

YÖNETİM VE EKONOMİ

CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Yıl: 2006 Cilt: 13 Sayı:1

ISSN-1302-0064

İÇİNDEKİLER

• Ahmet ERGÜLEN -Esen GÜRBÜZ	İnşaat ve Enerji Sektöründe Beton Direk Üretimi Planlamasına Örnek Bir Model Önerisi: Tamsayılı Doğrusal Programlama.....	1
• Aykut Hamit TURAN - Hüseyin ŞENKAYAS	İşletmeler İçin Bilgi Birikimi Yönetimi.....	17
• Ayşen TEMEL - Mehmet YAKIN - Sema MİSCİ	Örgütsel Cinsiyetlerin Örgütsel Davranışa Yansıması...	27
• Edip ÖRÜCÜ - Sedat YUMUŞAK - Yasin BOZKIR	Bankalarda Çalışan Personelin İş Tatmini ve İş Tatminini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma.....	39
• İbrahim GÜNGÖR- Ahmet ERGÜLEN	Bulanık Araç Rotalama Problemlerine Bir Model Önerisi ve Bir Uygulama.....	53
• Mehmet Behzat EKİNCİ	Türkiye'nin Mukayeseli Üstünlüğe Sahip Olduğu Hizmet Alt Sektörlerinden İnşaat; Sorunlar ve İmkanlar	61
• Mehmet MARANGOZ	Yaşlı Tüketiciler ve Yaşlı Tüketicilerin Harcama Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma....	79
• Muhittin TATAROĞLU	Parlamente ve Başkanlık Sistemlerinde Siyasi İktidar ve Bürokrasi İlişkileri ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme.....	97
• Mustafa KIRLI	Halka Açık Olmayan Şirketlerde Sistemik Risk Ölçütü Beta Katsayısının Tahmin Edilmesi.....	121
• Semra GÜNEY	Ahlaki Liderliğin Kavramsallaştırılması ve Ahlaki Yönetimde Liderliğin Rolü.....	135

• Turan ATILGAN	KOBİ Niteliğindeki Tekstil ve Hazır Giyim İşletmelerinin Uluslararası Pazarlara Açılmasında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Etkisi	149
• Uğur ZEL	“İş Ahlakı” Cinsiyetler Arasındaki Farklılıklar Açısından Literatür İncelemesi.....	167
• Y. Yüksel AYVAZ - Ercan BALDEMİR - Serap ÜRÜT	Yabancı Sermaye Yatırımlarının Verimlilik ve Kalkınmaya Etkilerinin Ekonometrik İncelemesi.....	177
YAZIM KURALLARI VE YAYIN İLKELERİ.....		187

İnşaat ve Enerji Sektöründe Beton Direk Üretimi Planlamasına Örnek Bir Model Önerisi: Tamsayılı Doğrusal Programlama

Yrd. Doç. Dr. Ahmet ERGÜLEN

Niğde Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, NİĞDE

Yrd. Doç. Dr. Esen GÜRBÜZ

Niğde Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, NİĞDE

ÖZET

Bir Firmanın üretim planlarının amaçlara uygun olarak hazırlanabilmesi, üretim faaliyetlerinde etkinliğin elde edilebilmesini etkileyebilmektedir. Üretim planlamasında, amaçlara ulaşılabilmesinde birçok kriteri en uygun değere taşıyabilecek ve optimum faydayı sağlayabilecek farklı modellerden yararlanılabilir.

Bu çalışmada Tamsayılı Doğrusal Programlama(TDP) modelinin üretim planlamasında uygulanabilirliği teorik çerçevede açıklanmakta ve beton direk üretimi alanında faaliyet gösteren bir üretim firmasında, örnek bir uygulama modeli ile desteklenmektedir. TDP modelinin çözümünde; direk çeşitleri, kalıpların sayısı ve özellikleri, üretim yöntemleri, taşeronların işçilik maliyetleri, kapasite ve üretim programı değişkenleri temel alınmakta ve TDP modeli, üretim sürecinde kapasitenin maksimum düzeyde kullanılmasını sağlayan, avantajlı bir matematiksel model olarak önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Optimum Çözüm, Tamsayılı Doğrusal Programlama, Matematiksel Model.

A Case Model Suggestion To Production Planning Of Concrete Pile In Construction And Energy Sector: Integer Linear Programming

ABSTRACT

Achieving efficiency in production to a great extend requires planning production activities in a way that fits into companies' goals. In order to achieve the goals in production planning, different models that could take many criteria up to the most desired level and provide the firm with the optimal utility, could be suggested.

This study, