerin kendi karar organları olan Meclis veya hükümetlerinin kararlarına oranla öncelik taşımaktadır. Avrupa Birliğinin uluslar üstü konumu da bu özelliğinden kaynaklanmaktadır. Uluslararası örgütlerden farklı olarak, uluslar üstü bu düzenlemede, Avrupa Birliği ülkelerinin Avrupa Birliği kurumlarında alınan kararları

uygulamama hakkı bulunmamaktadır.

Avrupa Birliğinin böyle bir niteliğe sahip olması aslında, İkinci Dünya Savaşının dolaylı bir sonucudur. 20. yüzyılda iki dünya savaşına sahne olmuş Avrupa'nın, böylesine bir yıkımı bir daha yaşamaması için bu savaşların bir anlamda tetikleyicisi olan Almanya ve Fransa arasında işbirliğinin sağlanması için çeşitli yöntemler araştırılmıştır. Savaş sonrası şartlarda gerçekleştirilmesinde güçlüklerle karşılaşılacak siyasi işbirliğinden ziyade, ekonomik bütünleşmeye ağırlık verilmesinin faydalı olacağı düşünülmüştür. Birliğin içinde ortak kurumları bulunan üç topluluk yer alır. Bunların içinde ilk kurulanı Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) olmuştur. Daha sonra Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu kuruldu. Topluluklar bu sürecin sonunda üye devletler arasındaki bütün iç sınırları kaldırarak tek bir pazar kurmuşlardır [2].

Genişleme, 21. yüzyıla hazırlanan Avrupa Birliği için en önemli fırsatlardan biridir. Yeni üyelere bir istikrar ve refah bölgesi sunarak, kıtanın barışçıl yollarla

bütünleşmesini daha ileriye götürmek için benzersiz tarihi bir görevdir. Avrupa Konseyi Aralık 1999'da Helsinki Zirvesinde katılım sürecinin kapsamlı niteliğini teyit etmiş ve Avrupa Komisyonunun tavsiyesine dayanarak altı aday ülkeyle daha resmi katılım müzakerelerini başlatmaya karar vermiştir: Bulgaristan, Letonya, Litvanya, Malta, Romanya ve Slovak Cumhuriyeti. Bu altı ülke ile katılım müzakereleri 15 Şubat 2000'de resmen açılmıştır. Avrupa Konseyi Helsinki'de, Türkiye'nin diğer aday ülkelere uygulanan aynı kriterlere göre birliğe katılma yolunda bir aday olduğunu da teyit etmiştir. 1 Mayıs 2004 tarihinde 10 yeni üye ülkenin (Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya, Slovakya, Slovenya, Litvanya, Letonya, Estonya, Malta ve GKRY) AB'ye resmen katılması ile AB tarihinin en kapsamlı genişlemesini tamamlamış oldu. Toplam 378 milyon nüfusa sahip olan AB15'in nüfusu, son genişleme ile birlikte 454 milyona ulaşmıştır. Avrupa kıtasının tarihi bölünmesini sona erdiren bu genişleme dalgası AB'nin sosyal, kültürel, ekonomik iç dengelerinin yanı sıra kurumsal yapısını da büyük ölçüde değiştirmiştir. Bulgaristan ve Romanya'nın üyeliğinin ise 2007 yılında gerçekleşmesi öngörülmektedir. Hırvatistan'ın yaptığı üyelik başvurusu da Haziran 2004 Brüksel Zirvesinde kabul edilmiştir. Türkiye ile tam üyelik müzakerelerinin başlaması için ise 3 Ekim 2005 tarihi öngörülmüş ve müzakereler başlatılmıştır. AB'nin yaşamış olduğu en son genişleme, aday sayısı, yüzölçümü (yüzde 34 artış), nüfus (105 milyon artış) ve değişik tarih ve kültürlerin zenginliği dikkate alındığında, kapsam ve çeşitlilik açısından benzersiz olduğu için, eşsiz bir meydan okuma niteliğindedir [3].

Çalışmada öncelikle yararlanılan analiz teknikleri olarak sinir ağları ve iki adımlı kümelemeye ilişkin kısaca bilgi verilmeye çalışılmıştır. Hemen ardından ise, Avrupa Birliğine üye ülkeler, aday ülkeler ve Türkiye'ye ilişkin çeşitli ekonomik ve demografik değişkenlerden faydalanılarak, bu ülkeler arasındaki farklılıklar ve nedenleri üzerinde durulmuştur.

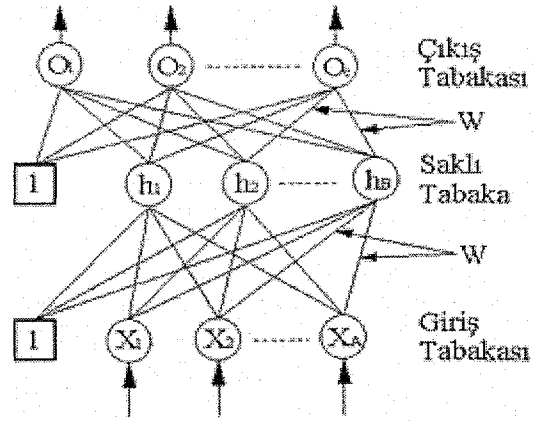
II. KULLANILAN İSTATİSTİKSEL ANALİZLERE İLİŞKİN KISA BİR DEĞERLENDİRME

Bu bölümde uygulama kısmında yararlanılan iki temel analiz türü olan sinir ağları ve iki adımlı kümeleme yaklaşımına ilişkin kısaca bilgi verilmeye çalışılacaktır. Bu çalışmada bağımsız değişkenlerin indirgenmesi amacıyla yararlanılan sinir ağları modelleme tekniği günümüzde bir çok alanda yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Basit bir şekilde insan beyninin çalışma şeklini taklit eden sinir ağları yapay zeka çalışmaları içinde önemli bir yere sahiptir. "Evrensel Fonksiyon Yakınsayıcı Yöntem (Universal Function Approximators)" olarak tanımlanan sinir ağı metodolojisi veriden öğrenebilme, genelleme yapabilme, sınırsız sayıda değişkenle çalışabilme vb. bir çok önemli özelliğe

sahiptir. Bu özellikleri sayesinde oldukça önemli avantajlar sağlayan sinir ağları metodolojisi diğer alanlarda olduğu gibi öngörü modellemesi alanında da yaygın bir şekilde kullanılmaktadır [4].

Genel anlamda yapay sinir ağları, beynin bir işlevini yerine getirme yöntemini modellemek için tasarlanan bir sistemdir. Yapay sinir ağı, yapay sinir hücrelerinin birbirleri ile çeşitli şekilde bağlanmasından oluşur ve genellikle katmanlar şeklinde düzenlenir. Donanım olarak elektronik devrelerle yada bilgisayarlarda yazılım olarak gerçekleştirilebilir.

İleri beslemeli çok katmanlı modeller (Feedforward Multilayer Perceptrons-MLP), yapay sinir ağları modellerinin büyük bir kısmında en çok kullanılan modellerdir. MLP yapısı, gerçek değerli girdi vektörü x' den, gerçek değerli çıktı vektörü y' ye bir doğrusal olmayan haritalama sağlar. MLP, sınıflandırmada olduğu gibi regresyon problemlerinde de bir doğrusal olmayan model kullanır. Genellikle sinir ağları ile ilgili uygulamalarda tek gizli katman kullanılmaktadır. Aksi takdirde fazla sayıdaki gizli katman eğitimi yavaşlatmaktadır. MLP' nin ağırlıkları, modelin parametreleridir ve verilerden belirlenmek zorundadır. Bir sinir ağının yapısı basit bir biçimde Şekil 1' de gösterildiği gibidir [5].



Şekil.1. Bir Sinir Ağının Yapısı

Sinir ağlarının güçlü yönleri aşağıdaki biçimde sıralanabilir:

- Sinir ağları, çok sayıda gürültülü girdi verileri içeren veri kümelerinde iyi sonuçlar vermektedir.
- Sayısal çıktılar da olduğu gibi kategorik çıktılarının işlenmesi ve tahmin edilmesine olanak sağlar.
- Veri kümesinde zaman elemanının gerekli olduğu uygulamalarda da kullanılır.
- Pek çok alana iyi uyum gösterir.

e) Sinir ağları hem denetimli eğitimde ve hem de denetimsiz kümelemede kullanılır.

Zayıf yönleri ise şu şekilde özetlenebilir:

a) Sinir ağlarına yöneltilen belki de en büyük eleştiri, ağı davranışlarını açıklamadaki eksikliklerdir.

b) Sinir ağları öğrenim algoritmaları optimal sonuca ulaşıldığını garanti edememektedir.

c) Eğitilmiş verilerde iyi çalışmakta fakat test verileri için aynı şeyi söylemek mümkün olamamaktadır.

İki adımlı kümeleme, kümeleme analizinde kullanılan bir diğer tekniktir. k-Ortalama kümeleme tekniği ile Kohonen ağlarında olduğu gibi, başlangıç durumunda gruplar belirli olmadığından, veri kümesi birbirinden ayrık gruplar oluşturacak biçimde kümelenebilir. Aynı zamanda Kohonen ağı ile k-Ortalama tekniği ile birlikte denetimsiz öğrenim teknikleri arasında sayılmaktadır.

İki adımlı kümeleme, adından da anlaşılacağı gibi iki adımlı bir kümeleme yöntemidir. İlk adımda ham girdi verileri, alt kümelerin yönetilebilir bir kümesine sıkıştırılmaktadır. İkinci adımda hiyerarşik kümeleme yöntemi kullanılarak alt kümeler gittikçe daha büyük kümeler oluşacak biçimde birleştirilirler. Hiyerarşik kümelemenin avantajı, analiz süresi içerisinde küme sayısı gerektirmemesidir. Bir çok hiyerarşik kümeleme yöntemi bireysel kayıtların başlangıç kümeleri olarak ele alınmasıyla başlar ve daha büyük kümeler oluşturacak biçimde onları birleştirir. Bu tür yaklaşımlar çok sayıda veri ile işe yaramaz bir hale dönüşse de, iki adımlı başlangıç ön kümeleme, hiyerarşik kümelemeyi çok büyük veri kümeleri için bile hızlı hale getirmektedir [5].

İzleyen uygulama bölümünde, Avrupa birliğine üye olan ülkeler, aday ülkeler ve Türkiye için 14 değişkenden yararlanılarak, öncelikle sinir ağları uygulaması yapılarak boyut indirgenmeye çalışılmıştır. Bunun ardından, iki adımlı kümeleme tekniği ile C5.0 karar algoritması kullanılarak, ilgili veri tabanına ilişkin kurallar türetilmeye çalışılmıştır.

III. AVRUPA BİRLİĞİ ÜYESİ ÜLKELER, ADAY ÜLKELER VE TÜRKİYE ARASINDAKİ FARKLILIKLARA İLİŞKİN İSTATİSTİKSEL BİR UYGULAMA

Bu bölümde 1999-2003 yılları arasında AB'ye üye olan ve aday ülkeler arasında ayırımı belirlediği düşünülen ekonomik ve bazı demografik değişkenler ele alınmıştır. İlgili dönem arasındaki veriler zaman değişkeninden bağımsız olarak ele alınmıştır. Analize dahil edilen değişkenler, konu ile ilgili olarak literatürde

yer alan diğer araştırmalar gözden geçirilerek belirlenmiştir [6-10].

Bunun yanında ilgili verilere ulaşma ve eksik veriler nedeniyle, değişken kümesi aşağıdaki biçimde belirlenebilmiştir [11]:

Bağımlı Değişken olarak; 1999-2003 arası dönemde AB üyesi olan ülkelere 1, diğerlerine 0 verilmiştir.

Bağımsız Değişkenler olarak ise;

X₁-Gayri safi yurt içi gelir (GSYİH) büyümesi-yıllık yüzde olarak (GDP growth-annual %)

X₂- Kişi başına gayri safi yurtiçi gelir (GNI per capita)

X₃-Mal ve hizmet ithalatı-GSYİH'nin %'si (Imports of goods and service-% of GDP)

X₄-Endüstri katma değerli-GSYİH'nin %'si (Industry value added-% of GDP)

X₅-Enflasyon, GSYİH deflatörü-yıllık yüzde olarak (Inflation, GDP deflator-annual %)

X₆-Nüfus artışı-yıllık yüzde olarak (Population growth annual %)

X₇-Bağışlar hariç gelir- GSYİH'nin %'si (Revenue excluding grants %GDP)

X₈-Hizmetler vb. katma değerli- GSYİH'nin %'si (Services etc. value added-%GDP)

X₉-Tarım, katma değerli- GSYİH'nin %'si (Agriculture, value added-% of GDP)

X₁₀- Nakit fazlası (Cash surplus)

X₁₁- Mal ve hizmet ihracatı (Exports of goods and service)

X₁₂- İşsizlik, genç nüfus toplamı-15-24 yaş arası toplam emeğin %'si (Unemployment, youth total-% of total labor force ages 15-24)

X₁₃-Doğum başına yaşam beklentisi-toplam (Life expectancy at birth-total years)

X₁₄-Mal ticareti- GSYİH'nin %'si (Trade in goods %GDP)

14 değişkenden oluşan bağımsız değişken kümesinin indirgenmesi amacıyla öncelikle Clementine 7.0 paket programından faydalanılarak, sinir ağları

modülü uygulanmıştır. Elde edilen çıktıya bakıldığında tahmin edilen güvenilirliğin %99,31 olduğu belirlenmiştir. Bağımsız değişkenleri, üyeliği açıklamadaki relatif önemlerine ilişkin ise Tablo.1 ile gösterilen sonuçlar bulunmuştur.

Tablo.1'e bakıldığında üyeliği açıklamada relatif önemin en büyük olduğu değişkenlerin sırasıyla; kişi başına gayri safi yurtiçi gelir (relatif önemi 0,694802), tarım, katma değerli- GSYİH'nın %'si olarak (relatif önemi 0,377147), endüstri katma değerli-GSYİH'nın %'si olarak (relatif önemi 0,303899), doğum başına yaşam beklentisi-toplam olarak (relatif önemi 0,26965) ve mal ve hizmet ithalatı-GSYİH'nın %'si olarak (relatif önemi 0,265557) olduğu anlaşılabilmektedir. Diğer bağımsız değişkenlerin relatif önemleri bu beş değişkene göre oldukça küçük olduğundan, bu aşamadan sonra yapılan analizde sözü edilen beş bağımsız değişkenden yararlanılmıştır.

Tablo.1. Bağımsız Değişkenlerin Relatif Önemlerine İlişkin Sinir Ağı Çıktısı Sonuçları

	Bağımsız Değişkenlerin Relatif Önemleri
X ₂ - Kişi başına gayri safi yurtiçi gelir (GNI per capita)	0,694802
X ₉ -Tarım, katma değerli-GSYİH'nın %'si (Agriculture, value added-% of GDP)	0,377147
X ₄ -Endüstri katma değerli-GSYİH'nın %'si (Industry value added-% of GDP)	0,303899
X ₁₃ -Doğum başına yaşam beklentisi-toplam (Life expectancy at birth-total years)	0,26965
X ₃ -Mal ve hizmet ithalatı-GSYİH'nın %'si (Imports of goods and service-% of GDP)	0,265557

Boyut indirgemenin sinir ağlarından faydalanılarak gerçekleştirilmesinin ardından, üyeliğe en fazla etki eden bu beş değişkenden hareketle iki adımlı kümeleme analizi uygulanmaya çalışılmıştır. İki adımlı kümeleme analizi sonucunda elde edilen iki kümeye ilişkin çıktı sonuçları Tablo.2 ve Tablo.3 ile aşağıda gösterilmiştir.

Tablo.2' ye bakıldığında üyeliğin belirlenmesinde önemli bulunan kişi başına gayri safi yurtiçi gelir, tarım, katma değerli- GSYİH'nın %'si olarak, endüstri katma değerli-GSYİH'nın %'si olarak, doğum başına yaşam beklentisi-toplam olarak (relatif önemi 0,26965) ve mal ve hizmet ithalatı-GSYİH'nın %'si olarak değişkenlerine bağlı olarak Türkiye' nin, oluşan birinci kümenin elemanı olduğu anlaşılmaktadır. Türkiye %11,63' lük üyelik

derecesi ile; Bulgaristan, Estonya, Letonya, Litvanya ve Polonya ile birlikte en yüksek üyelik derecesine sahip ülkedir. Tablo.2 ve Tablo.3'de gösterilen üyelik dereceleri küme merkezine olan uzaklıklardan yararlanılarak elde edilmektedir. Tablo 2' den birinci kümenin elemanlarına bakıldığında çoğunlukla bu kümenin elemanlarının sonradan üye olan ve aday ülkelerden oluştuğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Ayrıca dikkat çekici başka bir nokta da Türkiye' nin Hırvatistan, Macaristan, Portekiz, Romanya ve Slovak Cumhuriyetinden daha büyük bir üyelik derecesi ile (eşit ve en yüksek üyelik derecesine sahip beş ülkeden biri de Türkiye) bu kümeye ait olmasıdır. Tablo.1'in hemen ardından ise ikinci kümeyi oluşturan ülkelerin üyelik dereceleri ile diğer bazı özetleyici bilgiler Tablo.2'de gösterilmiştir.

Tablo.2. Birinci Küme İçin Elde Edilen İki Aşamalı Kümeleme Analizi Sonuçları

KÜME-1	
X ₂ - Kişi başına gayri safi yurtiçi gelir	Ortalaması:8,15
	Standart Sapması: 4,185
X ₉ -Tarım, katma değerli-GSYİH'nın %'si	Ortalaması: 3876,744
	Standart Sapması: 1888,278
X ₄ -Endüstri katma değerli-GSYİH'nın %'si	Ortalaması:54,021
	Standart Sapması: 18,431
X ₁₃ -Doğum başına yaşam beklentisi-toplam	Ortalaması:29,492
	Standart Sapması: 3,539
X ₃ -Mal ve hizmet ithalatı-GSYİH'nın %'si	Ortalaması:71,574
	Standart Sapması: 1,948
Ülkeler	Üyelik Dereceleri
Bulgaristan	%11,63
Hırvatistan	%4,65
Estonya	%11,63
Macaristan	%6,98
Letonya	%11,63
Litvanya	%11,63
Polonya	%11,63
Portekiz	%4,65
Romanya	%6,98
Slovak Cumhuriyeti	%6,98
Türkiye	%11,63

Tablo.2' ye bakıldığında ilk göze çarpan nokta, bu kümede yer alan ülkelerin daha gelişmiş ve birliğin kurucusu olan ülkeler olduğudur. Tablo.2' de en yüksek üyelik derecesinin %7,25 olduğu ve bu üyelik derecesine sahip olan ülkelerin çoğunlukta ve 10 tane olduğu söylenebilir. Bu ikinci kümede en düşük üyeliğe sahip olan ülkelerin ise Slovenya ve İngiltere olduğu söylenebilir.

Tablo.3. İkinci Küme İçin Elde Edilen İki Aşamalı Kümeleme Analizi Sonuçları

KÜME-2	
X ₂ - Kişi başına gayri safi yurtiçi gelir	Ortalaması:2,823
	Standart Sapması: 1,479
X ₉ -Tarım, katma değerli-GSYİH'nin %'si	Ortalaması:22878,696
	Standart Sapması: 8473,272
X ₄ -Endüstri katma değerli-GSYİH'nin %'si	Ortalaması:48,624
	Standart Sapması: 26,797
X ₁₃ -Doğum başına yaşam beklentisi-toplam	Ortalaması:29,583
	Standart Sapması: 5,341
X ₃ -Mal ve hizmet ithalatı-GSYİH'nin %'si	Ortalaması:78,003
	Standart Sapması: 1,281
Ülkeler	Üyelik Dereceleri (%)
Avusturya	7,25
Belçika	7,25
Çek Cumhuriyeti	7,25
Danimarka	7,25
Finlandiya	7,25
Fransa	7,25
Almanya	7,25
Yunanistan	5,80
İrlanda	4,35
İtalya	7,25
Lüksemburg	5,80
Hollanda	5,80
Slovenya	2,90
İspanya	7,25
İsveç	7,25
İngiltere	2,90

İki adımlı kümeleme analizi sonrasında belirlenen iki kümeye ilişkin özet bilgilerin ardından, indirgenmiş veri kümesine bu kez de, C5.0 karar algoritması uygulanmış ve üyelikle ilgili kural araması yapılmıştır. Uygulanan algoritmanın ardından üyelik üzerinde yalnızca Tablo.1' de belirtilen en fazla relatif öneme sahip olan (0,694802) kişi başına gayri safi yurtiçi gelir değişkenine bağlı olarak bir kural elde edilebilmiştir. Bu kurala göre, eğer ülkenin kişi başına gayri safi yurtiçi gelir değişken değeri 10440 \$ değerinden büyükse, ülkenin Avrupa Birliğine üye olduğu, eğer ülkenin kişi başına gayri safi yurtiçi gelir değişken değeri 10440\$ değerine eşit veya küçük ise ülkenin Avrupa Birliği ülkesi olmadığı sonucuna varılmıştır.

IV. SONUÇ

Bu çalışmada Avrupa birliği üyesi ülkeler, aday ülkeler ve Türkiye arasındaki farklılıkların, çeşitli ekonomik ve demografik değişkenlerden yararlanılarak ortaya konması amaçlanmaktadır. Öncelikle konu ile ilgili literatür taranmış, elde edilebilir değişkenlerden hareketle üyeliğe etkisi olabilecek 14 bağımsız değişken ele alınmıştır. Bu 14 değişkene, boyut indirgenmesi amacıyla sinir ağları analizi uygulanmış ve bağımsız değişkenlerin relatif önem derecelerine bakılarak boyut 5 bağımsız değişkene indirgenmiştir (kişi başına gayri safi yurtiçi gelir, tarım, katma değerli-GSYİH'nin %'si olarak, endüstri katma değerli-GSYİH'nin %'si olarak, doğum başına yaşam beklentisi-toplam olarak ve mal ve hizmet ithalatı-GSYİH'nin %'si olarak).

Boyut indirgendikten sonra, indirgenmiş veri kümesine bu kez de iki adımlı kümeleme tekniği uygulanmıştır. Bu analiz sonucunda 2 küme oluşmuş ve Türkiye' nin en yüksek üyelik derecesine sahip 5 ülke ile 1. kümenin elemanı olduğu anlaşılmıştır. Bu küme 2. kümeye nazaran daha az gelişmiş ülkelerin yer aldığı bir küme olmakla birlikte, Türkiye' nin üyelik derecesinin Hırvatistan, Macaristan, Portekiz, Romanya ve Slovak Cumhuriyetinden daha büyük bulunması dikkat çekici bulunmuştur. Oluşan 2. küme ise daha gelişmiş ülkelerden oluşan ve üyelik derecelerinin çoğunun birbirine eşit bulunduğu 16 ülkeden oluşmaktadır.

Bu analizlerin ardından indirgenmiş veri kümesi üzerinde C5.0 kural algoritmasından yararlanılarak, üyeliği etkileyen bir kuralın bulunup bulunmadığı araştırılmaya çalışılmıştır. Bulunan tek kuralın ise "eğer ülkenin kişi başına gayri safi yurtiçi gelir değişken değeri 10440\$ değerinden büyükse, ülkenin Avrupa Birliğine üye olduğu, eğer ülkenin kişi başına gayri safi yurtiçi gelir değişken değeri 10440\$ değerine eşit veya küçük ise ülkenin Avrupa Birliği ülkesi olmadığı" şeklinde olduğu anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye' nin Avrupa birliğine üye olmasının gerekliliği sayısal olarak ortaya konmuş bulunmaktadır. Türkiye, mevcut durumuyla, çok sayıda Avrupa birliği üyesi ülkeden daha yüksek bir üyelik derecesi ile, çalışmada oluşturulmuş bulunan birinci kümenin elemanı durumundadır. Ayrıca ülkemizin üyelik sürecine hızla girebilmesi için en önemli ekonomik değişkenin kişi başına gayri safi yurtiçi gelir değişken olduğu ve bu değişkenin değerini de en azından 10440\$' a çıkarması gerektiği de son bir cümle olarak söylenebilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Değişim ve Gelişim Sürecinde Avrupa Birliği ve Türkiye. ARI Düşünce ve Toplumsal Gelişim Derneği. (http://www.gencnet.org/images/yayinlar/AB_kitapcik.pdf) [12.10.2006].
- [2] Bozkurt, V. (1993). *Avrupa Birliği*. Bursa: Ezgi Kitabevi, 147-149.
- [3] Avrupa komisyonu Türkiye delegasyonu web sitesi, (<http://www.deltur.cec.eu.int/>). [18.07.2005].
- [4] Yurtoğlu, H. (2005). Yapay Sinir Ağları Metodolojisi İle Öngörü Modellenmesi: Bazı Makroekonomik Değişkenler İçin Türkiye Örneği. *Uzmanlık Tezi*. Ekonomik Modeller Ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü. Yayın No: DPT: 2683, 4-7.
- [5] Oğuzlar, A. (2004). *Veri Madenciliğine Giriş*. Bursa: Ekin Kitabevi, 59-64.
- [6] Doumpos, M.; Pentaraki, K.; Zopounidis, C. & Agorastos C. (2001). Assessing Country Risk Using A Multi-Group Discrimination Method: A Comparative Analysis. *Managerial Finance*, 27(8), 16-37.
- [7] Cosset, J. & Roy, J. (1991). The Determinants of Country Risk Ratings. *Journal of International Business Studies*, 22(1), 135-142.
- [8] Yim, J. & Mitchell, H. (2005). Comparison of country risk models: hybrid neural networks, logit models, diskriminant analysis and cluster techniques. *Expert Systems with Applications*, 28(1), 137-148.
- [9] Hoti, S. & McAleer, M. (2004). An Emprical Assessment of Country Risk Ratings and Associated Models. *Journal of Economic Surveys*, 18(4), 539-587.
- [10] Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinde AB Ülkeleri ve Diğer Aday Ülkeler Karşısında Türkiye'nin Durumu, Ekonomik ve Sosyal Alanlarda Seçilmiş 80 Gösterge. *Tisk Kıyaslama (Benchmarking) Raporu*. (<http://www.tisk.org.tr/yayinlar.asp>). [12.10.2006].
- [11] Oğuzlar, A. (2006). Avrupa Birliğine Üye Ve Aday Ülkeler Arasındaki Ayırımın Çok Değişkenli İstatistiksel Tekniklerle Analizi. *Marmara Üniversitesi Hakemli Dergisi Öneri*, 7(26), 205-212.

Ayşe OĞUZLAR (ayseog@uludag.edu.tr) is an Associate Professor since April 2006 in Uludağ University. She has Ph.D. of statistics at Uludağ University Institute of Social Sciences. Her scientific interests are multivariate statistical analysis, decision trees, six sigma and data mining.

REEL DÖVİZ KURUNUN ASİMETRİK DAVRANIŞI

Ebru ÇAĞLAYAN

Marmara Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

ASYMMETRIC BEHAVIOUR OF THE REAL EXCHANGE RATE

Abstract: This paper empirically examines the behavior of the real exchange rate between Turkish Lira and US Dollar to analyze the validity of the relative purchasing power parity. A conventional way to assess the validity of the purchasing power parity is by testing the stationarity of the real exchange rate. In this paper, the empirical results indicated that asymmetric behavior exist in the real exchange rate and then stationary for the real exchange rate analyzed by testing the quantile unit root test which was introduced by Koenker and Xiao (2004). Quantile Unit Root Test (QUR) has good power in presence of asymmetric dynamics compared with classical unit root tests. The results of analyses suggest that the real exchange rate series possesses different unit root behavior of both low quantiles and high quantiles. The relative purchasing power parity might be valid in the high quantiles.

Keywords: Real Exchange Rate, Relative Purchasing Power Parity, Quantile Unit Root Test.

REEL DÖVİZ KURUNUN ASİMETRİK DAVRANIŞI

Özet: Bu çalışmada nispi satın alma gücü paritesinin geçerliliğini analiz etmek amacıyla Türk Lirası ile ABD Doları arasındaki reel döviz kuru davranışı incelenmiştir. Uygulamada satın alma gücü paritesinin geçerliliğini belirlemek için reel döviz kurunun durağanlığının test edildiği görülmektedir.

Bu çalışmada, deneysel sonuçlar reel döviz kurunun asimetrik davranışa sahip olduğunu göstermiştir ve bu nedenle reel döviz kuru için durağanlık analizi Koenker ve Xiao (2004) tarafından ortaya atılmış Kantil Birim Kök Testi ile yapılmıştır [1]. Kantil Otoregresyon Modele dayanan Kantil Birim Kök Testi (QUR) asimetrik dinamiklerin varlığında klasik birim kök testleri ile karşılaştırıldığında daha iyi güce sahiptir. Analiz sonuçları reel döviz kurunun hem düşük ve hem de yüksek kantillerde farklı birim kök davranışlarına sahip olduğunu göstermektedir. Yüksek kantillerde nispi satın alma gücü paritesinin geçerli olabileceği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Reel Döviz Kuru, Nispi Satın Alma, Gücü Paritesi, Kantil Birim Kök Testi

I. GİRİŞ

Gustav Cassel tarafından ortaya atılan satın alma gücü paritesi yaklaşımı döviz kurunun belirlenmesinde en çok kabul gören teorilerinden biridir [2]. Bu teori tek bir fiyat kanununun tek bir mal yerine tüm mal piyasalarına uygulanmasıdır. Satın alma gücü paritesi mutlak ve nispi olmak üzere iki şekilde incelenmektedir. Mutlak satın alma gücü paritesi oldukça kısıtlıdır. Bu paritenin gerçekleşmediği durumlarda nispi satın alma gücü paritesinin geçerli olacağı beklenmektedir.

Nispi satın alma gücü paritesi mutlak satın alma gücü paritesi gibi belirli bir anda döviz kurunun ne olacağı sorusu ile ilgilenmeyip, kurların nasıl değişeceğini açıklamaya çalışmaktadır. Bu parite her bir ülkedeki farklı malların fiyatlarının değişmeyeceğini varsayan enflasyon oranları arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Nispi satın alma gücü paritesinde döviz kuru,

$$\frac{e_1 - e_0}{e_0} = p_t - p_t^*$$

olacaktır. Burada, e_t : t dönemindeki döviz kuru, e_0 : t döneminden önceki döviz kuru, p_t :incelenen ülke

enflasyon oranı ve p_t^* : yabancı ülke enflasyon oranıdır. Nispi satın alma gücü paritesine göre ulusal para ile yabancı para arasındaki döviz kuru, mutlak satın alma gücü paritesindeki gibi bu iki ülkenin mutlak fiyat düzeylerini değil, fiyat artışlarını yani enflasyon oranları farkını yansıtacak biçimde değişmektedir [3].

Nispi satın alma gücü paritesi iki ülke döviz kurundaki yüzde değişikliğin ulusal fiyat seviyelerindeki yüzde değişiklik arasındaki farklılığa eşit olduğunu ifade eder [4]. Uygulamada nispi satın alma gücü paritesinin geçerliliğini araştırmak için reel döviz kurunun durağanlığı incelenecektir. Nispi satın alma gücü paritesinde reel döviz kuru,

$$\Delta r_t = \Delta e_t + \Delta p_t^* - \Delta p_t$$

olarak elde edilir. Burada, e_t :Nominal döviz kuru, p_t :incelenen ülke fiyat seviyesi ve p_t^* : yabancı ülke fiyat seviyesidir, Δ ise ilk farkları ifade etmektedir [5]. Bilindiği gibi logaritmik bir değişkenin ilk farkının alınması incelenen değişkendeki büyüme oranının belirlenmesinde kullanılan bir yaklaşımdır. Reel döviz kurunun belirmesinde kullanılan en yaygın kullanılan

hesaplama yöntemlerinden biri satın alma gücü paritesidir. Satın alma gücü paritesinin geçerliliği araştırılırken reel döviz kurunun durağanlığı incelenmektedir. Reel döviz kuru durağansa, uzun dönemde nispi satın alma gücü paritesinin geçerli olabileceği söylenebilir [5].

Çalışmada asimetrik dağılıma sahip olan reel döviz kurunun durağan olup olmadığını incelemek için Koenker ve Xiao tarafından geliştirilen Kantil Birim Kök Testi uygulanacaktır [1]. Kantil otoregresyon yaklaşımına dayanan bu birim kök testi, serilerin kalın kuyruk olması durumunda robust tahminçiler sağlamaktadır. Kantil otoregresyon yaklaşımı satın alma gücü paritesinin geçerliliğinin incelenmesinde alternatif bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım kullanılarak farklı büyüklüklerdeki şokların reel döviz kuru dinamiklerinde meydana getireceği farklılıklar ortaya konularak, satın alma gücü paritesinin geçerliliği hakkında bilgi elde etmek mümkün olabilmektedir.

Yeni geliştirilmiş bir test olması nedeni ile literatürde Kantil otoregresyon modele dayanan bu testin uygulandığı az sayıda çalışma bulunmaktadır. Koenker ve Xiao çalışmalarında ABD faiz oranlarını incelemişlerdir ve işsizlik oranı ve benzin fiyatlarının durağanlık analizi için hem t-oranlarına hem de Cramer Von Mises ve Kolmogorov-Smirnov yaklaşımına dayanan Kantil Birim Kök testlerini kullanmışlardır [1,6,7]. Lima ve Sampaio çalışmasında asimetrik dağılıma sahip kamu borçları için aynı birim kök testini kullanarak, medyan ve yüksek kantillerde kamu borçları serisinin birim köke sahip olmadığını bulmuşlardır [7].

II. KANTİL BİRİM KÖK ANALİZİ

Bilindiği gibi birim kök hipotezlerinin incelendiği testlerde normal dağılım şartının sağlanması gerekmektedir. Özellikle iktisadi ve finansal serilerin çoğunun kalın kuyruğa sahip olması, normal dağılımın sağlanamaması durumunda bu testlerin performansı zayıf olmaktadır.

Finans ile ilgili yapılan birçok çalışma incelendiğinde, finansal serilerin dağılımlarının çoğunun kalın kuyruğa sahip olduğu görülmektedir. Normal dağılım sözkonusu olmadığında bu seriler için durağanlık kantil regresyona dayanan birim kök testi ile incelenebilir. Koenker ve Xiao tarafından önerilen bu yeni yaklaşım, Kantil otoregresif sürece dayanmakta ve birim kök hipotezlerinin test edilmesinde en küçük karelere dayanan birim kök testlerinden daha robust sonuçlar vermektedir [1]. Kantil otoregresyona dayanan birim kök testi ile inceleme yapılırken, farklı kantillerde farklı birim kök davranışları ile karşılaşmak mümkün olacaktır. Lokal olarak durağan olmayan bir serinin global olarak durağan olması mümkün olabilmektedir.

Kantil Otoregresyon Modeli zaman serileri asimetrik özellik gösterdiğinde alternatif bir yol sağlayacaktır. Bu modelde bağımlı değişken y_t 'nin τ 'uncu şartlı kantil fonksiyonu bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerinin doğrusal fonksiyonu olarak açıklanmaktadır. Buna göre, p gecikmeli y_t 'nin τ 'uncu şartlı kantil fonksiyonu,

$$Q_{y_t}(\tau | y_{t-1}, \dots, y_{t-p}) = \theta_0(\tau) + \theta_1(\tau)y_{t-1} + \dots + \theta_p(\tau)y_{t-p}$$

veya

$$Q_{y_t}(\tau | y_{t-1}, \dots, y_{t-p}) = x_t^T \theta(\tau)$$

şeklinde gösterilebilir ve QAR(p) modeli olarak ifade edilebilir. Burada $x_t^T = (1, y_{t-1}, y_{t-2}, \dots, y_{t-p})^T$ dir.

Kantil otoregresyon modelinde otoregresif katsayıların $(\hat{\theta}(\tau))$ tahmini, artıkların fonksiyonunun minimizasyonu,

$$\min_{\{\theta \in R^{p+1}\}} \sum_{t=1}^n \rho_{\tau}(y_t - x_t^T \theta)$$

ile yapılmaktadır. Kantil otoregresyon modelinde otoregresif katsayılar değerleri belirlenen kantillere bağlıdır ve farklı kantillerde farklı ortalamaya dönme davranışı gösterirler, yani farklı değerler alabilirler.

Kantil otoregresyona dayanan birim kök testinin uygulanmasında yeni hipotezler ve çıkarımlar kullanılmaktadır. Bu testi uygulamak için uygun gecikme uzunluğu belirlenerek, simetri test edilmekte ve farklı kantiller için birim kök analizi yapılmaktadır.

II.1. Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Gecikme uzunluğunun belirlenmesi için Koenker ve Machado tarafından önerilen ve Kolmogorov-Smirnov istatistiğinin kullanıldığı LR test istatistiği hesaplanmaktadır [8]. Bu test istatistiğinin hesaplanması için kısıtlı ve kısıtsız model oluşturulmaktadır. LR test istatistiği,

$$L_n(\tau) = \frac{2(\tilde{V}(\tau) - \hat{V}(\tau))}{\tau(1-\tau)s(\tau)}$$

olarak hesaplanır. Burada kısıtsız model için $x_t^T = (1, y_{t-1}, y_{t-2}, \dots, y_{t-p})^T$ dir,

$$\hat{V}(\tau) = \min_{\{\theta \in R^{p+1}\}} \sum \rho_{\tau}(y_t - x_t^T \theta)$$

ve kısıtlı model için $x_t^T = (1, y_{t-1}, y_{t-2}, \dots, y_{t-(p-1)})^T$ dir ve

$$\tilde{V}(\tau) = \min_{\theta \in R^p} \sum \rho_\tau(y_i - x_i^T \theta)$$

olarak hesaplanır. $s(\tau)$ ise sparsity fonksiyonudur ve

$$s(\tau) = \frac{1}{f(F^{-1}(\tau))}$$

olacaktır. Sparsity fonksiyonun hesaplanmasında Bofinger bandwidth kullanılmaktadır [9]. Koenker ve Xiao Monte Carlo çalışmalarında Bofinger bandwidthin mantıklı üst sınırlar sağladığı göstermişlerdir [1].

Uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi için kısıtlı ve kısıtsız modeller oluşturularak LR test istatistiği hesaplanarak incelenen tüm kantiller için ($\tau \in T$),

$$H_0 : \theta_p(\tau) = 0$$

hipotezi test edilir. Belirlenen kantillere bağlı olarak p'inci otoregresif katsayımın anlamlılığı test etmek için Koenker ve Machado [8] tarafından önerilen Kolmogorov-Smirnov yaklaşımı ile birleşim testi için Kolmogorov-Smirnov tipi istatistik,

$$\sup_{\tau \in T} L_n(\tau)$$

olarak hesaplanarak Andrews [10] kritik değeri ile karşılaştırılarak uygun gecikme uzunluğu belirlenir. Temel hipotezin reddi, incelenen gecikme uzunluğunun geçerli olduğunu göstermektedir.

II.2. Simetrimin İncelenmesi

Bu testin yapılmasının amacı, gerçekten verinin asimetric dinamiklerinin varlığının istatistiksel kanıtlarının olup olmadığının incelenmesidir. Kantil otoregresyon modeller için simetrimin incelenmesinde kısıtlar oluşturularak Kolmogorov-Smirnov yaklaşımına dayanan Wald testi uygulanır. Simetrimin incelenmesi için Wald Test istatistiği hesaplanarak,

$$H_0 : R\theta(\tau) = r$$

hipotezi test edilir. Burada $R = [0_{p \times 1} : I_p]$ ve $r = [\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p]^T$ dir ve katsayılar için kısıtları göstermektedir. Kısıtsız model için $\hat{V}_n(\tau)$,

$$\hat{V}_n(\tau) = \sqrt{n} [R\hat{\Omega}_1^{-1}\hat{\Omega}_0\hat{\Omega}_1^{-1}]^{-1/2} (R\hat{\theta}(\tau) - \hat{r})$$

veya

$$\hat{V}_n(\tau) \Rightarrow B_q(\tau) - f(F^{-1}(\tau)) [R\hat{\Omega}_0^{-1}R^T]^{-1/2}$$

olarak hesaplanır. $\hat{V}_n(\tau)$ ' ya martingale dönüşümü (K) yapılarak kısıtlı model için $\tilde{V}_n(\tau)$,

$$\tilde{V}_n(\tau) = K\hat{V}_n(\tau) = \hat{V}_n(\tau) - \int_0^\tau \left[g_n(s)^T C_n^{-1}(s) \int_s^1 g_n(r) d\hat{V}_n(r) \right] ds$$

olarak hesaplanır. Kolmogorov- Smirnov tipi istatistik,

$$KH_n = \sup_{\tau \in T} \|\tilde{V}_n(\tau)\|$$

olarak hesaplanarak Koenker ve Xiao [11] kritik değerleri ile karşılaştırılır. Temel hipotezin reddi, incelenen seride asimetric davranışın varlığını gösterir.

II.3. Durağanlığın İncelenmesi

Kantil Otoregresyon süreci birim kök hipotezlerinin testinde klasik yöntemlere göre daha robust bir yaklaşımdır. QAR(p) Modeli için birim kök analizinde temel hipotez belirlenen tüm kantiller için birim kökün varlığını ifade eden temel hipotez,

$$H_0 : \theta_1(\tau) = 1$$

olarak kurulur. Kantil otoregresyon modellerinde t istatistiği klasik ADF t istatistiğinden farklı hesaplanır. Kantil birim kök analizinde t istatistiği için sparsity fonksiyonunun hesaplanmasında Bofinger bandwidth kullanılmıştır [9]. Kantil otoregresyon birim kök testi için t-oranı test istatistiği,

$$t_n(\tau) = \frac{f(F^{-1}(\tau))}{\sqrt{\tau(1-\tau)}} (Y_{-1}^T P_X Y_{-1})^{1/2} (\hat{\alpha}_1(\tau) - 1)$$

olarak elde edilir. Burada $f(F^{-1}(\tau))$, $f(F^{-1}(\tau))$ 'nin tutarlı tahmincisidir, Y_{-1} , (y_{i-1}) bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerinin vektörü, P_X projeksiyon matrisidir. $t_n(\tau)$ 'nin dağılımı standart değıldir ve δ parametresine bağılıdır. δ , w_t ile $\psi_\tau(u, \tau)$ arasındaki uzun dönem korelasyon katsayısıdır. Bu parametre,

$$\delta = \delta(\tau) = \frac{\sigma_{w\psi}(\tau)}{\sigma_w^2}$$

şeklinde hesaplanır.

$$u_\sigma = y_t - x_t^T \alpha(\tau), \quad \psi_\tau(u) = \tau - I(u < 0), \quad \omega = \Delta y_t$$

dir. Burada σ_w^2, w_t 'nin uzun dönem varyansı ve $\sigma_{w\psi}$ ise w_t ile $\psi_\tau(u, \tau)$ uzun dönem kovaryansıdır.

$t_n(\tau)$ test istatistiği için kritik değerler Hansen çalışmasından elde edilmektedir [12]. Uygun kritik değerlerin belirlenebilmesi için δ parametresinin elde edilmesi gereklidir.

III. VERİLER

Çalışmada nispi satın alma gücü paritesinin geçerliliğini incelemek için 1995.01-2004.08 dönemine ait aylık veriler kullanılmıştır. Burada kullanılan veriler IMF Uluslar arası istatistiklerinden elde edilmiştir.

Nispi satın alma gücü paritesinin geçerliliği araştırılacağından, durağanlığı incelenecek döviz kuru serisi, iki ülke döviz kurundaki yüzde değişikliğin ulusal fiyat seviyelerindeki yüzde değişiklik arasındaki farklılığa eşit olacak şekilde hesaplanmıştır. Buna göre nispi satın alma gücü paritesi için reel döviz kuru,

$$\Delta r_t = \Delta e_t + \Delta p_t^* - \Delta p_t$$

olarak hesaplanmıştır. Ulusal fiyat seviyelerini için Türkiye tüketici fiyat endeksi ile ABD tüketici fiyat endeksi kullanılmıştır.

Çalışmada asimetrik dağılıma sahip olan reel döviz kurunun durağan olup olmadığını incelemek için farklı kantillerdeki (10-90'ıncı kantiller) birim kök davranışları kantil otoregresyona dayanan kantil birim kök testi ile incelenmiştir. Burada kantil birim kök testi t-oranları yaklaşımı ile yapılmıştır. Bu analiz yardımı ile reel döviz kurunun düşük, orta ve yüksek şoklara karşı satın alma gücü paritesi denge değerine yaklaşım eğilimi ortaya konulacaktır.

IV. BULGULAR

Çalışmada ilk olarak reel döviz kurunun klasik ADF denkleminin artıklarının dağılımı incelenmiştir. Normal dağılım şartının sağlanmadığı durumlarda ve uç değerler bulunduğu kantil regresyona dayanan testler en küçük karelere dayanan testlere göre daha robust ve etkindir. Kalın kuyruk dağılımı söz konusu olduğunda, bu testlerin performansı en küçük karelere dayanan testlere göre daha yüksektir [1]. Reel döviz kurunun dağılımını incelemek amacı ile denklemin artıklarının tanımlayıcı istatistikleri elde edilmiştir. Eğiklik değeri: 0.36, basıklık değeri: 8.85 ve Jarque- Bera değeri ise 165.63'tür. Bu değerlere göre reel döviz kuru asimetrik, basıklık 3'ten büyük olduğu için sivri ve kalın kuyruğa sahip ve Jarque-Bera testi sonuçlarına göre normal dağılıma sahip değildir. Yapılan analiz sonucunda incelenen serinin basıklık ölçüsünün 0.05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı, eğiklik ölçüsünün ise 0.10 anlamlılık düzeyine göre anlamlı, Jarque-Bera testinin 0.05 anlamlılık düzeyine göre anlamlı olduğu görülmüş ve serinin normal dağılmadığı kararına varılmıştır.

Nispi Satın Alma Gücü Paritesinin incelenen dönemde Türkiye için geçerliliğini araştırmak amacıyla asimetrik dağılıma sahip reel döviz kurunun Kantil Birim Kök Analizi yapılırken ilk olarak kantil otoregresyon modelinin gecikme uzunluğu belirlenmiş, daha sonra simetri analizi yapılarak t-oranlarına dayanan kantil birim kök testi yapılmıştır.

Bofinger bandwidth kullanılarak hesaplanan Kolmogorov-Smirnov tipi LR istatistiği sonuçlarına göre kantil otoregresyon modelinin gecikme uzunluğu altı olarak belirlenmiştir. Tablo.1'de her bir gecikme için test istatistiği sonuçları yer almaktadır. Test istatistiği değerleri Andrews tablosu ile karşılaştırılarak uygun gecikme uzunluğu belirlenmiştir [10]. y_t 'nin şartlı kantiline dayanan altı gecikmeli QAR(6) modeli,

$$Q_{y_t}(\tau | y_{t-1}, \dots, y_{t-p}) = \theta_0(\tau) + \beta_1(\tau)y_{t-1} + \beta_2(\tau)y_{t-2} + \beta_3(\tau)y_{t-3} + \beta_4(\tau)y_{t-4} + \beta_5(\tau)y_{t-5} + \beta_6(\tau)y_{t-6}$$

olacaktır.

Tablo.1. Gecikme Uzunluğu Test Sonuçları

Değişkenler	$\sup \text{Ln}(\tau)$	H_0 hipotezi
y_{t-7}	1.94	reddedilemez
y_{t-6}	6.02	red
y_{t-5}	7.51	red
y_{t-4}	6.39	red
y_{t-3}	9.19	red
y_{t-2}	5.03	red

* Kritik değerler Andrews çalışmasından elde edilmiştir Andrews, D.W.K. (1993). *Tests for Parameter Instability and Structural change With Unknown Change Point. Econometrica*, 61(4), 840. [10].

Kantil otoregresyon modelleri için asimetrik dinamiklerin testi için Kolmogorov-Smirnov tipi Wald istatistiği hesaplanarak, asimetrik özelliğinin olup olmadığı incelenmiştir. Altı gecikmeli kantil otoregresyon modelinin katsayılarının simetrikliğini test etmek için ilk olarak en küçük kareler yardımı ile parametrelerin tahmini elde edilmiştir. Altı gecikmeli kantil otoregresyon modelindeki katsayıların simetrikliğinin incelenmesi için temel hipotez,

$$H_0 : \beta_i(\tau) = \beta_{i,EKK}, i=1, \dots, 6$$

olarak kurulmuştur. Martingale dönüşümü yapılarak elde edilen Wald test sonuçları Tablo.2'de verilmiştir. Birinci sütunda incelenen değişkenler, ikinci sütunda en küçük kareler yöntemi ile tahmin edilen parametre tahminleri, üçüncü sütunda Wald test istatistiği değerleri yer almaktadır. Tablo incelendiğinde, temel hipotezin reddedildiği görülmektedir. Bu incelenen reel döviz kuru

serisinin asimetrik dinamiklere sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo.2. Simetri Test Sonuçları

Değişkenler	β_j 'nin EKK tahmini	Test İstatistiği	H_0 hipotezi
y_{t-1}	0.4960	2.47	red
y_{t-2}	-0.2737	2.64	red
y_{t-3}	0.0550	2.52	red
y_{t-4}	0.0374	4.68	red
y_{t-5}	-0.1903	5.23	red
y_{t-6}	0.1099	5.23	red

*Kritik Değerler Koenker ve Xiao çalışmasından elde edilmiştir Koenker, R. & Xiao, Z. (2001). *Inference on the Quantile Regression Process: Electronic Appendix*. (<http://www.econ.uiuc.edu/~roger/research/inference>). [10.01.2006] [11]. Kritik değer %5 için 2.140

Tablo.3'de reel döviz kurunun farklı kantillerdeki (10-90'ıncı kantiller) birim kök davranışları özetlenmiştir. Birinci sütunda incelenen kantiller bulunmaktadır. Otoregresif katsayı tahminlerinin farklı kantillerde farklı değerlere sahip olduğu görülmüştür. Her bir kantildeki otoregresif kökler nokta tahminlerinden elde edilen kanıt dayanarak birim kök sürecinin sabit olmadığı söylenebilir. Otoregresif katsayı tahminleri farklı kantillerde farklı değer aldığından bu asimetrik dinamikleri gösterir. Düşük kantillerdeki otoregresif katsayı değerleri yüksek kantillerden daha küçüktür. İkinci sütunda her bir kantildeki kantil otoregresyona dayanan t değerleri yer almaktadır. Tabloyu incelediğimizde, t-oranı testi sonuçlarına göre, reel döviz kurunun yüksek kantillerde daha çok durağan olmaya yakın olduğu söylenebilir.

Tablo.3. $t_n(\tau)$ Sonuçları

τ	$t_n(\tau)$	δ^2	H_0 hipotezi
0.10	5.973	0.304	Reddedilemez
0.20	3.081	0.316	Reddedilemez
0.30	1.264	0.360	Reddedilemez
0.40	1.411	0.432	Reddedilemez
0.50	-0.402	0.489	Reddedilemez
0.60	-2.141	0.554	Reddedilemez
0.70	-7.948	0.629	Red
0.80	-5.517	0.604	Red
0.90	-4.697	0.722	red

*%5'e göre $t_n(\tau)$ istatistiğinin asimtotik kritik değerleri Hansen çalışmasından elde edilmiştir: Hansen B. (1995). *Rethinking The Univariate Approach to Unit Root Tests: How to Use Covariates to Increase Power. Econometric Theory*, 11(5), 1155. [12].

Temel hipotez,

$$H_0 : \beta_1(\tau) = 1$$

alternatif hipotez,

$$H_1 : \beta_1(\tau) < 1$$

olarak kurulmuştur. Kritik değerler Hansen'in çalışmasından elde edilmiştir [12].

Reel döviz kurunun düşük kantillerde ve medyanda durağan olmadığı görülmekte, birim kökün varlığı düşük kantillerde reddedilememektedir. 70, 80 ve 90'ıncı kantillerde t değerleri tablo değerlerinden daha negatif olduğu için birim kök varlığı reddedilmektedir. Yüksek kantillerde reel döviz kurunun durağan olması nedeni ile 70, 80 ve 90'ıncı kantillerde nispi satın alma gücü paritesinin geçerli olabileceği söylenebilir.

Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde reel döviz kurunun dinamiklerinin farklı büyüklükteki şoklardan etkilendiği görülmektedir. Düşük ve orta şiddetli şoklarda reel döviz kuru dengeye gelmezken, yüksek şoklarda reel döviz kurunun ortalamaya dönme eğiliminin hızlı olduğu görülmektedir. Elde edilen bu bulgu satın alma gücü paritesi teorisi ile paralellik göstermektedir. Buna göre, reel döviz kuru büyük şoklardan etkilendiğinde veya kendi satın alma gücü paritesi dengesinden uzaklaştığında düzelme hızı (ortalamaya dönme eğilimi) daha hızlı olacaktır.

V. SONUÇ

Satın alma gücü paritesi bilindiği gibi yüksek enflasyona sahip ve az gelişmiş ülkeler için daha çok destek görmüş bir teoridir. Yüksek enflasyonlu ülkelerde Satın alma gücü paritesinin düşük enflasyonlu ülkelere daha fazla geçerli olması bu ülkelerin fiyatlarındaki genel artış etkisinin endeks bileşimindeki değişimin etkisinden daha fazla olması ile açıklanabilir.

Daha kısıtlı olması nedeni ile yapılan çalışmalar mutlak satın alma gücü paritesinin geçerli olmasına çok nadir rastlandığını, nispi satın alma gücü paritesinin geçerli olabileceğini göstermektedir.

Satın alma gücü paritesinin geçerliliğinin araştırıldığı birçok ekonometrik çalışmada da klasik birim kök testleri ile reel döviz kurunun durağanlığı incelenmiştir. Çalışmada incelediğimiz dönem için reel döviz kurunun asimetrik dağılım göstermesi, normal dağılıma sahip olmaması nedeni ile klasik birim kök testleri yerine Kantil otoregresyona dayanan Kantil Birim Kök Testi uygulanmıştır.

Birim kök testi sonucunda reel döviz kuru için düşük kantillerde birim kökün varlığı reddedilememiştir. Kantil birim kök testi ile incelenen dönem için 70,80 ve 90'ıncı kantillerde birim kök reddedilmiş ve nispi satın alma gücü paritesinin geçerliliği olabileceği görülmüştür. Sonuç olarak çalışmamızda reel döviz kurundaki büyük şokların ortalamaya dönme hızının daha hızlı olduğu görülmüştür. Enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde nispi satın alma gücü paritesinin geçerli olduğu söylenebilir. Bilindiği gibi yüksek enflasyon içindeki

ülkelerde ülke parası terkedilip, daha istikrarlı olan yabancı ülke para birimine(dolar gibi) yönelmesi karşılaşılan bir durumdur. Bu durumda sözkonusu olan dolarizasyon nedeniyle ülke parası devalüe olacak ve dolarizasyon fiyatlarda ve kurlarda değişmelere neden olacaktır.

Bunun yanında endekste yer alan bazı malların fiyatındaki değişmeler diğerlerine göre kurları daha fazla etkileyebilir. Bu durumda endekste yer alan bu malların fiyatlarında yükselme olması, genel endeks üzerinde o oranda artış olmasa bile döviz kurlarının satın alma gücü paritesinin belirleyeceğinden daha yüksek ölçülerde artış göstermesine neden olacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Koenker, R. & Xiao, Z. (2004). Unit Root Quantile Autoregression Inference. *Journal of The American Statistical Association*, 99(467), 775-787.
- [2] Cassel, G. (1918). Abnormal Deviations in International Exchanges. *Economic Journal*, 28(112), 413-415.
- [3] Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası Finans*. Geliştirilmiş Dördüncü Baskı, İstanbul; Güzem Can Yayınları.
- [4] Yarbrough, B.V. & Yarbrough, R.M. (1997). *The World Economy Trade and Finance*. Fourth Edition. Florida: The Dryden Press.
- [5] Patterson, K. (2000). *An Introduction to Applied Econometrics: A Time Series Approach*. New York: Palgrave.
- [6] Koenker, R. & Xiao, Z. (2005). *Quantile Autoregression*. (http://www.econ.brown.edu/staff/Elizabeth_Peralta/qar.pdf). [08.12.2005].
- [7] Lima, L.R. & Sampaio, R. (2005). The Asymmetric Behavior of the U.S. Public Debt. *Working Paper*. (<http://edge.fvg.br/portal/arquive/1862.pdf>). [24.11.2005].
- [8] Koenker, R. & Machado, J.A.F. (1999). Goodness of Fit and Related Inference Processes for Quantile Regression. *Journal of The American Statistical Association*, 94(448), 1296-1310.
- [9] Bofinger, E. (1975). Estimation of a Density Function Using Order Statistics. *Australian Journal of Statistics*, 17, 1-7.
- [10] Andrews, D.W.K. (1993). Tests for Parameter Instability and Structural change With Unknown Change Point. *Econometrica*, 61(4), 821-856.
- [11] Koenker, R. & Xiao, Z. (2001). *Inference on the Quantile Regression Process: Electronic Appendix*. (<http://www.econ.uiuc.edu/~roger/research/inference>). [10.01.2006].
- [12] Hansen B. (1995). Rethinking The Univariate Approach to Unit Root Tests: How to Use Covariates to Increase Power. *Econometric Theory*, 11(5), 1148-1171.

Ebru ÇAĞLAYAN (ecaglayan@marmara.edu.tr) holds a Ph.D. in Econometrics from the University of Marmara. She is a lecturer and researcher of Econometrics at the Marmara University. Her research interests include qualitative choice models, robust regression, nonparametric, and semi parametric regression.

POST MODERN REKLAMLARIN ETKİSİ

Nurhan Babür TOSUN

Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Doçent Dr.

EFFECTS OF POSTMODERN ADVERTISING

Abstract: Post modern advertisements possess a number of distinctive representational features such as anti-form, emotional appeal, the distraction of linear narratives, image-centered ways of seeing. Post modern advertisements appeal to the consumer by presenting little information about the use of the products, focusing instead on symbolic relationships in the context of consumption. Post modern advertising literature suggests that the advertising story is a product that is consumed. The post modern consumer has the tendency to emphasize and value, form and style as opposed to the content. In this paper investigated the effectiveness of the post modern advertisement in terms of informativeness, awareness and believability. The findings suggest that post modern advertisement was perceived as uninformative and believable and it is effective about the awareness.

Keywords: Postmodern Advertising, Advertising, Image-Centered

I. GİRİŞ

Genel geçerliliğe sahip önermelerin reddedilerek parçalanmışlığın kabul edilmesi ve farklılığın, vurgulanması anlayışı olan postmodernizmin etkileri, 1990'lı yıllardan sonra reklam çalışmalarında da görülmeye başlanmıştır.

Birbirine benzer ve ikame ürünlerin artması, ürün ve marka enflasyonunun yaşanmaya başlanması ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler sonucunda tüketicilerin tüm gelişmelerden anında bilgi sahibi olması gibi nedenlerden ötürü marka imajı oluşturma ve marka bağlılığı yaratmanın zorunluluk haline gelmesi, reklam uygulayıcılarının ve akademisyenlerinin post modern reklam anlayışını benimsemesinin temel nedenleri arasında bulunmaktadır. Post modern reklamlar genelde, uyguladıkları yöntem ve tekniklerle marka bağlılığı oluşturmada etkilidirler [1].

Post modern reklamların marka bağlılığını gerçekleştirmek için uyguladığı ana strateji; aynı reklam mesajı ile aynı anda ulaştığı farklı hedef kitlelerin, kendi algılamaları sonucunda oluşan istedikleri imajı markaya transfer etmelerini sağlamaktır. Bu nedenle, bu tür

POST MODERN REKLAMLARIN ETKİSİ

Özet: Farklı pazarlara aynı anda ve aynı mesajla ulaşmayı amaçlayan post modern reklamlar, postmodernizm anlayışının uzantısı olarak 1990'lı yıllardan sonra yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu tür reklamların temel amacı, farklı hedef kitlelerin istedikleri farklı imajları markaya transfer edebilmeleridir. Bu çalışmada postmodern reklamların amaçlarının, kullandıkları yöntemlerin ve etkilerinin irdelenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda yapılan çalışmada ise postmodern reklamların inandırıcı olma, farkındalık oluşturabilme ve marka bağlılığı gerçekleştirebilme etkileri ve bu etkiler arasındaki ilişkiler incelenmeye çalışılmaktadır. Gerçekleştirilen araştırmanın bulgularına göre;post modern reklam gerek mesaj içeriği gerekse kullanılan metafor ile hedef kitle üzerinde inandırma, farkındalık oluşturma, marka bağlılığı meydana getirme açılarından etkilidir ve bu etkilenmede demografik özellikler ayırıcı bir rol oynamamaktadır. Ayrıca kullanılan metafor postmodern reklamın nihai amacı olan marka bağlılığı oluşumunda oldukça etkilidir.

Anahtar Kelimeler: Postmodern Reklamlar, Reklam, İmaj Merkezlilik

reklamlarda çağrışım oluşturma açısından sese ve yazıya oranla daha etkili olan görsel öğeler kullanılır. Diğer bir deyişle görselliğe dayanan öğeler, post modern reklamların belkemiğini oluşturur. Ancak bu görsellik kasıtlı bir belirsizlik taşır. Çünkü herkesin çağrışım açısından ortak bir noktada buluşabileceği tema ve görsel öğeler post modern reklam anlayışı ile örtüşmez.

Post modern reklamlar marka bağlılığı oluşturma açısından gerekli olan inandırıcılık ve farkındalık oluşturma işlevlerini post modern anlayış doğrultusunda yerine getirebilmek için, genelde simülasyondan yararlanarak oluşturdukları metaforları kullanırlar. Genel olarak, bir kavramın bir diğer kavramı nitelemesi olarak tanımlanabilecek metaforlar hipergerçeğin oluşumuna katkıda bulunurlar [2]. Bu süreç sonucunda düşselin gerçek sanılmaya başlanması ile, rasyonel olmayan ve defalarca yeniden türetilmesi mümkün olan farklı bir gerçek gündeme gelir. Bu oluşum, reklam mesajının farkındalık meydana getirme ve inandırıcı olma yönlerinden etkili olmasını sağlayarak gerçekleştirdiği imaj ile zaman içinde marka bağlılığı gelişimine yardımcı olur.

Bu çalışmada, yaklaşık 13 yıllık bir geçmişi

olmasına rağmen ülkemizde yeni uygulanmaya başlanılan post modern reklamların uyguladığı yöntemler, ulaşmak istediği amaçlar ve gerçekleştirebildiği etkiler irdelenmeye çalışılmaktadır. Yapılan araştırmada ise, postmodern reklamın hedef kitle üzerinde inandırıcı olabilme, farkındalık oluşturabilme ve marka bağlılığı gerçekleştirebilme etkileri ve bu etkiler arasındaki ilişkiler incelenmeye çalışılmaktadır.

II. POSTMODERN REKLAMLARIN GENEL ÖZELLİKLERİ

Özellikle 1990'lı yıllardan sonra reklam çalışmalarında etkisini göstermeye başlayan post modern anlayışı diğer bir deyişle post modern reklamların özelliklerini irdelenebilmek için öncelikle şemsiye kavram olan post modernizmin açılımının konumuz bağlamında yapılması gerektiğinden , aşağıda, öncelikle bu konu kısaca açıklanmaktadır.

II. 1. Postmodernizm nedir?

Günümüzün en çok tartışılan kavramlarından birisi olan post modernizm, sanattan bilime kadar bir çok alanda kullanılmaktadır. Postmodernizmin ne olduğunu anlayabilmek için, öncelikle, yerini aldığı kabul edilen modernizmin incelenmesi gerekmektedir.

Foucault, modernliği bugünü dünden başka gören bir yaklaşım olarak nitelerken; Baudelaire'e göre modernlik, kişilerin güncel gerçekle kurdukları ilişki sonucu ortaya çıkan bir düşünce ve duygu tarzıdır. Bu tarz aynı zamanda bilinçli olarak bu duygu ve düşünceye ait olmayı ve onun amacına yönelik davranmayı da içerir [3]. Hümanist düşünce modernizmin temellerinden birini oluşturur. Bu anlayışa göre insan, evrensel bir organizmanın renksiz bir üyesi olmaktan çok, kişiliğini arayan benliğinin özel renklerini bütün canlılığı ile ortaya koymak isteyen bir bireydir [4].Bireyin ussal davranış içinde bulunması gereği ise modernist anlayışın önemli bir yapıtaşdır. Modern ussallık genel olarak kabul edilebilir bilgi iddiası için iki koşul önermiştir.Birincisi, önermenin başkalarının da ulaşabileceği kanıtlara dayalı olmasıdır. İkincisi ise bu kanıtlardan yapılacak çıkarımların açık ve tutarlı bir şekilde yapılabilmesidir. Bu ikinci koşulun arkasında yatan şey, doğru bilginin evrensel geçerliliği olduğu inancıdır.Bu bağlamda modernizmin temel kaynaklarının bireysellik, rasyonalizm ve ilerlemeye dayalı bilimsellik anlayışı olduğunu söylemek mümkündür [5].

Docherty'ye göre, modern dönem 1914 ile 1918 yılları arasında sona ermiş ve 'modernizm sonrası' bir döneme girilmiştir [6]. 1918-1945 yılları arasında ise postmodernizm şekillenmeye başlamıştır. 1940 ve 1950'li yıllarda yeni mimari ve şiir biçimlerini betimlemek için kullanılan postmodern terimi, 1970'li yıllar sonrası özellikle kültür alanında modernizmden sonra gelen ve

modernizme karşı çıkan eserleri nitelerek için kullanılmıştır. Postmodern akımın reklamcılık alanındaki etkileri ise 1990'lı yıllardan sonra gözlemlenmeye başlanmıştır.

David Harvey postmodernizmi, genel geçerlilik iddiası taşıyan önermelerin reddedilmesi, dil oyunlarında çoğulculuğun ve parçalanmışlığın kabul edilmesi; farklılığın vurgulanması ve son olarak da her şeyin geçici olduğunun alaylı bir şekilde kabul edilmesi olarak tanımlar [3]. Heterojenlik, çokseslilik, bölünmüşlük kadar bunların beraberinde getireceği yanlış anlamaları, yanlış çıkarsamaları da olumlayan hatta hatta meşruluk zemini olarak gören bir tavidir postmodernizm. Postmodernizm kavramını açabilmek için anlam berraklığından çok anlam zenginliği aramak; siyah-beyaz ayırımından kaçınıp, 'ya biri ya öteki' yerine, 'hem biri hem öteki'ni kabul etmek; birkaç düzeyde anlam ve birkaç odak noktasının birleşimini ortaya çıkarmak gerekmektedir.Bu akım, değişik tartışmaların yan yana konmasına ve uygun görüldüğü şekilde derleme yapılmasına diğer bir deyişle farklı imajların karşılaştırılmasına olanak tanımaktadır. Medya birçok bakımdan postmodernizmin temelindeki dinamiği oluşturur.

II.2. Postmodern Reklam Anlayışı

1990'lı yıllardan itibaren postmodernizmin reklam çalışmaları üzerinde etkili olduğu konusu literatürde tartışılmaya başlanılmıştır [1,7-9]. Bu akımın etkisi altında gerçekleşen reklamların ortak özelliği, aynı reklam mesajı ile farklı özelliklerdeki hedef kitlelere duygusal teması ile ulaşabilmek ve kanal olarak farklı iletişim araçlarını kullanmaktır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için ise, kişiye özel çağrışımlar yapabilmek diğer bir deyişle herkes tarafından farklı algılanabilen metaforların kullanımına ağırlık verilir. Bu doğrultuda, modern reklam anlayışında görülen rasyonelliğin, mutlaklığın ve farklı hedef kitleler için farklı mesajların hazırlanması gerekliliği düşüncesinin post modern reklam anlayışında bulunmadığını söyleyebiliriz.

Yukarıda belirtilenler doğrultusunda, postmodern reklamların farklı pazarlara aynı anda ve aynı mesajla ulaşmak düşüncesi ile hazırlandığını söylemek mümkündür. Bu yaklaşımın gerçekleşmesi için ise, farklı özelliklerdeki insanların değişik şekilde algılayabileceği mesajlar hazırlanır. Diğer bir deyişle herkes kendi özellikleri doğrultusunda mesajı algılar.

Hedef kitleyi oluşturan bireylerin kendileri için önemli olan anlamları reklama konu olan ürüne yükleyebilmelerini gerçekleştirme isteğinden ötürü bu tür reklamlarda, çağrışım oluşturmada sese ve yazıya oranla daha etkili olan görsel semboller kullanılır. Görsel sembollerin sınırsız anlamı olabileceği düşüncesi postmodern reklam anlayışı ile örtüşmektedir [1]. Ritson ve Elliot'un yaptıkları araştırma sonucu; homojen

özelliklere sahip olan kişiler belirli bir metaforu benzer şekilde yorumladıklarını, heterojen özellikteki kişilerin aynı metaforu farklı şekilde algıladıklarını ortaya koymaktadır [10]. Mick ve Buhl'un yaptıkları bir araştırma ise, aynı özellikteki insanların bir sembolden aynı yan anlamları çıkardıkları yönünde bulgulara sahiptir [11]. Postmodern reklam anlayışı, heterojen nitelik taşıyan geniş bir hedef kitleye aynı mesajla ulaşabilmeyi amaçladığı için, bu reklamlarda kasıtlı bir belirsizlik kendini göstermektedir. Örneğin post modern reklam niteliğini taşıyan Arçelik'in son reklam kampanyasında kullanılan Çelik karakteri (Robot), kullanım tarzından ötürü farklı kişilerde farklı çağrışımlar uyandırmaya yatkındır. Bu noktada akla gelebilecek ilk soru, post modern reklamların, çağdaş pazarlama anlayışının gerisinde kalan farklılaştırılmamış bir başka deyişle kitlesel pazarlama anlayışı ile ne derece bağlantılı olduğudur. Şunu hemen söylemek gerekir ki, post modern reklam anlayışı her ne kadar kitlesel pazarlamadaki reklam stratejilerini çağrıştırıyor olsa da amaç tamamen farklıdır. Kitlesel pazarlama reklamlarında amaç ulaşılabilecek herkesin dikkat ve ilgisini çekebilecek reklam mesajlarının kullanılması ve böylece en düşük maliyetle en fazla kişiye erişimin sağlanarak satışların artırılmasıdır. Post modern reklam anlayışında ise genel amaç, farklı kişilerin reklamı özellikleri doğrultusunda farklı şekilde algılayarak markaya yönelik pekişmiş bir imaja sahip olmalarıdır.

Postmodern reklam literatürü, reklam mesajının kendisinin tüketilen bir ürün olduğunu ve bu ürünün oluşturduğu imajın, mesaja konu olan markaya bir imaj yüklediğini savunmaktadır [12-14]. Bu görüşe göre, reklam mesajında kullanılan tüm öğelerin oluşturduğu imaj bu mesajın hazırlanmasına neden olan markaya transfer olmaktadır. Ancak öncelikle tüketilen reklam mesajıdır. Günümüz tüketicilerinin artık bir üründen çok bir değer, bir yaşam tarzı veya bir öykü almak istemesinden dolayı postmodern reklamlarda bilgi yönlü yaklaşımdan çok duygu yönlü yaklaşım kendini göstermekte ve bu doğrultuda imaj ağırlıklı çalışılmaktadır. Ancak oluşması istenilen imaj, tüketicilerin kendi istedikleri imajdır. Diğer bir deyişle markaya herkes kendi uygun gördüğü imajı yüklemektedir. Kanımızca modern reklamlar ile postmodern reklamlar arasındaki temel fark bu noktada kendini göstermektedir. Modern reklamlarda reklam veren veya reklam ajansının kararlaştırdığı tek tür imajın oluşumu amaçlanırken, postmodern reklamlarda aynı markaya yönelik farklı imajların hedef kitleler tarafından yaratılması söz konusudur.

Bilgi verme yaklaşımını uygulamayan postmodern reklamlarda, belirli kavramları dolaylı olarak anımsatma, oluşturma gerçekleştirmeye çalışılır. Kişilerde belirli değerlerin oluşumunda psikolojik, sosyal, ekonomik vb. özelliklerin etki olmasında ötürü herkes aynı markaya yönelik farklı imajlar geliştirebilir. İşte post modern

reklamların yapmak isteği de budur.

Post modern reklamlar, hedef kitlenin kendi istediği imajı markaya yükleyebilmesini hiper gerçekçilik anlayışını uygulayarak gerçekleştirmeye çalışır [12]. Simülasyon yada hiper gerçeklik; bir köken veya gerçeklikten yoksun gerçeğin, modeller aracılığı ile türetilmesi anlamına gelir. Sahip olunmayan şeye sahipmiş gibi yapmak olarak nitelenebilecek simülasyonun gerçekleşmesi ise hiper gerçeklik uygulamasını da beraberinde getirir. Bu iki kavram arasındaki yakın ilişki çoğu kez birbirilerinin yerine kullanılmalarına neden olmaktadır. Simülasyon, gerçekle- sahte veya gerçekle- düşsel arasındaki farkı yok etmeye çalışırken kullandığı hiper gerçek mesajlar ile düşselin gerçek sınımlanmasına neden olmaktadır. Bu doğrultuda hazırlanan mesajlar hedef kitleye ulaştıktan sonra rasyonel olmayan ve sonsuz sayıda yeniden türetilmesi mümkün olan farklı bir gerçekten söz edilmeye başlanır. Bundan sonra her türlü düşsel ve gerçek ayırımından yoksun, yalnızca yinelenen bir yörüngeye sahip modeller ve farklılık simülasyonu üretiminden ibaret bir hiper gerçeklikten söz edilebilir [3]. Diğer bir deyişle hiper gerçeklik yolu ile taklit aslının yerini almakta ve hedef kitle tarafından taklit gerçek olarak algılanmaktadır. Post modern reklamlarda kullanılan semboller ve sanal karakterler kısa bir süre sonra gerçekmiş gibi algılanmakta ve gerçeğin mesajlardaki semboller, karakterler gibi olduğu düşünülmektedir. Bu süreci, reklamın metafor kullanmanın yanı sıra metafor yaratması olarak da nitelenmek mümkündür.

Postmodern reklamların uyguladığı hiper gerçeklik sonucu, mesajlardaki sembol ve karakterler hedef kitle tarafından gerçekmişcesine algılandığı için mesajın inandırıcılık ve imaj oluşumu açısından amacına ulaşması oldukça kolay olmaktadır. Örneğin daha önce de bahsettiğimiz Arçelik'in Çelik isimli robot karakterinin bir süre sonra hedef kitle tarafından gerçekmişcesine algılanması sonucu, hedef kitle gerçek robotlarında o özelliklere sahip olduğunu düşünebilir. Bu oluşumun gerçekleşmesi sonucunda ise reklam mesajı amacına kolaylıkla ulaşır. Ayrıca burada dikkat edilmesi gereken bir diğer konu, robot karakterinin farklı özelliklere sahip insanlar tarafından farklı şekilde algılanabilmesidir. Örneğin kiminin bu karakteri teknolojik gelişme, kiminin sevimli bir arkadaş, kiminin ise ikisinin bütünü olarak algılanması.

II.3. Post Modern Reklam Mesajlarının İçeriği

Post modern reklam mesajlarının içeriklerinin karakteristik özelliği, vurgulanılmak istenilen temanın belirgin ve mutlak olmaması ve hedef kitlenin dikkatinin duygularına seslenilerek, yoruma bağlı olarak çekilmeye çalışılmasıdır. Hedef kitleyi hayallerine, fantezilerine, yaşanmışlıklarına ve duygularına dokunarak yakalamayı amaçlayan post modern reklamlar, hedef kitlede imaj

oluşturma ve oluşan bu imajı markaya transfer etme yönlü genel içeriğe sahiptirler [15]. Aynı markaya ilişkin aynı mesajın farklı kişilerde farklı imajlar oluşturabilmesi post modern reklam literatüründe 'yaratıcı yorumlama' olarak nitelenmektedir [16].

Mutlak bir formun olmaması, duygulara seslenme, düz bir anlatım anlayışını benimsememesi, imaj merkezli çalışma post modern reklamların içeriklerine yön veren temel etkenlerdir. Reklama konu olan ürünün rasyonel yararları konusunda direkt bir anlatımın yapılmadığı bu tür reklamlar hemen satışı sağlamak yerine marka sadakati yaratarak satış sürekliliğini gerçekleştirmeye çalışırlar. Olayların gelişimi doğrultusunda hazırlanan düz kurgulamaya dayalı anlatımın benimsendiği modern reklamların tersine post modern reklamlarda, başı ve sonu olan olay dizisi anlatımı benimsenmez. Birbirinden kopukmuş izlenimi yaratan parçalardan oluşan mesajları izleyen kişilerin, bu parçaların sıralanmasını kendi istekleri doğrultusunda yapmaları planlanır. Diğer bir deyişle gerçek post modern reklamlarda öyküyü hedef kitle yaratır. Bu nedenle de herkesin öyküsü dolayısı ile imajı farklı olabilir [17].

Post modern reklamlarda yaratılan dünya, sunulan yaşam genelde semboliktir. Diğer bir deyişle bu tür reklamlarda gerçeğe benzeyen ama birebir aynı olmayan bir sunum vardır. Bu oluşumu yaratmak ise müzikten, ses efektlerinden, görsel unsurlardan önemli ölçüde yararlanır. Bu bağlamda yapılan anlatım sonucunda hedef kitle gerçeğin reklamlarda olduğu gibi olmasını ister. Post modern reklam mesajlarında kullanılan gerçekten esinlenen taklit, bir süre sonra gerçeğin kendisini yaratır. Bu yaklaşımın reklamcılık açısından önemi ise, hedef kitlede köklü bir imajın oluşmasını sağlamasıdır.

Reklama konu olan ürün ile tüketici arasında direkt bir ilişki kurmamak post modern reklam mesajlarının bir diğer özelliğidir. Bu tür reklamlarda ürün yerine markanın oluşturmak istediği imaj ile tüketici arasında bir ilişki kurulur. Böylece tüketici kendisine bir ürünün satılmak istenildiği düşüncesinden tamamen uzaklaştırılmaya çalışılır [18]. Tüketicinin bu düşünce setine ulaştırılmasında ise hiper gerçeklik ve simülasyon yöntemlerinden geniş ölçüde yararlanır.

Yukarıda belirtilenler doğrultusunda post modern reklamların postmodernizmin kendisi kadar karmaşık ve birbiri ile bağlantılı yapı ve kavramlardan oluştuğunu söyleyebiliriz. Post modern reklam mesajlarındaki temanın belirsizliği diğer bir deyişle kişiye özel olması ve reklam uygulaması oldukça zor olan hiper gerçekliğin bu tür reklamların belkemiğini oluşturması nedeni ile yaratıcı çalışmanın maksimum itina ile yapılması gerekir.

III. POST MODERN REKLAMLARIN ETKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

III.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları:

Kişiye özgü çağrışımlar yaparak farklı hedef kitleler tarafından farklı algılanabilen metaforların kullanımına ağırlık veren ve genellikle duygusallık temasını işleyerek marka sadakati oluşturmayı amaçlayan post modern reklamların hedef kitleleri üzerindeki etkilerini incelemek ve bu etkiler arasındaki ilişkileri saptamak araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. 1990'lı yıllardan sonra bir çok ülkede uygulanmaya başlayan post modern reklam anlayışının uzantıları ülkemizde de, son yıllarda seyrek olarak da olsa görülmeye başlanmıştır. Ancak gerçek post modern reklam olarak 2003 yılında yaptığı yeniden yapılanma sonucu reklam çalışmalarını da değiştiren Arçelik'in, gösterime giren Arçelik-Çelik reklamından söz etmek olasıdır. Bu tür reklamların gelecekte giderek artacağı düşüncesinden ötürü, ülkemiz insanı üzerindeki bilgilendiricilik, inandırıcılık ve bağlılık oluşturma etkileri araştırmamızda incelenmeye çalışılan konular arasındadır. Ayrıca, bilgilendirici bulunma ve marka bağlılığı oluşturma değişkenleri arasında ne tür ilişkilerin bulunduğu ve bu etkilenmeler ile demografik özellikler arasında ilişkilerin belirlenmesi de araştırma kapsamı içinde bulunmaktadır.

Bu araştırmanın örneklem kapsamına sadece İstanbul il sınırları içinde bulunan Üç büyük alışveriş merkezini bir hafta içinde ziyaret edenlerin yaklaşık olarak %5'inin dahil edilmesi, araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır. Bir diğer kısıt ise, yukarıda da belirtildiği gibi ülkemizde gerçek post modern reklam çalışmalarının azlığından ötürü, sadece bir tek markaya ilişkin (Arçelik) post modern reklam mesajlarında yer alan söylemlerin ve metaforun soru formunda irdelenmesidir. Ancak görüşülen 560 kişinin 508'nin bu reklam kampanyasında yer alan reklamları izlemiş olduklarının anlaşılması araştırmanın bu kısıtını nispeten azaltmaktadır. Ancak bu kısıtlara rağmen araştırma sonucu elde edilen verilerin post modern reklamların hedef kitle üzerindeki etkilerini değerlendirmede önemli ipuçları vereceği ve bundan sonra daha geniş imkanlarla yapılan daha kapsamlı araştırmalara ışık tutacağı inancımı taşımaktayız.

III.2. Araştırma Hipotezleri

Post modern reklamların etkileri konusunda yapılan literatür incelemeleri sonucunda [10-12,17] belirlenen amaçlar doğrultusunda belirlenen araştırma hipotezleri şunlardır.

H1: Post modern reklamları bilgilendirici bulma ile cinsiyet durumu arasında bir ilişki yoktur.

H2: Post modern reklam mesajını ve metaforu inanılır bulma ile cinsiyet durumu arasında bir ilişki yoktur.

H3: Post modern reklamların marka bağlılığı oluşturması ile cinsiyet durumu arasında bir ilişki yoktur.

H4: Post modern reklamların farkındalık oluşturması ile cinsiyet durumu arasında bir ilişki yoktur.

H5: Post modern reklam mesajını bilgilendirici bulma ile yaş durumu arasında ilişki bulunmaktadır.

H6: Post modern reklam mesajını ve metaforu inanılır bulma ile yaş durumu arasında ilişki bulunmaktadır..

H7: Post modern reklamların marka bağlılığı oluşturması ile yaş durumu arasında ilişki bulunmaktadır

H8: Post modern reklamların farkındalık oluşturması ile yaş durumu arasında bir ilişki bulunmaktadır.

H9: Post modern reklamları bilgilendirici bulma ile ekonomik durum arasında ilişki bulunmaktadır..

H10: Post modern reklam mesajını ve metaforu inanılır bulma ile ekonomik durum arasında bir ilişki yoktur.

H11: Post modern reklamların marka bağlılığı oluşturması ile ekonomik durum arasında bir ilişki yoktur.

H12: Post modern reklamların farkındalık oluşturması ile ekonomik durum arasında bir ilişki yoktur.

H13: Post modern reklamları bilgilendirici bulma ile inanılır bulma arasında ilişki bulunmamaktadır..

H14: Post modern reklam mesajının farkındalık oluşturması ile inanılır bulunması arasında ilişki bulunmaktadır.

H15: Post modern reklam mesajının inanılabilirliği ile metaforun inanılabilirliği arasında ilişki bulunmamaktadır.

H16: Metaforun inanılabilirliği ile marka bağlılığı arasında ilişki bulunmaktadır.

III.3. Araştırma Türü

Yaptığımız araştırma, post modern reklamların hedef kitle üzerindeki etkisini farklı boyutları ile inceleyerek bu etkileri tanımlamak amacıyla yapıldığı için, tanımsal araştırma kategorisi içinde bulunmaktadır.

III.4. Araştırma Metodolojisi

III.4.1.Örneklem Yöntemi

Post modern reklamların genelde farklı demografik özellikteki mevcut ve potansiyel tüketicilere aynı mesajla aynı anda seslenmeyi amaçlamasından ötürü, bu araştırmada ana kitle olarak farklı demografik özelliklerdeki yetişkin kesim belirlenmiştir. Bu kesimi temsil edebilecek kişilere ulaşabilmek için ise İstanbul'da bulunan Ak merkez, Capitol ve Carrefour alışveriş merkezlerini ziyaret eden 560 kişiye anket uygulanmıştır. Adı geçen alışveriş merkezlerinin kayıtlarından elde edilen bilgiler doğrultusunda, bir hafta içinde üç alışveriş merkezinin yaklaşık toplam ziyaretçi sayısının 11200 kişi olduğunun saptanmasından dolayı bu rakamın yaklaşık % 5'ini oluşturan 560 kişi, görüşülecek kişi sayısı olarak belirlenmiştir. Örneklem sayısı daha önce de belirtildiği gibi araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır.

Yapılan ilk değerlendirme sonucunda hatalı olan ve örnek post modern reklam olarak belirlenen Arçelik reklamını izlemedikleri saptanan kişilerin doldurdukları 52 anket formunun elenmesi ile analize elverişli anket sayısı 508 olarak belirlenmiştir. Anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda yer alan sorular görüşülen kişilerin demografik özelliklerini saptamaya yöneliktir. İkinci kısımda yer alan sorular ise post modern reklamın tüketiciler üzerindeki etkisini bilgilendiricilik, farklı boyutları ile inandırıcılık, marka bağlılığı oluşturma yönünden ölçümlemeyi ve farklı değişkenler arasında ilişki kurabilmeye yönelik verileri toplamayı hedeflemektedir. Anket formunda çoktan seçmeli ve 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmış sorular yer almaktadır.

III.4.2. Verilerin Değerlendirilmesi

Analize elverişli 508 anket formu SPSS for Windows paket programı yardımı ile analiz edilmiştir. Araştırmanın istatistiksel güvenilirliği Cronbach Alpha yöntemi ile sınılanmış ve alpha değeri 0.70 olarak saptanmıştır.

Araştırma verilerinin değerlendirilmesinde frekans - yüzde yöntemi, t testi ve ki-kare testi uygulanmıştır.

III.5. Araştırma Verilerinin Analizi

1. Örneğin Demografik Özelliklerinin Değerlendirilmesi

Tablo.1 anket uygulanan örneğin cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, ekonomik durumu ve yaş durumuna göre dağılımları görülmektedir. Cevaplayıcıların % 49.2'si kadın, % 50.8'i ise erkek, % 35.4'ü üniversite, % 45.4'ü lise, % 13.7'si ortaokul, % 5.3'ü ise ilkokul mezunudur. Görüşülenlerin % 56.2'sini evliler, % 43.8'ini ise bekarlar

oluşturmaktadır. Ekonomik durum açısından olan dağılım ise şöyledir. %39 düşük, % 46.5 orta, % 14.5 ise yüksek gelir grubundadır. Araştırmaya katılanların % 20 si 18-25 yaş, % 20.8'i 26-33 yaş, % 23'ü 34-41 yaş, % 20'si 42-49 yaş, % 16.2'si ise 50 ve yukarı yaşlarda bulunmaktadır.

Tablo.1. Demografik Özelliklerin Değerlendirilmesi

Demografik Özellikler	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	250	49.2
Erkek	258	50.8
Eğitim Durumu		
Üniversite	180	35.4
Lise	231	45.4
Ortaokul	70	13.7
İlkokul	27	5.3
Medeni Durum		
Evli	286	56.2
Bekar	222	43.8
Gelir Durumu		
- 300 milyon	82	16.1
301 - 500 milyon	116	22.9
501 - 750 milyon	119	23.5
751 - 1 milyar	117	23.0
1 milyar +	74	14.5
Yaş		
18 - 25	102	20.0
26 - 33	106	20.8
34 - 41	112	23.0
42 - 49	102	20.0
50 +	86	16.2

2. Postmodern Reklamların Bilgilendiricilik Etkisi

Tablo.2. Post Modern Reklamların Bilgilendirme Düzeyi

Görüşler	Frekans	Yüzde
Tamamen İnanılır Bulanlar	41	8.1
İnanılır Bulanlar	53	10.4
Tarafsızlar	24	4.7
İnanılır Bulmayanlar	210	41.3
Hiç İnanılır Bulmayanlar	180	35.2
TOPLAM	508	100

Genel Ortalama:3.27

Post modern reklam mesajını hedef kitlenin hangi oranda marka hakkında bilgilendirici bulduklarını saptamak için yapılan analiz sonucu elde edilen verilere göre, cevaplayıcıların sadece % 18.5'i mesajı bilgilendirici bulurken, % 76.5'i ise bilgilendirici bulmamaktadırlar. Tamamen bilgilendirici bulanlar ise % 8.1 gibi oldukça düşük bir orandadır. Bu bulgulara göre, hedef kitlenin post modern reklamı bilgilendiricilik yönünden yetersiz bulduklarını söylemek mümkündür. Ancak, post modern reklamların temel amacının marka hakkında hedef kitleyi bilgilendirmek olmamasından ötürü, bu sonuç reklamın başarısız olduğunun göstergesi

sayılamaz.

3. Post Modern Reklamların Mesajının İnanılabilirliği

Tablo.3. Post Modern Reklam Mesajlarının İnanılır Bulunma Düzeyi

Görüşler	Frekans	Yüzde
Tamamen İnanılır Bulanlar	131	25.7
İnanılır Bulanlar	219	43.1
Tarafsızlar	61	12.1
İnanılır Bulmayanlar	51	10.1
Hiç İnanılır Bulmayanlar	46	9.0
TOPLAM	508	100

Genel Ortalama:3.21

Cevaplayıcıların yarısından fazlası diğer bir deyişle % 68.8'i post modern reklam mesajını içerik açısından inandırıcı bulmaktadırlar. Mesajın inanılabilirliği konusunda çekimser olanların oranı ise % 12.1'dir. Cevaplayıcıların sadece % 19.1'inin. mesaj içeriğini inandırıcı bulmadıkları saptanmıştır. Bu veriler doğrultusunda post modern reklam mesajlarının hedef kitle tarafından genelde inandırıcı bulduklarını söylemek mümkündür.

4. Post Modern Reklamların Kullandığı Metaforun İnanılabilirliği

Tablo.4. Post Modern Reklam Metaforunun İnanılır Bulunma Düzeyi

Görüşler	Frekans	Yüzde
Tamamen İnanılır Bulanlar	140	27.6
İnanılır Bulanlar	210	41.4
Tarafsızlar	80	15.7
İnanılır Bulmayanlar	41	8.1
Hiç İnanılır Bulmayanlar	37	7.2
TOPLAM	508	100

Genel Ortalama:3.20

Post modern reklam mesajında kullanılan metaforun hedef kitle tarafından hangi oranda benimsenip, inandırıcı bulunduğunu ve metafor olarak kullanılan karakterin (simülasyon) hangi oranda gerçeğinin yerini aldığını (hiper gerçeklik etkisi) diğer bir deyişle taklidin aslının yerini alma oranını belirlemek için yapılan analiz sonucu elde edilen verilere göre, cevaplayıcıların % 69'u metafor olarak kullanılan karakteri gerçek olarak algılamaktadırlar. Cevaplayıcıların yarısından fazlası Arçelik'in robot (Çelik) karakterini gerçek robot olarak görmekte ve bu doğrultuda gerçek robotlarında reklamdaki robot karakteri gibi insana yakın, sevimli ve yardımsever olduklarını düşündüklerini belirtmektedirler. % 15.3 gibi oldukça küçük bir oran ise, bu karakteri inandırıcı bulmamaktadırlar.

5. Post Modern Reklamların Farkındalık Sağlama Düzeyi

Tablo.5. Post Modern Reklamın Farkındalık Sağlama Düzeyi

Görüşler	Frekans	Yüzde
Tamamen İnanılır Bulanlar	210	41.4
İnanılır Bulanlar	270	53.2
Tarafsızlar	0	0.0
İnanılır Bulmayanlar	18	3.5
Hiç İnanılır Bulmayanlar	10	1.9
TOPLAM	508	100

Genel Ortalama:3.21

Post modern reklam mesajının marka farkındalığı (tanıma-hatırlama) sağlama açısından etkisini ölçümlenmek için yapılan analize göre, cevaplayıcıların % 94.6'sında marka farkındalığı bulunmakta ve oluşumda ilgili mesajın etkisi görülmektedir. Görüldüğü gibi reklam mesajını izleyen cevaplayıcıların yaklaşık tamamında marka farkındalığı gerçekleşmiştir. Marka farkındalığı sağlanmayanlar ise % 5.4 oranındadır.

6. Demografik Farklılıkların Etkisi

Tablo.6. Cinsiyet Faktörünün Etkisi

Özellikler	Kadın ort.	Erkek ort.	t değeri	Anlamlılık Düzeyi
Bilgilendiriciliği	4.21	4.17	0.594	0.659
Mesajın İnanılabilirliği	3.96	3.85	0.672	0.593
Metaforun İnanılabilirliği	4.33	4.49	0.583	0.571
Bağlılık Oluşturuculuk	3.72	3.63	0.644	0.588
Farkındalık Oluşumu	4.25	4.33	0.541	0.614

Post modern reklamların cinsiyete bağlı olarak bilgilendiricilik, mesajın ve metaforun inanılabilirliği, marka bağlılığı ve farkındalık oluşturma bakımlarından farklı etkilerinin olup olmadığını değerlendirmek amacıyla yapılan t testi analizine göre; kadın ve erkek cevaplayıcılar arasında bu tür reklamların bilgilendirme, mesajın ve metaforun inandırıcı bulunma, reklama konu olan markaya karşı bağlılık oluşumu ve farkındalık oluşumu özelliklerine bağlı olarak önemli bir fark yoktur. Bu bulgulara göre; H1, H2, H3 ve H4 doğrulanmaktadır.

Tablo.7. Yaş Faktörünün Etkisi

Araştırılan İlişki	x	Serbestlik Düzeyi	P
"Yaş Durumu" ile "Bilgilendirici Bulma"	7.534	2	0.002
"Yaş Durumu" ile "Mesajı İnanılır Bulma"	7.505	2	0.002
"Yaş Durumu" ile "Metaforu İnanılır Bulma"	7.928	2	0.003
"Yaş Durumu" ile "Bağlılık"	7.495	2	0.002
"Yaş Durumu" ile "Farkındalık"	6.354	2	0.001

P<0.005

Post modern reklamların bilgilendirme, mesaja ve metafora inanılma, reklama konu olan markaya bağlılık oluşumu özelliklerinde yaş faktörüne bağlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi analizinin sonuçlarına göre; bu tür reklamları bilgilendirici ve inandırıcı bulma ile yaş faktörü arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca markaya karşı bağlılık oluşumu ve farkındalık oluşumu ile yaş durumu arasında da anlamlı bir ilişki vardır. Ki-kare testi sonucu elde edilen bu veriler H5, H6, H7, H8'i doğrular niteliktedir.

Tablo.8. Ekonomik Durumun Etkisi

Araştırılan İlişki	x	Serbestlik Düzeyi	P
"Ekonomik Durum" ile "Bilgilendirici Bulma"	7.824	2	0.001
"Ekonomik Durum" ile "Mesajı İnanılır Bulma"	10.428	3	0.012
"Ekonomik Durum" ile "Metaforu İnanılır Bulma"	12.621	3	0.013
"Ekonomik Durum" ile "Bağlılık"	13.467	3	0.014
"Ekonomik Durum" ile "Farkındalık"	12.592	3	0.013

P<0.005

Post modern reklamların bilgilendirici, inanılır bulunmasında ve reklama konu olan markaya bağlılık, itibar oluşumu ile ekonomik durum arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare testi sonuçlarına göre, ekonomik durumun düzeyi ile bu tür reklamların bilgilendirici bulunması arasında anlamlı bir ilişki bulunurken; ekonomik durum ile mesajın ve metaforun inanılabilirliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Ayrıca marka bağlılığı ve farkındalık oluşumu ile ekonomik durum arasında da anlamlı bir ilişki görülmemektedir. Ki-kare testi analizi sonucu elde edilen bu bulgular H9, H10, H11 ve H12'yi doğrulamaktadır.

7. Değişkenler Arasındaki İlişkilerin Analizi

Tablo.9. Değişkenler Arasındaki İlişkilerin Analizi

Araştırılan İlişki	x	Serbestlik Düzeyi	P
"İnanılabilirlik" ile "Bilgilendirici Bulma"	16373	3	0.014
"İnanılabilirlik" ile "Farkındalık"	7946	2	0.002
"Mesajın İnanılabilirliği" ile "Metaforun İnanılabilirliği"	14754	3	0.011
"Metafor" ile "Marka Bağlılığı"	6592	2	0.001

P<0.005

Post modern reklamların inanılabilirliği ile bu reklamları bilgilendirici bulma; Post modern reklamların inanılabilirliği ile bu reklamların farkındalık oluşturmaları; post modern reklam mesajının inanılabilirliği ile bu mesajlarda kullanılan metaforların inanılabilirlikleri; Post modern reklamlarda kullanılan metaforlar ile marka bağlılığı oluşumu arasındaki ilişkileri ölçümlenmek amacıyla

ile yapılan ki-kare testi sonuçları kısaca şöyledir: Mesajın inanılabilirliği ile mesajın bilgilendirici bulunması arasında ve mesajın inanılabilirliği ile kullanılan metaforun inanılabilirliği arasında bir ilişki görülmemektedir. Mesajın inanılabilirliği ile metaforun inanılabilirliği arasında ve kullanılan metaforun inanılabilirliği ile marka bağlılığı arasında ise ilişki bulunmaktadır. Bu veriler H13 , H14, H15 ve H16'ya doğrular niteliktedir.

IV. SONUÇ

1990'lı yıllarda itibaren yoğun olarak kullanılmaya başlanan post modern reklamlar, genelde farklı pazarlara aynı anda ve aynı mesajla ulaşma amacını taşırlar. Bu amacı gerçekleştirmek için ise, herkesin kendi istediği imajı markaya transfer edebilmesine olanak sağlayan hiper gerçeklik anlayışını reklam mesajlarına taşımaya çalışırlar. Reklam açısından hiper gerçeklik anlayışının gerçekleşmesinde ise metaforların kullanılması, post modern reklamlarda sık olarak kullanılan bir yöntemdir. Post modern reklamlarda kullanılan metaforlar yeni metaforlar oluşmasını sağlar. Örneğin Arçelik'in post modern reklam kampanyasında kullanılan Çelik isimli robot karakteri, ileri teknolojiyi ve insana yakınlığı simgeleyen bir metafordur. Bu karakterin hedef kitle tarafından kabul edilmesi durumunda ise, bir süre sonra hedef kitle gerçek robotların reklamdaki robot gibi olduğunu düşünmeye başlar. Diğer bir deyişle, simülasyon yöntemi ile yapılan taklit aslının yerini alır. Post modern reklamlar hemen satışı gerçekleştirmek yerine marka bağlılığı, dolayısıyla da satış sürekliliğini sağlamaya çalışırlar. Mesajlarda kullanılan metaforların gerçekmişcesine kanıksanması, mesajın inandırıcı bulunarak istenilen imajın oluşmasında ve marka bağlılığının gerçekleşmesinde etkili olur.

Post modern reklamın hedef kitleleri üzerindeki bilgilendirme, inandırma, farkındalık oluşturma ve bağlılık meydana getirme etkilerini ve bu değişkenler arasındaki ilişkileri incelemeyi amacı ile yapılan araştırmanın örneklemini oluşturan 505 kişinin % 49.2'si kadın, % 50.8'i ise erkektir. 18-50+yaş grubunda olan görüşülen kişilerin gelir dağılımları ise -300milyon-1milyar+ arasında değişmektedir. Bu veriler farklı demografik özelliklerdeki kişilerle görüşüldüğünü göstermektedir. Post modern reklamı hedef kitlenin hangi oranda bilgilendirici bulduğunu saptamak için yapılan analizin sonuçlarına göre, post modern reklam cevaplayıcılar tarafından bilgilendirici bulunmamaktadır. Cevaplayıcıların % 68'i post modern reklam mesajını içerik açısından bilgilendirici bulurken % 12.1'i ise bu konuda çekimserdiler. Bu veriler doğrultusunda, post modern reklamın hedef kitle tarafından genelde inandırıcı bulunduğunu söylemek mümkündür.

Post modern reklam mesajında kullanılan metaforun hedef kitle tarafından hangi oranda benimsendiğini ve inandırıcı bulunduğunu diğer bir

deyişle taklidin aslının yerini alma düzeyini belirlemek amacı ile yapılan analiz sonucu elde edilen verilere göre, cevaplayıcıların % 69'u metafor olarak kullanılan simüle edilmiş karakteri gerçek olarak görmektedirler. Post modern reklam mesajının marka farkındalığı oluşturma açısından etkisini ölçümlemek için yapılan analize göre ise, cevaplayıcıların % 94.6'sında marka farkındalığı oluşmuştur. Elde edilen bulgulara göre, cinsiyet durumu ile post modern reklamları bilgilendirici ve inandır bulma arasında bir ilişki yoktur. Ayrıca cinsiyet durumunun marka bağlılığı ve farkındalığı oluşturmada da bir etkisi bulunmamaktadır. Bir diğer bulgu ise, yaş durumu ile post modern reklamları bilgilendirici görme, inandır bulma, farkındalık oluşma ve bağlılık meydana gelme arasında ilişkinin olmasıdır. Bir diğer araştırma bulgusu ise, ekonomik durum ile mesajı ve metaforu inandır bulma, farkındalık ve bağlılık oluşumu arasında bir ilişkinin bulunmamasıdır. Ancak ekonomik durum ile mesajın bilgilendirici bulunması arasında bir ilişki bulunmaktadır. Postmodern reklamın etkisini kapsamlı olarak ölçümlemek amacı ile farklı değişkenler arasındaki ilişkileri ölçümleyen analizin sonucunda elde edilen bulgular, mesajın inanılabilirliği ile mesajın bilgilendirici bulunması arasında ve mesajın inanılabilirliği ile kullanılan metaforun inanılabilirliği arasında bir ilişki bulunmadığını göstermektedir. Bu analize göre mesajın inanılabilirliği ile metaforun inanılabilirliği arasında ve kullanılan metaforun inanılabilirliği ile marka bağlılığı arasında bir ilişki vardır.

Gerçekleştirilen araştırmanın bulgularına göre; post modern reklam gerek mesaj içeriği gerekse kullanılan metafor ile hedef kitle üzerinde inandırma, farkındalık oluşturma, marka bağlılığı meydana getirme açılarından etkilidir ve bu etkilenmede demografik özellikler ayrı bir rol oynamamaktadır. Ayrıca kullanılan metafor postmodern reklamın nihai amacı olan marka bağlılığı oluşumunda oldukça etkilidir. Bu veriler doğrultusunda, post modern reklamların bundan sonra daha sık karşımıza çıkacağını söylemek olasıdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Goldman, R. (1995). *Reading Ads Socially*. London: Routledge.
- [2] Ring, J. (1993). *Advertising on Trial*, London: Financial Times Pitman.
- [3] Rigel, N.; Batuş, G.; Yücedoğan, G. & Çoban, B. (2003). *Kadife Karanlık*. İstanbul: Su Yayınları.
- [4] Jeanniere, A. (1994). *Modernite Nedir? (Çev.: Tatal, N.). Modernizmden Postmodernizme. (Der.: Küçük, M.). Ankara: Vadi Yayınları.*
- [5] Habermas, J. (1994). *Modernlik: Tamamlanmamış Bir Proje. (Çev.: Naliş, G.). Postmodernizm. (Der.: Zeka, N.). İstanbul: Kıyı Yayınları.*

- [6] Docherty, T. (1995). *Postmodernizm: Bir Giriş*. (Çev.: Alogan, Y.). İstanbul: Der Yayınevi.
- [7] Firat, A.F. & Venkatech, A. (1993). Postmodernity. *International Journal of Research in Marketing*, 10(2), 227-249.
- [8] Cova, B. (1997). Community and Consumption. *European Journal of Marketing*, 31(3), 297-316.
- [9] Leach, G. (2000). Beyond Branding. *Marketing*, 2(13), July, 18-19.
- [10] Ritson, M. & Eliot, R. (1995). A Model of Advertising Literacy. *24th European Academy of Marketing Conference*. Cergy, France, 22-34.
- [11] Mick, D.G. & Buhl, C. (1992). A Meaning based model of advertising experiences. *Journal of Consumer Research*, 19(4), 317-338.
- [12] Brown, B.S. (1999). Postmodernism: The end of Marketing, (Eds.: Browlie, D.; Saren, M. & Wensly, R.). *Rethinking Marketing*. London: Sage.
- [13] Cova, B. (1996). The Postmodern Explained to Managers. *Business Horizons*, 2(3), 15-23.
- [14] Firat, A.F. & Schultz, C.J. (1997). From Segmentation to Fragmentation: Markets and Marketing Strategy in the Postmodern Era. *European Journal of Marketing*, 31(3), 183-207.
- [15] Grafton-Small, R. & Linstead, S. (1989). Advertisements as artefacts: everyday understanding and the creative consumer. *International Journal of Advertising*, 8(3), 205-218.
- [16] Hirschman, E.C. & Holbrook, M.B. (1996). *Perspectives on Methodology in Consumer Research*. New York: Springer.
- [17] Hackley, C. & Kitchen, P.J. (1998). IMC: A consumer psychological perspective. *Marketing Intelligence and Planning*, 16(3), 229-235.
- [18] Gomes, M.E.; Leupold, S. & Albracht, M. (1998). Advertising, Community and self. *ReVision*, 20(4), 26-37.

Nurhan Babür TOSUN (nurhantosun@gmail.com) has Ph.D. of Public Relations at Marmara University Social Sciences Institute. She is an Associate Professor of Advertising at Marmara University. Her research areas include integrated marketing communication, advertising and brand management.

MEDİKAL EĞİTİM FİLMLERİNİN ÜRETİMİNDE BELİRLEYİCİ OLAN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR MODEL ÖNERİSİ

Serhat BAŞTAN

Celal Bayar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Yardımcı Doçent Dr.

A PROPOSAL FOR A MODEL ABOUT DETERMINING FACTORS ON PRODUCTION OF MEDICAL EDUCATIONAL FILM

Abstract: There is a necessity to overcome multidimensional issues accompanying production process in medical film making. These are background factors that determine the formulation of production idea and progress of production process such as the approach of mass media about medical institutions and scientific developments, audiences' learning behaviors of medical issues from mass media and educational concerns in production of medical films. Besides, multi-expressive character of visual communication need of appropriate usage of film production methods and techniques regarding objectives of health communication, norms concerning the filming of patients and diseases require a controlled production. In this context, a proposal for a dynamic production process model is put forward here. The proposal should not be thought as a comprehensive health or educational communication model and theory. Rather, for future researches, it should be acknowledged as a means of views exchange shaping the factors affecting medical video production process in schematic way.

Keywords: Medical Educational Film, Techniques of Video Film Making, Scientific Communication, Health Education.

MEDİKAL EĞİTİM FİLMLERİNİN ÜRETİMİNDE BELİRLEYİCİ OLAN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR MODEL ÖNERİSİ

Özet: Medikal filmlerin yapımında, üretim sürecine eşlik eden çok boyutlu bir dizi sorunun üstesinden gelmek gerekmektedir. Bu sorunlar sağlık kurumlarına ve bu alandaki bilimsel gelişmelere yönelik kitle iletişim araçlarının yaklaşımı, izleyicilerin sağlık sorunlarını kitle iletişim araçlarından öğrenme biçimleri ve medikal yapımların üretiminde eğitici olma kaygıları gibi yapım fikrinin formülasyonunu ve üretim sürecinin gelişimini belirleyen arka plan faktörleridir. Diğer taraftan görsel iletişimin çok anlamlı öz yapısı, film yapım yöntemi ve tekniklerinin sağlık iletişiminin amaçlarına uygun olarak kullanılması gereği, kontrollü bir üretim çalışmasını zorunlu hale getirmektedir. Ayrıca hasta ve hastalıkların görüntülenmesiyle ilgili kurallar, mesleki etik ve sorumluluklar yapım çalışmalarını sınırlandıran diğer önemli faktörler olmaktadır. Bu bağlamda, burada bir dinamik üretim süreç modeli önerisi ortaya koyulmaktadır. Bu öneri, kapsayıcı bir sağlık veya eğitim iletişim modeli ve teorisi olarak değerlendirilmemelidir. Tercihen daha ileri araştırmalar için medikal içerik üretim sürecini etkileyen faktörleri şematik hale getiren bir düşünce alışveriş aracı olarak kabul edilmelidir.

Anahtar Sözcükler: Medikal Eğitim Filmi, Video Film Yapım Teknikleri, Bilimsel İletişim, Sağlık Eğitimi.

I. GİRİŞ

Günümüzde elektronik kitle iletişim araçları tarafından sunulan medikal içeriğe duyulan ilgi giderek artmaktadır. Bu talebin iki temel nedeni bulunmaktadır: Birinci olarak, tıp alanındaki bilimsel ve teknolojik ilerlemeler, ekonomik standartlarının gelişmesiyle bağlantılı olarak toplumların sağlıklı yaşam kalitesi beklentilerinin yükselmesini teşvik etmektedir. Bu eğilim, medikal konulardaki bilimsel televizyon programları tarafından sunulan içeriğin de izleyici tarafından ciddiye alınmasına yol açmaktadır [1]. İkinci olarak, internet, ağ teknolojisi, dijital video yayıncılığı gibi yeni teknolojiler aracılığıyla medikal enformasyona erişim olanakları genişlemektedir. Özellikle dijital video teknolojileri sayesinde, film yapım, yayım ve dağıtım yöntemlerinde köklü değişiklikler yaşanmaktadır. Prodüksiyon araçları bilgisayarlaşmakta ve giderek disk temelli kayıt ve kurgu sistemleri bu alana hakim olmaktadır. Televizyon yayıncılığı, dijital video

yayıncılığı (Digital Video Broadcasting - DVB) aracılığıyla kablo (DVB-C), uydu (DVB-S), karasal (DVB-T) ve mobil (DVB-H) olarak kendine yeni bir açılım bulmaktadır. Bilgisayar ağları ve internet ise çevrimiçi video dağıtımının çeşitli türlerini destekleyebilecek düzeyde yüksek bant genişliği kapasiteleri sağlayabilmektedir. Üstelik bütün bu yenilikler, etkileşimli hizmetleri sunabilecek teknik potansiyelleri de içermektedir. Bu çerçevede medikal eğitim filmlerinin üretimi ve yayını, tıp alanındaki görüntüleme tekniklerindeki gelişmelerin desteğinin de eklenmesiyle, önümüzdeki dönemde kayda değer bir uğraş halini alacakmış gibi görünmektedir.

Önem kazanan bu uğraş alanı, insan yaşamıyla ve toplum sağlığıyla doğrudan bağlantılı temalara yönelik olması yüzünden, bilimsel gerçekliğe bağlı ve eğitsel değere odaklanan bir üretim yaklaşımını zorunlu hale getirmektedir. Bununla ilişkili olarak da, medikal eğitim filmlerinin yapımında, üretim sürecine eşlik eden çok

boyutlu bir dizi sorunun üstesinden gelmek gerekmektedir. Sağlık uzmanlarına, kurumlarına ve bu alandaki bilimsel gelişmelere yönelik kitle iletişim araçlarının (özellikle televizyonun) yaklaşımı, izleyicilerin sağlık sorunlarını kitle iletişim araçlarından öğrenme biçimleri ve medikal yapıların üretiminde eğitici olma kaygıları gibi yapım fikrinin formülasyonunu ve üretim sürecinin gelişimini belirleyen arka plan faktörleri bu sorunların bir bölümünü oluşturmaktadır. Diğer taraftan, bazen bilimsel gerçekliğin sunumu ile çelişme olasılığı olan birçok estetik ve teknik faktörün belirleyiciliği de medikal eğitim filmlerinin yapımını karmaşık bir iş haline getirmektedir. Bu bağlamda, hareketli görüntülerin çok anlamlılığa açık karakteri ile film yapım yöntem ve tekniklerinin sağlık iletişiminin amaçlarına uygun olarak kullanılması gereği, kontrollü bir üretim çalışmasını zorunlu hale getirmektedir. Ayrıca hasta ve hastalıkların görüntülenmesiyle ilgili kurallar, mesleki etik ve sorumluluklar yapım çalışmalarını sınırsız bir yaratım çabası olmaktan çıkararak diğer önemli faktörler olmaktadır. Görülüyor ki, medikal eğitim filmlerinin üretimi yalnız bir video prodüksiyon eylemi değildir.

Sorunun bu şekilde ele alınması, bizi konunun çok yönlü bir çözümlemesinin yapılmasına yöneltmektedir. Bu çerçevede, araştırmada önce televizyon, sağlık otoriteleri ve izleyici arasındaki ilişkiler medikal eğitim filmlerinin üretimini etkileyen arka plan faktörleri olarak incelenmektedir. Ardından eğitsel filmin gerçekliğe uygunluğu veya bilimsel iletişime ve eğitime nasıl uygun olarak kullanılabileceği araştırılmaktadır. Bunu takip eden bölümde üretime aracılık eden teknik altyapı incelendikten sonra, medikal konuların filme alınması ve işlenmesiyle ilgili mesleki boyut değerlendirilmektedir. Son tahlilde, bütün bu çözümlemeleri birleştiren dinamik bir 'üretim süreç modeli önerisi' ortaya koyulmaktadır. Amaç, ulaşılan tartışma zemininde bu konuda yapılan ön çalışmaların yetersiz olması dolayısıyla, bir model önerisi geliştirilmesi ve bundan sonraki görgül araştırmalara ışık tutması bakımından konunun tartışmaya açılmasıdır.

II. MEDİKAL EĞİTİM FİMLERİNİN YAPIM FİKRİNİN FORMÜLASYONUNU VE ÜRETİMİNİ ETKİLEYEN ARKA PLAN FAKTÖRLER

Bir yapım fikrinin ortaya konulmasında ve amaçları, hedef kitlesi, içeriği ve sunum biçimi açısından yapımın formülasyonunda yapımçı, kendisini çevreleyen kitle iletişim araçları, ele alınacak konuyla ilgili olarak bu araçların gündemi ve yöneldikleri kurumlar, toplumsal ilgiler, ilişkiler ve izleyici beklentilerinden yalıtilamaz. Bu önkabul, bizi medikal eğitim filmlerinin üretim sürecinde sözü edilen faktörlerin temel bir üretim girdisi olduğu sonucuna götürmektedir. Bu arka plan, hem televizyonun ve diğer kitle iletişim araçlarının medikal gündeme, sağlık otoritelerine, bilimsel ve teknolojik gelişmelere yönelik olarak biçimlendirdiği söylem

tarafından, hem de yapımçının eğitsel niyetleriyle izleyici algı, tutum ve beklentileri arasında dengeli bir ilişki kurma çabaları tarafından çizilmektedir.

Pratisyenlere, sağlık bilimleri alanında çalışan araştırmacılara ve medikal kurumlara ilişkin bireysel yargılar ve kamunun algılama biçimleri, önemli ölçüde televizyon haberleri, sağlık söyleşileri, sağlık temalı dramalar ve diğer türden medikal yapımlar tarafından oluşturulmaktadır. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının ve özellikle televizyonun etkisiyle, bugün tıp mesleğine ve doktorlara ilişkin bireysel algılamaların ve yaklaşımların köklü bir şekilde değiştiği ileri sürülmektedir. Kimi araştırmacılar son yıllarda sağlık kurumlarına ve sorunlarına ilişkin yaygın inanışlardaki değişim ile televizyon yapımlarının sağlık konularına yaklaşım biçimi arasında bir paralellik kurmaktadır. Bu araştırmacılara göre, bazen modern tıbbın mucizeleri ekranlara yansıtılarak kahraman doktorların ve bu bağlamda tıp idealizminin başarıları alkışlanırken, bazen de sağlık kurumlarına karşı hoşnutsuzluk, tedavilerin yan etkileri ve farklı toplumsal gruplara götürülen sağlık hizmetlerinin kusurları ya da yetersizlikleri ile ilgili olumsuz sorgulamalar yapılmaktadır. Bu duruma uygun olarak da fedakarlık ve şefkat kavramlarıyla betimlenen geleneksel pozitif doktor karakteri ile aç gözlü, bencil ve kendini beğenmiş negatif doktor betimlemesi birbiriyle iç içe geçmektedir. Sosyologlar bu olguyu, giderek daha duyarlı ve tüketici merkezli bir toplumla bağlantılı olarak toplum ile sağlık kurumları arasında kuşkucu bir kitle iletişim sistemi aracılığıyla yeni bir sosyal kontratın görüşülmesi olarak betimlemektedirler [2]. 1960'lı ve 1970'li yılların ekranlarındaki güven veren doktor imajını ortaya çıkaran televizyonun başat rolünün, 1980'lerde köklü bir şekilde değişmeye başladığı ve kuşkuyu hasta ile sağlık kurumları arasındaki ilişkinin merkezine taşıdığı ileri sürülmektedir. Bu yıllarda serbest rekabete dayalı televizyon yayıncılığının yaygınlaşması, sağlık temalarıyla ilgili sosyokültürel eğilimleri de dönüştürmüştür. Bu sosyokültürel dönüşümün odak yerinde bireyselleşme, tüketimciliğin yükselmesi ile anti-sigara kampanyaları ve AIDS vb. konularla bağlantılı olarak sağlık eylemciliğinin yükselişi yer almaktadır. Bu dönem, sağlık alanındaki normları, toplumsal yapıları, politikaları ve güç ilişkilerini değiştirmek üzere, hasta eylemlerinin, sağlık reformlarının, hastalıkları önlemenin, hasta ve fiziksel engelli yanlılığının, çevresel adaletin, halk sağlığı güvenliğinin ve kadınlar, azınlıklar gibi sosyal gruplara ilişkin eşitsizliklerin önlenmesine dönük toplumsal desteğin yükseldiği bir zaman dilimidir [3]. Bu desteğin yükselmesiyle sağlık içerikli televizyon yapımlarının söyleminin arkasındaki efektif mesaj, hastaların kendi sağlığı ile ilgili sorumluluğu yüklenmeleri üzerine odaklanmıştır. Böylece bir çeşit medikal öz sorumluluk anlayışı yaygınlaşmış ve kişisel konularla ilgili sorunlarda, daha fazla pasif ve sessiz kalmamaya yönlendirilen ve medikal otoritelere doğrudan meydan okuyabilen hasta tipi televizyon tarafından

cesaretlendirilmeye başlamıştır [1]. Diğer taraftan bu zeminde, bazen televizyon tarafından yayınlanan yanlış enformasyonun neden olduğu olumsuz etkiler, sağlık otoriteleri ile hasta iletişimde önemli sorunlara yol açmıştır. Örneğin, insan genomuyla ilgili gelişmelerin televizyondan sunulması, gerçek üstü umutları ve bilimsel atılımları anlatan bir başarı retorisi ile kötü niyetli amaçlara ve uluslararası siyasi komplolara hizmet eden teknolojileri, etikle ilgili kuşkucu söylemleri içeren kötümser bir bakış açısı arasında salınmaktadır. Kimi sosyologlar bilimsel çalışmaların sonuçlarının televizyon tarafından olumlu ya da olumsuz yönde bu şekilde sansasyonel olarak sunulmasının, önemli bilimsel gelişmeleri sığ popüler kalıpların içine sıkıştırdığını; bu tip çarpıtılmış, duygusal ve dengesiz bilgilendirmelerin kamunun bilimsel keşiflerle ilgili algısını bozduğunu ileri sürmektedir [4,5]. Sonuçta televizyonun çeşitli biçimlerde sağlığa ilişkin yarattığı popüler stereotipler, izleyici üzerinde sağlık çalışanlarına ilişkin bazen olumsuz izlenimler bırakarak sağlık kurumlarına karşı toplumsal bir saygı yitimine yol açabilmektedir.

Televizyonun sağlık konularına ilişkin oluşturduğu ileri sürülen bir başka etki de, ekrandan aktarılan gerçeklik ile yaşamın içindeki gerçekliğin arasındaki farkla bağlantılıdır. Bazı araştırmacılara göre, sağlıkla ilgili konularda, özellikle televizyon tarafından oluşturulan etkilerin çoğu gerçekliğin çarpıtılmış bir halidir. Sözgelimi, televizyonda gerçek hayatta olduğundan çok daha büyük oranda şiddet, alkolizm veya başarılı medikal müdahaleler gibi olumsuz ya da olumlu yönde hikayeler ve betimlemeler yer almaktadır. Sağlık sorunlarına ilişkin bu türden yaklaşımlar, kamunun genel sağlık konularına ilişkin kaygıları veya beklentileri üzerinde derin izler bırakabilmektedir. Ancak diğer taraftan televizyon yapımlarının sağlık açısından risk taşıyan davranışları değiştirmek için tasarlanmış sağlık mesajlarının iletilmesinde de önemli bir araç olduğuna şüphe yoktur. Bu araç, alkol, AIDS, göğüs kanseri, doğum kontrolü, yanlış ilaç kullanımı, sigara gibi konularla ilişkili kampanyalarda başarıyla kullanılabilir. Öyle görülüyor ki, doğru sağlık enformasyonunun sağlanması söz konusu olduğunda televizyonun içeriği ile toplum sağlığına ilişkin iletişimin hedefleri güvenilir müttefikler ya da güçlü düşmanlar olabilmektedir [6,7]. Sonuç olarak; eğitim filmlerinin formülasyonunda, kitlesel sağlık iletişiminin günümüzde aldığı bu form, doktora, hastaya ve hastalığa ilişkin ön kabullerin oluşması üzerinde önemli bir baskı unsuru oluşturmaktadır. Bilimsel ve eğitsel kaygılara ek olarak, televizyon aracılığıyla yansıtılacak medikal içeriği kuşkucu ve eylemci bir tutumla gözler önüne sermek; toplumun medikal içeriğe yönelik artan duyarlılığına karşılık verebilmek, film yapımcısının önünde inceliklerle üzerinde durulması gereken bir sorun haline dönüşmektedir.

Televizyonun sağlık gündemine, otoritelerine ve

bilimsel gelişmelere yönelik yukarıdaki yaklaşımı bir yana, izleyicinin televizyon ve onun içeriği hakkındaki algıları ya da beklentileri de medikal eğitim filmlerinin fikir düzeyindeki formülasyonu ve üretim eylemleri üzerinde belirleyici bir faktör olmaktadır. Televizyon yaygın biçimde bir eğlence aracı olarak görülmektedir. Ticari hedefleri olan yayıncıların eğitsel içeriği yayınlamanın karlı bir girişim olmadığına yönelik varsayımları ile pekiştirilen bu dürtü, eğitim amaçlı medikal içeriğin yeni bir formatta izleyicinin önüne konulması yönünde bir eğilime yol açmaktadır. Eğitim filmlerinin formatındaki bu eğilim, 1960'ların ve 1970'lerin didaktik program tekniklerinden bugün eğlence ve eğitim öğelerinin harmanlandığı bir anlatım üslubuna doğru biçim değiştirmektedir. Kimi araştırmacılar, sözü edilen dönüşümü bilimle eğlence arasında bir uzlaşma olarak değerlendirmekte ve televizyonun bu uzlaşmaya aracılık ettiğini belirtmektedir. 'Edutainment' (education ve entertainment kavramlarının bileşimi) olarak ifade edilen bu yaklaşım, eğitsel içeriğin eğlence unsurlarıyla birlikte zenginleştirilmesine dayanmaktadır [8,9]. Çeşitli araştırmalarda eğlenceye, estetik zevke ve çarpıcı mesaj vermeye dönük yaratıcı yapımların izleyici ilgisini teşvik ettiğine dair somut bulgular elde edilmiştir. Örneğin; ülkemizde CNBC-e ve TGRT, ABD'de de NBC televizyonu tarafından yayınlanan Acil Servis (ER – Emergency Room) adlı drama ile ilgili bir araştırmada, izleyicilerin % 53'ünün gösterimlerden önemli sağlık sorunlarını öğrendiği ve bunların % 12'sinin de dizide gördükleri bir şeyin sonucunda doktorlarına başvurduğu rapor edilmiştir. Ancak araştırmaya göre dizide betimlenen medikal ortam her zaman tam gerçeği yansıtmamaktadır. Bu nedenle ortalama 25 milyon izleyiciye ulaşan bu popüler dizinin başarısının ardından, NBC televizyonu, Acil Servis'te gösterilen sağlık konularını mercek altına alan 'Acil Servis'in Ardından' (Following ER) adlı bir eğitsel medikal yapımla daha yayınlamaya başlamıştır. Bu yapımların amacı, Acil Servis'in güdülediği ilginin avantajından yararlanarak topluma, doğru sağlık bilgilerini aktarmak ve Acil Servis'in medikal çevreyle ilgili kurgusal betimlemesini gerçek dünyaya ilişkin bir yaklaşımla desteklemek olmuştur [10]. Sözü edilen yapımlar tıp eğitiminde de başarı ile kullanılmıştır. Örneğin, epidemiyoloji ve biostatistik öğrencilerinin genel olarak hastalıkları ve medikal terminolojiyi tanıması, klinik koşullarına alışması ve insanların yüzleştikleri hastalıklarla ilgili verileri derlemeyi öğrenmesi amacıyla, gerçekleştirilen bir eğitim programında, Acil Servis, egzersizlerin bir parçası olarak kullanılmıştır. Öğrencilerden, Acil Servis'in kurgusal gerçekliği içinde akan olaylar, kişiler ve hastalıklarla ilgili verileri toplamaları ve değerlendirmeleri istenmiştir. Her ne kadar elde edilen veriler gerçek hastane koşullarında elde edilenlerden farklılıklar içerse de, öğrenciler eğitim programının bu bölümünü ilginç, eğlenceli ve yararlı bir alıştırmaya dönüşmüşlerdir [11]. Yine ülkemizde 'Kanıt Peşinde' (CSI - Crime Scene Investigation) adıyla TRT ve

CNBC-e’de yayınlanan diğer bir dizi de önemli ölçüde medikal enformasyon içermekte ve medikal eğitimin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Dizinin teması, adli tıp incelemeleri ve bulgularından yola çıkılarak suçluların takibine dayanmaktadır. Her bölümde DNA testleri, kimyasal ve biyokimyasal analizler, ilaç ve uyuşturucu madde kullanımının insan bedeni üzerindeki etkileri, tahribatı ve suçlular ile kurbanlara ilişkin psikiyatrik çözümlenmeler gibi konularda izleyici ayrıntılı bir medikal enformasyonla yüzleşmektedir. Zaman zaman 3 boyutlu animasyonlarla desteklenen görsellik yapımın medikal konulardaki bilgi aktarımının çarpıcılığına katkıda bulunmaktadır. Olay yerinde bulunan kan ve doku örnekleri, kimyasal veya biyolojik maddeler ve kurbanlar üzerinde gerçekleştirilen otopsiler bir taraftan bir suçluyu işaret ederken, diğer taraftan temel tıp, biyoloji ve kimya bilimleri hakkında ortalama izleyicinin bilgi edinmesine aracılık etmektedir. Ülkemizde gösterime giren medikal bir temaya dayalı bazı sinema yapımlarının da benzer özelliklere sahip olduğu gözlenmektedir. Örneğin, yönetmenliğini Ron Howard’ın yaptığı, başrolünü Russell Crowe’un üstlendiği ‘Akıl Oyunları’ (A Beautiful Mind) adlı sinema filminin medikal açıdan eğitsel değer taşıyan bir yönü bulunmaktadır. Filmde, Russell Crowe’nin canlandırdığı şizofrenik matematik profesörünün (John Nash) içe dönük ve garip kişiliği, bir şizofrenin dünyayı algılama biçimi bize etkileyici bir biçimde aktarılmaktadır. Şizofrenik insanların çoğu, sakin, sessiz, kendi halinde ve biraz egzantrik karakterlerdir. Takıntılı farklı uğraşları olabilmekte ve toplumun geneline uymamaktadırlar. Bir kısmı da belli bir alanda önemli, başarılı çalışmalar elde edebilmektedir. Nitekim filmde de arkadaşları tarafından biraz dışlanan, zaman zaman alay edilen John Nash (Russell Crowe) çalkantılı bir özel hayatın ve sağlık sorunlarının arasında matematikte önemli buluşlar gerçekleştirecek ve Nobel Ödülü alacaktır. John Nash’in kafasında kurduğu gerçeküstü dünyanın anlatımına ilişkin sahneler, kitaplarda okunan ya da gündelik yaşamda gördüğümüz ‘paranoid şizofreni’yi başarıyla betimlemektedir [12]. Acil Servis, Kant Peşinde ve Akıl Oyunları örneklerindeki gibi, sağlık mesajlarının tasarımcılarının medikal bilgiyi kurmacaya ait eğlence öğeleriyle birlikte birleştirerek, izler kitlenin beğenisini yakalayabilecekleri görülmektedir. Bu bağlamda sağlık mesajlarının tasarımcıları için ana amaç, genellikle pasif durumda olan izleyicilerin aktif bilişsel süreçlerini harekete geçirmektir. Bunu başarmak için içeriğin sunumu alışılmamış, benzersiz ve sıradışı bir formata sokulmakta; izleyicinin beklentilerini aşan karakterler ve hikayeler tasarlanmaktadır. Bu tür çalışmalarda, orijinallik, yenilik ve estetik zevk, medikal bir sorunun anlaşılması, tanısı ve çözümü yolunda izleyicinin iknasına doğru ilk adımı oluşturmaktadır. Yüksek prodüksiyon değeri, kültürel kalıpları zorlayan çarpıcı bir anlatım ve diyaloglar, akıllıca düzenlenmiş akıcı görüntüler ve ses, estetik çarpıcılığı ve yüksek ilgiyi desteklemektedir [13,14]. Bütün bu yaratıcı etkinliklerin amacı, izleyicinin eğlenceye yönelik dürtülerinin eğitim

amaçlı bir program içeriği içinde tatmin edilmesini sağlamaktır.

III. EĞİTİM FİMLERİNİN GÖRGÜL GERÇEKLERLE İLİŞKİSİ VE FİLM YAPIM YÖNTEMLERİNİN BU İLİŞKİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Eğitim filmlerinin görgül gerçeklerden hareket edilerek üretilmesine ilişkin yaygın kanaat, medya ve kültür çalışmaları alanındaki eleştirilerde adeta bir çeşit sağduyu meselesi haline dönüşmüştür. Sözkonusu kanaate göre, bu tür yapımlarda sunulan görsellik kültürel yarguların ve sembollerin etkisi altındadır. Gerçek yaşamı temsil etmek üzere kullanılan ikonlar, işaretler, çağrışımlar; çerçeveleme, çekim ve montaj gibi film diline ilişkin faktörlerle birlikte gerçekliği doğal olarak bozmakta, çarpıtmakta ve yeniden biçimlendirmektedir [15]. Ayrıca medikal içeriğin, televizyonda sunulmasında zamansal kısıtlamalar, aracın teknik özellikleri ve iletişim endüstrilerindeki dağıtım/yayın kalıpları gerçeğin olduğu gibi aktarılamamasına yol açmaktadır. Bu nedenlerle, gerçek olaylar arasından bir seçim yapılması, seçilen olayların öğeleri arasından bir seçim yapılması; hatta kimi zaman imal edilmiş, yapay olayların insanlara gerçek olayların gerçek görünümüne olarak sunulması gerekebilmektedir [16,17]. Böylece en gerçekçi yapımların içerikleri gerçekten vuku bulsalar da, sunum sürecinin çeşitli aşamalarından geçmeye, süzülme mahkum kalmaktadır. Yaşama dair somut olguları içerseler bile, bu yapımlar yaşamın kendisi değildir. Yaşamın yeniden kurulmuş soyut tasarımlarıdır [18]. Dolayısıyla gerçeğin tekrar tasarımına dayanan yapımların olaylar dünyası, farklı orijinlere sahip, programın anlatımsal seyri içinde gelişen, durumlar, olaylar ve zamanlarla değişik türden bağlantılar taşıyan derlenmiş bir sembolik materyaller bütünü haline dönüşmektedir [19]. Kullanılan kamera açıları ve planları, ışık ve renk, filmsel zaman ve uzam, teknik, estetik ve anlatımsal gereksinimlerden doğan kurgu, görsel kompozisyon düzenlemeleri gibi film üretim sürecini biçimlendiren temel faktörler prodüksiyon sonunda elde edilen ürün ile gerçek arasında en gerçekçi yapımlarda bile zorunlu olarak farklılıklara yol açar. Film dilinin, çekimler aracılığıyla parçalanmış görüntülerin kurgu yoluyla farklı biçimlerde tekrar bir araya getirilmesine ve müzik ile ses dramatisasyonuna dayanması, -amaç, belli bir konunun bilimsel bir çerçevede ele alınması olduğunda- rasyonelize edilmemiş, çok anlamlı ve yoruma açık bir anlatıma neden olur. Bu bağlamda film görüntüsünün çift taraflı bir tabiata sahip olduğu söylenebilir: Bilimsel ve eğitsel açıdan kendisinden gerçek nesnelerin görüntüsü olarak yararlanır. Ancak aynı görüntü, film dilinin diğer yan anlam kodlarını da içerir. Filme özgü bu kodları, sözü edilen görüntü dilini hepimiz biliriz. Örneğin, yağmur ve rüzgar altında düşen yaprakları gösteren film sahnesinin anlamı sonbahardır. Çiçek açmış ağaçları ve dalları gösteren film sahnesi ise

İlkbahar anlamına gelir. Gülen bir genç kızın yüzünün üzerine çiçek açmış bir dal konarak elde edilen çift görüntü tazelik ve gençliği anlatır. Bu türlü algılamalarımızın biçimi, önceden beri kültürel olarak şartlandırmayla oluşmuştur. Çocukluktan yetişkinliğe doğru kültürleme sürecimiz boyunca öğrenilmiştir. Hareketli görüntülerin çift taraflı tabiatı bizim bilinçsiz olarak film dilinin açık veya gizli vurgularını da algılamamıza yol açar: Genel kamera çerçevesi ilgilenilen nesne ile çevresi arasındaki ilişkiyi bize tanıtır. Çekim ölçeği ayrıntıya indikçe, ilgilenilen nesne çevresinden soyutlanır. O an için bütün ayrıntılar bir kenara atılır ve anlatımsal vurguyu üstlenmesi gereken önemli olay yahtılır. Görüntü bize olayın ayrıntılarına odaklanmamızı söyler. Uygun seçilmiş, uzmanca filme alınmış bir yakın çekim olaya dramatik etki ve görsellik katar. Kameranın durduğu noktanın yüksekliğinde yapılan değişikliklerle, çekimi yapılan nesne hakkında farklı izlenimler oluşturulabilir. Üst açı, çekimi yapılan kişinin ufak ve önemsiz, alt açı ise, iri, güçlü ve önemli biri olarak algılanmasına yol açar. Çekimi yapılan kişinin yukarıdan aşağıya doğru taranması kişi için küçültücü, aşağıdan yukarıya taranması ise korku ve hayranlık izlenimleri uyandırır. Kamera, nesnel açı durumundayken, izleyiciyi olaya bir gözlemci olarak katar. İzleyici olayı görünmeyen bir gözlemcinin gözleriyle izler durumdadır. Özne açı kullanıldığında ise izleyici olayları gösteride yer alan bir kişinin gözüyle görür. Filme alınan olaya katılan bir kişinin omuzları üzerinden, uygun bir kamera durumunda yapılan çekim, izleyicinin olayı bu kişinin bakış açısına göre gözlemesine yardım eder. Böylece izleyici tartışmanın duygusal yorumlarına katılabilir. Fazla ya da yetersiz aydınlatma biçimleri de düşünsel ve duygusal çağrışımlar içerirler: Aydınlık bir sahne şen ve ferah bir ortam izlenimi uyandırırken, karanlık bir sahne tehlike, korku, kasvet ve hüznü çağrışımları yapar. Sadece çekim ve aydınlatma değil, kurguda kullanılan yöntemler de film dilinin vurgularına katkıda bulunur: Kurgu, filmsel devinin bir çekimden diğerine kesintisiz olarak ilerlemesini sağlayabilir (kesintisizlik kurgusu) ya da iki veya daha fazla olayın değişken bir kalıpta koşut olarak kurgulanmasıyla (çapraz kurgu) ‘bu sırada uzaklarda’ anlamını üretebilir. Ayrıca araştırmalara, raporlara, analizlere, kayıtlara, tarihe ya da yolculuk notlarına dayalı filmlerde çoğunlukla birbirleri ile görsel bağlantı içermeyen sahneler sıralanabilir (derleme kurgu) ve bu çekimler ses yoluyla bir arada tutulur. Böylece görsel ve işitsel bağlantı teknikleriyle çekim parçacıklarının bir araya getirilmesi, anlatımsal bir akıcılık sağlar. Bu bağlantı teknikleri, parçalı bir görüntüler dizisinin zihinsel olarak bütün halinde algılanmasına aracılık eder. Sahne sıralamaları ve değişiklikleri filmdeki olaylar dizisinin mantıksal ve estetik açıdan bütünlüğünü sağlayacak şekilde gerçekleştirilir. Açılma ve kararına yeni bölümleri, ara başlıklar yeni konuları belirler. Yine kurgunun ritmiyle hikaye edilen olayların gelişim hızı ve dinamizmi ayarlanır. Çekimlerin kısa parçalar halinde bir araya getirilmesi hareket ve çatışma içeren bir sahneyi

oluştururken; uzun çekimlerin bir araya getirilmesi, dinginliği ve uyumu sembolize eder. Bu kurgu hızına eşlik eden müziğin niteliği (müziğin türü, ritmi, yapısal özellikleri vb.) olayın dramatik yapısına vurgu katar. Atmosferi betimler [20-24]. Bütün bu yöntem ve teknikler, eğitim filmlerinin amacı lehine veya aleyhine çalışma olasılığı olan iki tarafı keskin bir kılıç gibidir. Bu nedenle bir taraftan eğitsel başarıya dönük olarak iletilecek anlamı bilimsel gerçekliğe uygun biçimde tasarlamak ve istenmeyen ikincil anlamları kontrol altında tutmak, diğer taraftan üretim malzemelerini, tekniklerini ve araçlarını anlatımsal bir bütünlük, görsel çarpıcılık, yaratıcılık ve yüksek ilgi düzeyi oluşturacak biçimde harmanlamak gerekir. Bu bağlamda, eğitim filmlerinin yapımcıları belli bir anlatım özgürlüğüne sahip olsalar bile, yine de eğitim filmi referansını gerçek yaşamdan aldığı için, bu anlatım özgürlüğü gerçek yaşamdan gelen verilerin belirlediği sınırlar içinde kalır. Daha doğrusu kalmalıdır. Böylece eğitsel bir konuya yoğunlaşan film yapımcısının film diline özgü unsurları amaç yönünde kontrol altında tutma ve kendi öznel katkılarını sınırlandırma düzeyi, yapımın içerdiği enformasyonun bilimsel ya da eğitsel değerini arzu edilen veya edilmeyen bir yönde etkileyebilir.

IV. MEDİKAL EĞİTİM FİMLERİNİN ÜRETİMİNİ, YAYININI/DAĞITIMINI ETKİLEYEN TEKNİK KONULAR VE YENİ TEKNOLOJİLER

Televizyon yayıncılığı uzun yıllar görsel ve işitsel içeriğin sunulmasında temel iletişim yöntemi olmuştur. Medikal eğitim filmlerinin de üretim ve yayın kalıpları önemli ölçüde bu kitle iletişim aracının gerektirdiği formata göre oluşmuştur. Günümüzde ise çoklu ortam (multimedya) ve internet gibi yeni türden kitle iletişim araçları, örgün ve yaygın eğitim amacıyla medikal eğitim filmlerinin üretiminde ve dağıtımında yeni alternatifler sağlamaktadır. Bu teknolojiler, eğitim filmi yapımında televizyona ait yöntem, biçim ve teknikleri kullanmakla birlikte, yayıncılık endüstrisinin standartları dışında serbest formların oluşmasına da olanak vermektedir. Sözkonusu teknolojiler, medikal filmlerin, içeriği genel olarak ticari kaygılarla ayarlanmış bir yayıncılık endüstrisinden bağımsız olarak dersliklere, konferans salonlarına ve internet üzerinden de kitlelere ulaştırılmasını sağlamakta ve böylece örgün ve yaygın eğitimde özgün uygulama biçimleri bulabilmektedirler. Diğer yandan bilgisayar temelli sistemlerin maliyetleri, sadece yayıncıların ve profesyonel yapımcıların değil, bilim ve eğitim kurumlarının da dijital video prodüksiyon stüdyoları kurabilmelerini ve bilgisayar ağları üzerinden yayım/dağıtım sistemleri oluşturabilmelerini sağlayacak düzeyde düşmekte; buna karşın teknik kapasiteleri yükselmektedir. Böylece teknik açıdan medikal eğitim filmlerinin üretimi ve yayını, profesyonel prodüksiyon ve yayım komplekslerinden bilgisayar temelli masaüstü üretim ortamlarına doğru kaymaktadır. Bu gelişme,

1957'den sonra pelikül filmlerin yerini çekim, kurgu ve arşivlemede esneklik ve kullanım kolaylığı sağlayan videobanda bırakmasında olduğu gibi önemli bir sıçrama olarak kabul edilebilir. Yalnız o dönemde yapımcılar videobantla elde edilen avantajlar karşılığında görüntü kalitesindeki büyük düşüşe razı olmak durumundaydılar. Bugün ise masaüstüne inen üretim yöntemleri yayın kalitesinde çıktı verebilecek düzeyde çalışma olanakları sunmakta; hatta biraz daha profesyonelce yatırımlara katılmadığında, yüksek tanımlı televizyona ve 35 mm'lik sinema filmlerine eşdeğer görüntü kalitesi sağlayan prodüksiyon olanakları elde edilebilmektedir.

Bütün bu gelişmelerin temelinde video üretim sistemlerinin sayısallaşması ve bilgisayar tabanlı tekniklerin bu alanda yaygınlaşması yer almaktadır. Video görüntülerinin yüksek kapasite gereksinimleri uzun yıllar bilgisayar ve internet üzerinde kayıt, saklama ve iletim işlemleri için önemli bir engel olmuştur. Ancak gerek işlem gücünün artması, disk ortamlarının bilgi tutma kapasitelerinin ve iletim ortamlarının bilgi transfer hızlarının yükselmesi gibi donanımsal, gerekse de video kodlama ve sıkıştırma yöntemlerinin verimliliğinin artırılması gibi yazılımsal gelişmeler, bugün küçük prodüksiyon birimlerinden televizyon yayıncılarına kadar çoğu film yapım sisteminin bilgisayarlaşmasına yol açmıştır. Bütün bu sistemlerin ortak karakteri, çekim aşamasında görüntülerin dijital kodlar (bilgisayar bitleri, 0 ve 1'ler) şeklinde banta veya diske kaydedilmesi ve kurgu aşamasında da doğrusal olmayan kurgu (non-linear editing) sistemleri aracılığıyla işlenmesidir. Yüksek prestijli yapımlardan alçak gönüllü ev videosuna kadar temelde yaklaşım aynıdır.

İronik olarak, doğrusal olmayan kurgu sistemleri sinema filmlerinin kurgusuna benzer post-prodüksiyon çalışmalarına geri dönüşü çağırıştırılmaktadır. Ancak bu sefer gerçek filmlerle değil, bilgisayar dosyaları şeklinde muhafaza edilen video parçacıkları (video klipleri) ile çalışılmaktadır. Kesme-birleştirme işlemleri, sanal ortamdaki soyut film parçacıklarıyla gerçekleştirilmektedir. Bu yöntemde kurgu öncelikle bir proje dosyasının ve kurgu karar listesinin (editing decision list - EDL) oluşturulmasıyla başlar. Kurgu karar listesinin oluşturulmasından önce çalışmada kullanılacak klipler ve grafik unsurları çoğunlukla 'bin' olarak adlandırılan bir proje veri tabanında toplanır. Ardından film editörü, binde yer alan video ve ses kliplerinin istedikleri uzunluktaki bir kısmını bir zaman akış çizelgesi (timeline) üzerine yerleştirir. Zaman akış çizelgesi, kurguda yer alacak görsel ve işitsel unsurların süresi, hızı, geçiş efektleri ve klipler üstü video-ses efektleri gibi ayarlamaların yapıldığı temel çalışma alanıdır. Başka bir deyişle, kurgu karar listesinin oluşturulduğu yerdir. Ayrıca yapıma bilgisayarlı grafik tasarım ve animasyon programlarıyla üretilmiş sentetik görüntüler de eklenebilir. Böylece gerçek görüntülerle, yapay olanlar sentezlenerek ürüne katılabilir. Son

aşamada yapımın çıktılarının teknik parametreleri - televizyon yayını, çoklu ortam sunumu veya internet üzerinden dağıtım gibi- hangi ortam için kullanılacaksa, ona göre ayarlanır. Şu ana kadar yapılan her şey aslında kurgu değil, kurgunun nasıl olacağı ve çıktının özelliklerinin tanımlanmasıdır. Gerçek kurguyu bilgisayarlı kurgu ünitesi yapacaktır. Dolayısıyla, bilgisayar, yapımı tek bir video klip haline getirmek üzere hesaplamaya (rendering) terk edilir. Şüphesiz sadece bilgisayar ortamları değil, video bant veya 35 mm'lik filmler de çıktı kayıt araçları olarak kullanılabilir. Bu durumda uygun araç ve bağlantılar üzerinden bu türden kayıt ortamlarına görüntü aktaracak şekilde kurgu karar listesinin okutulması yeterli olur. Bugün artık sadece orta ve küçük ölçekli video filmlerinin değil, yüksek tanımlı televizyon programlarının ve çok sayıda sinema filminin üretiminde de bu yöntem yaygın olarak kullanılmaktadır.

Üretim yöntemi açısından yukarıda ifade edilen içeriğe ilişkin estetik ve teknik süreçlerden geçen medikal eğitim filmlerinin yayınında/dağıtımında da dijital teknik altyapının belirleyiciliği giderek artmaktadır. Bu bağlamda medikal eğitim filmlerinin sunum olanakları, bilgisayar, ağ teknolojisi sayesinde eş zamanlı yayına (broadcasting) seçenек olarak belirli izleyici gruplarına eşzamanlı dağıtım (multicasting), talep eden izleyiciye eşzamanlı olmayan dağıtım (unicasting) ve isteğe bağlı video (video-on-demand, VOD) teknolojileri ile çeşitlenmektedir [25]. Şüphesiz yayın teknolojisi medikal içeriğin iletiminde hala önemini korumakla birlikte, ağ teknolojisi ve internet, deneysel ve klinik verilerinin derlenmesi, ilgili literatürün taranması ve uzaktan eğitim gibi uygulamalarda, tıp araştırmalarında ve medikal konulardaki yaygın eğitimde geniş biçimde kullanılmaktadır [26]. Bu gelişmeler, medikal eğitim, uzaktan tıbbi müdahale ve acil medikal hizmetler için geliştirilen ağ ve çoklu ortam temelli teknik bir yaklaşım olan teletıp (telemedicine) kavramı çerçevesinde ele alınmaktadır. Teletıp, bir telekomünikasyon sistemini kullanarak uzak mesafeler arasında, telecerrahi (telesurgery), telekonsültasyon (teleconsulting), teleradyoloji (teleradiology) gibi değişik uygulamaların kullanımıyla medikal bilgi paylaşımı ve sağlık hizmetleri dağıtımını olarak tanımlanmaktadır [27,28]. Eğitim filmlerinin isteğe bağlı video teknolojisiyle dağıtımını da teletıp uygulamalarının video temelli eğitim boyutunu tamamlayan ana unsurlardandır. Bugün bilgisayar teknolojisindeki (özellikle veri dosyalarının sıkıştırılması ve yüksek hızlı veri akışı sağlayan ağlama teknolojilerindeki) gelişmeler, ağ üzerinden gerçek zamanlı video iletime ve yüksek kaliteli görüntü aktarımına olanak vermektedir [26]. Bu sayede teletıp eğitim programlarında isteğe bağlı video olarak adlandırılan yeni bir görüntü yayın ve dağıtım teknolojisi uygulama alanı bulmaktadır. İsteğe bağlı video, bir video sunucusunda depolanmış görsel ve işitsel verilerin, kullanıcıların istekleri doğrultusunda komuta edilerek dağıtılmasını sağlayan bir tekniktir [29]. İsteğe bağlı

video tekniğinde çoğunlukla akan video (streaming video) denilen ve kullanıcının talebine bağlı olarak bir sunucu bilgisayardan kullanıcıya doğru video verilerinin gönderilmesini temel alan bir yöntem kullanılmaktadır: Bu yöntem, her izleyicinin kendi bilgisayarına aynı kaynaktan, ama diğer izleyicilerden bağımsız olarak yönlendirilmiş bir video akışı almasını sağlamaktadır. İzleyicilerden hiç biri, aynı zamanda, aynı biçimde ve aynı video akışını izlememektedir. Bu yepyeni bir izleme deneyimidir. Milyonlarca izleyicinin birlikte televizyonu açtığı ve tek bir tür sinyali eşzamanlı olarak takip ettiği durumla tezat oluşturmaktadır. İzleyiciler televizyon programlarının başlangıcını, gelişmesini ve sonunu doğrusal olarak takip etmek zorundadır. İzleyicilerin programla etkileşimleri kanal değiştirmek ya da televizyonu kapamakla sınırlıdır. Akan video yöntemiyle ise, kullanıcılar kendilerine ne zaman ve nasıl uygunsa, videoyu ona göre izleyebilmekte ve ilgilerine göre izleme deneyimlerini değiştirebilmektedir [30]. Hatta yapımı uygun bir kayıt ortamına alarak istedikleri bölümü tekrar tekrar gözden geçirebilmektedirler. Özellikle uzaktan eğitim projelerinde kullanılan isteğe bağlı video servisleri ve akan video yöntemi tıp eğitimi almaya başlayan genç insanlar için önem kazanmaya başlamıştır. Tıp okullarında, uzaktan eğitim, video destekli ders gibi uygulamalar için bu tür video teknolojilerinin avantajlarından yararlanılmaya çalışılmaktadır. İnternet temelli video teknolojileri eski analog sistemlerle karşılaştırıldığında hem düşük maliyetlidir, hem de eğitim yöntemlerini zenginleştirmektedir. Bu teknolojilerin en önemli üstünlüğü, karşılıklı etkileşime açık yeni uygulamalar geliştirmeye uygun olmalarıdır [30]. Örneğin, bir isteğe bağlı video (video-on-demand) sistemi, sadece çeşitli derslerin ve medikal toplantıların yayını için değil, aynı zamanda kullanıcıya ayrılan bir kütüphanede görüntü ve seslerin kaydedilmesi olanağını da vermektedir. Sistem, tıp araştırmacılarına, öğrencilere ve pratisyenlere, kendileri için uygun zaman ve yerde derslerin en önemli kısımlarını tekrar izlemelerini ve katılmadıkları dersleri uzaktan tamamlamalarını sağlayacak şekilde tasarlanmıştır [26]. İnternet ve ağ üzerinden video yayını, medikal film yayıncılığının televizyonun belirlediği üretim ve yayın kalıpları dışında üretime ve dağıtımına olanak vermektedir. Bu tür video programlarının televizyon ve kayıtlı materyaller (DVD, VCD, video kaset gibi) kullanılmadan da dağıtılabilmesi, özellikle ticari yayıncılığın reklam kuşaklarına ve zaman baskısına göre düzenlenmiş yayın akışlarının neden olduğu sorunların aşılmasında önemli bir gelişmedir. Bu şekilde zaman, süre ve format sınırlamalarının ortadan kalkmasıyla, medikal eğitim filmlerinin doğal biçim ve uzunluklarına erişmeleri de sağlanmış olmaktadır.

V. HASTALARIN VE HASTALIKLARIN GÖRÜNTÜLENMESİNDE MESLEKİ NORNMLAR

Birey ve toplum sağlığı teması, yapımıcının üretim

eylemlerini birtakım toplumsal sorumluluklar, davranış biçimleri, kurallar ve genel olarak meslek etiği çerçevesinde yürütmesini zorunlu hale getirmektedir. Böylece bu mesleki normlar, hastaların ve hastalıkların filme alınmasında ve kurgulanmasında sürece eşlik eden temel üretim faktörlerinden birini teşkil etmektedir. Ayrıca söz konusu normlar hastaların kendilerinin yer alacağı bir görüntüleme çalışmasına katılmaya ikna olmalarında ve gösterdikleri rızanın istismar edilmemesinde önem taşımaktadır. Diğer taraftan hasta, hastane ve yapımçı üçlüsünün karşılıklı haklarının baştan belirlenmesi, hatta yazılı hale getirilmesi, ileride karşılaşılabilecek ihtilafların çözülmesinde önem taşımaktadır. Bu çerçevede, İngiltere'deki Genel Medikal Konsey hastaların görsel ve işitsel kayıtlarının yapılması ve kullanılması ile ilgili bir mesleki ve etik kurallar yönergesi (General Medical Council Guidelines: Making and Using Visual and Audio Recordings of Patients, May 2002) yayınlamıştır. Medikal filmlerin yapımıyla bağlantılı mesleki normları da betimlemesi açısından bu yönerge önem taşımaktadır. Yönergede, patoloji slaytları, X ışınları, laparoskopik resimler, iç organ ve ultrason görüntüleri dışındaki görüntülerin çekilmesi için bir dizi kural sıralanmaktadır. Bunlardan hasta görüntülerinin ve benzeri görsel materyalin televizyon, radyo ve internet gibi kitle iletişim araçlarından yayınlanmasına ilişkin medikal eğitim film yapımçıları tarafından referans alınabilecek kısımda şu kurallar yer almaktadır [31]:

a) Kayıt yapılırken, çekim ekibinin göz ardı edebileceği ayrıntılarından dolayı, bireyleri bilen insanlar tarafından tanımlanabilecekleri için hastaların özerkliğine ve mahremiyetine saygı göstermeye özel bir önem atfetmek gerekmektedir. Bu çerçevede:

— Kayıt, gösterim yapma ve herhangi başka bir biçimde kullanım için hastadan izin alınmalıdır.

— Bu izin alınırken, hastaya kaydın amacı hakkında yeterli bilgi verilmelidir.

— Yapılacak kayıt için izin alınırken, hastanın herhangi bir baskı altında olmadığından emin olunmalıdır.

— Hastanın talep etmesi ya da konsültasyon veya tedavi sırasında ters bir etkinin oluşması durumunda kayıt durdurulmalıdır.

— Yapımçı hastanın arzularına karşı herhangi bir kaydın yapılması işlemine katılmaktan çekinmelidir.

— Kaydın hastanın mahremiyetine veya onuruna gölge düşürmeyeceğinden emin olunmalıdır.

— Ek bir onay alınmadan asıl izin verilen konunun dışındaki kayıtlar kullanılmamalıdır.

— Kayıtların saklanmasında uygun ve yeterli

güvenlik önlemleri alınmalıdır.

b) Çocukların kayıtlarının yapılması ile ilgili olarak ebeveynlerinden veya velilerinden izin alınmalıdır.

c) Hastaların izin vermelerini engelleyen zihinsel bir yetersizlik veya fiziksel bir hastalık olması durumunda, yakın bir akrabası veya bakıcısı ile anlaşmaya varılmalıdır.

d) Kayıttan önce hastaların;

— Kaydın amacını, kayıt bittikten sonra kayıtları izleyebileceklerini, hangi durumlarda gösterimlerin yapılacağını, kopyalarının yapılıp yapılamayacağını, saklama biçimini ve kayıtların ne kadar muhafaza edileceğini anladıklarından,

— Kayda izin vermemeleri veya kayıt sırasında izni geri çekmeleri durumunda bunun aldıkları sağlık hizmetini etkilemeyeceğini anladıklarından,

— Çekimle ilgili açıklayıcı materyali okumaları ve yazılı izinlerini vermelerinin anlamı üzerinde düşünmeleri için kendilerine yeterli zaman verildiğinden emin olunmalıdır.

e) İzin için kullanılacak yazılı formlar ve açıklayıcı materyaller iznin gerçekleşmesinin beklendiğini ima etmemelidir. Kolaylıkla anlaşılabilir bir dilde yazılmalıdır. Gerekliyse, çeviriler yapılmalıdır.

f) Hastanın kimliğinin tanınıp tanınmamasına bakmaksızın, kitle iletişim araçlarından yayınlanacak kayıtlar için mutlaka yazılı izin alınmalıdır.

g) Sağlık tedavisinin gerçekleştirildiği yerde hastaları filme almak için dışarıdan bireylerle veya organizasyonlarla herhangi bir işbirliğine gidilecekse, hastanın tedavi edildiği kuruluş bilgilendirilmelidir. Kayıt için bu kuruluştan uygun izin alınmalıdır.

h) Televizyon ya da benzeri bir kitle iletişim aracı için hastaların görüntülenmesiyle ve yayınlanmasıyla ilgili herhangi bir görev üstlenmiş olanlar, izin alma konusunda sorumlulukları ya da kayıt üzerinde kontrolleri bulunmasa bile, hastaların izinlerinin uygun bir şekilde alındığına dair kendilerini tatmin edecek özeni göstermelidir.

1) Ek olarak, kaydın ilerideki kullanımlarında hastaların izinlerini geri çekemeyebilecekleri durumların olduğunu anladıklarından emin olunmalıdır. Eğer hastalar, görsel materyalin kullanımını sınırlandırmayı arzu ederlerse, kayıttan önce kaydın sahipleri ile yazılı bir anlaşmaya gitmelidirler.

Ayrıca Genel Medikal Konsey'in yönergelerinin

dışında, sağlık sorunlarının ve çözümlerinin aktarılmasında yapımcının üzerinde durması gereken bir dizi mesleki norm daha bulunmaktadır. Bu normlara uyulması, hem sağlık temasından kaynaklanan toplumsal sorumlulukların yerine getirilmesine, hem de medikal filmin bilimsel geçerliliğine ve eğitsel yeterliliğine katkıda bulunacaktır. Bunlar:

a) Film yapım ekibinin bilmediği bir dizi bilimsel sorunun ve verinin doğru olarak betimlenebilmesinde sağlık uzmanlarının kılavuzluğuna başvurulmalıdır. Çünkü film yapım ekibi, incelenen konunun üzerinde değil, konunun filme alınmasında uzmandır. Ele alınan konu ile ilgili temel bilgilere sahip olsa bile, yapım ekibinin konunun önemli ayrıntılarını gözden kaçırmaması ya da izleyicinin yanlış algılamalarına yol açabilecek bir görsel ve işitsel düzenleme yapılması olasıdır.

b) Sağlık alanında bilimsel açıdan henüz kesinlik kazanmamış, olasılık ifade eden veya geçerli olarak kabul görmeyen bazı spekülatif önermelerin ya da iddiaların sunulması zorunluluğu varsa, izleyici konunun bu yönü ile ilgili olarak uyarılmalıdır. Ayrıca sağlık uzmanlarının söz konusu iddialarla ilgili görüşleri dengeli bir şekilde yansıtılmalıdır.

c) Eğitim filmlerinde hastalıkların ve sağlıkla ilgili diğer konuların gerçek dışı ve sansasyonel bir şekilde sunumunun, toplum sağlığını riske atabileceği veya bazen gerçeküstü kaygılara yol açabileceği; toplumun sağlık konuları ile ilgili bilimsel ve teknolojik gelişmeleri algılama biçimlerini bozabileceği bilinmelidir. Sağlık risklerinin boyutu ile ilgili yorumlar sağlık uzmanlarına bırakılmalı ve uzmanların açıklamaları, anlamsal bütünlüğü bozulmayacak şekilde görüntülenmeli, kurgulanmalı ve aktarılmalıdır.

d) Yapımın son jeneriğinde incelenen konu ilgili olarak destek ve referans alınan kaynak kişi, kurum ve organizasyonlara atıfta bulunulmalıdır. Bu bağlamda kaynakların saygınlığı, medikal filmin bilimsel geçerliliğine ve eğitsel başarımına olumlu katkıda bulunacaktır.

VI. YAPIMI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİ GİRDİ OLARAK BETİMLEYEN BİR ÜRETİM SÜRECİ MODELİ ÖNERİSİ

Yukarıdaki çözümlerden, yapım fikrinin formülasyonunu ve üretimini etkileyen toplumsal arka plan, eğitim filmlerinin görgül gerçeklerle ilişkisi ve film yapım yöntemlerinin bu gerçeklere göre kullanılması gereği, film üretimini ve yayını etkileyen teknik altyapı ile medikal sorunların filme alınmasına ve işlenmesine ilişkin mesleki normlar olmak üzere dört temel faktörün, medikal eğitim filmlerinin üretim sürecini belirlediği sonucuna varabiliriz. Bu faktörler yapıma yön veren temel girdiler biçiminde kullanılarak, film üretimi sağlık

eğitimine uygun enformasyonun/içeriğin tasarlanması ile ilgili bir işlem süreci; tamamlanan ürün ise çıktı olarak tasvir edilebilir. Bu çerçevede medikal eğitim filmlerinin yapımı, bir dizi medikal ve teknik faktöre dayalı bir dinamik üretim süreç modeli olarak şematik hale getirilebilir. Bu yaklaşım genel olarak kitle iletişim araçlarının üretimine ilişkin çeşitli modellerle önemli ölçüde benzer özellikler göstermektedir. Bu modellerin çoğu haber ya da diğer türden içeriğin üretimini, aşama aşama yürütülen birbiriyle bağlantılı bir işlemler bütünü olarak betimlemektedir [32]. Burada model önerisinin temel farklılığı/yeniliği ise, toplumsal bağlam, bilimsel sorumluluk ve sağlıkla ilişkili meslek normları gibi medikal sorunları çevreleyen özgün unsurlardan kaynaklanmaktadır.

VI.1. Model Önerisinin Teorik Dayanağı

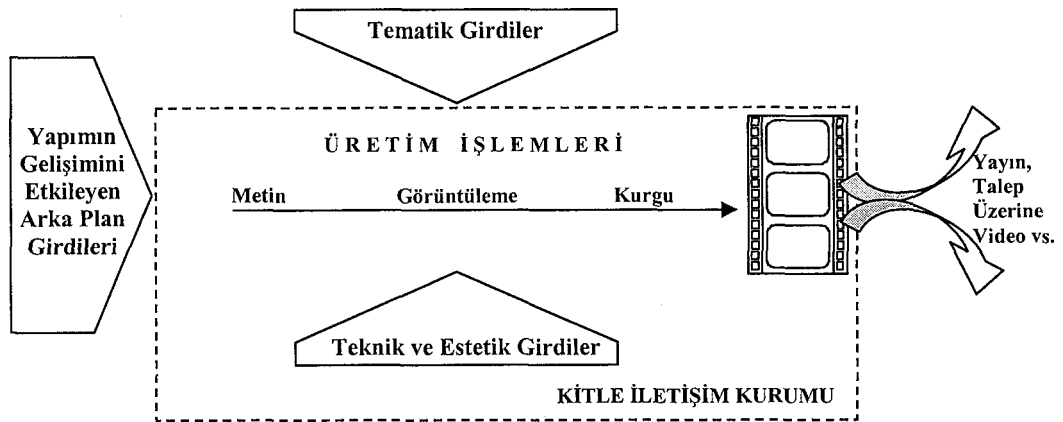
Gerek iletişim/kitle iletişim, gerekse içerik üretim süreç modellerinin çoğunun dinamik ve işlevsel bir özellik gösterdiği görülmektedir. Bazı modeller ise sadece fenomenin yapısını tarif veya tasvir etmekle yetinmektedir. İletişimi bir süreç olarak değil, anlamın oluşturulması olarak ele alan semantik modellerin doğrusal olmayan çözümlemeleri bunlara örnek olarak verilebilir. 'Yapısal model' olarak tanımlanabilecek bu modellerin dışında, diğer modeller sistemleri enerji, güçler ve bu güçlerin yönü, parçalar arasındaki ilişkiler ve bir parçanın diğerleri üzerindeki etkisi şeklinde ele alıp incelemektedir. Bu modelleri 'işlevsel' veya 'dinamik' olarak nitelendirmek mümkündür. İletişim, bir ölçüde dinamik ve süreç veya değişimle ilgili öğeleri içine aldığı için genellikle işlevsel modellerle betimlenmeye çalışılmaktadır. İletişimin temel öğelerinin (kaynak, hedef, mesaj, ortam vs.) kitle iletişiminde kullanıldığında farklı anlamlar yüklenmelerine rağmen, sonuç yine de bu yaklaşımı köklü bir şekilde değiştirecek nitelikte değildir [32,33]. Dikkatli bir çözümlemeyle şöyle ya da böyle bu

temel öğelerin hepsini, belli bir formunu veya birkaçını yapı taşı olarak kullanan; temel matematiksel modelden kitle iletişim süreç, üretim ve akış modellerine kadar birçoğunun ortak özelliğinin dinamik yapıli soyutlamalar olduğu görülecektir. İletişim süreçlerinin bütününi ilgilendiren bu durum, mesajın üretildiği, kodlandığı kaynak tarafındaki süreç ve ortamlara da hakim olan ortak özelliktir.

Kitle iletişim araçları için içerik üretiminin, (1) mesaja kaynaklık eden veya onun biçimlenmesine etki eden girdiler, (2) işlem ve (3) mesajın kendisi olarak çıktıdan meydana gelen üç bileşenli bir süreç olduğu varsayılabilir. Bu varsayım, bizi kitle iletişim içerik üretim süreçlerinin genel olarak dinamik (veya işlevsel) sistem modelleri ile betimlenebilir nitelikte olduğu sonucuna götürür. Ancak aşağıda da izlenebileceği gibi bu süreç salt teknik bir eylemler bütünü olarak algılanmamalıdır. Dinamik sistem modellerinin temel özelliği, belirli bir zaman boyutunda değişim gösterme özelliklerinin bulunmasıdır. Bu tip modeller, olayların vuku bulduğu bir ortamda değişikliklerin gerçek yapısını ortaya koymaya yöneliktir. Dinamik modellerde girdi, dönüştürme süreci sonunda herhangi bir şekilde değişikliğe uğrayarak bir çıktıya dönüşmektedir. Girdi-işlem-çıkıtı ve bu üçlüyü kontrol eden birimler bu modellerin temel öğeleridir [34].

VI.2. Model Önerisinin Açıklaması

Bu çözümlemeye göre, özelde medikal eğitim filmlerinin, genelde çoğu eğitim filminin üretiminin oldukça karmaşık ve iç içe geçmiş bir dizi girdinin etkisi altında yürüyen dinamik bir süreç olduğu ileri sürülebilir. Bu süreci oluşturan temel öğeleri, bu öğeler arasındaki ilişkileri ve sürece etki eden girdilerin etkilerini betimleyebilmek için bütün süreci Şekil.1.'deki gibi şematik hale getirmek mümkündür.



Şekil.1. Medikal Eğitim Film Yapımını Etkileyen Faktörlere Göre Bir Üretim Süreci Modeli

Modele göre, yapıma ilişkin metinlerin hazırlanması, görüntüleme ve kurgulama çalışmaları - başka bir ifadeyle 'üretim işlemleri'- aşağıda sözü edilen girdilerin bileşik etkisi altında yürütülen birer mesaj kodlama eylemidir. Bu mesaj kodlama eylemleri, bireylerarası iletişimde olduğu gibi kişisel kodlama araçlarıyla değil; teknik araçlar vasıtasıyla ve çoğunlukla bir kurumsal-toplumsal ilişkiler çerçevesi içinde yürütülür. Dolayısıyla üretim işlemleri, önemli ölçüde teknik araçların ve yapım ekibinin üretim kapasiteleriyle bağlantılı olarak ve üretim emrini veren, finanse eden ve/veya yaptıran kurum ile onu saran toplumsal çevre arasındaki etkileşimlerin etkisi altında akar. Dennis McQuail ve Sven Windahl [32], kitle iletişim araçları üretimine ilişkin çeşitli araştırmalarda, çoğu kitle iletişim kurumunun toplumdaki ekonomik ve ticari dayanaklardan ve izleyicilerden gelen çok sayıda ve bazen birbiriyle çelişen taleplere maruz kaldığını bulguladığını belirtmektedir. Tüm kitle iletişim araçları kurumları kendi izleyicileri veya ileride izleyicileri olacak kişiler tarafından sınırlandırılırlar. Bu olgu, buradaki modelde yapımın gelişimini etkileyen arka plan girdileri ile ilgili aşağıdaki açıklamalarımızla paralellik göstermektedir. Demek ki, üretim işlemleri, teknik ve film estetiğine ilişkin yalnız bir iş olmaktan öteye, iç içe geçmiş kurumsal-toplumsal ilişkilere doğru daha kapsayıcı bir alana bağlanmaktadır. Medikal eğitim filmleri özelinde bu bağlantılar mesleki gelenekler, etik, kitle iletişim araçlarının medikal konulara ilişkin söylemi, izleyici algıları, bildik içerik tipleri aracılığıyla oluşturulmuş izleme alışkanlıkları, toplumun medikal konulara ilişkin sağlık otoritelerinden ve kitle iletişim araçlarından beklentileri, doktor ya da hasta betimlemeleri/stereotipleştirmeleri, sağlığa ilişkin kamuoyu gündemi gibi bir dizi faktör aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Modele göre;

- (1) yapımın gelişimini etkileyen arka plan girdileri,
- (2) tematik girdiler,
- (3) teknik ve estetik girdiler olmak üzere yapımı biçimlendiren üç temel girdi grubu bulunmaktadır.

Bunlardan yapımın gelişimini etkileyen arka plan girdileri, film yapım ekibinin referans aldığı toplumsal, kültürel üstyapıyı; kitle iletişim endüstrisinin ele alınan konuya ilişkin genel ve değişen yaklaşım biçimlerini, yerleşmiş mesleki geleneklerini; izleyicinin ilgili sorun ya da gündeme ilişkin yaklaşım ve beklentilerini kapsamaktadır. Bütün bu ön veriler, yapım metninin hazırlanması, görüntüleme ve kurgulama aşamalarına eşlik etmekte; ayrıca tematik girdiler ile teknik ve estetik girdilere de zemin hazırlamaktadır. Sözgelimi kitle iletişim araçlarının bilim ve teknolojiye ilişkin çizdiği

idealist yaklaşım metin, görüntüleme ve kurgu çalışmaları boyunca dramatik vurguların biçimini ortaya çıkarmak üzere estetik kaygılarla birlikte çalışmaktadır. Yine konu, toplumun medikal sorunlara, kurumlara ve kişilere dönük tutumları, beklentileri, kuşkuları ve eylemleri temelinde şekillenmektedir. Bu durum, metin üzerindeki sağlık mesajının tasarımına, hikayenin görsel ve işitsel betimlemelerinin estetik çarpıcılığına ilişkin gayretlere yön vermektedir.

Tematik girdiler, insan sağlığı ana teması etrafında bilimsel enformasyon vermeyi amaçlayan didaktik niyetlerin bütünü ve medikal konuların ele alınmasında karşılaşılan sınırlayıcı unsurları kapsamaktadır. Bilimsel kaygıları, eğitsel amaçları, medikal içeriğe dair izleyici beklentilerini, hasta ve sağlık konularını görüntülemeye ilişkin etik kuralları bunlara örnek olarak vermek mümkündür. Tematik girdiler yapımının mesaj yaratım sürecini çoğu zaman sınırlayan, bilimsel veya mesleki etik gerekçeleriyle kontrol altında tutan, yapımıcıyı somut olguları aktarmaya zorlayan etkiler olarak işlemektedir. Bütün bunlar yapımıcıyı serbest davranma konusunda sınırlamakta, yapım olanaklarını ve yapım ekibinin sınırsız hayal gücünün kullanımını daraltmaktadır. Böylece bir dizi tematik sorumluluk medikal eğitim filmi yapımıcılarını sürekli etki altında tutmaktadır.

Teknik ve estetik girdiler ise yapım ekibinin mesleki deneyimleri, görsel ve estetik yaklaşımları, öznel katkıları, anlatım üslupları, film dilinin gerçekliğin sunumu üzerine etkileri, teknik araçlar ve teknolojik yeniliklerle bağlantılıdır. Bu faktörler çoğunlukla yaratıcı ve teknik manadaki yapım olanaklarının en geniş sınırlarını ifade etmektedir. Filmin eğitsel ve bilimsel değeri yapımın sanatsal değerinin önüne geçtiğinde, film yapım tekniklerinin olanaklarını, yapımıcıların bireysel yargılarını ve hayal gücünü temel amaç yönünde ehlileştirmek; ancak izleyici ilgisini canlı tutacak şekilde ustalıklı bir bileşim elde etmek, medikal eğitim filmi üretiminin başlıca zorluklarından biri olmaktadır. Estetik yaratıcılığın ve film dilinin sahip olduğu neredeyse sonsuz çeşitlilikteki anlam-yan anlam oluşturma zenginliğinin, bilimsel gerçekliğin aktarılması ile ilgili görece kesinliğe ve duruluğa dayanan bir üslup içinde kontrolü yüzünden; zaman zaman tematik faktörlerle estetik faktörler yapımın çıktısına etki eden zıt kuvvetler gibi çalışabilmektedir. Başka bir deyişle, gerek görüntüleme, gerekse kurgu aşamalarında film dilinin çok anlamlı yapısı ve film yapımıcılarının öznel katkıları, medikal eğitim filmlerinin görgül gerçeklere dayanması gerekliliğiyle çelişebilmektedir. Ancak bazen de görsel anlatımın gücü ve tekniği, söz ya da yazıyla tasvir edilemeyecek bilimsel bir sorunun aktarımında etkili olarak kullanılabilir. Üretim teknik ve araçlarının, gerçeği olduğu gibi resmetme, görüntülenemeyen olayları yapay grafiklerle ve canlandırmalarla modelleme ve gereksiz ayrıntıları kurgulama yöntemleriyle ayıklayarak izleyici ilgisini ana fikir etrafında tutma potansiyelleri

bulunmaktadır. Böylece teknik altyapının ve yeni teknolojilerin katalizörlüğü (sözgelimi üretim yöntemlerinin bilgisayarlaşmasıyla doğrusal olmayan kurgu tekniğinin üstünlüklerinin sağladığı esneklik, ağ üzerinden çevrimiçi video dağıtım, dijital video yayıncılığı gibi), üretim eylemlerini önemli ölçüde etkileyen temel girdilerden olmaktadır.

Çıktı ise üretim işlemlerinin sonucudur. Çıktının teknik ve içerik olmak üzere iki yönü bulunmaktadır. Teknik yönden çıktı, ses ve görüntünün 0 ve 1'lere indirgenmiş dijital ya da kesintisiz bir ölçek üzerindeki birçok değerler dizisine dönüştürülmüş analog bir mesaj taşıyıcı sinyaller bütünüdür. Bant, disk ya da başka türden bir ortamda saklanabilir ve teknik araçlar aracılığıyla çeşitli iletim modları (yayın, isteğe bağlı video vs.) kullanılarak iletebilir/izlenebilir. İçerik yönünden ise çıktı, yukarıda belirtilen bütün girdisel güçleri bünyesinde eritmiş, dengelemiş bir sunum sistemidir. Bu sunum sistemi, dağınık, birbiriyle ilintisiz, çok sayıda ses ve görüntü parçacığının ayıklanarak birleştirilmesi ve dramatik vurgularla desteklenmesi sonucu elde edilen kodlanmış mesajdır. Kodlanmış mesaj, sadece medikal bir konunun çıplak aktarımının ötesinde, aynı zamanda yukarıda bahsedilen toplumsal arka planın etkisi altındaki yan anlamlar, toplumsal değerler, beklentiler, idealler vs. hakkında dolaylı çağrışımları ve ilişkileri de içermektedir. Temel niyeti eğitim olan mesajın tasarlanmasında, yapım ekibinin bilerek, göz ardı ederek veya farkında olmadan ürüne eklediği/eklemediği görsel ya da işitsel ayrıntılar, - ki bunlar görsel düzenleme, yakın plan ayrıntılar, odak dışı ya da destekleyici simgesel objeler/işaretler, seslendirme tonu, fon müziği, kamera hareketi, kurgu hızı ve benzeri unsurlar olabilir- bu çağrışımlar ve ilişkiler boyutunu amaç yönünde veya aksine etkileyebilir. Başka bir deyişle, medikal eğitimin başarımına katkıda bulunabilir ya da medikal eğitim filmi aracılığıyla yürütülmek istenen bilimsel iletişimin gerçekleşmesini zorlaştırabilir.

VI.3. Model Önerisinin Sınırları ve Daha İleri Araştırmalar

Bu model önerisi bize, bir medikal eğitim filminin son biçimini almasına, çıktı haline dönüşmesine kadar onu etkileyen unsurları bir arada görme olanağı vermektedir. Burada medikal eğitim filmlerinin yapım sürecini etkileyen faktörleri belli bir düzen içinde ilişkilendirerek üretimin arka planı ve akış yönünü etkileyen güçler hakkında ipuçları verilmek istenmiştir. Bu bağlamda girdileri ve üretim eylemlerini genişletecek şekilde model üzerinde daha geniş çözümlenmeler gerçekleştirilmek mümkündür. Dolayısıyla modelin önermelerinin test edilmesi ve geliştirilmesi için uygulamalı çalışmaların ve daha ileri araştırmaların sonuçlarının incelenmesine, bu konuda akademik bir tartışma zemininin oluşmasına gereksinim vardır. Ayrıca modelin tek yönlü görünümü, iletişimin döngüsel bir

süreç olarak ele alınması durumunda eleştirilebilir. Ancak burada kapsayıcı bir medikal veya eğitim iletişim modeli ve teorisi geliştirilmemektedir. Sadece medikal içeriğin üretim süreci üzerine teorik bir yaklaşım ileri sürülmekte; medikal içerik üretim eylemi üzerine bir model önerisi sunulmaktadır. Dolayısıyla alımlama (reception) kısmı bu model önerisinin dışında tutularak konu sınırlandırılmıştır. Konunun inceleme dışı bırakılan bu boyutu da ileri araştırmalar için açık bir çalışma alanı teşkil etmektedir.

VII. SONUÇ

Medikal eğitim filmlerinin üretimi, model önerisinden de görüldüğü üzere film yapım ekibine önemli sorumluluklar yükleyen çok boyutlu bir uğraştır. Modele ilişkin açıklamalar bütün olarak ele alındığında, iletişim profesyonellerinin medikal bir eğitim filmi hazırlama motiflerine, medikal konulara ilişkin izleyici beklentileri, kitle iletişim araçları ile sağlık otoriteleri ve bilimsel kurumlar arasındaki ilişkilerin değişen doğası ve eğitim niyetine hizmet eden mesaj oluşturma kaygılarının eşlik ettiği görülmektedir. Bu faktörler film dilinin kontrollü bir biçimde kullanılmasına ilişkin sorumluluklarla birleşerek film yapım ekibinin üretim eylemlerini biçimlendirmektedir. Görülüyor ki, bu alanla ilgili ön çalışmaların yetersiz olması dolayısıyla konunun bundan sonraki görgül araştırmalarla ayrıntılı olarak ele alınması ve bu alana ilişkin literatürün gelişmesi hem uygulayıcılar, hem de teorisyenler açısından önem taşımaktadır.

Amaç eğitim olduğunda, filmin enformasyon değeri ve eğitsel yeterliliği öne çıkmaktadır. Bunun için bilimsel gerçekliğe dayalı içeriğin üretimi, eğitim filmleri için harcanan çabanın odağında yer almalıdır. Hareketli görüntülerin çok anlamlılığa yol açabilecek doğası gereği, film dilinin gerçekliği olabildiğince doğru yansıtacak şekilde kullanılmasına ilişkin yapım sorumluluğu önem kazanmaktadır. Bu dilin kontrollü kullanımının ve izleyici ilgisini canlı tutacak programlama tekniklerinin birlikteliği eğitsel başarıyı artırabilecek faktörler olarak görülmektedir. Bunun için, bir öneri olarak, yapımçıların bir yandan aşırı biçimde didaktik ve tekdüze bir üsluba sahip bir tür uzmanlık filmi üretmekten, diğer yandan bilimsel gerçeklerin eksik, yanlış ya da abartılı bir biçimde algılanmasına yol açabilecek popüler kalıplardan sakınması yararlı olabilir.

Diğer taraftan medikal eğitim filmleri hasta ile sağlık otoriteleri arasında diyalogun gelişimine katkıda bulunabilir. Bunun için medikal yapımlar izleyici kaygılarını ve korkularını besleyen değil, sağlık gündemine ilişkin sorunların çözümüne katkıda bulunan bir enstrüman olarak tasarlanmalıdır. Ayrıca hastaların, hastalıkların görüntülenmesinde dikkat edilmesi gereken kurallar ve mesleki sorumluluklarla ilgili olarak bu çalışmanın ilgili bölümündeki (Bkz.V.) önerileri

kapsayacak şekilde bir yönergenin oluşturulması, ülkemizde meslek etiğinin gelişimine katkıda bulunacaktır.

Dijital video teknolojilerindeki gelişmeler, medikal eğitim filmlerinin üretim ve dağıtım maliyetlerini düşürmekte; alternatiflerini çoğaltmaktadır. Yeni teknolojilerin katkısıyla medikal eğitim filmi yapıcılığı, gelişmiş ve teknik kapasitesi yüksek bir üretim sistemine sahip yayın kurumlarının tekelinden çıkarak, daha modüler ve küçük yapım organizasyonlarınca yürütülebilir bir iş haline gelmektedir. İnternet, bilgisayar ağları, isteğe bağlı video gibi alternatif yayın ve dağıtım biçimlerinin gelişmesiyle de, bilimsel kurum ve kuruluşların amaçlarına uygun olarak gerçekleştirilebilecekleri yapımları yayınlamalarının önündeki teknik engeller azalmaktadır. Bu tür olanaklardan yararlanarak sağlık eğitiminin yaygınlaşması sağlanmalıdır. Bu bağlamda dijital video yayıncılığı ile bilgisayar ve ağ teknolojilerindeki gelişmelere uyum, eğitim filmleri üzerine uzmanlaşan iletişim profesyonellerinin, en azından teknik olarak, gelecekteki kariyer gelişimlerinin de anahtarını oluşturacaktır. Ancak özelde medikal eğitim filmlerinin, genelde ise eğitim filmlerinin üretiminde içeriğin biçimlendirilmesine ilişkin kaygılar, sorunlar ve mesleki ilkeler olasılıkla aynı kalacaktır. Değişen teknoloji medikal eğitim filminin üretim sürecini teknik anlamda esnekleştirirse bile, bir eğitim filminde sağlık temasının işlenmesi yalnız bir film yapım eyleminin ötesinde bilimsel ve toplumsal sorumluluklar bağlamında çok yönlü bir üretim yaklaşımını zorunlu hale getirmektedir.

Yararlanılan Kaynaklar

- [1] Armstrong-Coster, A. (2001). In Morte Media Jubilate: an Empirical Study of Cancer-Related Documentary Film. *Mortality*, 6(3), 287-305.
- [2] Hodgetts, D. & Chamberlain, K. (2003). Television Documentary in New Zealand and the Construction of Doctors by Lower Socio-Economic Groups. *Social Science and Medicine*, 57(1), 113-124.
- [3] Zoller, H.M. (2005). Health Activism: Communication Theory and Action for Social Change. *Communication Theory*, 15(4), 341-364.
- [4] Geller, G.; Tambor, E.S.; Bernhardt, B.A.; Rodgers, J. & Holtzman, N.A. (2003). Houseofficers' Reactions to Media Coverage about the Sequencing of the Human Genome. *Social Science and Medicine*, 56(10), 2211-2220.
- [5] Benelli, E. (2003). the Role of the Media in Steering Public Opinion on Healthcare Issues. *Health Policy*, 63(2), 179-186.
- [6] Byrd-Bredbenner, C., Finckenor, M. & Grasso, D. (2003). Health Related Content in Prime-Time Television Programming. *Journal of Health Communication*, 8(4), 329-341.
- [7] Payne, J.G. & Schulte, S.K. (2003). Mass Media, Public Health, and Achieving Health Literacy. *Journal of Health Communication*, 8(1), 124-125.
- [8] Darley, A. (2003). Simulating Natural History: Walking With Dinosaurs as Hyper-Real Edutainment. *Science As Culture*, 12(2), 227-256.
- [9] Davin, S. (2003). Healthy Viewing: the Reception of Medical Narratives. *Sociology of Health & Illness*, 25(6), 662-679.
- [10] Cooper, C.; Purvis, R.; Debra L. & Langlieb, A.M. (2000). Using Entertainment Television to Build a Context for Prevention News Stories. *Preventive Medicine*, 31(3), 225-231.
- [11] Ostbye, T.; Miller, B. & Keller, H. (1997). Throw That Epidemiologist Out of the Emergency Room! Using the Television Series ER as a Vehicle for Teaching Methodologists about Medical Issues. *Journal of Clinical Epidemiology*, 50(10), 1183-1186.
- [12] Kaya, N. (2006). *Akıl Oyunları*. (<http://www.panik-atak.com/makaleler.htm>). [05.07.2006].
- [13] Igartua, J.; José, C.L. & Lopes, O. (2003). To Think or Not To Think: Two Pathways Towards Persuasion by Short Films on Aids Prevention. *Journal of Health Communication*, 8(6), 513-528.
- [14] Reid, R. (2005). Fractured Media Sphere and U.S. Health Promotion: Parsing Cigarettes as an Icon of Flawed Modernity. *Communication Theory*, 15(3), 314-339.
- [15] Elliot, N.L. (2001). Signs of Anthropomorphism: the Case of Natural History Television Documentaries. *Social Semiotics*, 11(3) 289-305.
- [16] Mutlu, E. (1991). *Televizyonu Anlamak*. Ankara: Gündoğan Yayınları.
- [17] Burton, G. (1995). *Görünenden Fazlası*. (Çev.: Dinç, N.). İstanbul: Alan Yayıncılık: 161.
- [18] Esslin, M. (1991). *TV: Beyaz Camın Arkası*. (Çev.: Çiftkaya, M.). İstanbul: Pınar Yayınları: 55.
- [19] Corner, J. (2004). Television's "Events Worlds" and the Immediacies of Seeing: Notes from the Documentary Archive. *The Communication Review*, 7(4), 337-343.
- [20] Wolf, I.G. (1980). *Bilimsel Filmin Gerçeğe Uygunluğu*. (Çev. Fuat Kortel). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Film Merkezi Yayını, Rektörlük No: 2742, F.M. No: 1.

- [21] Kafalı, N. (1993). *TV Yapımında Teknik ve Kuramsal Temeller*. Ankara: Ümit Yayıncılık, Ufuk Dizisi: 9.
- [22] Parsa, S. (1994). *Televizyon Estetiği*. İzmir: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Yayın No: 6.
- [23] Gökçe, G. (1997). *Televizyon Program Yapımcılığı ve Yönetmenliği*. İstanbul: Der Yayınları: 217.
- [24] Macselli, J.V. (2002). *Sinemanın 5 Temel Ögesi*. (Çev.: Gür, H). Ankara: İmge Kitabevi.
- [25] Siegart, K. (2004). Medical Video on the Web. *Journal of Audiovisual Media in Medicine*, 27(3), 135-136.
- [26] Suzuki, I.; Yamada, K.; Yamakawa, T.; Hashiba, M. & Akazawa, K. (2003). Delivery of Medical Multimedia Contents Through the TCP/IP Network Using RealSystem. *Computer Methods and Programs in Biomedicine*, 70(3), 253-258.
- [27] Schlag, P.M.; Moesta, K.T.; Rakovsky, S. & Grasczew, G. (1999). Telemedicine: The New Must for Surgery. *Archives of Surgery*, 134(11), 1216-1221.
- [28] Yamakawa, T.; Toyabe, S.; Cao, P. & Akazawa, K. (2004). Web-based Delivery of Medical Multimedia Contents Using an MPEG-4 System. *Computer Methods and Programs in Biomedicine*, 75 (3), 259-264.
- [29] Açık, Y.; Apaydın, F. & Tuna, Y. (2004). Ege Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde Bilişim Teknolojilerinin Eğitim Kalitesini Artırmadaki İşlevi. *Bilgi Teknolojileri Kongresi III Bildiriler Kitabı*, Denizli: Pamukkale Üniversitesi Yayınları, 210-211.
- [30] Garrison, W. (2001). Video Streaming into the Mainstream. *Journal of Audiovisual Media in Medicine*, 24(4), 174-178.
- [31] General Medical Council Guidelines. (2002). Making and Using Visual and Audio Recordings of Patients. *Journal of Audiovisual Media in Medicine*, 25(4), 165-167.
- [32] McQuail, D. & Windahl S. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*. (Çev. Konca Yumlu). Ankara: İmge Kitabevi,
- [33] Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (Çev.: İrvan, S.). İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.
- [34] Aydın, E.D. (1991). *Bilgi Bilimi: İnatmatik, Genel Sistemler, Siberetik ve Kitle İletişimi*, İstanbul: Aydın Özel Eğitim ve Yayıncılık.

Serhat BAŞTAN (serhatbastan@yahoo.com) received his bachelor degree from the Department of Radio and Television at Communication Faculty, Ege University in 1992. Took his master degree on "Radio and Television" in 1995 and his PhD. degree in 2000 from Social Sciences Institute, Ege University. He began to work as a producer for a radio station which belongs to Medi (Yeni Asır-Sabah) Group in 1992. Charged as technician for SATEL A.Ş. (ATV Tv Channel) between 1993 and 1997. Worked as cameraman, correspondent and studio technician in the İzmir section of ATV and also directed some commercials in this period. Started to work as an instructor at Celal Bayar University in 1997. Since 2001, he has been working as an assistant professor at High School of Applied Sciences, Celal Bayar University. He is the manager of Computer Research and Application Center in Celal Bayar University. His academic studies are about information and communication technologies, digital video and film making techniques. He has printed studies related to his academic interests.

ANTOINE DE SAINT EXUPERY'NİN KÜÇÜK PRENS'İNDE EVRENSEL VE MİTSEL YAKLAŞIMLAR

Halil AYTEKİN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Yabancı Diller Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

THE UNIVERSAL AND MYTHICAL APPROCHES IN THE LITTLE PRINCE OF ANTOINE DE SAINT EXUPERY

Abstract: *Antoine de Saint Exupéry's Little Prince is an interesting novel its plot, characters, style and tone. The writer introduces his character, Little Prince, to XX'th century reader, through travels. In the work, everything is focused on love. The Little Prince, in the pursuit of natural love and genuine friendship is thought what love really is by not the residents he meets but by a fox he coincides during his travels. This is an extremely meaningful sign. The Little Prince depicts the feeling of love, the themes of friendship, loneliness, and death and introduces them implicitly and mysteriously to the readers making the readers think on these corrupted themes. This narrative mode shows that the reader seeks new ways for his narration. The work addresses the present day reader, but with its time and place-beyond-dimension it has a mythical view. In fact, The Little Prince is a didactic novel aiming at re-building universal values. The writer, through his visionary style, style, addresses us that we should preserve humane values as well as natural love as they are naturally existed.*

Keywords: *Antoine de Saint Exupéry, Little Prince, Myth and Tale.*

ANTOINE DE SAINT EXUPERY'NİN KÜÇÜK PRENS'İNDE EVRENSEL VE MİTSEL YAKLAŞIMLAR

Özet: *Antoine de Saint Exupéry'nin Küçük Prens adlı eseri, kahramanlarıyla, ele aldığı konuları ve gizemli üslubuyla oldukça ilginç bir özelliğe sahiptir. Yazar, kahramanı Küçük Prens'i çıkardığı bir seyahat aracılığıyla XX. Yüzyıl insanının karşısına koyar. Eserde her şey sevgi üzerine odaklaşmıştır. Doğal bir sevgi ve arkadaşlık arayışında olan Küçük Prens, tam olarak sevgi kavramının ne anlam içerdiğini yaptığı bu seyahat sırasında karşılaştığı insanlardan değil de bir Tilki'den öğrenir. Bu son derece anlamlı bir göstergedir. Küçük Prens sevgi duygusuyla birlikte arkadaşlık, yalnızlık, ölüm gibi temaları da işlemiş, bunları kapalı, sır dolu ifadelerle okuyucuya aktarmaya ve onları bir anlamda erozyona uğramış bu konularda tekrar düşünmeye sevk etmiştir. Bu anlatım biçimi yazarın yeni bir ifade tarzı arayışında olduğunu da göstermektedir. Eserin zaman ve mekan ötesi boyutuyla güncel zamana hitap etmesi de ona mitimsi bir görünüm vermektedir. Küçük Prens, evrensel değerlerin yeniden kazandırılmasını isteyen didaktik bir eserdir. Düşsellik yoluyla bize, insanlığa seslenerek insanı insan yapan değerlere sahip çıkılmasını ve her şeyin temeli olan sevginin doğal haliyle korunmasını istemektedir.*

Anahtar Sözcükler: *Antoine de Saint Exupéry, Küçük Prens, Masal ve Mit.*

I. GİRİŞ

Küçük Prens zaman zaman ihmal edilmiş olsa bile dünyada çok büyük üne sahip olmuş bir eserdir. Öyle ki, sadece Fransa'da altı milyon satmış, tüm dünyada ise toplam 25 milyon gibi bir rakama ulaşmıştır. Hatta günümüzde İncil'den sonra en çok satılan kitap olma özelliğine sahiptir. Yapmacıksız üslubuyla herkesin okuduğu bir kitap olma başarısını göstermiştir. Bu "küçük" büyük kitabın böylesine çok satılmasında onun hiç kuşkusuz 100'den fazla dile çevrilmiş olmasının etkisi büyüktür [1]. *Küçük Prens*'in bu kadar ilgi uyandırmasının esas nedeni, bize göre onun herkese hitap eden bir eser oluşudur. İlk bakışta eser, bir çocuğu, küçük bir prensi sahneye koyduğu için daha çok çocuklara özgü bir öykü olarak değerlendirilmiş olabilir. Ayrıca kitabın başlığının *Küçük Prens* olması da bu tür bir değerlendirme yapılmasını kuvvetlendiren bir faktör olmuştur. Eseri, çocuklar tarafına yönlendiren bir diğer özelliği de yazarın bizzat kendisi tarafından resimlendirilmiş olmasıdır. Bu resimler her ne kadar çocukların dikkatini çekse de onlar, geleneksel çocuk kitaplarından farklı olarak metne çok güzel bir şekilde

uyarlanmış dekor statüsü taşımayan resimlerdir. Metin, öncelikle bir resimle açılır daha sonra açıklaması yapılır. Resimler *Küçük Prens*'in düşüncesiyle tamamen örtüşürler ve çocuklara özgü karakteriyle de kitabın genel anlayışına özgü çizimlerdir. Bütün bu özelliklerine rağmen, bu eserin yetişkinlere de hitap eden bir kitap olduğunu kabul etmek durumundayız. Aslında okuyucusu çocuk olsun veya yetişkin her ikisi de Saint Exupéry'nin meşhur *Küçük Prens*'i karşısında oldukça şaşkın haldedirler. Zira eser her iki kesime de hitap etmektedir. Jacqueline Held'in ifade ettiği gibi: "Saint Exupéry herkese hitap ediyor, özellikle de herhangi bir çıkar gözetmeksizin sevgiyi doğal haliyle koruyabildikleri için çocuklara sesleniyor. Zaten çocuklara özgü bu düşünceden Yeniahid de bize bir çok metin de bahsediliyor. Buna rağmen böylesi bir değerlendirme bana anlamsız görünüyor. Yani *Küçük Prens*'i küçük çocuklara okumak sonuçta "domuzlara reçel vermek" her halükarda eseri bayağılaştırmak onu iyi değerlendirmemek olacaktı" [2]. Yazar, çocukla yetişkin arasındaki ilişkiyi çok hoş, şairane bir tarzda anlatırken aynı zamanda düşündürmeyi de ihmal etmez. Bildiğimiz gibi çocuğun kendine özgü bir dünyası vardır. "Bu

noktada *Küçük Prens* bir önkoşulu bir olmazsa olmazı ortaya koymaktadır. Çocuk, apayrı bir dünyada yaşar, öyleyse tamamen yetişkinden farklıdır ve yetişkinin göremediğini görebilir” [3]. Bununla birlikte, bu iki dünya, sistemli olarak birbirine karşıt da değildir. Birbiriyle sürekli iletişim halindedir. Zira bugünün küçüğü yarının büyüğü olacaktır. Yazar, oldukça gizemli bu hikaye aracılığıyla çocuğu yetişkine anlatmaya çalışarak, onun çocuğu tanıyıp anlaması gerektiğine dikkat çekiyor.

II. KÜÇÜK PRENS'TE YER ALAN BELLİ BAŞLI KAHRAMANLAR

Küçük Prens: Eserin bu sevimli kahramanı hakkında çok şey bilmiyoruz. Zira yazar onunla ilgili hiçbir açıklamada bulunmuyor. Diğer eserlerde kahramanları tanıtmaya yönelik yapılan tasvirlerle burada rastlayamıyoruz. Küçük Prens'in ne adı ne de soyadı var. Ancak onun küçük prens olarak nitelendirilmesinden küçük bir çocuk olduğu sonucuna varıyoruz. Onun fiziki portresine yönelik tek ipucu sarışın olmasıdır. Yaşı, boyu, gözlerinin rengi veya teni hakkında hiçbir şey bilmiyoruz. Yalnız küçük olması nedeniyle onu saf ve temiz yürekli birisi olarak değerlendirmek zorundayız. Bu açıdan bakılınca bilinmeyen yönleriyle kendi halinde bir gezegende yaşayan önemsiz bir prenstir. Bütün bu siliik yanlarının yanında öykü içinde çok önemli ve anlamlı bir işlevle ön plana çıkıyor. O, her şeyden önce çocukluğun sembolüdür. Düşünen, soru soran ve bir çocuk gibi davranan küçük bir adamdır. Küçük Prens basitliği, sadeliği temsil ediyor ve saflık içinde çeşitli sorularla yetişkinlerin tutum ve davranışlarını anlamaya çalışıyor. Bilmediklerini öğrenmek istiyor. Özellikle tilkiyle karşılaşması sonrası sevginin anlamını öğrenmek istiyor. Çocuğun ne aradığını, neye ihtiyaç duyduğunu, kısacası onun ruh halini kavramış olan Saint Exupéry'nin yapmak istediği de çocuğu bilgilendirmek. Zaten yazara göre: "çocuk için en önemli şey dünyayı tanımaktır" [4].

Son derece şiirsel olan bu kitapta, sevgi konusunda derin bir düşünce söz konusudur. Küçük Prens doğal, saf bir sevginin sembolüdür. Çünkü; içinden gelerek bir gülü sevmiş, onu sulamış ve bakımını üstlenmiştir. Ama onun tutsağı olmak ta istemez bu yüzden de kendisini bağımlı kılacağı endişesiyle onu terk eder. Bu ona göre doğru olanıdır. Böyle düşünmesinin sebebi sevgi sözcüğünün ne anlam içerdiğini bilememesindedir. Daha sonra yaşamın ve sevginin tam olarak anlamını kavradığı zaman gülünü daha çok özler ve ona yeniden kavuşmak ister.

Pilot: Bir arıza sonucu uçağını çöle indirerek arızayı gidermeye çalışan kişidir. Aslında, Saint Exupéry burada 1935 yılındaki Libya'dan çölü geçişi sırasında yaşadığı arızayı söz konusu etmektedir. Yazar pilot hakkında da detaylı bir açıklama da bulunmamıştır. Çölde arızalanan uçağını tamir etmeye çalışırken Küçük Prens'le karşılaşır ve ondan çok hoşlanır. İkisi arasında oldukça

duygulu hoş bir arkadaşlık oluşur. Ayrılmaları söz konusu olduğunda Küçük Prens Pilot'a:

"Geceleri gökyüzüne baktığın zaman, ben, bunlardan birinde oturduğum için, bunlardan birinde güldüğüm için, sanki bütün yıldızlar gülüyormuş gibi gelecek sana. Senin yıldızların, gülmeyi bilen yıldızlar olacak!" [5] diyerek oldukça anlamlı ifadeler kullanır.

Pilot burada Küçük Prens'ten önemli olanın gözle değil insanın kalbiyle gerçeği görmesi olduğunu öğrenir ve bu şekilde de kendi dünyasına göndermede bulunur.

Pilot bir çocuk duyarlılığına sahip birisidir. Sevgi ve şiir gibi hayatın güzelliklerini düşünmeksizin sadece maddeyi düşünen ve her şeyi o gözle gören insanlardan o da hoşlanmamaktadır. Kendisini çöle sürükleyen, böylelikle insanlardan uzak tutan düşüncenin temelinde bu anlayış yatmaktadır. Dolayısıyla çölde temiz kalpli bir çocuk olan küçük Prens'le karşılaşmaktan oldukça mutludur.

Gül: Bilindiği gibi gül aşkı temsil eder. Yazar burada çiçeği sevimli ama kendini beğenmiş, baskıcı, fazlasıyla sahiplenme duygusu taşıyan, biraz da yalancı birisi olarak tasvir ederek kişileştirir. Küçük Prens'e o anki bulunduğu yerin geldiği yerden çok sıcak olduğunu söyleyerek kendisini bir fanus içerisinde tehlikelerden uzak tutmaya, bir paravan ile korumaya mecbur eder. Ama bu doğru değildir, zira o bir tohum şeklinde gelmişti oraya. Yalnız Küçük Prens gitmek üzere iken, bu gül Küçük Prens'i sevdiğini anlar ve ona mutlu bir yaşam diler. Küçük Prens'e hemen çekip gitmesini, ağlarken kendisini görmesini istemediğini söyleyerek ne kadar gururlu olduğunu da gösterir.

Tilki: Küçük Prens'in bu gizemli seyahati sırasında bir bitkiden sonra bir de hayvan ile karşılaşması önemli noktalardan bir diğeridir. Bu hayvan bir Tilki'den başka bir şey değildir. Küçük Prens ve Tilki arasındaki diyalog sonunda Tilki Küçük Prens'ten kendisini evcilleştirmesini "*bağlar kurmasını*" [5] ancak böyle bir yakınlaşma sayesinde birbirlerini tanıma imkanı bulacaklarını söyler. O zaman Küçük Prens Tilki'yi kendine alıştırır. Halbuki "olağanüstü masallardaki hayvan dünyası insan dünyası ile bir karşıtlık yaratır: hayvan dünyası / insan dünyası" [6]. Tilki, Kurt, Karınca, Kaplumbağa insan ile dilsel bir bildirişime girmesi olağanüstü masallarda doğal bir olgudur. Hayvan dünyası=hayvanlık+kurnazlık+kötülük buna karşın insan dünyası= insanlık+saflık+iyilik: bu formüller burada birbirleriyle ters düşmez örtüşür. Tilki burada hayvan dünyasının temsilcisidir ve aslında tehlikeli, kurnaz, hain özellikleri taşımasına karşın masallardaki yapının tersine bir eğilim göstermektedir. Zira Tilki tüm bu güvenilmezliğine rağmen Küçük Prens ile dostluk kurmak istemektedir. Her gün buluşarak birbirlerini daha yakından tanıyarak dostluklarını pekiştirirler. Bu ilişkileri

sirasında Tilki, Küçük Prens'e, eseri anlamlı kılan şu sırrı vererek onun hayata bakış açısını değiştirir: “*insan ancak yüreğiyle gerçeği görür. Göz, hiç bir şeyin özünü göremez*” [5]. Ayrılmadan önce ona gidip gülleri görmesini salık verir. Gerçek sevgiyi öğrenmiş olan Küçük Prens gülüne daha farklı bir gözle bakacak ve böylece kendi gülünün dünyada tek olduğunun farkına varacaktır. Bu duyguyu fark eden Küçük Prens o andan itibaren kendisini gülünden sorumlu hisseder, çünkü Tilki'den ayrıca insanın evcilleştirdiği her şeyden sorumlu olduğunu da öğrenmiştir. O halde Küçük Prens gülünden sorumludur, bu bilinçle gülünü hala sevdiğini ve onu yeniden bulmak istediğini anlar. Zaten sorumluluk duygusu sevgiyle ilintilidir. Sonuçta Küçük Prens yaşamın sırrını yani sevgiyi öğrenir.

III. ELE ALINAN TEMALAR

Küçük Prens'te temel konu sevgidir. Başlangıçta, küçük prens sevginin anlamını tam olarak bilmeden bilinçsizce çiçeğine sevgi duymaktaydı. Ama bir müddet sonra kendisini sıktığı gerekçesiyle ondan uzaklaşır. Çıktığı seyahat sırasında farklı gezegenlere uğrar ve buralarda yaşayan insanları tanıma fırsatı bulur. Bu gezegenlerde sırasıyla bir kral, övünge bir adam, bir sarhoş, bir işadama, bir sokak feneri yakıcısı, bir coğrafyacı onun muhatabı olurlar ve bu insanlar Küçük Prens'i söyledikleriyle şaşkına çevirirler. Onlardan umduğunu bulamayan Küçük Prens en son ziyaretini dünyaya yapar ve burada karşılaştığı Tilkiden sevginin ne olduğunu yani “önemli olanın gözler için görülmez” olduğunu öğrenir. Başka bir ifadeyle görüntünün dış görünümün ötesine nesnelere ruhuna nüfuz etmeyi bilmek gerektiğini anlar.

Diğer önemli bir konu olarak kitabın şiirselliğine dikkat çekmek istiyoruz. Zira şiir, şahısların ruh hallerine ve onların manevi problemlerine cevap veren çeşitli imajlar içeren bir lisanla sunulur. Yıldızlar, çok şiirsel ve romantik olan güneşin batışı gibi imajlar bu şiirselliğe eşlik ederler. Küçük Prens'in çocuksu düşünceleri ve bu düşüncelerinin çok derin anlamlar içermesi esere şiirsel güzellik katan etkenler arasındadır. Eser yapmacıktan uzak sade bir anlatıma sahiptir. Küçük Prens'in çocuk olmasına karşın büyüklerden daha olgunca düşünen hareket eden bir çocuk olması eseri daha anlamlı kılmaktadır.

Bunların dışında çağdaş dünyanın eleştirisi, arkadaşlık, yalnızlık, sessizlik, ve ölüm dikkate değer temalar arasında yer alırlar.

Arkadaşlık teması tıpkı sevgi teması kadar önemlidir eserde. Zira gerçek arkadaşlık sevgiden bir kan kaynamasından doğan bir yakınlıktır. Bazen bir açıklama ve karşılıklı konuşma sonrası oluşur bazen de tam tersine bir antipatiden de doğabilir. En sıkça da gizemli bir şekilde ortaya çıkar bir anlamda

açıklayamadığımız aşk duygusu gibi. Bu bir duyguyu hissetme meselesidir. Özveri, fedakarlık ve hoşgörülü olmayı gerektirir. Küçük Prens gerçek arkadaşlığın anlamını Tilkiyi tanıdıktan sonra öğrenmiştir. “Tilki ile Küçük Prens arasındaki diyaloglar bize gerçek arkadaşlığın, karşılıklı güven duygusunun sırdaşlığın, birbirinin ruhunu keşfetmeyi öğretir. Yalnız bu çok hassas bir ortamı gerektirir aksi bir durumda en ufak bir şey her şeyi alt üst edebilir” [2]. Gerçek arkadaşlığı bunun yanında acı ve sevinci de öğrenmiş olan Küçük Prens, çölde tanıdığı pilota da bu gerçeği öğretir. Küçük Prens ile pilot arasında oluşan arkadaşlık birbirlerinden ayrıldıktan sonra da devam edecek olan sonsuz bir arkadaşlığa dönüşür. Küçük Prens, Pilota yıldızların kendisine gülümsediğinden bahsetmiştir. Ayrılmış olsalar bile yıldızlara baktıklarında birbirlerini hatırlayacaklarını böylelikle bütün yaşamları boyunca arkadaş kalabileceklerini söyleyerek oldukça gizemli kozmik bir boyuta kapalı bir şekilde de sembolizme götürür anlatıyı. Küçük Prens her şeyden önce kalbe seslenir. Hiç bir menfaate dayanmayan samimi içten bir arkadaşlığın mesajını verir. Hayatın zorlukları, değişkenlikleri ve olanca acımasızlıklarına rağmen arkadaşlığı yaşatmanın gerekliliği vurgulanır. Bize göre bu konuda en doğru olanı çocuk kalmaktır. Zira, insan sürekli değişim içerisinde olan bir varlıktır. Çocukluğun kaybolmasına paralel olarak, her gün biraz daha büyüdükçe çocukluğa özgü masumiyetini ve saflığını da kaybeder.

Yazar, Küçük Prens ile karşılaşmayı sağlamak için çölü seçiyor. Zira çöl yalnızlığın aynasıdır ve Küçük Prens'te gezegeninden ayrılmadan önce kendisine arkadaş olarak bir gül ile yaşamaktaydı. Aynı şekilde, Küçük Prens'in ziyaret ettiği Asteroitler sadece bir tek kişinin ikamet ettiği yerlerdir. Exupéry yalnızlık temasını her fırsatta kullanarak herkesin mutlaka bir dosta ihtiyacı olduğunu belirtmeye çalışıyor. “*insanın, bir dostunu unutmaması çok acıdır. Herkes bir dost edinemez*” [5] sözleriyle de gerçek arkadaşlığın ve dostluğun önemine işaret ediyor.

Daha sonra eserde yer yer insanı düşünmeye sevk eden sessizlik temasını görüyoruz. Bu kısımlarda birtakım “içe yönelişlere” maneviyata yönelişler olur. Bunun yanında ölüm teması da kendisini açıkça hissettirir. Yılan tarafından sokulma sonucu topraktan yaratılan insanın toprağa geri dönüşü ima edilir. Küçük Prens'in ölüm temiyi değinmek istediği, insanoğlunun yaşamında yadsınamaz bir realite olan ruh ve onun ölümsüzlüğüdür. Eserin yalnızlık ve ölüm konusundaki ince mesajları bizi bir kez daha *Küçük Prens*'in çocuklara mı yoksa yetişkinlere mi hitap ettiği tartışmasına götürür: Eser her ne kadar çocuklara özgüymüş gibi görünse de özellikle ölüm konusundaki mesajların çocuklar tarafından kolaylıkla anlaşılabilmesini söylemek doğru olmayacaktır. Bu yönüyle bakıldığında daha çok yetişkinlere yönelik düşündürücü kısımlar yer almaktadır. Eserin mitlere özgü bu manevi özelliği

göstermesi onu daha anlamlı kılmaktadır.

Eserde olağanüstüye, nükteye - ki bazen ilkel tarzda resimlemelerle vurgulanmış - ve özellikle de tinselliğe başvuru kaderin getirdiği zorluklara, baskılara, maddenin sınırlamalarına ve fiziki kaybolma korkusuna karşı gelmeye imkan tanımaktadır. Böylelikle, adı Küçük Prens olan bir kahramanın bir yıldızdan diğerine, bir buluştan başkasına koşması, uzak ülkelere seyahat etmesi, bu poetik anlatıyı felsefi fabl geleneğine bağlayan ilk öğretiyeye özgü seyahatler olarak değerlendirebiliriz. Kendine has özgünlüğü içinde, *Küçük Prens* bir yorum çokluğu telkin eder ve imgelerle dolu, hatta kapalı bir dil yardımıyla ahlaki bir inanç bütününe ifade eder. Eserde kullanılan ve deşifre edilmeden tam olarak anlaşılabilen bu dile "bir mitos dili" [7] diyebiliriz. Yıldızlar, gökyüzü, Astéoridler ve dünya arasındaki çok hızlı geçişler kurmaca anlatıya özgü bir şekilde cereyan etmekte ve sonuçta her şey açık ve anlaşılır verilmemekte çeşitli imge ve imalarla göndermeler yapılmaktadır. Umberto Eco bu konuya yönelik olarak şunları söylemektedir: " Bu tür hızlı anlatı, olayları ve kişileriyle bir dünya kurarken, bu dünya ile ilgili her şeyi söyleyemez. Belli şeylere değinir ve kalam için okurdan bir dizi boş alanı doldurarak işbirliği yapmasını ister" [8]. İşte *Küçük Prens*'te her şeyin açıkça ifade edildiğini söyleyemiyoruz. Eser böyleleri bir belirsizlik içinde biter. Bizim burada yapmağa çalıştığımız da bu belirsizliklerin örtüsünü belli bir oranda kaldırmaya çalışmak olacaktır.

IV. KÜÇÜK PRENS'İN GİZEMLİ YOLCULUĞU VE ÇAĞIN ELEŞTİRİSİ

Saint Exupéry'nin eseri oldukça didaktiktir. Evrensel değerlerin bir sözcüsü gibidir. Düşsellik yoluyla bize, hayatı, dünyayı ve insani ilişkileri öğretmeyi amaçlar. Bu bakımdan eseri bir anlamda çağın eleştirisi olarak yorumlamak da mümkündür. Bu küçük kitap, sevgi, arkadaşlık, duygulanma, karşılıklı anlayış ve hoşgörü hakkında o kadar çok şey anlatıyor ki: "Yüz felsefe kitabının yapamadığını yapıyor, çocuğu ve insanı gelecekteki kendi sorumlulukları karşısına koyuyor" [2]. Saint Exupéry çok ince bir şekilde insanların arzu ve istekleri karşısındaki doyumsuzluklarını dile getirirken onların maddeye ne kadar önem verdiklerini, ama bütün sahip olduklarının bile kendilerini fakirlikten kurtaramadığının altını çizmektedir. Bu fakirlik tabii ki maddi fakirlik değil; yazara göre insanlar sevgi, dostluk ve arkadaşlık fakiridirler. Dolayısıyla, insan, yaşantısına zevk veren gerçek değerlerden duygulardan yoksundur. Bu yaklaşım yazarın moralci tarafını da açıkça göstermektedir. Exupéry, bolluk içindeki dünyamızı azla yetinen kanaatkar sade ve ıssız çöl medeniyeti karşısına çıkarır ve XX. Yüzyıl insanına imalarda bulunur. Mekanın çöle çekilmesi esere ayrı bir anlam kazandırır: Çölün ölü dünyası bir mucize yaratır; bir adam ile bir çocuk arasında derin bir sevgi bağı oluşur. İnsanın gerçeği ancak yüreğiyle görebileceğine, gözün hiçbir şeyin aslını

göremeyeceğine işaret edilir. Eserde anlatıcı çölde uçağının arıza yapması sebebiyle karşılaştığı oldukça ilginç bir olayı anlatmaktadır. Çölün ortasında arızayı gidermeye çalıştığı sırada birdenbire kendisine seslenen ve ondan bir koyun resmi çizmesini isteyen bir sesle irkilir. Bu, küçük bir prensi andıran sarışın bir çocuktur. Bu sevimli çocuk kendi halinde ancak bir evden biraz genişçe bir gezegende çok sevdiği sulayıp koruduğu bir gül ile birlikte yaşıyordu. Yaşadığı gezegen konusunda parantez açıp bir açıklama yapmanın doğru olacağı kanaatindeyiz. Anlatıcı Küçük Prens'in gezegeninin Asteroid B 612 olduğuna inanıyordu. Bu Asteroid hakkındaki düşüncesine kaynak olarak ta bir Türk gökbilimcisi göstermesi bizim açımızdan daha büyük bir önem arz etmektedir. "*Türk Gökbilimcisi, o zamanlar, buluşunu Uluslararası Astronomi Kongresi'nde açıklamıştı. Ama kılığı yüzünden kimse inanmamıştı ona*" [5]. Bu açıklamanın arkasından gelen paragrafta ise aynı konuyla ilgili şu sözler yer alır:

Asteroid B 612'nin şansı varmış ki bir Türk önderi halkını, Avrupalılar gibi giyinmeye zorladı. Gökbilimci, buluşunu 1920 yılında, çok şık bir giysiyle bir kez daha sundu. Bu kez, herkes ona inandı [5].

Burada söz konusu edilen Türk önderi Mustafa Kemal Atatürk'tür. Eserin çevirisinde olmayan ama Fransızca'sında yer alan dikkat çekici nokta; Mustafa Kemal'in bir diktatör olarak tanımlanması ve halkını ölüm cezası korkusuyla Avrupalılar gibi giyinmeye zorladığı ifadesidir [5]. Mustafa Kemal'in Hitler veya Mussolini gibi diktatör olarak tanımlanması son derece yanlıştır. Ona diktatör sıfatını yakıştıran yazarın bu hatasını, Atatürk'ü ve onun yapmak istediklerini iyi kavrayamamış olmasına bağlıyoruz. Bu gökbilimcinin kıyafet konusu ve şekle yönelik değerlendirmelere gelince; Bundan seksen yıl önce batılıların bu konuda takındıkları tavır ve bugünkü gelinen nokta çok anlamlıdır. Bugün bu tür konularda insanlığın bakış açısının değişmiş olduğunu, önyargıların yerini hoşgörüye bıraktığını, dış görünümünden ziyade içeriğe önem verildiği bir anlayışın hakim olduğunu söyleyebiliriz.

Bu açıklamadan sonra Küçük Prens'in büyük macerasına dönebiliriz. Küçük Prens'in birlikte yaşadığı ve üzerine titredığı gülü oldukça kibirli, kendini beğenmiş bir çiçektir. Birbirlerini çok sevmelerine rağmen, Küçük Prens onun bu tavrından rahatsız olmuş ve kaprisli tavrının tamamen etkisinde kalmamak için de göçmen kuşların göçünden yararlanarak gezegenini terk etmiştir. Yeryüzüne doğru yaptığı seyahati sırasında 325-326-327-328-329-ve 330 numaralı küçük gezegenlerin bulunduğu yere gelir. Bu Asteroid'leri ziyaret ederek onları tanımak ister. Sadece insanlarla iletişim kurmaz aynı zamanda hayvanlar ve bitkilerde onun muhatabı olurlar. Aynı gezegeni paylaşan her canlının hal diline yönelik örnekler yer verilir. Çiçeklerin ve hayvanların neyi çağrıştırdığı ve bu varlıklarla insanlar arasındaki ilişkiler

kendi hal dilleriyle verilmeye çalışılır. Saint Exupéry sözlü anlatım yanında sözsüz anlatım biçimine de yer vermiş ve bunu çok usta bir şekilde kullanmıştır. Karakaya'nın bu konuya yönelik açıklaması şöyledir: "*Küçük Prens*, söz dışı aktarım ile ilgili üst kurmaca yorumlar yapar. Yazar, burada sistem dili olan üst dil ile konuşmaktadır. Örneğin her gezegenin bir dili vardır. Küçük Prens gezegen üstüne çıkıp asıl evrenleri seyretmektedir ve ona uygun dil kullanma arzusundadır. Burada gezegenin oluş, yani hal dili konuşturulmaktadır" [9].

İlk ziyaret ettiği gezegende bir kral bulunmaktadır. Bu kral gezegende kendisinden başka kimse olmadığı için makamı gereği emir verme ve hükmetme duygusuna hasret kalmış birisidir. Küçük Prens'i görünce birinin kralı olma şansını yakaladığı için çok sevinir. Öylesine sevinir ki Küçük Prens'in esnediğini görünce ondan tekrar esnemesini ister. Mutlak bir kraldır ama çok iyi yürekli olduğundan akla uygun isteklerde bulunur. Hatta bu konuda şöyle bir örnek vererek kendi tutumunu açıklığa kavuşturur:

Bir generale bir kelebek gibi çiçekten çiçeğe uçmasını, bir oyun yazmasını yada deniz kuşu kılığında girmesini buyursam ve general de benden almış olduğu buyruğu yerine getiremezse, o mu, yoksa ben mi haksız olurum? [5].

Bu açıklamayla herkesten ancak yapabileceği şeyi istemek gerektiğine işaret eder. İnsanın her ne olursa olsun hangi makamda bulunursa bulunsun başkalarından isteklerinde ölçülü ve mantıklı olmalarını öğütler. Bu karşılaşma bununla bitmez, Küçük Prens'le kralın arasında çok ilginç konuşmalar geçer. Ama sonuçta Küçük Prens bu ortamdan sıkılır gitmek ister. Kral ona gitmemesi için çeşitli tekliflerde bulunur. Hatta onu Adalet Bakanı yapmak ister. Küçük Prens'in orada yargılanacak kimse olmadığını söylemesi üzerine iyi yürekli olduğu kadar akıllı da olan kral "*sen de kendi kendini yargıyorsun*" [5] diyerek çok anlamlı bir cevap verir.

Burada Küçük Prens'in kralla yaptığı konuşmalardan iki nokta üzerine dikkat çekilir: birincisi herkesten ancak verebileceğini istemek gerektiği, diğeri de insanın kendini yargılaması, zaman zaman da olsa özeleştiri içerisinde bulunması vurgulanır.

Küçük prens oradan ayrılırken bu konuşmalar sonunda "*yetişkinler çok tuhaf oluyolar*" [5] söylemekten de kendini alamıyor. Hemen ifade edelim ki Küçük Prens her ziyaret sonrası biraz önce alıntıladığımız sözleri tekrar edecek, ama her defasında çok ince bir tonlama kullanacaktır. Bu tür bir tekrarlama ile çocuğun yetişkini anlayamaması yetişkinin de çocuğun psikolojisini tanımadığı gerçeği vurgulanır.

Küçük Prens'in uğradığı ikinci gezegende kendini beğenmiş övünge bir adam ikamet etmektedir. Burada dikkate değer husus; insanların sürekli kendilerinin mükemmel olduklarını öne çıkarma gayretlerine işaret edilmesidir. Küçük Prens, bu övünge adam ile yaptığı görüşmede "*hayran olmayı*" [5] öğreniyor. Bu, insanlara özgü bir duygu olmanın ötesinde kendi dünyasına kapanmış, yalnız başına yaşayan, çevresiyle ilişkiyi koparan günümüz insanının bir portresidir de aynı zamanda. Kendisini yargılamayan, eleştiriye açık olmayan birisinin, insanların en akıllısı olduğuna inanmasından doğal bir şey yoktur. Küçük Prens'in tanıştığı, kendini beğenmiş adam herkesin kendisine hayranlık duyduğunu ve yalnız başına yaşadığı gezegeninde kendisini en akıllı, en güzel ve en zengin biri olarak görmesi bir üstünlük karmaşası olarak yorumlanabilir.

Ziyaret ettiği üçüncü gezegende bir sarhoş oturmaktadır. Bu sarhoşla küçük prens arasında geçen diyalog sonrasında da çok önemli bir noktaya temas edilir. Saint Exupéry kimi kez bir psikolog kimi kez bir pedagog gibi davranır bu görüşmelerde. Üçüncü ziyaret sırasında insanların kötü alışkanlıklarından en ciddi ve tehlikelisi olan içki alışkanlığına değinilir. Hem içki içip hem de onun utancını duyan insanın ruh hali ortaya konulur. Niçin içki içtiğini soran Küçük Prens'e sarhoşun cevabı bildiğimiz günümüz insanının bu durumda vermiş olduğu cevaptır: "unutmak için". Gerçekten de bu sözü sık sık duyarız. İnsanların dertlerini, sıkıntılarını bir an olsun unutmak için içki içtikleri bir gerçektir. Hatta bazen içki sevincin ve mutluluğun yaşandığı anlara da eşlik eder. Yalnız burada bu klasik cevabı daha anlamlı ve ilginç kılan farklı bir yaklaşım söz konusudur. Zira Küçük Prens'le konuşan sarhoş "*utandığımı unutmak için*" [5] diyerek şaşırtıcı bir cevap verir. Evet insanların unutmak için içtiklerini biliyoruz ama utançlarını unutmak için içtiklerini bu vesileyle öğreniyoruz. Bu gerçekten çok anlamlı bir ifadedir ve insanın bunun üzerinde ciddi bir şekilde düşünmesi gerekir. Bir kez daha yetişkinler Küçük Prens'i şaşırtmışlardır. O da "*yetişkinler de pek tuhaf oluyolar, gerçekten*" [5] diyerek yoluna devam eder.

Sarhoşun yanından ayrıldıktan sonra bir işadının oturduğu bir gezegene uğrar. İşadamı öylesine dalmıştır ki, küçük Prens yanına gelince başını kaldırıp yüzüne bile bakmaz. Sürekli sayıları telaffuz eden bu işadamı kendisinin hiç boş zamanı olmadığını ve ciddi birisi olduğunu sürekli tekrar edip durur. Yıldızların bile kendisinin olduğunu söyleyecek kadar mülkiyetçi, her şeye sahip olma, tekeline alma (monopolisme) duygusuyla hareket eder. Burada maddeci bir yaklaşım söz konusu edilir. Çağımızın belki de en önemli eleştirisi sayılacak bir konudur. Sahip olma tutkusunu öylesine bir hal almıştır ki yıldızları da kapsayacak şekilde insanımızın gözünü karartmış, kendisinden başkasını göremez ve tahammül edemez hale gelmiştir. Bu anlayış sosyal adalet, özgürlük, paylaşım ve yaşama hakkını da ciddi

anlamda tehdit eder bir boyuta gelmiştir. Hikayede anlatılan işadamı öyle ki diğer insanları aşağılamakta onların düş kurmasını bile çok görmektedir. Yıldızları Küçük Prens'e açıklarken " ... hani işsiz güçsüz olanların bakıp düş kurdukları şu parlak küçük şeyler. Ama ciddi birisiyim ben! Düş kurmaya zamanım yok" [5] diyerek alaylı tavrını sürdürmektedir. Ama gerçek şu ki bu alaylı ifadesi içinde hem günümüzün en büyük problemi işsizliğe hem de insanımızın ruh haline göndermede bulunmaktadır. Küçük Prens bu işadamının yanından ayrılırken kendi kendine bu kez de: "şu yetişkinler, gerçekten de çok olağanüstü yaratıklar" [5] diyerek yoluna devam eder.

Beşinci gezegen bir sokak feneriyle fener yakıcısını içine alacak büyüklükte bir mekandı. Küçük Prens, gökyüzünde bir yerde, evsiz, hiç kimsenin olmadığı bir gezegende, bir sokak feneri ve yakıcısının ne işe yarayacağını anlamamış olacak ki sokak feneri yakıcısıyla konuşmaya girer. Sokak feneri yakıcısı sürekli feneri yakıp söndürür. Niçin böyle yaptığını soran küçük Prens'e daha önceden hazırlanmış "yönerge" den bahseder [5]. Yönergeye göre sabahleyin feneri yakıyor akşamları söndürüyordu. Günün geri kalan zamanında dinleniyor, geceleri de uyuyordu. Şimdi ise her dakika yakıp söndürmek zorunda olmasının sebebini de gezegenin yıl geçtikçe daha hızlı dönmesine bağlıyordu. Bu yüzden sürekli yakıp söndürüyordu. Açıklamasına göre gezegenin hızı değişmiş ama yönerge değişmemişti. Burada altı çizilmesi gereken husus; değişen şartlara uyma zorunluluğudur. Günümüzde bunun örneklerine sıkça rastlamaktayız. Teknolojinin baş döndürücü bir hızla geliştiği dünyamızda hiçbir şey süreklilik gösterememektedir. Gün geçmiyor ki dünyanın buluşu bugünün eskisi olabiliyor. Bu denli hızla değişen çağımızda koşulların gerektirdiği değişime gitmek kaçınılmaz bir zorunluluk olmaktadır. Bu yüzden yeni yapılanmalar karşısında yeni yönerge ve yasaların hazırlanması böyle bir zorunluluk gereğidir.

Altıncı gezegen on kat daha geniş bir gezegendi ve burada kocaman kitaplar yazan kocaman bir adam oturuyordu. Bu adam yaşlı bir coğrafyacıydı. Küçük Prens onunla tanışır ve onun "denizlerin, ırmakların, kentlerin, dağların ve çöllerin nerede olduklarını bilen bir bilgin" [5] olduğunu anlayınca ona bu konulara ilişkin bazı sorular sorar. Küçük Prens ona "gezegeninizde okyanuslar, dağlar, kentler, ırmaklar çöller var mı? [5] diye sorduğunda yaşlı adam coğrafyacı olduğunu, ama araştırmacı olmadığını sadece araştırmacıların yaptığı, gözlemlediği, keşfettiği bulguları not ettiğini açıklar. Bu diyalogdan araştırmacının nasıl çalışması gerektiğine, öne sürdüğü her iddiasını kanıtlamak zorunda olduğuna dikkat çeker. Üstü kapalı olarak bilimsel araştırma metodlarına özgü bazı göndermelerde bulunur. Ashında yaşlı adamın coğrafyacıyı gezip dolaşamayacak kadar önemli birisi olacak değerlendirmesi biraz imalı bir şekilde bilim adamına yönelik bir eleştiri olarak değerlendirilebilir. Bir

bilim adamının görevi araştırmalar yapmak, çeşitli bulguları değerlendirmek, deney ve gözlemlerde bulunmak, buluşunu bilimsel metotlara dayandırarak kanıtlamaya çalışmaktır.

Küçük Prens son ziyaretini Dünya'ya yapar. Buraya özgü bazı verilerden bahseder birtakım rakamsal ifadelerde bulunur. Ona göre dünyada :

"yüz on bir kral, yedi bin coğrafyacı, dokuz yüz bin işadamı, yedi buçuk milyon sarhoş, üç yüz on bir milyon övünge, yani toplam olarak iki milyara yakın yetişkin vardır" [5].

Buna benzer bilgileri vermesine rağmen, Küçük Prens dünyaya varıp da kimseyi göremeyince oldukça şaşırır. Afrika'nın çölünde ilk kontak kurduğu yaratık bir yılan olur. Küçük Prens yılanla dünyadan ve insanlardan bahsetmeye başlar. Küçük Prens "insanlar nerede? İnsan biraz yalnız kalıyor çölde" dediğinde yılanın cevabı çok anlamlı olur: "insanların arasında da yalnız kalır insan" [5]. Gerçekten de, insan başkalarıyla iyi ilişkiler kuramaz dostluklar oluşturamazsa yalnız kalır. Bu söz aynı zamanda insanların birbirlerinden uzaklaştığı bireycil bir anlayışın hakim olmaya başladığına da işaret etmektedir. Yılanın diğer bir sözü daha olur ki oldukça ilginçtir: "Dokunduğum insanı, çıktığı yere, toprağa sokarım yeniden" [5]. Burada yaradılışa özgü bir göndermede bulunarak insanın ölümlü olduğunu topraktan gelip tekrar toprağa gideceğini metaforik bir şekilde yılanın ağzından yansıtır. Yılan - Küçük Prens ilişkisinde dikkate değer bir diğer nokta da yılanın dünyaya özgü eleştirisi, imalı bir anlatım yer alır.

"şu kaya kadar sert dünyada, böylesine güçsüz olduğum için acıyorum sana. Günün birinde, gezegeni çok özlersen, sana yardım edebilirim. Hem ben..." [5].

Burada açık bir şekilde Saint Exupéry yılanın ağzından dünyanın eleştirisini yapıyor. Sevginin, merhametin, dostluğun, arkadaşlığın ve insani değerlerin yok olduğuna insanların çok katılaştığına acımasızlığına, yaşam şartlarının ağırlığına, insanların sadece kendilerini düşündüklerini ima eder gibidir. Bunun yanında Küçük Prens'in güçsüzlüğüne bakarak güçlü olanın zayıf olanı ezdiği, zulmettiği, hatta ortadan kaldırmaya çalıştığı bir anlayışın hakim olduğunu ifade eder. Bugünkü yaşadığımız ortam böylesi bir anlayışın nasıl korkunç bir boyuta ulaştığının göstergesidir. Büyük balığın küçük olanı yutması gibi, güçlü insanın zayıfı, büyük şirketlerin küçük sermayeleri, ekonomik ve siyasi açıdan güçlü ulusların diğerlerini yok etmeye, sindirmeye, güçsüz bırakarak kendilerine bağımlı hale getirmeye çalıştığı bir yüzyılın resmidir adeta ima edilen.

Küçük Prens'in en son uğrak yeri olan dünyada Afrika kıtasında bir çölün ortasında bulunması çok ilginçtir. Çöl tıpkı ziyaret ettiği gezegenler gibi ıssız ve

kimsesizdir. Orada da yalnızlık hakimdir. Hiçbir şey görülmez, hiçbir şey işitilmez. Küçük Prens çölün bu yalnızlık ortamında kumlar, kayalar arasında dolaşırken çiçek açmış bir gül bahçesine rastlar. Onlarla konuşur ve bir gerçeği öğrenmenin üzüntüsünü duyar. Çünkü o, daha öncede belirttiğimiz gibi, gezegenlere yapacağı seyahat öncesi bir çiçekle yaşıyordu. Burada binlerce gülü bir arada görünce: “*eşsiz bir çiçeğim olduğundan kendimi zengin sayıyordum, oysa sıradan bir gülüm varmış* [5] diyerek ağlamaya başlar.

İşte tam o sırada karşılaştığı bir tilki, Küçük Prens’e sevginin eşsiz güzelliğini öğretir. Ona, bir hayvanın evcilleşmesi sonucu insanla aralarında sevgi bağının kurulduğunu açıklar. Kendisinin de buna ihtiyacı olduğunu, bir insanla dost olmak istediğini söyler. Bir şeyi sevmek için onun dünyada kendi türünün tek örneği olmasının gerekli olmadığını önemli olanın sevmek ve sevilme olduğunu anlatır. Tilki, Küçük Prens’e sevginin, dostluğun ne demek olduğunu anlattıktan ve onunla dost olduktan sonra, ona tekrar gül bahçesini gidip görmesini söyler. Ancak o zaman küçük Prens’in kendi gülünün değerini anlayabileceğini ifade eder. Bu açıklama Küçük Prens’in bakış açısını değiştirir. Sevginin ne olduğunu kavrayan Küçük Prens kendi gülünü oradakilerden farklı sevdiğini anlar ve onu yeniden bulmak ister. Ayrılık vakti geldiğinde Tilki ona işte şu sihirli sözü söyler; “*insan ancak yüreğiyle gerçeği görür. Göz, hiçbir şeyin özünü göremez*” [5]. İşte eserde bütün anlatılmak istenen bu cümlede gizlidir. Yani insanın içten sevmesi bu duyguyu kalbinde her an hissetmesi gerektiği vurgulanır. Hikayede sevgi sözcüğünün gerçek anlamına dikkat çekilir.

Dünyada yaptığı görüşmelerde, Küçük Prens, insanların buldukları yerden hiç memnun olmadıkları gerçeğini açığa vurur. Günümüz insanının mutsuzluğu, hiçbir şeyden tatmin olmadığı, doyumsuzluğu, aç gözlülüğü vurgulanan konular arasındadır.

Küçük Prens’in bu gizemli seyahati sırasında sadece insanlar ve onlara yönelik konular ele alınmaz, aynı zamanda hayvanlar, bitkiler ve kozmik boyut da bu öykünün önemli parçalarını oluştururlar. Bütün bu yaratıklar doğaüstüdürler. Hayvanlar ve bitkiler hikayede dekor olarak yer almazlar, tam tersine en önemli kahramanlar arasında yer alırlar. Hikayenin akışı içerisinde mitlere özgü özellikler gösterirler. Her şeyden önce bu varlıklar konuşurlar. Bir bitkinin oluşumu söz konusu edilir. Yılanın ağzından ölüm konusuna değinilir. İnsanın ölümlü bir varlık olduğu gerçeği vurgulanır. İnsanlığın önemli sorunları açık bir şekilde ortaya konulmaksızın onlara çeşitli sembol ve imalar aracılığıyla cevap verilir. Bütün bunlar mit özellikleridirler ve Küçük Prens masaldan çok mit özellikleri içeren bir kitaptır. Mit ve masal boyutunu daha ilerde inceleyeceğimizden şimdilik bu kadarla yetinmek zorundayız.

Küçük Prens’in anlatıcıya anlattığı bu anıların hepsinde çok güzel sır dolu manalar taşıyan ifadeler gizlidir. Eserde vurgulanmak istenen yaşamın anlamı, sevginin önemidir. Yaşanılan yer ister bir başka gezegen olsun, ister bir ev, ister yıldızlar isterse çöl olsun, yaşamı güzel yapan anlamlı kılan şey sevgidir. Gerçek anlamda sevmek, insanı bütün kötü duygulardan arındırır. Acıma, merhamet, hoşgörü, paylaşım, küçüklere sevgi, büyüklere saygı hep bu duyguya bağlı olarak gelişirler. Aksi takdirde kin, nefret, intikam, aldatmaca, yalan, acımasızlık, hoşgörüsüzlük gibi kötü duygular insan yaşamına egemen olur ki böylesi bir ortam hayatı yaşanmaz kılar.

Bütün bu gezegenlerde tanıtılan kişiler ve anlatılan olaylar aracılığıyla yazar, kral olabilirsin, kendinle övünebilirsin, zengin olabilirsin ama eğer yalnızsan kendi dünyanla baş başa isen, yaşamın ne anlama geldiğini sevginin her şeyin temeli olduğunu bilmiyorsan sahip olduğun makam, mevki, mal, mülk hiç bir şey ifade etmez demektir. Hayat, sevgiyi birileriyle paylaştığında gerçek dostlar edindiğinde bir anlam kazanır. Küçük Prens’te yalnızlık teması bir dostta, gerçek bir arkadaşta sahip olma duygusuna yönelik olarak işlenir. Küçük Prens, bu gizemli yolculuğu ve bu yolculuk sırasında yaşadıkları, sır dolu ifadeleri ve ilginç diyaloglarıyla bizi oldukça önemli bir tartışmayı başlatmaya iter.

V. KÜÇÜK PRENS MİT Mİ YOKSA MASAL MI?

Bildiğimiz gibi yazar, kendi okuruna yol göstermek için onunla bir takım işaretler aracılığıyla anlaşır. Bu işaretler bazen kitabın kapağındaki resimlemelerle, bazen önsöz aracılığıyla veya giriş cümlesiyle kendini gösterir. Kimi zaman da bu işaretler belirsiz olabilir o durumda okuyucu tarafında bazı ikilemler yaşanır. Mesela ele aldığımız Küçük Prens buna güzel bir örnek teşkil ediyor. Eserin adının küçük Prens olması çocuklara özgü bir öykü olabileceği izlenimini uyandırırken ve eserin “Bir zamanlar... Küçük bir Prens veya Kral varmış!”, diye başlamasını beklerken farklı bir başlangıçla okuyucuyu şaşırtması gibi. Giriş öncesi, yazarın önsözde kitabı bir yetişkine adadığını söyleyerek çocuklardan özür dilemesi bu konuda bir açıklama yapma ihtiyacı duyması oldukça anlamlıdır. Aslında çocuklar açısından belirsizlik içeren bu başlangıçla, yazar yetişkin okurlara da bir anlamda göz kırpmış olur. Bu konuda daha başlangıçta eserin herkese hitap ettiğini söylemiştik. Küçük Prens derin anlamlar taşıyan, çocuk olsun, yetişkin olsun herkesi düşünmeye sevk eden zaman zaman da duygulandıran ciddi bir eserdir. Zira bu küçük kitap varoluşa özgü büyük sorunların yanında bir takım kozmik boyutları da ele alıyor ve neticede tarif edilemez bir atmosferde yüzüyor. Bu yanı sıra eser asıl tartışma konusunu da gündeme getiriyor: “Küçük Prens mit mi, yoksa masal mı?”. Bilemiyoruz, kitabın büyüleyiciliği belki de bu kuşkuyla dayanmaktadır.

Bunu açıklığa kavuşturmak için mit ve masalın genel olarak ne anlamlara geldiğine bakmak zorunluluğu vardır. Mit'i tarif etmeden önce Mitoloji'yi tanımlarsak: Kelimenin kökenine baktığımızda latince mythus, yunanca muthos (anlatı, söylence) ve logos (söz) kelimelerinden geldiğini görmekteyiz. İşte Mitoloji mitleri inceleyen ilim dalı olarak ortaya çıkar. Mitolojiler bütün medeniyetlerin temelini oluştururlar çünkü; "toplum hayatının bütün önemli anları sıkı sıkıya kendi mitolojisine bağlıdır" [10]. Etimolojik anlamda mit söz söyleme anlamına gelmektedir. Fransızca Petit Robert sözlüğü Mit'i: "insanın durumunu, doğanın güçlerini sembolik bir form altında canlandıran, varlıkları geleneksel bir anlatımla aktaran efsanevi veya masalsı bir anlatıdır şeklinde tarif etmektedir. Bir diğer tarifinde mit: insanlığın geçmiş veya hayali bir gelecek içinde idealleştirilmiş temsili sunumudur, denilirken bir başka tanımlama onu : İmgelerle dolu bir form altında bir düşüncenin ifadesi, felsefi bir doktrinin veya bir teorinin açıklaması olarak ifade etmektedir" [11].

Mircea Eliade'e göre Mit "gerçek görünümünde ama doğatüstü kahramanlarla ilk zaman içinde meydana gelen kutsal bir hikayedir, bu hikaye bir gerçeğin tamamen veya kısmen nasıl varolduğunu anlatır" [12]. Burada dünyanın, insanların, hayvanların, kutsal sayılan ayınların, geleneklerin oluşum tarzlarının sembollerle dolu bir anlatımı söz konusudur. Mit konusunda farklı bakış açılarından doğan farklı yaklaşımlar oldukça fazladır. Tokel çalışmasında "insanoğlunun bilinmezlikler karşısındaki bir yorumu, bir yakıştırmasıdır mit" [13] derken değişik mit yorumlarını da sıralamış, ayrıca mit'in tarihçesi, türleri ve işlevleri hakkında da kapsamlı açıklamalara yer vermiştir ("Mit, her zaman için bir 'yaratılışla' ilgilidir. Birşeyin yaşama nasıl geçtiğini, ya da davranışın, bir kurumun,, bir çalışma biçiminin nasıl yaratılmış olduğunu anlatır...Dinler, varlıktaki esrara (doğum, hayat, ölüm, tabii olaylar vb.) bir cevap, bir açıklama getirmektedir. Ancak bu cevap ilahi dir, aşkındır, insana *mutluktan* seslenmektedir; mitoloji ise, varolan esrara insanın bizzat kendisinin bir cevap arama savaşıdır. Bu cevabı insan salt kendi aklıyla bulmaya çalışırken, bazen dini kavram ve açıklamalardan da istifade etmiştir. Din ve mitoloji kavramları çok kaygan bir zeminde kullanıldığında aslında neyin dini, neyin mitolojik olduğu tam kestirilemez. Bu yüzden mitler genellikle tabiat olayları karşısında insanoğlunun tutumu olarak verilir. "Frazer, gerçek mitlerin; dünyanın ve insanın orijini, yıldızların hareketi, bitkilerin birbirini izleyen değişiklikleri, hava olayları, güneş ve ay tutulması, rüzgarlar, ateşin keşfi, faydalı sanatların bulunuşu ve ölümün gizemiyle ilgili olduğunu söyler". ...Eliade, son yarım yüzyılda mit'i" fabl, uydurma ve kurmaca olarak ele almak yerine, onun arkaik toplumlarda anlaşıldığı biçimiyle" benimsediğini söylemektedir. Gerçekten de bu gibi toplumlarda mit, tersine, gerçek bir öyküyü belirtir". Bizler için mitler, saçma sapan, boş

hikayeler, uydurma masallar" anlamına gelirken ilkel toplumlarda, aksine, mitler gerçek olarak kabul edilmektedir. Onlar için asıl uydurma şeyler günlük hayatla ilgili anlatılanlardır...John Dewey'e göre ise mit "ilkel insanın bilimde ileri sürdüğü zihinsel denemelerdir"....). "Modern tenkitte sık sık kullanılan mit kelimesi, din, folklor, antropoloji, sosyoloji, psikoanaliz ve güzel sanatlar gibi alanlarda da çok kullanılmaktadır. Kelimenin bazen tarih, ilim, felsefe, allegorie veya gerçek kelimelerinin zıddı olarak kullanılması alışkanlık haline gelmiştir" [14]. Görüldüğü gibi bu konu oldukça kapsamlı ayrı bir çalışma konusu oluşturmaktadır.

Masal'a gelince; Masal bütün medeniyetlerin kültürlerinde sözlü anlatım türü olarak önemli bir yer tutmaktadır. Kuşaktan kuşağa aktarma geleneği içerisinde zamanla bazı değişikliklere uğramasına rağmen "yine de başlangıçtaki büyümlü anlatıma öylesine yakındır ki onu romanesk anlatımın habercisi olarak değerlendirmek mümkündür" [15]. Kendisine has üslubuyla "masal tıpkı rüyaya benzer, onun gibi, bir sürü bilinçli veya bilinçsiz unsurlarla, istekler ve korkularla, belli belirsiz anımsamalarla ve günlük meşguliyetlerle doludur". İnsanı büyümlü bir dünyanın içine sokarak hayal gücünün uyarılmasını sağlar. "İçten bir sütannenin sesiyle veya Afrikalı bir bakıcının sesiyle olsun, masal bize dünyayı tanımaya, bir bilgiyi ve mutlu bir gelecek umudunu iletir. Zira masal hep mutlu sonla biter. İnsana öylesine gerekli olan bu umut masalın evrenselliğini oluşturur" [16].

Mit ve masal zaman zaman birbirine karıştırılmaktadır. Zira; masal olsun mit olsun geçmişe yönelik olarak zamanın belirtilmediği olağanüstü olaylardan bahsetmeleri sonucu aralarında pek fark yokmuş gibi bir izlenim bırakırlar. Tokel Mit ve Masal arasındaki en önemli farkın zaman kavramı olduğuna dikkat çekerek şu açıklamayı yapar: masalarda "bir varmış bir yokmuş formülü belirli bir anlamı olmayan bir zamanı gösterir, oysa mitlerde zaman çok önemlidir" [13]. Anlatılan hikaye hep başka bir zaman içinde meydana gelir. Yani anlatım daima geçmiş zamanla ve bir başka mekanda verilir o sırada anlatıcı ve alıcı yerlerini alırlar. Böylece, bildiğimiz o meşhur sözlerle başlanır masala: "bir zamanlar veya eskiden" denilirken daha başlangıçta masal dünyası ile kendi dünyamızı, hayalle gerçeği ayıran mesafe belirtilir. Masalarda zaman ve mekan çoğu zaman belirsizdir. Bu yüzden masal mevcut dünyanın dışında cereyan etmiş izlenimi bırakır. Bu açıklamalar ışığında Küçük Prens'e gelince; her şeyden önce bu kitapta masallara özgü bir başlangıç göremiyoruz. Ama anlatı içerisinde bir yerde Saint Exupéry bu öyküye, bir peri masalına başlar gibi başlamayı isterdim diyerek şunları ekler: " *zamanın birinde, kendinden biraz büyüğe bir gezegende yaşayan ve bir dost arayan bir Küçük Prens varmış...* " [5].

Bir diğer önemli nokta: Küçük Prensi masaldan

çok mite yaklaşır yanındır. Eserde zaman ve mekânın durumu pek açık değildir. Anlatıcı Küçük Prense karşılaşmasını “*ta ki bundan altı ay önce, Sahra çölünde uçağım bozuluncaya dek*” [5] diyerek tarihlendirmiştir. Hangi tarihten itibaren altı ay öncedir belli değildir. Aslında Saint Exupéry 1935 yılında Libya’dan çölü geçme girişimi sırasında maruz kaldığı arızayı ima etmektedir. Bunu açıkça söyleyebilir ve zaman ve mekân belirsizliğini ortadan kaldırılabildi. Anlatım içerisinde “*ilk akşam*”, “*üçüncü gün*”, “*dördüncü gün*”, “*sekiz gün*” gibi zamana özgü farklı imlemelere başvuruyor. Yazar, zaman ve mekânı net bir şekilde vermektan kaçınmaktadır. Çöl zaten mekân olarak sonsuzluk belirsizlik ifade etmektedir. Zira orada “*hiçbir şey görünmez. Hiçbir şey işitilmez. Ama yine de sessizce bir şeyler yaparlar*” [5]. Bu açıklamadan da anlaşıldığı gibi çöl derinlik sessizlik ve gizem içermektedir. Böylesi bir ortamda mekânı tarif etmek mümkün değildir. Uçak ise zamana özgü bir belirti gibi görülmekte belirli bir dönem içerilmekten uzaktır. Burada basit bir dekor unsuru diyebiliriz. O halde Saint Exupéry eserine mitimsi bir hava vermeye çalışmıştır. Uzak bir geçmiş içerisinde ilk dönemlerin şartıcı olağanüstü olaylarını çağrıştırmak istemiştir. Bu da Mircea Eliade’ın şu tespitine uygun düşmektedir: “*insan mitleri ‘yaşarken’, kutsal olmayan ve kronolojik özellikteki zamanın dışına çıkar, nitelik açısından farklı bir zamana, hem en eski hem de sonuza dek yakalanabilecek olan ‘kutsal’ bir zamana açılır*” [13].

Masallar kurmaca hikayeler olarak kendini gösterir. Bu hikayede her şey mümkündür her çeşit gerçek dışı olaylar bulunur. Yüz yıl boyunca uyuyan kahramandan tutun, olağanüstü güçlerle donanmış nesnelere, kötüyü kötülüğü zafere ulaştıran zayıf varlıklara kadar her şey mümkündür. Masal kanunları gerçek dünyanın kanunlarıyla asla örtüşmez. Bu yüzden masalın kapalı bir form olduğu söylenebilir. Bunun dışında kahramanlar tek parça (monolitik), tek boyutludurlar [17]. Masal, genellikle korkunç olağanüstü görünüşleri dile getirir. Peri masallarında, büyü her ana müdahale eder. Ejderhalar, at vücutlu tek boynuzlu tasarlanmış masal hayvanları, olağanüstü yaratıklar cinler, melekler ve perilerle doludurlar. Onlar bu halleriyle hayal gücümüzü harekete geçirirler ama hiç bir şekilde endişeye kapılmamıza sebep olmazlar. Sonları iyi bitse de masalın akışı içerisinde ölüm, kabus, vampirler ve uğursuzluklar oldukça şartıcı heyecan verici bir atmosfer oluştururlar. Burada, masalçı okuyucunun dikkatini uyanık tutmak için elinden geleni yapar. Bilindiği gibi masal bireyin kaderini ele alır. Olaylar daha çok bu eksen etrafında gelişir. Sonuçta eğer masal, bir birey üzerine kurulu ise, kahraman burada sosyal çerçeveye uygun olarak daima ortak değerlerin arayışında olacaktır. *Küçük Prens* bu özelliği kısmen göstermektedir. Tilkiden öğrendiği sevgi kavramı ve sorumluluk duygusu insanlığın ortak değerlerinden yalnızca bir kaçıdır. Eğer *Küçük Prens* bir masal ise, o zaman masalda ulaşılması hedeflenen ortak değerlerin yeniden kazanılması

noktasında *Küçük Prens*’te beklenen olmamıştır. Masalın sonuna doğru oluşan denge ve düzene geri dönüş gerçekleşmemiştir. Bu anlamda, masal, kendi bütünlüğü içinde daha ziyade insanı ilgilendiren mit’ten kesin olarak ayrılır. Daha çok bir bireyi ilgilendiren masalın aksine, mit varoluşa ve evrenselliğe özgü büyük sorunları ortaya koyar ve kozmik dengeden bahseder [1]. Yapısalcı inceleme masallardaki ana kalıp düşüncesi üzerinde durur. “*Bu düşünce ışığında bütün masallar dengenin kopmasından kahramanın zafere ulaşmasına kadar bu alışılmış sıkı yapı üzerine kurulurlar. Masalda geçen tüm olaylar kahramana nazaran anlamlıdır. Masallarda her zaman yedi tip bulunur. Burada değişen kahramanlar değil rollerdir. Zira her kahraman aynı zamanda bir çok rolü üstlenebilir: mesela kahraman, sahte kahraman, prenses, bağışçı, gönderen, saldırgan ve yardımcı gibi*” [1]. Masallara özgü bu yapı Küçük Prenste bulunmamaktadır. Açık bir şekilde rakibi yoktur. Kimseye meydan okumamaktadır. Yazar, Küçük Prens’in karşısına olağanüstü güçleri, tanrıları da çıkarmamıştır. Bu yönüyle Michel Zéraf’a’nın açıklamasına paralel bir gelişme göstermektedir: “*Mitik düşünce, tanrıları insanların karşısına çıkarmaz, insanı kutsallaştırır ve kutsalı da insanlaştırır*” [18]. Küçük Prens’in gökyüzünden yeryüzüne inişi ve insanlığa özgü evrensel değerlerin arayışına çıkması bu bakımdan çok anlamlıdır. Küçük Prens, kahramanın savaşaacağı, çeşitli tehlikelere maruz kalacağı ve sonuçta zafere ulaşacağı bir olayı içermemektedir. “*Yılan bile, bir an düşündürse de böyle bir rol üstlenmiyor. Halbuki İncil geleneğine göre yılan bir rakiptir, ama burada bu tür öngörülerini bozuyor*” [1]. Afrika mitinde bukalemun ve yılanın ebediyen yaşaması söz konusu edilir. İnanışa göre yılan sadece deri değiştirecek ve öldürülmediği sürece yaşayacaktır. Aynı durum antilop’lar içinde geçerlidir [19].

Mit’i ele aldığımızda bireyin kaderini ele alan masalın aksine, mit insanlığın kaderini ele alır. Masal kahramanının bayağı bir şahıs olduğu için adı yoktur. Böyle olunca da herkes kendisini masal kahramanı ile özdeşleştirebilir. Mit kahramanı tam tersine açık bir şekilde tarif edilir. Bu eşsiz olağanüstü güçleri olan bir kahramandır ki bu üstün vasıfları sayesinde insanlığın büyük sorunlarıyla mücadele eder.

Bu anlamda, Küçük Prens’e tam anlamıyla bir mit kahramanı dedirtecek açık bir tarif yapılmıyor. Tek bildiğimiz onun doğüstü bir varlık olduğudur. Anlatıcı Küçük Prens’le ilk karşılaştığında onu şöyle betimliyor: “*o anda bana ciddi ciddi bakan çok tuhaf, küçük bir insan gördüm*” [5]. Bu tuhaf çocuk karşısında şaşkına dönmüş olan anlatıcı şaşkınlığını ve çocuğun kendisinde bıraktığı izlenimi:

“*karşımdaki görüntüye, şaşkınlıktan faltaşı gibi açılmış gözlerle baktım. İnsanların yaşamakta olduğu topraklardan binlerce mil uzaklarda olduğumu aklınızdan çıkarmayın sakın. Oysa bu küçük adam, ne kaybolmuş*

gibiymi; ne de aklıktan, yorgunluktan, susuzluktan ve korkudan tükenmiş görünüyordu. Çölün ortasında, insanlardan bin mil uzakta, kaybolmuş bir çocuk gibi de durmuyordu” [5] sözleriyle anlatılmaktadır.

Bu açıklamalardan Küçük Prens’in olağanüstü özelliklere sahip birisi olduğu anlamını çıkarabiliyoruz. Aksi takdirde çölün katı kanunları içerisinde bir çocuğun ayakta kalabilmesinin mümkün olmadığı da bir gerçektir.

Olağanüstü özelliği dışında tam olarak tanımlayamadığımız Küçük Prens’i bir an masal kahramanı olarak düşünecek olursak; aynı şekilde onun bir çocuk olması yanında dikkate değer hiç bir özelliğinden bahsedilmediğini görüyoruz. “Özellik ifadesiyle, masal kahramanlarının, yaş, cinsiyet, durum, dış görünüş, kendilerine has özellikleri gibi dış vasıfların tümünü kastediyoruz. Bu tür özellikler, masala, belirginliğini, güzelliğini ve çekiciliğini veren özelliklerdir”[20]. Küçük Prens’in bu özelliklerini ortaya koyan bir açıklamaya rastlayamıyoruz. Okuduğumuz peri masalı kahramanlarının çok küçük ve alışımlı bir zafer kazandıklarını biliyoruz. Küçük Prens’te bu tür bir zafer de söz konusu edilmemektedir. Halbuki mit kahramanı dünya çapında çok büyük bir zafere adını yazdırır. Mesela Oedipe, Sysiphe ve Prométhée birer mit kahramanıdır. Bu doğaüstü varlıklar yaptıkları işlerle giriştikleri mücadele sonunda tüm dünyaya yönelik herkesin anlayabileceği bir mesaj verirler. Masalla mit arasındaki esas fark budur. Bu durumda Küçük Prens bu basit tarzıyla masala ve verdiği büyük mesajlarla da ancak mite bağlanabilir.

Küçük Prens sistematik bir sorgulamayla başlar ve ontolojiye (varlıkbilime) değgin büyük problemlere değinmeye çalışır. Bu yaklaşımıyla eser Mircea Eliade’ın tanımladığı “bütün kuralların ve anlamlı insan aktivitelerinin örnek modellerini gösteren mit işlevine” [12] uygun düşer. Küçük Prens’in gezegenlere yaptığı seyahati sırasında karşılaştığı insanlar, Tilki ve gül ile olan ilişkileri ve anlatıcıyla görüşmelerinde ne kadar önemli mesajlar verdiğini unutmamak gerekir. Örneğin Küçük Prens anlatıcıya Tilkidan öğrendiği: “*gözler kördür. İnsan yüreğiyle aramalı*” [5] sır dolu sözleriyle metafizik bir kavrayış gücüne göndermede bulunur. Bu mitsel mesaj eserin dinsel boyutunun da bir göstergesidir. Zira Tanrı kalbe karşı duyarlıdır. Kalbi hisseden ve onu anlayan tek güç sahibi odur. Yine bir diğer örnekte sevgi konusunda önemli bir açıklama yapılır. Küçük Prens kendisini sıkıttığı gerekçesiyle gülünü terk ederek seyahate çıkmış ve dünyayı ziyareti sırasında Tilki ile karşılaşmıştı. Tilki ile dost olup sevginin anlamını öğrendikten sonra terk ettiği gülü için duyduğu üzüntüsünü şu sözlerle açıklamaktadır:

“o zaman, hiçbir şey anlayamamışım! Onu sözlerine göre değil de davranışlarına göre

değerlendirmem gerekirmiş. Hiç kaçmayacaktım! Zavallı kurnazlıklarının ardındaki sevecenliği sezmeliydim. Çiçeklerin bir dediği bir dediğine uyar mı hiç! Ama ben, onu sevebilecek yaşta değildim” [5].

Küçük Prens hüzünlü bir şekilde sona erer. Bu da bir mit belirtisidir. Masala göre: “Mit katı ve acımasızdır; onun kaderi asla sihirli bir değnekle düzeltilemez. Sevinçten çok üzüntüyü içermektedir” [4]. Anlatımın genelinde sıkıntı verici olaylar gözlemlenir. Sonu şaşırıcı bir şekilde biter. Küçük Prens’in son cümlesi hikayeyi bitirmek yerine bir açılışa işaret eder. “*Beni böyle acı içinde bırakmayın: Onun geri döndüğünü hemen bana yazın...*” [5]. Bu trajik cümle hikayenin bitmediğini devam edebileceğini gösterir. Yani açık bir son söz konusudur. Bu tür bir son onun masal olmadığını belirtisi olarak gözükmemektedir. Halbuki masalın sonunu işaret eden hepimizin bildiği “onlar ermiş muradına biz çıkalım kerevetine” sözleridir.

Kısaca: mit model ve tek bir kahramanı ele alır. Bu kahramanı olağanüstü bir varlıktır. Oysa masal kahramanı genelde anonimdir. Adı bile yoktur onunla herkes kendini özdeşleştirebilir. Mit insan gerçeğinden bir kesiti gözler önüne serer. Aynı zamanda bir bilgiyi ulaştırma aracı olarak da işlev görür. Oldukça büyük bir etkilime ve duyarlılık uyandırma gücüne sahiptir. Mit kötümserdir trajik bir sonla bitebilir. Tam tersine masallar iyimserdir. Onun sonu genelde mutlu sonla biter. İstisnai durumlar olabilir. Charles Perrault’un *Kırmızı Başlıklı Kız* masalıyla Grimm Kardeşler’in derlediği masal birbiriyle örtüşmez; olay örgüsü ve olay örgüsünün sonuçlanması bakımından farklılık gösterirler. “Sözgelimi, Perrault’un masalı, Küçük Kız’ın Kurt tarafından yenilmesiyle biter, oysa Grimm Kardeşler’in derlemesinde, Küçük Kız ve Büyükanne, Kurt’un karnını açan bir avcı tarafından kurtarılır” [6]. Mutlu sonla biten masal, yeryüzünde çok güzel huzur içinde yaşam sürmenin olabilirliği konusunda güvence verir. Mit kahramanı üst benin gerekleri üzerine oluşturulmuş ideal bir kişilik yansımasıdır. Masal kahramanı ise arzu ve istekleri karşılayan bir ben’in yansımasıdır. Kişiliğin oluşmasına katkıda bulunur. O halde Küçük Prens’te mit ve masal çok sıkı bir şekilde üst üste binmiş durumdadırlar. Bu durumda Küçük Prens’in ne bir mit ne de bir masal olduğu söylenebilir [1]. Biri diğerinin bazı özelliklerini içeriyor. Birbirinden çok net çizgilerle ayrıldığını söyleyemiyoruz. İkisinin olduğu karma bir model diyebiliriz.

VI. SONUÇ

Adı *Küçük Prens* olan bu büyük didaktik kitap insanlığa verdiği mesajlarla evrensel bir değer kazanmış ve herkesin ilgiyle okuduğu bir eser olmuştur. Yazar, Küçük Prens adlı kahramanını çıkardığı gizemli yolculuk sırasında, evrensel değerlere bağlılık konusunda, insanlığın gelmiş olduğu noktaya dikkat çekmektedir.

Ona göre; yalnızlığın, bireyciliğin, maddeye bağımlılığın hakim olduğu, insanı insan yapan değerlerin giderek yok olduğu, sevgi, saygı ve arkadaşlık gibi duyguların kaybolduğu bir anlayış kendini göstermektedir. Bu anlayış ise hayatı anlamsız kılmaktadır. Saint Exupéry, kahramanı Küçük Prenses aracılığıyla bu değerlerin arayışına girer. İnsanlar arasındaki iletişimsizliğin onları ne denli bir yalnızlığa ittiğini bu duygulu hikaye içerisinde anlamlı ifadeler ve sembollerle anlatmaya çalışır. Kullandığı büyüllü dil ve şairane üslupla okuyucuyu oldukça belirsiz gizemli bir atmosfer içine çeker. İletişim kurma noktasında sadece insanı insan karşısına çıkarmakla kalmaz, insanı diğer canlılarla ilişkileri ve sorumlulukları karşısında da düşünmeye sevk eder. Bu anlatımla yazarın yeni bir ifade tarzı peşinde olduğu açıkça görülmektedir. Eserin en önemli bir özelliği, onun zaman ve mekan ötesi bir anlatımla güncel zaman ve mekana seslenmesidir.

Kısacası: *Küçük Prenses*'te odak noktası kalp'dir. Ana tema sevgi ve arkadaşlık kavramları üzerine kurulmuştur. Saint Exupéry, insanın sahip olduğu ekonomik ve siyasal gücün onu mutlu etmeye yetmediğini bunun yanında moral değerlere açıkçası sevgiye, dostluğa ve içten bir arkadaşlığa da ihtiyaç duyulduğunu vurgulamaya çalışmaktadır. Zira; hayatı anlamlı kılan bu değerlerdir. Her şeyin temelinde sevginin yattığı gerçeği unutulmamalıdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Bodin de Galembert, L. *Le Petit Prens de Saint Exupéry*. (<http://nitescence.free.fr/@.htm>). [28/11/2001].
- [2] Held, J. (1985). *Connaitre et choisir les livres pour enfants*. Paris: Hachette.
- [3] Jan, I. (1984). *la littérature enfantine*. Paris: les Editions ouvrières.
- [4] Lequeux, P. (1974). *L'enfant et le conte*. Paris: l'école, 11 rue des Sevres.
- [5] Exupéry, A.S.. (1995). *Küçük Prenses*. (Çev.: Yiğitler, N.). 2. Basım. İstanbul: Oda Yayınları
- [6] Rıfat, M. (1996). *Gösterebilimcinin Kitabı*. İstanbul: Düzlem yayınları.
- [7] Moran, B. (1991). *Edebiyat Kuramları ve Eleştirisi*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- [8] Eco, U. (1996). *Anlatı Ormanlarında Altı Gezinti*. (Çev.: Atakay, K.). 3.Basım. İstanbul: Can Yayınları.
- [9] Karakaya Zeki., *Edebi bir söylem olarak sözsüz aktarım*, Etüd Yayınları, Samsun, 1995, s.97.
- [10] Butor, M. (1964). *Essais sur le roman*. Imprimé en France. Collection tel: Les Editions de Minuit.
- [11] Robert, P. (1996). *le Nouveau Petit Robert*. Paris: Dictionnaires Le Robert.
- [12] Tadié, J.Y. (1994). *Le récit poétique*. Imprimé en France. Collection tel: Editions Gallimard.
- [13] Tökel, D.A. (2000). *Divan Şiirinde Mitolojik Unsurlar*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- [14] Wellek, R. & Warren, A. (1983). *Edebiyat Biliminin Temelleri*. (Çev.: Uysal, A.E.). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- [15] Robert, M. (1972). *Roman des origines et origines du roman*. Imprimé en France. Collection tel: Editions Bernard Grasset.
- [16] Mythe, conte et légende. (www.chez.com/feeclochette/Theorie/mythe.htm). [25.12.2002].
- [17] Le conte, définition et fonction dans la société. (www.cafe.umontreal.ca/genres/n-conte.html). [25.12.2002].
- [18] Zeraffa, M. (1971). *Roman et Société*. Paris: Presses Universitaires de France.
- [19] Le Mythe, Mythe africain: le caméléon et le serpent. (<http://stehly.chez.tiscali.fr/lemythe3.htm>). [29.12.2002].
- [20] Propp, J.V. (1987). *Masalların Yapısı ve İncelenmesi*. (Çev.: Gümüş, H.). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Halil AYTEKİN (haytekin@omu.edu.tr) is an Assistant Professor at Ondokuz Mayıs University. His research areas are comparative literature, teaching French language, children and youth literature.

ALMANCADA YAPILAN DİL REFORMLARININ KISA BİR TARİHÇESİ VE AVRUPA BİRLİĞİ ORTAK DİL PROGRAMLARI SIRASINDA ALMAN DİL REFORMUNUN 10. YILINDAKİ DURUMUNA GENEL BİR BAKIŞ

Ahmet GÜNEŞER

Marmara Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Dr.

A SHORT HISTORY OF REFORMS APPLIED TO THE GERMAN LANGUAGE AND A GENERAL LOOK AT THE SITUATION OF THE REFORMS AT THEIR 10TH ANNIVERSARY, ON THE OCCASION OF THE COMMON LANGUAGE PROGRAMS OF THE EUROPEAN UNION

Abstract: Knowledge of foreign languages is becoming increasingly important in our lives. With the development of new technologies, the methods used to teach foreign languages are also changing. The Commission of the European Union foresees two foreign languages in addition to the native language for EU citizens. The EU has developed programs to standardize the general and vocational education. In those programs aimed at boosting the quality of education, teaching of foreign languages has not been forgotten. It has been underlined that the education, educators and the teaching material should have common specifications to achieve a higher quality. As a result of those reforms have started to take place with languages.

Many reforms have also taken place in the German language throughout history. However, the new writing rules, which came into force in 1998, have caused publishers, teachers, writers, and student's great difficulties. The publishers declined to abide by the new rules, and later returned to the old rules. This unlucky reform has caused great frustrations for the German people as well as for those learning German as a foreign language, as it was not consistent. The situation ten years after its initiation is very clear. All efforts have been in vain. It not only brought about no benefits, it also created problems very difficult to solve.

Keywords: German, Reform, Language, European Union

I. GİRİŞ

Çağımızda baş döndürücü bir hızla gelişmekte olan teknolojiye paralel olarak, yabancı dile olan gereksinim de günden güne daha büyük bir önem kazanmaktadır. Artık günümüzde üç dil konuşabilme gayet normal karşılanmaya başlanmıştır. Avrupa Birliği içinde İngilizce, Almanca ve Fransızca bilme, kişiye mesleki bilgileriyle birçok ülkede iş bulma ve orada çalışma olanakları yaratmaktadır. 1985 yılında Avrupa Birliği Komisyonu, birlik üyesi her kişinin genel ve mesleki eğitimi sırasında anadil ve iki yabancı dil olmak üzere en az üç dili öğrenmesi gerektiğini ifade etmiştir.

ALMANCADA YAPILAN DİL REFORMLARININ KISA BİR TARİHÇESİ VE AVRUPA BİRLİĞİ ORTAK DİL PROGRAMLARI SIRASINDA ALMAN DİL REFORMUNUN 10. YILINDAKİ DURUMUNA GENEL BİR BAKIŞ

Özet: Yaşamımızda önemli bir rolü olan yabancı dil, durmadan gelişmekte olan teknolojinin sunduğu olanaklarla günden güne farklı metotlarla öğretilmektedir. Avrupa Birliği komisyonu artık ana dilin yanında iki yabancı dilin de olması gerektiğini savunmaktadır. Birlik genel ve mesleki eğitimlere bir standart getirme çabasıyla programlar geliştirmiştir. Bu programlarda eğitimin iyileştirilmesi hedeflenirken dil eğitimi göz ardı edilmemiştir. Dil eğitiminde kalitenin sağlanması için eğitimin, eğitencilerin ve ders materyallerinin ortak özelliklere sahip olmasına dikkat çekilmiştir. Bunun sonucu dillerde de bazı reformlar olmaya başlamıştır.

Avrupa dillerinden Almanca'da da tarih boyunca reformlar yapılmıştır. Ancak 1998 yılında yürürlüğe giren yeni yazım kuralları nedeniyle yayınevleri, öğretmenler, yazarlar, öğrenciler kısacası herkes çok zor durumda kalmıştır. Yayınevleri daha sonra bazı kurallara uymamaya başlamış, daha sonra da eski yazım kurallarına dönmüştür.

Bu şanssız reform, uygulanmaya başlandığından bu yana geçen sürede, tutarlı olamaması nedeniyle Almanlar ve Almanca'yı yabancı dil olarak öğrenen ve öğretenlerde büyük sıkıntılar yaratmıştır.

Yeni yazım reformlarının kabulünden on yıl sonraki durumu ortadadır. Tüm uğraşlar boşa gitmiştir. Yararı olmadığı gibi telafisi zor zararları olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Almanca, Dil Reformu, Avrupa Birliği

Avrupa Birliği, SOKRATES (Genel eğitim programı), LEONARDO DA VINCI (Mesleki eğitim programı) ve YOUTH (Gençlik programı) gibi kuruluşlarla bir dizi eylem planı hazırlamış ve eğitimde kalitenin iyileştirilmesini hedef almıştır. Bu ortak programların uygulanması sırasında dil öğrenimi de temel hedeflerden biri olduğundan, yabancı dil öğretmenlerinin ve aynı şekilde ders materyallerinin de ortak özelliklere sahip olması için çaba gösterilmektedir [1]. Artık Avrupa, ortak dil kıstaslarını belirlemiş ve dil eğitimini bu kıstaslara göre yapmaya başlamıştır. Bu sayede mesleki eğitimlerde ülkelerarası bir bütünlük sağlanıp eğitim kalitesini artırmak esas hedefdir. Dil ve meslek eğitimlerinin ortak kıstaslara göre yapılması ve bunun

sonucu olarak öğrencilerin farklı ülkelerde eşdeğer eğitimler alarak değişik kültürleri tanınmasına olanak sağlanması amaç olarak belirlenmiştir.

Bu alanda yapılan çalışmalar sırasında yabancı dil eğitiminde de her gün birçok yeni gelişmeler yaşanmaktadır. Şüphesiz, yenilikleri takip etmek zor da olsa yapılması gerekli olmaktadır.

II. YENİ YAZIM KURALLARINA OLAN GEREKSİNİM VE GÜNÜMÜZE DEK YAPILAN REFORMLARA BİR BAKIŞ

Avrupa dillerinden Almanca'yı inceleyecek olursak, en hareketli dillerden biri olduğunu görürüz. Tarih boyunca değişikliklere uğramış ve dilde arınmaya özen gösterilmiş bir dil olması yanı sıra yapılan reformlar sırasında devamlı itirazlar da görmüştür.

Ancak Almanca'da günümüzde yapılan değişiklikler – dilde yapılan reformlar – ne yazık ki pek de iç açıcı görünmemektedir. 2005 tarihinden itibaren uygulanması gereken yeni dil kuralları, çeşitli yayınevleri ve gazeteler tarafından farklı yorumlarla değerlendirilmekte ve bu da yazılı basında farklı görüşlere yol açmıştır. Bütün bu kargaşalar sırasında Almanca öğreten kişi ve kuruluşlar sadece zorluklarla karşılaşmamışlar, aynı zamanda hangi kurala uyacaklarını da şaşırılmış durumdadırlar. Yeni yazım kurallarına göre hazırlanan kitap, sözlük ve benzeri yayımları alıp, eskilerini bir kenara koyan dil öğretenler, şimdi hangi kurala uyacağını bilememektedirler. Belki de 2005 yılında tam yürürlüğe giren bu kuralları en iyi şekilde uygulama çabasını Almanya dışındaki Almanca öğretenler göstermişlerdir, demek yanlış olmaz.

Almanca'nın tarihçesine kısa bir göz atıp yapılan belli başlı reformları kısaca inceleyelim. M.Ö. 5000–1000 yıllarında eski Hint ve Hint-Avrupa dillerinde görülen Cermen dilleri, M.Ö. 1000- 450 yılları arasında ayrılarak sessiz harflerini (Lautverschiebung) değiştirmiş ve böylece dilde ilk reformunu yapmıştır. M.S. 750 yıllarına kadar atasözleri ve şarkılar sözlü olarak aktarılmıştır. Taş veya ağaç üzerlerine yazılan yazıtların çoğu kaybolmuştur. O zamanların en eski belgesi Romalı Tacitus'un Germania adlı yapıtıdır. En eski Alman yazılı belgesi ise "Abrogans" dir. (M.S. 765)

750–1050 yılları arasında *yüksek Almanca* diğer lehçelerden sessiz harflerin değişimiyle (Germanische Lautverschiebung) ayrılmaya başlar [2].

1050–1250 yılları arasında Yukarı, Orta ve Aşağı Almanca olmak üzere *Ortaçağ Almancası*'nı görmekteyiz.

Ülkenin güneyi yüksek dağlara sahip olduğunda Yukarı Almanya, güneyi ise düz olduğundan Aşağı Almanya diye adlandırılır.

a. Yukarı Almanca: Oberdeutsch

b. Orta Almanca:

Westmitteldeutsch

Ostmitteldeutsch

c. Aşağı Almanca: Niederdeutsch

Buna göre: 15. ve 16. yüzyılda yazı dilini görmeye başlıyoruz. Johannes Gutenberg'in matbaayı buluşu ve Martin Luther'in tercüme ettiği İncil'in geniş okuyucu kitlesine ulaşması "*Ortak Almanca*"nın oluşmasını sağlamıştır.

Yeni Almanca'nın yazı dili ise 15. yüzyıldan 18. yüzyıla kadar Yukarı ve Orta Almanya lehçelerinden meydana gelmiştir. Politik nedenlerin ağır bastığı nedenlerle Aşağı Almanya bu modern yazı diline katılmamıştır.

1500'lü yıllarda yapılan dil reformlarının sonucu ilk yazım kuralları Almanca olarak yazılmaya başlanmıştır. 18. yüzyılın ortalarına kadar doğru yazım için iki ayrı kural geçerliydi:

- "Nasıl konuşuyorsan öyle yaz." (Fonetik temel kuralı)
- "Yazarken kelimenin etimolojisini göz önünde bulundur." (Tarihsel-etimolojik temel kural) Bu kurala en çok uyan ise Jacob Grimm'dir.

Yaklaşık 1800 yılları başından itibaren isimler büyük harflerle yazılmaya başlanmıştır. 1876 yılında ilk doğru yazım toplantısı gerçekleştirilmiş ve *st* nin ayrılması hakkında bir kural için öneride bulunulmuştur. Bismarck'ın vetosu sonucu doğru yazım için daha büyük bir ortaklığa gidis gerçekleştirilememiştir.

1910 yılına kadar doğru yazım kuralları üzerine sadece yöresel kitaplar yayınlanmıştır. 1901 yılına kadar yüz kadar dilde reform önerileri olmuştur. İkinci doğru yazım toplantısı 1901 yılının haziran ayında Berlin'de, resmi makamların ve yayınevlerinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. O zamanlar Hersfeld Lisesinin müdürü olan Konrad Duden de bu toplantıya katılmıştır.

Resmi yazım kurallarını içeren yapıt "Regeln für die deutsche Rechtschreibung nebst Wörterverzeichnis" 1902 yılında yayımlandı ve bir yıl sonra da resmi makamlarca ve okullarca kullanılmaya başlandı.

1903 yılında yayınevleri Konrad Duden'den doğru yazım için bir başvuru kitabı hazırlamasını istediler. Duden aynı yılda böyle bir eser hazırlayıp yayınladı "Rechtschreibung der Buchdruckereien deutscher Sprache".

Duden gelecek yılların Almanca yazım kurallarına ışık tutan kitabını 1915 yılında yayınladı "Duden – Rechtschreibung der deutschen Sprache und Fremdwörter". Bu arada 1935 yılında İsviçre *ß* harfini alfabesinden çıkardı. Bu harf yerine artık *ss* yazılmaya başlandı.

1945 yılında Almanya ikiye bölününce Duden baskısı da doğu ve batı baskısı olarak ikiye ayrıldı. 1980 yılında Federal Almanya, Avusturya ve İsviçre'deki germanistler doğru yazım reformu için enternasyonal bir çalışma grubu oluşturdular "der Internationale Arbeitskreis für Rechtschreibereform (IAR)".

Kültür Bakanları "Kultusminister-Konferenz (KMK)" 1987 yılında Mannheim'daki Alman Dili Enstitüsü'nü "Institut für deutsche Sprache, Mannheim" ve Wiesbaden'deki Alman Dili Cemiyetini "Gesellschaft für deutsche Sprache, Wiesbaden", yeni bir düzenleme için görevlendirdi. 1988 yılında ortaya çıkan ve yazım kurallarını yoğun yeniliklerle ele alan öneri önce halk daha sonra da Kültür Bakanlarınca reddedildi. 1995 de yazım kurallarıyla ilgili tüm Duden yayınları imha edildi.

1996 yılında yeni yazım reformu kabul edildiğinde bazı yazarlar ve halk protestolara başladı.

1992 yılında, Federal Almanya, Avusturya ve İsviçre'deki germanistlerin oluşturduğu enternasyonal çalışma grubu (IAR) Alman Dili için yeni bir öneri hazırladılar "Deutsche Rechtschreibung – Vorschläge zu ihrer Neuregelung". Kültür Bakanları uzun incelemelerden sonra bu yeni düzenlemeyi 1 Ağustos 1998 tarihinden itibaren yürürlüğe soktu ve Almanya, Avusturya, İsviçre, Lichtenstein ve diğer Almanca konuşulan ülkeler bu öneriyi başlatacağına söz verdi. Almanya'nın bazı eyaletleri 1996/97 senesinde okula başlayanlara bu yeni yazım kurallarını göstermeye başladı. Fakat Frankfurt Kitap Fuarında yüze yakın yazar ve bilim adamı bu reformun durdurulması için bir araya geldi ("Frankfurter Erklärung" für einen Stopp der Reform).

Bütün bu kritiklere rağmen Federal Almanya Kültür Bakanlıkları "Kultusministerkonferenz (KMK)" yeni yazım kurallarının 3 Haziran 2004 tarihinden itibaren tüm okullarda uygulanması için karar aldı; fakat bu karar alınırken aynı zamanda doğru yazım için bir de komisyon kurulmasını kararlaştırdı. Komisyon Aralık 2004 tarihinde, o zaman ki Bavyera Eğitim Bakanı Hans Zehetmayr başkanlığında beş eyaletten yayınevi, yazar ve gazeteciler derneği, öğretmenler derneği ve Federal

Alman Ebeveynler Derneği "Bundeselternrat" gibi kuruluşlardan gönderilen 38 uzmanın temsilciliğiyle çalışmaya başladı. [3].

Bu yeni yazım kurallarının 1 Ağustos 1998 tarihinde yürürlüğe girmesine rağmen, 31.7.2005 tarihine kadar eski kurallar da geçerli sayıldı. Almanya, Avusturya, İsviçre ve Lichtenstein'da derslerde yeni yazım kuralına geçildi. 14 Temmuz 1998'de okullardaki Almanca yazım kuralları eyaletlerin tercihine bırakıldı. Bu aynı zamanda yeni yazım kurallarının haber ajansları içinde geçerlilik kazandığı tarihtir. Reformun uygulanmasıyla birlikte Almanca haber ajansları ve onlarla birlikte çoğu gazete ve dergiler yeni yazıma döndü; bu andan itibaren de her kesimden protestolar başladı. Geçiş dönemi sonu yaklaştıkça protestolar da arttı [3].

27 Eylül de halkın tercihiyle Schleswig-Holstein eyaletinin okullarında tekrar eski yazım kurallarına döndü.

Reformun iptali için tepkiler 2000 yılında FAZ (Frankfurter Allgemeine Zeitung) gazetesinin aniden eski yazıma geçmesiyle ivme kazandı. Bu arada Avrupa Topluluğu Almanca yazışmalarını 01.08.2000 tarihi itibarıyla yeni yazım kurallarını uygulamaya başladı. Springer Yayınevi (Springer-Verlag) FAZ gibi yeni yazım kurallarından vazgeçerek 2004 tarihinden itibaren eski kurallara göre yazmaya başladı. Yalnız bazı yeni, kendince doğru bulduğu kuralları da gözardı etmedi. 2000 yılında halkın % 78 gibi büyük oranı reforma karşı çıkmış ve eski kurallara dönülmesini talep etmişti [4].

31 Temmuz 2005 artık okulların ve resmi makamların yeni yazım kurallarına göre faaliyet göstermeleri gereken tarihi. Reform çabaları başında beri yazarlar, eğitimciler ve yayınevleri tarafından hiç bir şekilde kabul görmediğinden aslında kabul edildiği gün reddedilmişti. Frank Schirrmacher'e göre bir zamanlar Doğu Almanya'nın kendi başına Almanca'da değişiklikler yapmasını önlemek amacıyla planlanan bu kurul "das Institut für Deutsche Sprache" iki Almanya'nın birleşmesiyle artık gereksiz bir kurul olmuştu ve bu birleşmeden itibaren derhal kaldırılmalıydı [5].

Yeni yazım kuralları konulduktan sonra kimi bu kurallara uydu, kimi uymadı; kimi de eski ve yeni kuralları karıştırdı. Sonunda bir kurallar kargaşası ortaya çıktı. Kelime bölme, *ss* ya da *ß* yazımı (*Geschoße* ya da *Geschosse*; *das* ya da *dass*), *ä* ya da *e* yazımı, kelime birleştirme sırasında meydana gelen harf kümeleri (*Flussschiffahrt*) yeni yazım kurallarıyla kolaylık getireceğine karışıklıklara yol açmıştır. Yeni düzenleme mantığına göre okuma sırasında da yeni yeni zorluklar ortaya çıkmıştır. Artikel *das* ın *dass* olarak yazılması gibi.

Yeni kuralların konması aynı zamanda şu soruyu

ortaya çıkartmıştır: “Şimdiye kadar yazılanlar yazım kurallarına göre doğru oluyordu da şimdi birdenbire yanlış mı oluyor?” Doğru yazım problemlerini çözerken kuralları başka kurallarla değiştirmek çözüm değildir. Toplumun yazım hatalarının bir analizi sonucu, bu hataları giderme yolunda bir değişim bu dili kullananı rahatlatır. Kolaylık getiren her kural da toplum tarafından kabul götür.

Oysa son on yıl içinde bu kural değişimlerinin sonucu olarak arada farklı yazım kurallarıyla yetişen bir nesil meydana geldi. Bazı Almanca öğretmenleri yeni kurallara göre dili öğretirken, bazıları da eski kurallara sadık kaldı. Kitaplar değişti, sözlükler değişti. Almanca dünyası çalkalandı. Sanki yayınevleri için altın bir çağ açıldı; zira yazım kuralları değiştikçe yeniden basılan kitaplar piyasaya sunuldu. Dünya genelinde Almanca öğrenmekte olanlar bu kitapları aldı, öğretenler de geri kalmamak için satın almak mecburiyetinde kaldı. Fakat ne yazık ki, yıllar önce kullanırken, geçerliliği kalmadı diye attığımız sözlük, ders kitabı, görsel-işitsel malzemeler v.b. araç gereçler tekrar kullanıma girdi.

Bunun sebebi de Alman yazım kuralların şu sıralarda konulan son nokta oldu: Herkes istediği gibi yazabilir, okur da yazılanı anlamalıdır [6]. Bu da zaten eski kuralların çoğunun geri gelmesi demektir ve böylece yazar, gazeteci, dil öğretmeni gibi yazım kurallarıyla doğrudan ilgili meslek gruplarına bir nefes aldiracaktır. Nedeni şu ki, gramer ve yazım kuralları dile hizmet ederler ve kullanıma kolaylıklar getirdikleri müddetçe reform adı altında değişikliklere izin verirler.

Yeni yazım kuralları 2006’daki son değişikliklerle yürürlüğe girmiştir. 31 Temmuz 2007 ye kadar eski kurallarla yazılanlar da yanlış kabul edilmeyecektir. Ancak bu tarihten sonra artık 2006 yılı reformu geçerli olacaktır. Kararsızlık durumunda 2006 reformuna uygun hazırlanmış sözlükler başvuru kaynağı olarak geçerli olacaktır.

III. SONUÇ

Yeni yazım kuralları belirlendiğinden beri Almanya sınırları içinde 80 000 e yakın insan bu kurallara alışmak için ayrı bir çaba göstermektedirler [6]. Bu kişilerin çoğu yazar, gazeteci, yayınevi çalışanı ve de Almanca öğretenlerden oluşmaktadır. Kendilerine önemli bir görev düşen bu kişiler, reformun yayılmasında ve getirilen yeni kuralların benimsenmesinde en etkin rolü oynamaktadır. Şu anda neredeyse her yayınevi kendi yazım stilini tespit etmiş ve bu kurallara uygun çalışmayı yeğlemiştir. Yeni yazım kuralını benimsemiş olanlar dahi uyum göstermede zorluklar yaşamaktadır.

Alman doğru yazım reformu fiyasko ile sonlanmıştır [5]. Bütün bu iyi niyetli çalışmalara rağmen, bu reformun gerçekleşmeyeceği başından beri söyleniyordu. Daha 1998 yılında Mathias Döpfner Welt gazetesinde, mümkün olduğunca eski yazım kurallarına göre yazacaklarını, bu reformun gerçekleşmeyeceğini yazmıştı [10].

Şu an için Almanca’nın kullananları tarafından tam olarak kurallara uygun olarak yazıldığını söyleyemeyiz. Sayısız doğru yazım kılavuzları bile bir işe yaramamaktadır. Zira her geçen gün yeni bir kılavuz çıkmıştır. Devamlı değişmeler yazar ve yayınevlerini olduğu kadar belki de üstlerine düşen görev nedeniyle eğitimcileri daha da çok mağdur etmiştir.

1998 tarihinden beri eski yazım, yeni yazım, her gün yapılan açıklama ve düzenlemeler, bir de eyalet ve yayınevlerinin bağımsız olma eğilimleri ders kitaplarının farklı farklı hazırlanmasına, dolayısıyla öğrencilerin de farklı şekilde dil eğitimi almalarına sebep olmuştur.

Almanca yeni ve son olması umulan kurallarla 31 Temmuz 2007 tarihinden itibaren öğretilecektir. Oysa 1998 den bu yana artık yanlış kabul edilecek ara kurallara göre Almanca öğrenenler mağdur olmuşlardır. Bu neslin yanlışları devamlı kalacak ve düzeltilmesi asla arzu edilen şekilde olmayacaktır.

Bu mağdurluk öğretim elemanlarında, yazarlarda ve hatta ebeveynlerde de görülmektedir. Bir kitapevinden alınacak hikaye kitabı bile bu reformlardan dolayı farklı basımlarda satılmaktadır. Yayınevleri sadece büyük sayılarda satılan kitapları yeni kurallara göre düzelterek ve satışa sunacaklardır. Az baskılı olan kitaplar yanlış yazılmış olarak kalacaktır ve bu da kanımca edebiyata verilen başka bir olumsuz etki olmuştur.

Dilde yapılacak olan reformlar ancak teklif olarak sunulmalıdır. Bunu kabul edecek olan halktır. Eğer yaşayan bir dilin değişimlere muhtaç olduğunu düşünüyorsak, bunu yeni kurallar koyarak değil, halka öneri olarak kullanımına sunmak gerekir. Yazarı, gazetecisi, yayınevleri ve bunların hitap ettiği okurları kabul edip kullandığı müddetçe değişiklikler yapılabilir. Bu reformlardan etkilenen en önemli yerlerden biri de şüphesiz okullardır. On yıldır çelişkiler içinde yapılan eğitim artık farklılıklara izin vermeyen, temel olarak alınabilen ve nihai tek bir şekilde verilmelidir. Kitaplar da aynı temel yazım kurallarıyla hazırlanmalıdır.

Bu on yıllık süreç, dili mesleklerinde kullananların ve öğrencilerin telafisi mümkün olmayan zarar gördükleri bir dönem olarak akıllarda kalacaktır. Tek karlı çıkan bu işle görevlendirilenler ve yayınevleri olmuştur.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Gür, Ö. (2004). Avrupa Ortak Dil Kriterleri Çerçevesinde Türkiye’de Yetişkinlere Yönelik Yabancı Dil Olarak Almanca Öğretimi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- [2] Klinger, U. (2004). Geschichte der deutschen Literatur. (<http://www.udoklinger.de/Deutsch/Grammatik/Gesch.htm>) [08.03.2006].
- [3] Giersberg, D. (2006). Ende der Debatte: Die Rechtschreibreform tritt zum 1. August 2006 in Kraft. (<http://www.goethe.de/kue/lit/dos/dds/de630493.htm>) [07.11.2006].
- [4] Gesellschaft zur Schreibreform (<http://www.schriftdeutsch.de/orth-ges.htm>) [08.07.2006]
- [5] Schirmacher, F. (2004). Rechtschreibung “Die Rückkehr”. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, Nr.182, 1. (<http://www.faz.net/s/RubF7538E273FAA4006925CC36B88AFE338/Doc~E4ADFD265F848400E9FD905871E8150D9~ATpl~Ecommon~Sspezial.html>). [08.07.2006]
- [6] (2006). Äußerungen zur Rechtschreibreform. *Deutsche Sprachwelt*, (25), Herbst, 3.

Ahmet GÜNEŞER (ahmetguneser@marmara.edu.tr) PhD. started his university education at DTCF-Ankara University (1975) and continued (1978-1982) at JW-Goethe University, Departments of German Language and Pedagogy in Germany (M.A.). He did research on schoolbooks for Turkish children in German Institute for International Educational Research (DIPF). He started to work at the Department of German Language Teaching at Marmara University (1983). He became the coordinator of Foreign Languages. He started German courses at Foreign Languages Center (1985). He worked as the German Language coordinator of YÖK-ÖGEDİL (1986). He took his PhD. from JW-Goethe University (1993). He was the coordinator of the prep school of German Management Department (1994-2004). Since 2002 he has been working as teacher and coordinator of Foreign Languages Department, Yeditepe University and since 2004 as the Vice-head of the School of Foreign Languages at Marmara University.

VAN GÖLÜ'NDE SEVİYE DEĞİŞİKLİKLERİ VE ERCİŞ ŞEHİRİ

Necmettin ELMATAŞ¹
Selahattin POLAT²

¹Harran Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

²Afyon Kocatepe Üniversitesi, Uşak Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

THE WATER LEVEL CHANGE IN LAKE VAN AND THE CITY ERCİŞ

Abstract: The Erciş city, the subject of this research, is situated in the Van District of the Eastern Anatolia Region. The city itself is situated over a large delta where Zilan Stream flows into the Lake Van.

Erciş was founded by the Urartus who ruled in the area between 900 and 600 B.C. Since then it was invaded, changed rulers and was also destroyed several times. In addition to this man-caused destruction the periodically rising water level of the lake, has also threatened the city and eventually the land around the castle of Erciş turned into an isle, the settlers of which consequently had to leave to settle quite inland where they lived in the villages of Çelebibağı, Kasımbağı and Pulur. The city center was then shifted to Akans, which is quite about 3 km. from the coast in the eastern part of the Erciş plain. Currently, the ever rising of the water level of the Lake Van keeps threatening the southern margins of the city.

In this research, the effect of the Lake Van level rising on the city has been investigated and proposals of several solutions so as to mention problems encountered have been made.

Keywords: Lake Van, Erciş City, Rising of the Water Level

VAN GÖLÜ'NDE SEVİYE DEĞİŞİKLİKLERİ VE ERCİŞ ŞEHİRİ

Özet: Araştırmamıza konu olan Erciş Şehri, Doğu Anadolu Bölgesi'nin Van Bölümü'nde yer almaktadır. Erciş, Zilan Çayı'nın Van Gölü'ne döküldüğü ağız kısmında oluşturduğu nispeten geniş bir delta üzerinde kurulmuştur.

Erciş Şehri, bölgede M.Ö. 9. ve 6. yüzyıllar arasında hükmeden Urartular döneminde kurulmuştur. Kuruluşundan bugüne kadarki tarihi süreç içerisinde bir çok defa istilâ edilmiş, farklı devletler arasında el değiştirmiş ve defalarca tahrip edilmiştir. Bu beşeri tahribatların yanında periyodik olarak Van Gölü su seviyesinin yükselmesi de zaman zaman şehri tehdit etmiş, nihayet göl suyu seviye yükselmesi sonucu 19. yüzyılın ilk yarısında Erciş Kalesi bir ada haline almış ve şehir sakinleri kaleyi terk ederek iç kesimlerde yer alan Çelebibağı, Kasımbağı ve Pulur köylerine yerleşmişlerdir. Şehir merkezi de Erciş Ovası'nın doğusunda kıyından 3 km. kadar uzaklıkta yer alan Akans'a taşınmış ve şehir yeniden inşaa edilmiştir. Günümüzde de Van Gölü su seviyesi yükselmeye devam etmekte ve Erciş Şehri'nin güney kesimlerini tehdit etmektedir.

Bu çalışmada, Van Gölü su seviye yükselmesinin Erciş Şehri üzerindeki etkileri incelenmiş, günümüzde göl seviye yükselmesinin devam etmesi sonucu Erciş'te karşılaşılan problemler tespit edilmiş ve bu problemlere çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

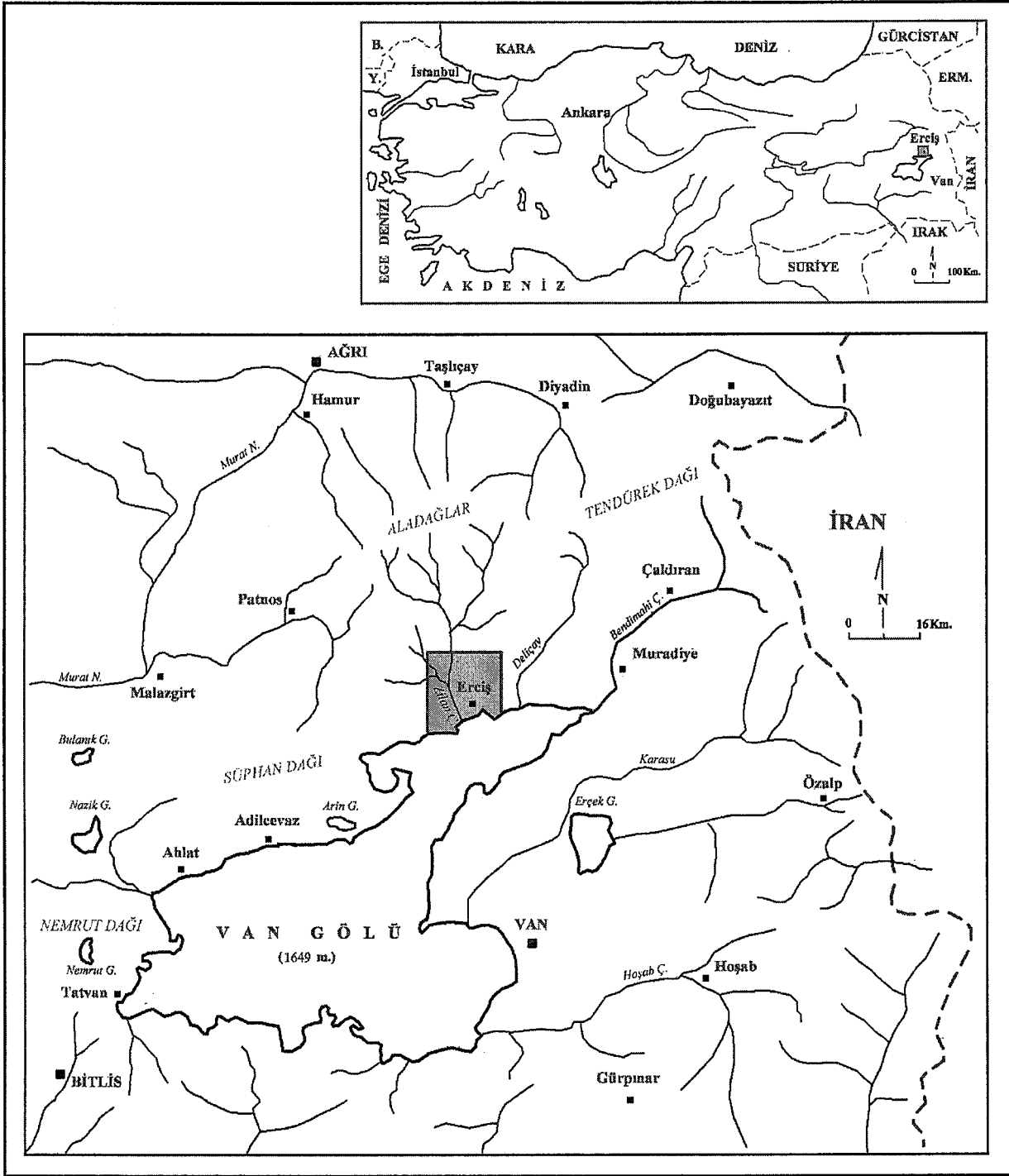
Anahtar Kelimeler: Van Gölü, Erciş Şehri, Su Seviye Yükselmesi

I. GİRİŞ

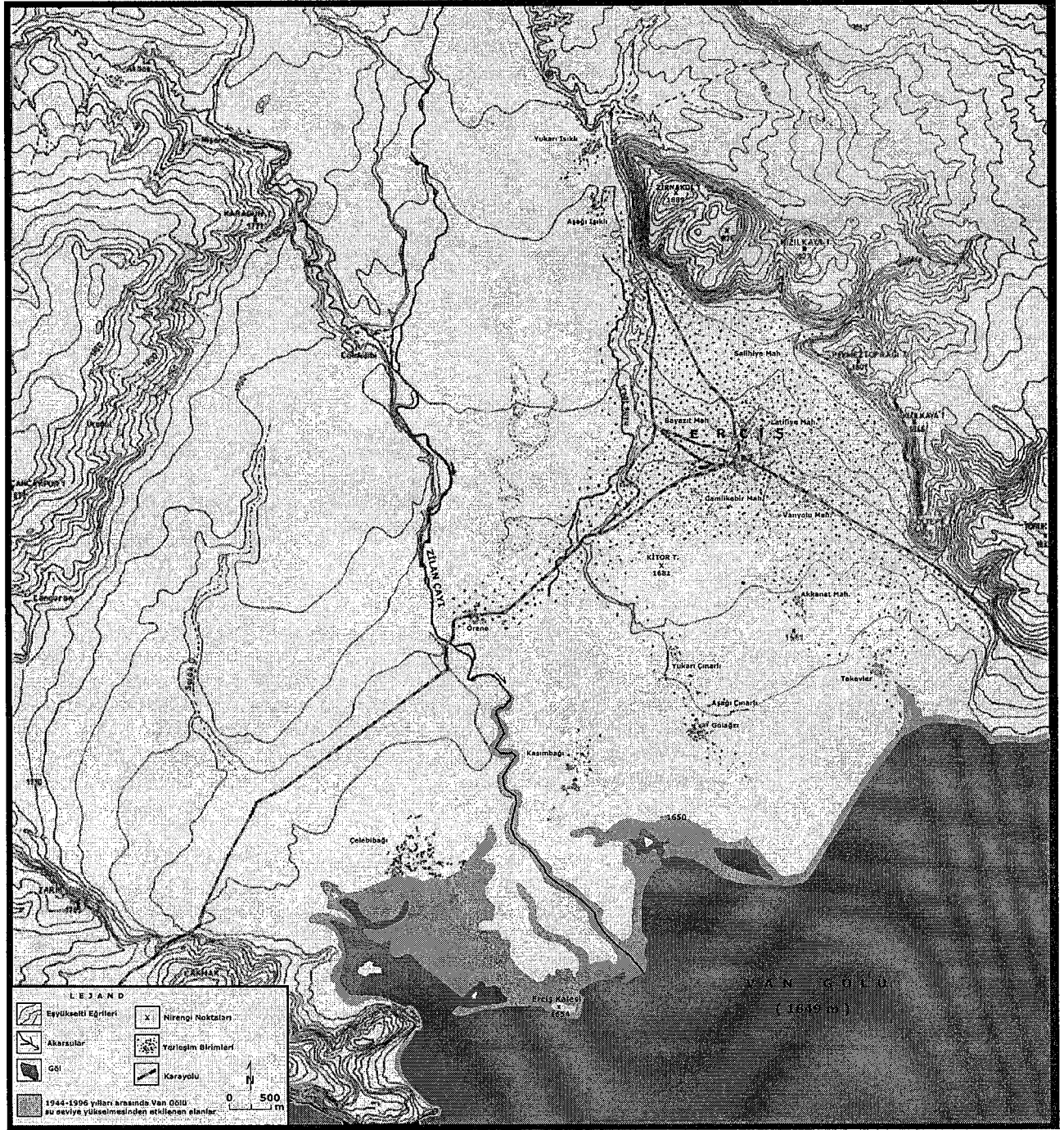
Erciş Şehri, Doğu Anadolu Bölgesi'nin Van Bölümü'nde, Van Gölü'nün kuzeydoğusunda yer alır (Şekil.1). Erciş günümüzde Van ilinin bir ilçesinin de merkezini oluşturur.

Erciş, Zilan Çayı'nın Van Gölü'ne döküldüğü ağız kısmında oluşturduğu nispeten geniş bir delta üzerinde kurulmuştur [1]. Bu delta sahası Erciş Ovası olarak adlandırılmaktadır (Şekil.2). Erciş Ovası'nın alanı yaklaşık 114 km² olup, 1649 m (Van Gölü seviyesi) ile 1750 m. yükseltileri arasında yer alır. Buna göre ovanın nisbi yükseklik farkı yaklaşık 100 m'dir. Erciş Ovası'nda eğim genelde çevreden Van Gölü'ne doğrudur. Ovada eğim %10'un altında olup, düze yakındır.

Ovanın alt kısmındaki formasyonlar genellikle az çok yuvarlanmış konglomeralardan ve üst kısmı kum, çakıl ve killi marnlardan meydana gelir [2]. D.S.İ. tarafından yapılan araştırmaya göre Erciş Ovası'nda Zilan Çayı ve kollarının meydana getirdiği alüvyonların kalınlığı 50-240 m arasında değişmektedir [3]. Ovada alüvyiyal malzeme kalınlığının en fazla olduğu kesim, Çatakdibi Köyü civarındadır. Burası aynı zamanda ovanın orta kesimine tekabül eder. Erciş Ovası'nda merkezden çevreye doğru gidildiğinde alüvyonların kalınlığı azalır. Erciş Ovası'nın doğusunda yer alan ve Erciş Şehri'ni kuzey ve kuzeydoğudan çevreleyen Zirnakor (Zernaki) Tepe (1889 m.) Alt Miosen kalkerlerinden ibaret olup, nispeten mukavemetli sahaları meydana getirmektedir.



Şekil.1. Lokasyon Haritası



Şekil.2. Erciş ve Yakın Çevresinin Topografik Görünümü

Erciş, iklimik özellikler bakımından karasal bir iklimin etkisi altındadır. Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü verilerine göre Erciş'in yıllık ortalama sıcaklığı 7.9°C'dir. Sıcaklığın yıl içindeki seyri incelendiğinde, en düşük ortalama sıcaklığın Ocak ayında (-5.7°C), en yüksek ortalama sıcaklığın ise Temmuz ayında (21.8°C) olduğu görülür. Buna göre Erciş'te yıllık sıcaklık amplitüdü 27.5°C'dir. Kış aylarında ise sıcaklık 0°C'nin altında seyrederek Termik şartlar bakımından yörenin karasal bir karakterde olduğu anlaşılmaktadır. Erciş'te yıllık yağış miktarı ise 458.0 mm dir. En fazla

yağış, Nisan ayında (66.6 mm), en düşük yağış ise Ağustos ayında (5.9 mm) düşer. Yağışın mevsimlere dağılışı incelendiğinde, azami yağışın ilkbahara tekabül ettiği görülür (%38.6). Yağışın en az görüldüğü mevsim ise yaz mevsimidir (%9.5). Yağışın %25.6'sı sonbaharda, %26.3'ü ise kış mevsiminde görülür. Yağış azamisinin ilkbahar mevsimine tekabül etmesi yörede karasal iklim özelliklerinin etkili olduğunu göstermektedir.

Şehirlerden bazıları, ilk kurulduğu yerde gelişip büyüdüğü halde, bazıları kuruldukları ilk yerlerini

zamanla terk ederek başka bir yerde yeniden kurulmuşlardır. Yeri değiştirilen şehir yerleşmelerinin bir kısmında sosyo-ekonomik faktörler, diğer bir kısmında ise deprem, alüvyonlanma, kaya düşmesi, göl sularındaki seviye değişiklikleri gibi doğal olaylar etkili olmuştur [4]. Bu çalışmada ele aldığımız Erciş Şehri, doğal bir olay olan Van Gölü su seviyesi yükselmesinden etkilenmiş ve zamanla yeri değiştirilmiştir. Mevcut verilere göre Erciş'in yeri kuruluşundan günümüze kadar iki defa değiştirilmiştir. Bunlardan ilki Urartular zamanında Zirnakol Tepe'de kurulan yerleşmenin sakinlerinin daha sonra güvenlik probleminin nispeten ortadan kalktığı dönemlerde bu tepenin güneyinde yer alan Erciş Ovası'nın Van Gölü'ne yakın kesimlerine yerleştikleri anlaşılmaktadır. Erciş'in ikinci kez yer değiştirmesi ise, yukarıda bahsedilen göl seviye yükselmesine bağlı olarak gerçekleşmiştir. Burada daha çok ikinci yer değiştirme üzerinde durulacaktır.

II. ERCİŞ'İN TARİHİ GELİŞİMİ

Günümüzdeki Erciş Şehri, kendi adıyla anılan ova üzerinde geniş bir alanda (yaklaşık 26 km²) yayılış göstermektedir. Erciş'in kuruluş yeri itibarıyla iki aşamadan geçerek bugüne ulaştığı görülür. Erciş yerleşmesi ilk olarak Urartular döneminde Zirnakol Tepe'de ızgara planlı olarak inşaa edilmiştir (Titumnia Şehri) [5]. Ortaçağ ve sonrasında ise Erciş Şehri, Van Gölü sahilinde kale-şehir yerleşmesi olarak görülmektedir [6]. 1841 yılında Van Gölü su seviyesinin yükselmesi sonucu sularla işgal edilen Erciş Kalesi terk edilerek yerleşme Akans adı verilen yere nakledilmiş ve bugünkü Erciş şehir yerleşmesinin çekirdeği oluşturulmuştur [7]. Böylece Erciş Şehri'nin üç kez yeniden inşaa edildiği anlaşılmaktadır. Aşağıda Erciş'in tarihi dönemler içerisinde geçirdiği evreler ele alınacaktır. Ancak, Erciş'in tarihi gelişimine geçmeden önce Erciş adının kökeni üzerinde durulacaktır.

Erciş Şehri, Urartular tarafından kurulmuştur. Bu nedenle bazı araştırmacılar Erciş'in adının M.Ö.8.yüzyılın başlarında Van Bölgesi'nde hüküm süren ve Zirnakol Tepe'deki kenti inşaa ettiren Urartu kralı II.Argisti'nin adından geldiğini ileri sürmektedirler [8, 9]. Bir kısım araştırmacılar ise Erciş'in adının M.Ö. 2000 yıllarında bölgede hüküm süren Luwi'lerden geldiğini iddia etmektedirler [10]. Umar'a göre ise, Bizanslılar'ın Van Gölü'ne verdikleri ad olan *Arsissa*, Erciş'in adının aslıdır. *Arsissa*, Luwi dilinde *Ars(a)-İsa* (Akarsu-Kenti) sözcüklerinden türetilmiştir [11]. Erciş Şehri'nin, Zilan Çayı'nın oluşturduğu delta üzerinde kurulmuş olması ilk isminin *Arsissa* olması ihtimalini kuvvetlendirmektedir. İlk çağlarda Erciş'in adı *Arsissa* olarak geçmektedir. Daha sonraki dönemlerde de bu sözcüğün biraz değiştirilerek kullanıldığı görülür. Arap eserlerinde *Arciş* şeklindedir. İlk ve orta çağlarda bazen Van Gölü'nün tamamı, yakın zamanlara ait bazı eserlerde hiç değilse gölün esas kütesinden bir körfez gibi ayrılan kuzeydoğu kısmı bu

isimle isimlendirilmiştir. Örneğin Van Gölü'ne Hamdallah Mustavfi, *Arciş Gölü*, Katip Çelebi, Cihannüma adlı eserinde *Buhayra-i Arciş*, Marco Polo *Erciş Gölü* [9], de CHOLET ise 1892 tarihli çalışmasında Van Gölü'nün kuzeydoğu kısmı için Arjish sözcüğünü kullanmıştır [12]. Erciş için ilk kullanılan sözcük olan *Arsissa* sözcüğü, daha sonra *Arciş*, Erciş şekline dönüşmüştür.

Bölgeye ilk yerleşenlerin doğudan gelen Hurriler olduğu tahmin edilmektedir. Nitekim, M.Ö. 2000'li yıllarda bölgede Hurri beyliklerinin bulunduğu, daha sonraları bölgeye hakim olan Urartular'ın ise M.Ö. 850-550 yılları arasında hüküm sürdükleri bilinmektedir [13]. Kalıntıları günümüze kadar gelebilen Urartu Medeniyeti bu dönemde kurulmuştur. Erciş'in bilinen en eski kalıntısı Yeni Erciş'in kuzeyinde yer alan Zirnakol Tepe üzerindedir. Bu şehir, bölgede M.Ö.9. ve 6. yüzyılları arasında hakim olan Urartular inşa etmişlerdir. Bu şehir, plânı itibarıyla Anadolu toprakları üzerinde birbirini dik açılarla kesen *ızgara planlı* şehirlerin ilkinin meydana getirmesi bakımından önem arz etmektedir [14].

Erciş, M.Ö.6.yüzyılda Urartu hakimiyetine son veren İskitler'in eline geçmiştir. Daha sonra sırasıyla Medler'in ve Persler'in kontrolüne geçen Erciş ve çevresi, M.Ö.331 yılında İran'ı zapteden Büyük İskender'in idaresi altına girmiştir. Ancak özerk bir statüde kalmıştır. Büyük İskender'in ölümünden sonra generaller arasında paylaşılan bölgenin Van Bölümü general *Selefkos*'un nüfuzu altına girmiştir [15]. Bundan sonra Roma-İran arasındaki mücadelelere sahne olan Erciş bu iki devlet arasında sık sık el değiştirmiştir.

Milâdi 638 yılından itibaren Van Gölü Havzası'nın Müslüman Arapların kontrolüne girmesiyle Erciş Şehri de Müslümanlar'ın eline geçmiştir [16]. İslâm Devleti'nin uzak bir noktasında bulunan Erciş bundan sonra İslâm devletleri ile Bizans İmparatorluğu arasında zaman zaman el değiştirmiştir. 1071 yılında Selçuklular ile Bizanslılar arasında yapılan Malazgirt Savaşını Selçukluların kazanmasıyla Erciş'te Selçuklu hakimiyeti başlamıştır. Bölgede 1100 yılından itibaren ise başkenti Ahlat olan Ahlatşahlar (Sökmenliler) Atabekliği (1100-1227) kurulmuştur [17]. Bu tarihten itibaren Erciş Şehri de bu beyliğe bağlı kalmıştır. Erciş, 1227 yılında Ahlatşahlar Atabeyliği'ne son veren Eyyübiler'in, kısa bir süre sonra da Moğollar'ın kontrolüne geçmiştir. Bu dönemde Erciş Şehri, birçok devletin hakimiyeti altına girmiş ve tahrip edilmiştir.

13. yüzyılın sonlarına doğru Erciş Şehri İlhanlılar'ın hakimiyeti altına girmiştir. Bu dönemde Erciş, İlhanlılar tarafından merkez olarak kullanıldığı için büyük bir önem kazanmıştır. İlhanlılar'ın yazlık karargâhı Erciş'in kuzeyinde yer alan Aladağda bulunuyordu. Burada bir saray da inşa edilmişti [18]. Bunun yanında Aladağın, bu dönemde Erciş'te ikâmet eden hükümdarlar

tarafından sayfiye yeri olarak değerlendirildiği de görülmektedir.

14.yüzyılın sonuna gelindiğinde bölgede başkentleri Erciş olmak üzere Karakoyunlu Devleti kurulmuştur. Erciş Şehri, bu dönemde en parlak devirlerinden birini yaşamıştır. Bugün Erciş Şehri'nde bulunan tarihî eserlerin önemli bir kısmı Karakoyunlular'a aittir (kümbet, mezar taşları). Ancak daha fazla olması muhtemel olan eserlerin yağmalamalar neticesinde tahrip olduğu sanılmaktadır. Özellikle Timur bölgeye girdiğinde çok büyük tahribatlar yapmıştır. Karakoyunlu Cihan-Şah'ın Uzun Hasan'a yenilip öldürülmesinden sonra Erciş ve çevresine Akkoyunlular hakim olmuşlardır [19]. Bu devirde de Erciş Şehri Akkoyunlular ile Safeviler (İran) arasında savaflara neden olmuş, sonunda Safeviler Erciş'i ele geçirmişlerdir.

Daha sonra bölgede Osmanlı Devleti ile Safevi Devleti arasında mücadeleler başlamıştır. Nihayet 1514 yılında Çaldıran Ovası'nda iki devlet arasında yapılan savaşı Osmanlı Devleti kazanmış, böylece Erciş Şehri'nde Osmanlı hakimiyeti başlamıştır. Ancak daha sonra iki devlet arasında el değiştiren şehir, 1555 yılında Osmanlı Devleti'nin eline geçmiştir. Erciş, Van Vilayeti'ne bağlı bir sancak merkezi durumuna getirilmiştir. Osmanlı Devleti için doğudan gelebilecek en büyük tehlikeyi İran oluşturmaktaydı. İşte Osmanlı Devleti doğudan gelebilecek bu taarruzları önlemek için Erciş Kalesi'nin tertibatını her zaman kuvvetli tutmaktaydı [9].

Erciş Kalesi, Van Gölü kıyısında düz bir zeminde Tacal-Din Ali Şah tarafından inşa edilmiştir. 17.asırda bölgede seyahat eden Evliya Çelebi, kale hakkında kayda değer bilgiler vermektedir [20]. Bu seyyaha göre duvarları kalın fakat yüksek olmayan kalenin dört köşesinde kulenin bulunduğunu, ilkbaharda Van Gölü sularının içinde kaldığını ve sadece batıda (Adilceviz tarafında) incecik bir yolun kaldığını belirtmekte ve iki kapısından biri olan Adilceviz kapısının asıl büyük kapı olduğunu yazmaktadır. Kale içinde 1000 adet toprakla örtülü ev, 200 dükkanın olduğunu, Erciş Kalesi'nin iskelesinin olduğunu Van gemileriyle getirilen malların Erciş'ten karayoluyla Erzurum'a kadar götürüldüğünü de belirtmektedir.

Van Gölü su seviyesinin belirli periyotlarla yükseldiği bilinmektedir. Giderek yükselen sular bazı tesislere zarar vermekte hatta kullanılamaz hale getirmektedir. Nitekim suların yükselmesiyle Erciş Şehri'nin yeri değiştirilmek zorunda kaldı. 1838'den itibaren Van Gölü seviyesinde yükselme başladı. 1838 yılında meskûn olan Erciş Kalesi, 1841 yılında yükselen göl sularıyla işgal edilince sakinleri, burayı terk ederek iç kısımlarda yer alan Pulur, Çelebibağı ve Kasımbağı köylerine yerleşmişlerdir. Şehir merkezi de Erciş Kalesi'nin kuzeyinde Van Gölü kıyısından 3 km. içeride ve 20-25 m kadar yüksekte yer alan Akans (Akantz veya

Agantz)'a nakledilerek burası Erciş adını almıştır [9].

Suların yükselmesi sonucunda yer değiştirerek bugünkü yerinde yeniden inşa edilen Erciş Şehri'nin nüfusu CUIINET'e göre 19.yüzyılın sonlarında 2.179 kişi kadardı. Bu nüfusun 629'u Müslüman, 1550'si gayr-ı Müslim nüfustan ibaretti. Aynı dönemde Erciş Kazası'nın toplam nüfusu ise 14.774 kişi civarındaydı [21]. Bu dönemde Erciş Şehri'ndeki en önemli ekonomik faaliyetin bağıcılık olduğu bilinmektedir. Bunun yanında ekip-biçmeye dayanan tarım faaliyetleriyle de uğraşılmaktaydı.

Lynch'e göre 1898 yılında Erciş (Akantz)'te 500 civarında hane bulunmaktaydı [10]. 1899 tarihli Van Vilayet Salnamesi'ne göre ise, Erciş'te 500 hane, 250 dükkân ve mağaza, 2 han, 2 cami, 1 kilise, 1 hükümet konağı, 1-2 Sıbyan mektebi (ilkokul), 1 Rüşdiye mektebi (ortaokul) bulunmaktaydı [22]. Şüphesiz bu veriler, 19. yüzyılın sonlarında Erciş'in önemli bir şehir ve canlı bir ticaret merkezi olduğunun göstergesidir.

Uzun süre Osmanlı Devleti'nin elinde kalan Erciş Şehri, 1915-1917 yılları arasında Ruslar'ın işgali altında kalmış ve tahrip edilmiştir. Erciş 1918'de kesin olarak işgalden kurtarılmıştır. Cumhuriyetin kurulmasından sonra da idari merkez olma görevini sürdüren Erciş, Van İli'ne bağlı bir ilçe merkezi haline getirilmiştir. Erciş, günümüzde Van'dan sonra Van Gölü Havzası'nın nüfus bakımından ikinci büyük şehri durumundadır. 1927 yılı nüfus sayımına göre 2.813 olan Erciş'in nüfusu günümüze kadar sürekli bir artış kaydetmiştir. 2000 yılı nüfus sayımına göre Erciş'in nüfusu 71.881 kişidir.

Erciş'in günümüzde belediye sınırları içinde kalan alan büyüklüğü 92 km² dir. Belediye merkezinin fiili yerleşik alan büyüklüğü ise 25.8 km² dir. Belediyenin imarlı alan büyüklüğü 30 km², mücavir alan büyüklüğü ise 12 km² dir. İmar plânına göre Erciş Şehri 1651 m - 1740 m kotları arasındadır. Ancak yaptığımız gözlemlere göre şehir meskenlerinin 1750 m. yükseltisine kadar çıktığı anlaşılmaktadır. Böylece Erciş Şehri'nin dikey yöndeki dağılışının yükseklik farkının 100 m civarında olduğu görülür.

Görüldüğü üzere Erciş Şehri tarihi süreç içerisinde bir çok defa istilâ edilmiş, farklı devletler arasında el değiştirmiş ve defalarca tahrip edilmiştir. Buna rağmen Erciş her yıkımdan sonra kısa bir süre içinde toparlanmayı başarmıştır. Bunu sağlayan en önemli faktörün Erciş'in coğrafi konumu olduğunu söylememiz mümkündür. Nitekim Erciş'in, Doğu Anadolu'dan İran'a ve Mezopotamya'ya giden anayolların kavşak noktasında bulunması ve verimli bir ovaya sahip olması her dönemde önemli bir ticaret merkezi için gerekli olan şartları hazırlamıştır [23]. Bu coğrafi avantajlarına karşılık Van Gölü su seviye yükselmesi, Erciş yerleşmesi üzerinde olumsuz bir etki meydana getirmiş ve yerleşmenin yerinin değiştirilmesine neden olmuştur. Van Gölü'ndeki su

seviyesinin yükselmesi, bugün de Erciş'i tehdit etmektedir.

III. VAN GÖLÜ'NDE SEVİYE DEĞİŞİKLİKLERİ VE ERCİŞ ŞEHRİ'NE ETKİLERİ

Erciş tarihi süreçte bir takım istila ve savaşlara maruz kaldığı gibi, önemli doğal olaylardan da etkilenmiş ve bu tesirler günümüzde de sürmektedir. Yerleşmeyi etkileyen en önemli doğal olay ise Van Gölü su seviyesi yükselmesidir.

Erciş'in güneyinde yer alan ve havzanın suları için bir yerel kaide seviyesi özelliğini gösteren Van Gölü hem bölgenin hem de Türkiye'nin en büyük gölüdür. Hacmi 607 km³ olan Van Gölü, 3574 km² lik bir alan kaplar [24]. Günümüzde gölün ortalama seviyesi 1649 m olup, yüzeysel beslenme alanı 16098 km² dir.

Van Gölü'nün oluşumu kısaca şu şekilde özetlenebilir; Batı-doğu doğrultulu eski ve geniş Muş-Van tektonik depresyonunun suları, Pliyosen ve Pleistosen'de batıya doğru akarak Murat Nehri vasıtasıyla dış drenaja bağlanmakta idi. Ancak daha sonra bu depresyon, orta kısmından, Nemrut volkan konisi ve çeşitli volkanik materyalle tıkanıp ikiye bölünmüştür. Muş-Van tektonik depresyonu ikiye ayrıldıktan sonra doğuda kalan Van Depresyonu kapalı bir havza haline gelmiştir. [25, 26, 27]. Böylece Van Gölü dışarıya akımı olmayan bir göl haline gelmiştir.

Van Gölü'nün su seviyesi oluşumundan itibaren yükselme ve alçalmalarla devamlı değişiklik göstermiştir. Fakat göl suyu seviyesinde yükselme ve alçalmalara rağmen genel olarak devamlı bir yükselme görülmektedir. Özellikle son glacial (Würm) ve postglacial devirdeki iklim değişiklikleri esnasında önemli seviye ve hacim değişiklikleri görülmüştür. Bu seviye değişikliklerine bağlı olarak gölün çevresinde dilüvyal taraçalar ve depolar oluşmuştur [28].

Göl seviyesinde görülen en yüksek seviye Pleistosen'de meydana gelen Würm glacial devrinde kaydedilmiştir. Bu dönemde soğuk bir iklimin etkili olduğu, gölün yılın büyük bir kısmında donmuş olduğu tahmin edilmektedir [29]. Günümüzden yaklaşık 18.000 yıl öncesine tekabül eden bu buzul devrinde göl suyu seviyesi 1720 m kotuna kadar çıkmıştır [30]. Bu yükseltide yer alan ve tabakalı gösel tortullardan, kaba taneli akarsu materyallerinden ve çeşitli tür volkanik tüflerden meydana gelen 1720-1730 m yükseltisindeki taraça göl çevresindeki en yüksek taraçayı oluşturmaktadır. Göl kıyısında 1655, 1660, 1670, 1680, 1700 metre yükseltelerde de taraçalar mevcuttur [31].

Son buzul devrinden itibaren bölgede sıcaklık giderek artış göstermiştir. Zamanımızdan 10.000 ile 6.500 yılları arasında bölgedeki iklimik şartlarda değişiklik

meydana gelmiş, bu dönemde iklimdeki en önemli değişiklik yağış ve nem miktarındaki azalmadır. Bu durum, bu dönemde yoğun olarak yetiştiği tespit edilen *Chenopodiaceae*, *Ephedra*, *Artemisia* gibi otsu bitki türlerinden de anlaşılmaktadır [32]. Bahsedilen bu dönem içerisinde göl seviyesinde ani bir düşüş görülmektedir. Günümüzden yaklaşık 8.000 yıl önce göl seviyesi şimdiki seviyeye göre -340 m kadar alçalmıştır [33]. Bu seviye 1380 m kotuna tekabül etmektedir. Bu dönemde bu ani seviye düşmesinin görülmesi, iklimik şartlardaki değişikliklerin yanında volkanotektonik süreçlere bağlı olarak Van Gölü'nün batı kısmında göl dibinde Tatvan Kalderası'nın oluşmasına bağlayan görüşler de vardır [34]. Bu dönemden itibaren göl seviyesi yeniden yükselmeye başlamış, seviye önce -250 m ye ve günümüzden 6.500-6.000 yılları arasındaki devrede -70 m ye kadar yükselmiştir. M.S.200 yıllarında ise, göl seviyesi -30, -40 m ye kadar yükselmiştir [33]. Arkeologların görüşüne göre göl suyu seviyesi Urartu Krallığı (M.Ö. 9. ve 6. yüzyıl) döneminde günümüzdeki seviyesinden birkaç metre yukarıda idi. Bu dönemde Van Kayası'ndaki kale duvarları için kullanılan taşların sallarla taşındığına inanılmaktadır [35].

Önceki bölümde de belirtildiği üzere Erciş'in bilinen en eski kalıntısı, Yeni Erciş'in kuzeyinde yer alan Zırnakol Tepe (1889 m.) üzerindedir. Bu şehri, bölgede M.Ö.9. ve 6. yüzyılları arasında hakim olan Urartular inşa etmişlerdir. Diğer Urartu şehirlerinde olduğu gibi Erciş Şehri için de müdafaaya daha elverişli olması nedeniyle bu tepe seçilmiştir. Göl seviyesinin en yüksek seviyeye ulaştığı devrede (1720 m) bile bu yerleşmenin tesir altında kalması mümkün olmayıp, arkeologlara göre Urartular döneminde bugünkü seviyeye göre birkaç metre daha yüksekte olan göl seviyesinden etkilenmediği de kolaylıkla söylenebilir.

Göl suyu seviyesinde görülen bu değişimler göl çevresinde yeniden bir takım jeomorfolojik değişiklikler meydana getirirken yerleşmeler üzerinde de tahribatlara neden olmuş, hatta bazı yerleşmeler su altında kalarak kullanılamaz hale gelmiştir. Ortaçağda bir kale-şehir yerleşmesi olarak Van Gölü sahiline yakın bir yerde yeniden inşa edilen Erciş bunlardan biridir. Erciş Kalesi ilk kurulduğu dönemde bir liman görevi görmesi bakımından önem arz etmekteydi ve su seviye yükselmesi de herhangi bir tehlike oluşturmamaktaydı. Ancak daha sonra göl suyu seviye yükselmelerinden etkilenmiş ve nihayet yer değiştirmek zorunda kalmıştır.

Van Gölü'nün su seviyesi 11. yüzyıl ortası ile 15. yüzyılın başları arasında yükselmiş ve bu dönemde bugünkü Adilcevaz'ın güneyinde yer alan bir ada su altında kalmıştır [7]. Bundan sonra da göl su seviyesinin yükselmesinin devam ettiği söylenebilir. Bunu 17.asırda bölgede seyahat eden Evliya Çelebi de teyit etmektedir. Bu seyyaha göre İlkbaharda yükselen Van Gölü suları içinde kalan Erciş Kalesi'nin sadece batı tarafında bir ince

yol kalırdı. Seyyah Van'dan gemilerle getirilen ve karayolu ile Erzurum'a gönderilen malların boşaltıldığı bir iskele olduğunu da belirtmektedir [20].

18.yüzyılın başları ile 20.yüzyılın başları arasındaki dönemde Van Gölü'ndeki seviye değişikliklerine ait bazı gözlemler ise şöyledir: 1716 yükselmenin başlaması, 1740 azami seviye, 1806 tekrar yükselmenin başlaması, 1810 azami seviye, 1820 azami seviye, 1838 asgari seviye, 1838-1841 yükselmenin tekrar başlaması, 1847 seviyede biraz alçalma, 1850 yükselme, 1852 alçalma, 1863 yükselme, 1870 alçalma, 1875 azami seviye, 1880 yüksek seviye, 1898 yükselme, 1909-1914 yükselme [28].

Bu dönemde en önemli su seviyesi yükselmesi 19.yüzyılın ilk yarısına tekabül eder. Bu dönemde suların yükselmesiyle Erciş Şehri yer değiştirmek zorunda kalmıştır. Nitekim,1838 yılında henüz meskûn olan Erciş Kalesi, 1841 yılında yükselen göl sularıyla işgal edilince sakinleri burayı terk ederek iç kısımlarda yer alan Pulur, Çelebibağı ve Kasımbağı köylerine yerleşmişlerdir. Şehir merkezi de Erciş Kalesi'nin kuzeyinde Van Gölü kıyısından 3 km içeride ve 20-25 m. kadar yüksekte yer alan Akantz'a nakledilerek burası Erciş adını almıştır [9]. Bundan sonra da göl seviyesi yükselmeye devam etmiş ve daha önce terk edilen Erciş Kalesi, 1887'den sonra bir ada halini almıştır [36]. Daha sonra da göl seviyesinde 19.yüzyılın sonları ile 1930'lu yıllar arasında tekrar bir yükselme görülmektedir [7].

19.ve 20. yüzyıllarda havzaya düşen yağışın yanında havzadaki buzulların erimeleri sonucu akışa geçen sular da gölü besleyen önemli kaynakları oluşturmaktadır [37]. Nitekim, akışa geçen sularının büyük çoğunluğunu Van Gölü Havzası'na gönderen Süphan Dağı'nın buzullarının %97 sinin 19.yüzyılın ikinci yarısından itibaren meydana gelen global ısınmanın neticesi olarak eridiği anlaşılmaktadır [38]. Van Gölü havzasındaki buzulların erimesiyle akışa geçen suların göl seviyesinin yükselmesinde önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

1944 yılından önce, Van Gölü'ndeki seviye değişikliklerinin metrik sisteme göre ne kadar olduğunu gösteren düzenli olarak ölçülmüş herhangi bir veri elimizde mevcut değildir. Bu yıldan itibaren göldeki seviye değişikliği ölçümleri Elektrik İşleri Etüt İdaresi (E.İ.E.İ.) tarafından düzenli olarak yapılmaya başlanmıştır. Mevcut ölçüm verilerine göre, Van Gölü'nde 1944-1996 yılları arasında en yüksek seviye 1995 yılının Haziran ayında 1650.55 m olarak ölçülmüştür. Bu dönemde 1995-1996 su yılında gölde azami seviye görülmektedir. En düşük seviye ise, 1963 yılında aralık ayında 1646.64 m olarak kaydedilmiştir. 1962-1963 su yılında göl asgari seviyeye düşmüştür. Van Gölü'nün günümüzdeki ortalama seviyesi yaklaşık 1649 metredir (Tablo.1-2, Şekil.3-4).

Tablo.1. Van Gölü'nde 1944-1996 Yılları Arasında Gözlenen Aylık Ort. Seviyeler (Tatvan İstasyonu Verileri).

Aylar	E	K	A	O	Yıllık Ort
Ortalama Seviye (m)	1647.92	1647.89	1647.89	1647.89	
Aylar	Ş	M	N	M	
Ortalama Seviye (m)	1647.90	1647.96	1648.06	1648.22	
Aylar	H	T	A	E	
Ortalama Seviye (m)	1648.31	1648.29	1648.20	1648.08	1648.05

Kaynak: E.İ.E.İ. Tatvan Gözlem İstasyonu Verileri (1944-1996).

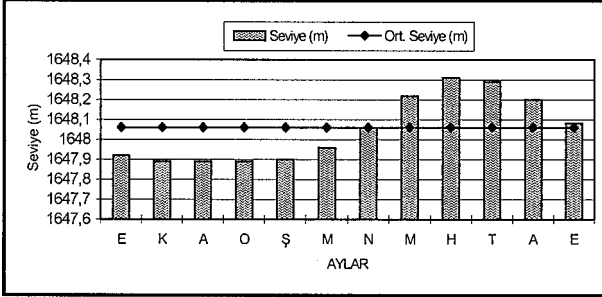
Tablo.2. Van Gölü'nde (Tatvan Gözlem İstanbul Verileri) Minimum ve Maksimum Su Seviyeleri (m)

Yıllar	Min.	Maks.	Yıllar	Min.	Maks.
1944	1646,06	1647,65	1971	1648,31	1648,72
1945	1647,2	1647,53	1972	1648,21	1648,9
1946	1647,03	1647,57	1973	1648,49	1649,00
1947	1647,26	1647,68	1974	1648,48	1648,81
1948	1647,17	1647,86	1975	1648,2	1648,63
1949	1647,3	1647,86	1976	1648,07	1648,62
1950	1647,23	1647,56	1977	1648,17	1648,63
1951	1647,06	1647,39	1978	1648,00	1648,49
1952	1646,92	1647,62	1979	1648,02	1648,40
1953	1647,08	1647,55	1980	1648,04	1648,55
1954	1647,08	1647,57	1981	1648,02	1648,49
1955	1647,12	1647,47	1982	1648,01	1648,53
1956	1647,27	1647,77	1983	1648,03	1648,44
1957	1647,29	1647,79	1984	1648,03	1648,53
1958	1647,37	1647,81	1985	1648,02	1648,60
1959	1647,34	1647,84	1986	1647,98	1648,34
1960	1647,39	1647,67	1987	1647,91	1648,56
1961	1647,04	1647,47	1988	1648,16	1649,25
1962	1646,74	1647,14	1989	1648,79	1649,26
1963	1646,64	1647,54	1990	1648,76	1649,27
1964	1647,09	1647,66	1991	1648,77	1649,18
1965	1647,01	1647,37	1992	1648,69	1649,37
1966	1647,01	1647,52	1993	1648,99	1649,85
1967	1647,14	1647,62	1994	1649,50	1650,22
1968	1647,33	1648,21	1995	1649,87	1650,55
1969	1648,01	1648,90	1996	1650,10	1650,49
1970	1648,63	1649,04			

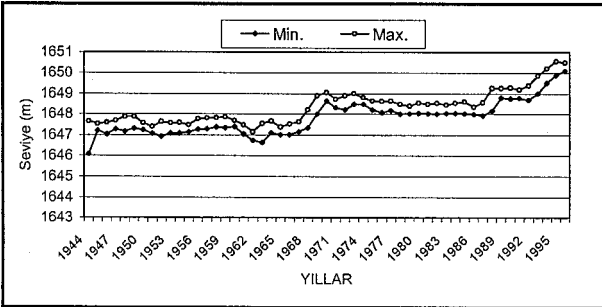
Kaynak: E.İ.E.İ. Tatvan Gözlem İstasyonu Verileri (1944-1996).

Doğal bir afet olan Van Gölü'ndeki bu seviye yükselmesi kıyıdaki beşeri tesisleri ve tarım arazilerini olumsuz etkilemeye devam etmektedir. 19.yüzyılda Erciş Şehri'nin yerinin değiştirilmesine sebep olan bu olay, bugün de Erciş Şehri'nin yanı sıra Van Gölü kıyısı yakınlardaki yerleşmeleri de tehdit etmektedir. Nitekim, 1994-1995 döneminde göl suları en yüksek seviyeye

ulaştığında havzada 1.053 konut göl suları altında kalmıştır. 1995 yılı Haziran ayında göl en yüksek seviyeye ulaştığında 1655 m kotu altındaki alanlar afet sahası olarak ilan edilmiştir.



Şekil.3. Van Gölü'nde Aylık Ortalama Su Seviyesi (E.İ.E.İ. Tatvan Gözlem İstasyonu Verileri. 1944-1996)



Şekil.4. Van Gölü'nde Minimum ve Maksimum Su Seviyeleri (E.İ.E.İ. Tatvan Gözlem İstanbul Verilerine Göre)

Bu son su seviye yükselmesinde en büyük hasar Erciş ve civarında görülmüştür. Nitekim, bölgede ağır hasar gören toplam 422 konutun 266'sı (%63) Erciş ve çevresindeki yerleşmelere tekabül etmektedir (Tablo.3). Erciş'in Gölağzı ve Tekevlar mahalleleri ile Çelebibağı ve Kasımbağı köylerinin Van Gölü kıyısına yakın konutları hasar görmüştür. Hasar gören konutların sahipleri daha iç kısımlara yerleşmişlerdir.

Görüldüğü üzere Van Gölü su seviyesi yükselme ve alçalmalarla sürekli değişkenlik göstermesine rağmen genel olarak bir yükselme eğilimindedir. Mevcut coğrafi şartlar itibarıyla bundan sonra da yükselme eğiliminde olacağı düşünülmektedir. Yükselen göl sularının başta Erciş Şehri olmak üzere Van Gölü Havzası'ndaki yerleşmeler üzerinde olumsuz etkisini sürdürmesi beklenmektedir.

Seviye yükselmesinin bu olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması için ortalama seviye (1649 m) üzerine çıkan göl suyunun göl havzası dışına transfer edilmesi yoluna gidilebilir. Bu fazla su, Van Gölü Havzası'nın güneyinde yer alan ve Botan Çayı'nın bir kolu olan Büyükdere vasıtasıyla Dicle Havzası'na aktarılabilir. Bazı araştırmacılar tarafından yapılan hesaplamalara göre her yıl gölden ortalama 85 cm

yükseklğinde su çekildiği takdirde seviyenin yükselmeyeceği, bu suyun oluşturacağı debinin 100 m³/sn olacağı ve yılda 9.10⁹ kwh elektrik enerjisi üretilebileceği belirtilmektedir [39]. Ancak her yıl düzenli olarak bu miktarda fazla suyun olması ihtimal dahilinde değildir. Seviye bazı yıllar ortalamanın altına da düşebilir. Bu nedenle, havza dışına aktarılacak su üzerinde kurulacak elektrik tesisleri büyük yatırımlar gerektirdiğinden ekonomik olmayabilir. Diğer taraftan Van Gölü sularının soda oranı fazla olduğundan Dicle Nehri'ne karıştığı zaman suyun kimyevi ve fiziksel yapısı değişecek, dolayısıyla tarım için uygun olmayan bir özellik kazanabilecektir.

Tablo.3. 1994-1995 yılında Van Gölü Su Seviyesinin Yükselmesi Sonucu Etkilenen Konutların Hasar Durumu.

YERLEŞİM BİRİMLERİ	HASAR DURUMU			TOPLAM
	Ağır	Orta	Hafif	
Erciş-Gölağzı Mahallesi	44	8	47	99
Erciş-Tekevlar Mahallesi	1	2	-	3
Erciş-Kasımbağı Köyü	45	40	36	121
Erciş-Çelebibağı Kasabası	176	32	24	232
Erciş İlçesi Toplamı	266	82	107	455
Diğerleri (Van-Merkez, Muradiye, Edremit, Gevaş ilçeleri)	156	116	326	598
GENEL TOPLAM	422	198	433	1.053

Kaynak: Van Bayındırlık ve İskan Müdürlüğü.

IV. SONUÇ

Erciş Şehri'nin güney kesiminde Van Gölü kıyısında yer alan Gölağzı ve Tekevlar mahallelerinin göle yakın kısımları göl sularının baskısı altındadır. Bu kesimlerde inşa edilen bazı beşeri tesisler su seviyesinin yükselmesi ile sular altında kalmaktadır. Bu nedenle sahile yakın kesimlerde inşası devam eden yapılar derhal durdurulmalıdır. Geçmişten günümüze olduğu gibi bundan sonra da seviyenin yükselmesi beklenmektedir. Bu sebeple önümüzdeki dönemlerde yeni inşa edilecek yapılar da gölün bugünkü seviyesinden (1649 m) yüksekte yer almalıdır. İnşaa edilecek beşeri tesisler için 1675 m izohipsi yapılaşma için alt sınır olarak kabul edilmelidir. Yeni inşa edilecek her türlü konut, dinlenme ve eğlenme tesisi, yol gibi beşeri tesislerin bu kotun üstünde tutulmasına dikkat edilmelidir. 1675 m ile göl kıyı çizgisi arasında kalan sahalara ise park, yeşil alanlar ve mera alanı olarak değerlendirilebilir. Tabi bu geçici bir önlem olarak ele alınmalıdır.

Van Gölü Havzası'ndaki yerleşmelerin göl sularının işgalinden kurtarılması gerekmektedir. Bunun

için de gölün günümüzdeki ortalama seviyesi (1649 m) muhafaza edilerek bu seviyenin üzerine çıkan sular gölün dışına transfer edilmelidir. Bu fazla suyun, havzanın güneyinden sularını toplayan Botan Çayı'nın bir kolu olan Büyükdere vasıtasıyla Dicle Havzası'na aktarımı sağlanabilir. Ancak, Van Gölü sularının tuz oranı fazla olduğundan Dicle Akarsuyu'na karıştığı zaman suyun kimyevi ve fiziksel yapısı değişecek, dolayısıyla tarım için uygun olmayan bir özellik kazanabilecektir. Bu nedenle göl suları ya tarım faaliyetlerinin durduğu aylarda ya da arıtıldıktan sonra adı geçen akarsuya deşarjı gerçekleştirilmelidir. Fakat bu uygulamanın çevresel etkilerinin de iyi değerlendirilmesi gerekmektedir.

Erciş Şehri'nin Erciş Ovası üzerinde dağılışı göstermesi göl suyu seviye yükselmesine maruz kalmasının yanında deprensellik bakımından da risk taşımaktadır. Çünkü Erciş Yöresi, tektonik yapı itibarıyla sismik aktivitesi yüksek olan I.Derecedeki deprem bölgesi içerisinde yer almaktadır. Erciş Ovası, gevşek dokulu alüvyonlardan ibaret olup depreme karşı mukavemetsiz alanları meydana getirmektedir. Bunun yanında ovada yeraltı suyu seviyesi de yüksek (2-3 m) olup, muhtemel bir deprem esnasında sıvılaşma özelliği göstereceğinden yörede vukuu muhtemel bir depremde en fazla hasarın görüleceği sahadır. Bu nedenle muhtemel bir depremde hasarın en aza indirilmesi için ovada batıya doğru yayılışı gösteren yapılaşma durdurulmalıdır. Yeni yapılaşma deprensellik bakımından nispeten sağlam olan Erciş Şehri'nin doğu ve kuzeydoğusundaki tepelik alanlara kaydırılabilir. Böylece hem verimli tarım arazileri yapılaşmadan kurtarılarak amacına uygun olarak değerlendirilmiş olur, hem de muhtemel bir depremde can ve mal kaybının daha az olması sağlanabilir. Diğer yandan yerleşme alanlarında zemin etütleri yapılarak yapılar depreme uygun olarak inşa edilmelidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Yalçınlar, İ. (1967) Türkiye'de Bazı Şehirlerin Kuruluş ve Gelişmesinde Jeomorfolojik Temeller. *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, Cilt:8, Sayı:16 (Ayrı Baskı), 58-59.
- [2] Ardel, A. (1944). Van Gölü. *5.Üniversite Haftası (Van-1944)*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi. Yayın No: 241, 205-215.
- [3] D.S.İ. (1977). *Van-Erciş Ovası Hidrojeolojik Etüt Raporu*. Ankara: DSİ Basım ve Foto-Film İşletme Müdürlüğü Matbaası.
- [4] Tuncel, M. (2001). Anadolu'da Doğal Afetler Sonucu Yer Değiştiren Şehirler. *Tarih Boyunca Anadolu'da Doğal Afetler ve Deprem Semineri (22-23 Mayıs 2000)*, 291-308.
- [5] Belli, O. (1982) Urartular Maddesi. *Anadolu Uygarlıkları Ansiklopedisi*. Cilt: I. İstanbul: Görsel Yayınları.
- [6] Yıldız, M.Z. (2002). Erciş'te Kentsel Fonksiyonlar ve Kentsel Arazi Kullanımı. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- [7] Sıncılar, T. (1999). Two Problems Concerning the Van Region: Arakel of Tebriz on the Earthquake of 1646 and the Evidence for the Rise in the Level of the Lake. *Natural Disasters in the Ottoman Empire. Halcyon Days in Crete III A Symposium Held in Rethymnon*. 10-12 January 1997, 207-218.
- [8] Koşay, H.Z. (1984). *Erzurum ve Çevresinin Dip Tarihi*. Ankara: Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü Yayını.
- [9] Darkot, B. (1964). *İslam Ansiklopedisi*. Cilt: 4. İstanbul: M.E. Basımevi.
- [10] Lynch, H.F.B., (1901). *Armenia Travels and Studies*. Vol.: II, London: Longmans, Green and Co.
- [11] Umar, B. (1993). *Türkiye'deki Tarihsel Adlar*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- [12] De CHOLET, L.G. (1892). *Voyage en Turquie d'Asie Armenie Kurdistan et Mesopotamie*. Paris: Librairie Plon.
- [13] Mansel, A.M. (1944). Urartu Tarihi ve Medeniyeti. *5.Üniversite Haftası (Van-1944)*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi. Yayın No: 241, 113-139.
- [14] TUNCEL, M.-1981: Türkiye'de Doğal Olaylar Sonucunda Yer Değiştiren Kentler. *İst. Ün. Yer Bilimleri Dergisi*, İstanbul: Sayı: 1-2, 115-124.
- [15] Tukin, C. (1944). Van Bölgesi ve Tarihi Kaynakları. *5.Üniversite Haftası (Van-1944)*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi. Yayın No: 241, 235-273.
- [16] Kılıç, O. (1997). *XVI. ve XVII.Yüzyıllarda Van (1548-1648)*. Van: Van Belediyesi Başkanlığı Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü, Yayın No: 6.
- [17] Çay, A. (1993). *Ahlatşahlar Atabekliği (1100-1227). Anadolu'da Türk Mührü Ahlat*. Ankara: Ahlat Kültür Vakfı, Yayın No: 3.
- [18] Darkot, B. (1965). *İslam Ansiklopedisi*. Cilt: I. İstanbul: M.E. Basımevi.
- [19] Göney, S. & Göyünç, N. (1986). *İslam Ansiklopedisi*. Cilt: 13. İstanbul: M.E. Basımevi.
- [20] Evliya Çelebi (1970) *Evliya Çelebi Seyahatnamesi*. (Türkçeleştiren: Danışman, Z.). Cilt: 6. İstanbul.
- [21] Cunet, V. (1891). *La Turquie D'Asie Géographie Administrative Statistique Descriptive Et Raisonnée De Chaque Province De L'Asie-Mineure*. 2. Paris, 700-715.
- [22] (1995). *Van Vilayet Salnamesi (Van İl Yıllığı) 1315 (1899)*. Van: Van Belediye Başkanlığı Yayını. No: 1.

- [23] Elmastaş, N. (2002). Ilıca Çayı Havzası (Fiziki, Beşeri ve İktisadi Coğrafya Açısından). *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- [24] Wong, H.K. & Degens, E.T. (1978). The Bathymetry of Lake Van. *The Geology of Lake Van*. Ankara: M.T.A. Enstitüsü, Yayın No: 169, 6-10.
- [25] Yalçınlar, İ. (1973). Nemrut Sönmüş Volkan ve Kalderası (Doğu Anadolu). *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, 10(18-19), 253-269.
- [26] Selçuk Biricik, A. (1987). Kotum Çayı-Güzeldere Akarsu Kapmasına Ait Bir ilk Not. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, (2), 121-122.
- [27] Hoşgören, M.Y. (1994). Türkiye'nin Gölleri. *Türk Coğrafya Dergisi*, (29), 19-51.
- [28] Erinc, S. (1953). *Doğu Anadolu Coğrafyası*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü, Yayın No: 15.
- [29] Schoell, M. (1978). Oxygen Isotope Analyses on Authigenic Carbonates From Lake Van Sediments and their Possible Bearing on the Climate of the Past 10.000 Years. *The Geology of Lake Van*. Ankara: M.T.A. Enstitüsü, Yayın No: 169, 92-97.
- [30] Atalay, İ. (1982). *Türkiye Jeomorfolojisine Giriş*. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Yayınları No:9.
- [31] Veleton, İ. (1978). A Morphological And Petrological Study of the Terraces Around Lake Van. *The Geology of Lake Van*. Ankara: M.T.A. Enstitüsü, Yayın No: 169, 64-80.
- [32] Van Zeist, W. & Woldring, H. (1978). A Pollen Profile From Lake Van: A Preliminary Report. *The Geology of Lake Van*. Ankara: M.T.A. Enstitüsü, Yayın No: 169, 115-123.
- [33] Kempe, S. & Degens, E.T. (1978). Lake Van Varve Record: The Past 10.420 Years. *The Geology of Lake Van*. Ankara: M.T.A. Enstitüsü, Yayın No: 169, 56-64.
- [34] Özgür, R. & Yıldırım, T. (1998). Van Gölü Havzası'nın Genel Jeomorfolojik Özellikleri Tektonik ve Volkanizmanın Göl Düzeyi Değişimine Etkisi. *Jeomorfoloji Dergisi*, (21), 1-9.
- [35] Degens, E.T.; Wong, H.K.; Kurtman, F. & Finckh, P. (1978). Van Gölü'nün Jeolojik Gelişimi: *The Geology of Lake Van*. Ankara: M.T.A. Enstitüsü, Yayın No: 169, 147-158.
- [36] Kadioğlu, M. (1995). Van Gölü'nde Su Seviye Yükselmesinin Meteorolojik Faktörler İle Olan İlgisi. *Van Gölü'nün Su Seviyesinin Yükselmesi Nedenleri, Etkileri ve Çözüm Yolları Sempozyumu (20-22 Haziran 1995)*, Van, 21-39.
- [37] Selçuk Biricik, A. (2005). Van Gölü. *Ulusal Coğrafya Kongresi-2005 (Prof.Dr.İsmail Yalçınlar Anısına)*, İstanbul, 317-326.
- [38] Kesici, Ö. (2005). Retreat of Mount Süphan Glaciers with Special Reference to Global Warming. *Fluvial sequences as evidence for landscape and climatic evolution in the Late Cenozoic (26th September 2005)*, Conference, Şanlıurfa/Turkey
- [39] E.İ.E.İ.-Van Gölü Su Seviyesi Verileri (Tatvan Gözlem İstasyonu: 1944-1996).
- [40] (2002). *Van Gölü Su Seviye Yükselmesinden Etkilenen Yerleşim Yerlerinde Fiili Duruma Göre Yapılan Hasar Tespit Raporu*. Van: Van İli Bayındırlık ve İskan Müdürlüğü.
- [41] Tuna, A. (1995). Van Gölü'nde Enerji Üretimi. *Van Gölü'nün Su Seviyesinin Yükselmesi Nedenleri, Etkileri ve Çözüm Yolları Sempozyumu (20-22 Haziran 1995)*, Van, 129-134.

Necmettin ELMASTAŞ (elmastas@harran.edu.tr) received his master and Ph.D. degrees from Marmara University Social Sciences Institute. He is an Assistant Professor in Geography Department at Harran University. His research areas include basin planning, geothermal water, land use, settlement planning and natural hazards.

Selahattin POLAT (polatselahattin@hotmail.com) received his master and Ph.D. degrees from Marmara University Social Sciences Institute. He is an Assistant Professor in Geography at Afyon Kocatepe University. His research areas include geomorphology, hidrogeomorphology, neotectonic and natural hazards

EK : “ YARARLANILAN KAYNAKLAR” BÖLÜMÜ
KAYNAK GÖSTERİMİ ÖRNEKLERİ

- [1] Musgrave, R. & Musgrave, P. (1989). *Public Finance in Theory and Practice*. Fifth Edition. New York: McGraw-Hill.
- [2] Kartal, K. (1978). *Kentleşme ve İnsan*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- [3] Ogus, A. (2000). Self-Regulation. (Eds.; Bouckaert, B. & De Geest, G.). *Encyclopedia of Law and Economics*. Clentenham: Edward Elgar Publishing.
- [4] Robertson, R. (1999). *Globalization; Social Theory and Global Culture*. (Çev.: Yolsal, Ü.H.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- [5] Akkoyunlu, E.A. (1973). A Linear Algorithm for Computing the Optimum University Timetable. *Computer Journal*, 16 (4), 347-350.
- [6] Bakoğlu, R. (2000). The Road, the Roadblocks and Diversions on the Way to Today's Strategy Concept. *Öneri*, 14(3), 101-107.
- [7] Demirkan, M. (1997). Türk Endüstri İlişkileri Sisteminde Etik Tavrı ve Sorumluluk Bilinci. *Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu*, 24-26 Aralık, Adapazarı, 265-272.
- [8] Oral, H. (1999). Menu Planning Through Multiobjective Programming: An Application in Turkish Army. *Sistem Müh. Yüksek Lisans Tezi*, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yeditepe Üniversitesi.
- [9] Melemen, M. (1997). Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler. *Dünya Gazetesi*, 7 Ekim, 5.
- [10] Woodbury M. (1994). Freedom of Information Laws Affect the Autonomy of American Universities. *E Law- Murdoch University Electronic Journal of Law*, 1(4). December. (<http://www.murdoch.edu.au/elaw/issues/v1n4/woodbury14.html>) [26.03.03].
- [11] ILO. (1998). *Proceedings of the International Symposium on Job Retention and Return to Work Strategies for Disabled Workers*, Washington D.C., 20-21 May. (<http://www.gladnet.org/infobase/return%20to%20work/washingt.htm>). [09.01.2003].

Hakemli “ÖNERİ” Dergisinin 28.sayısı Haziran 2007 tarihinde çıkacaktır. Dergimizde yayınlanacak makalelerde aranılan şekil şartları aşağıda belirtilmiştir. Makalelerin değerlendirme sürecine girebilmeleri için Enstitümüze ulaştırılmış olması gerekmektedir.

ÖZELLİKLER

1-İlk sayfada Türkçe ve İngilizce olarak düzenlenmiş, 100-150 kelime arasında özet bulunması gerekmektedir.

2-Makalenin adının, anahtar kelimelerin Türkçe ve İngilizce olarak belirtilmesi gerekmektedir.

3-Yazarların özgeçmişlerinin, ilgi alanlarının İngilizce olarak makalenin sonuna eklenmesi gerekmektedir.

4- Yazarların iş adreslerinin, iş telefonlarının, *sakıncası yoksa cep telefonlarının* ve e-posta adreslerinin makalenin sonuna eklenmesi gerekmektedir.

5-Makale yazılırken ;

- **Kelime İşlem** : Winword 6.0 ve üstü

- **Yazı Karakteri** : Times New Roman

- **Sayfa Yapısı / Kenar Boşlukları:** Üst: 3, Alt: 3, Sağ: 2, Sol: 2

- **Satır aralığı** : 1

- **Girinti** : Özel, 1 cm

- **Başlık** : 14 Punto, Sayfa Ortası, Koyu, Hepsini Büyük Harf.

- **Yazar (lar)** : 11 Punto, İki Sütun, Koyu, İtalik.

- **Yazar (lar) ın Bağlı Olduğu Bölüm** : 11 Punto, Sayfa Ortası, İtalik.

- **Özet** : 9 Punto, Koyu, 2 Sütun, İki Yana Dayalı.

- **Ana Makale** : 10 Punto, 2 Sütun, İki Yana Dayalı, Makalede giriş, gelişme ve sonuç bölümleri bulunmalı

- **Sütun Genişliği** : Çift Sütun, Genişlik 8.25, Aralık 0.5 cm

- **Yararlanılan Kaynaklar** : 9 Punto, makalenin sonunda yer alacaktır.

6-Yukarıdaki özelliklerde yazılan yazılar 1 adet printer çıktısı ile birlikte 3 ½ inç'lik PC IBM formatında Floopy, **elden, posta veya kargo ile** enstitümüze teslim edilecektir.

7-İstenilen özelliklerde olmayan yazılar değerlendirilmeye alınmayacaktır.

8-Aynı yazara ait tek yazarlı birden fazla yazı aynı sayıda yayınlanamaz.

The Institute's Arbitrator Journal of ÖNERİ's 28th issue will be published in June 2007. The Specific rules of writings, in order to be eligible to be published in the journal, are at below. Writings, in order to be taken into consideration must be handed to the Institute of Social Sciences.

SPECIFIC RULES

1-There must be an abstract between 100-150 words, written in both *Turkish and English* on the first page.

2-The name of essay must be written both *Turkish and English*.

3-The writings must include the writer's CV and the academic interest areas in English.

4- The writings must include the writer's work address, work phone, mobile phone and e-mail address.

5-The writing should be presented in respect of the following criteria:

- **Word Processor** : Winword 6.0 or higher version
- **Font** : Times New Roman
- **Page Set Up / Margin:** Üst: 3, Alt: 3, Sağ: 2, Sol: 2
- **Line Spacing** : 1
- **Indentation** : Special, 1
- **Title** : 14 size, center aligned, bold, capital letters.
- **Writer (s)** : 11 size, center aligned, bold, italic letters.
- **The University and Department of The Writer** : 11 size, middle of the page, italic letters.
- **Abstract** : 9 size, 2 columns, justified.
- **Essay** : 10 size, 2 columns, justified.
- **Column Width** : Width 8.25, space between columns 0.5.
- **References** : 9 size, to be written at the end of the essay.

6-All writings are to be handed to the Institute of Sciences with a printer output and PC IBM formatted floppy disk

7-Those essays which do not suit stated above will not be taken into consideration.

8-No more than one essay of a writer is allowed to be published in are issue.



MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HAKEMLİ DERGİSİ

Öneri

BAŞVURU FORMU

MAKALENİZİN BAŞLIĞI Türkçe: İngilizce:	
GEREKLİ BİLGİLER	
Makale Sahibinin; Sahiplerinin Adı- Soyadı, Ünvanı veya Ünvanları, Bağlı bulunduğu/buldukları Üniversite	
Yazışmaların Yapılacağı Adres	
Cep Telefonunuz	
Ofis Telefonunuz (Dahili Telefonunuz)	
E-Mail Adresiniz	
Akademik İlgi Alanlarınız	
Makalenizle İlgili İngilizce ve Türkçe Anahtar Kelimeler	
Ana Bilim Dalınız	

Makalenizin Veriliş Tarihi:	Makalemin/ Makalemizin Daha Önce Başka Bir Dergiye Verilmediğini ve Hiçbir Yerde Yayınlanmadığını Taahhüt Ederim
Hakem Veri Tabanımıza Konunuzla İlgili Önerilebileceğiniz İsimler 1)..... 2).....	İMZA

*Makale yazımınızla ilgili şekil şartlarına <http://sbe.marmara.edu.tr/oneridergisi/> - adresinden makale gönderme bölümüne ulaşabilirsiniz. Bu bilgiler ayrıca bütün sayılarımızın en son sayfasında da yer almaktadır.

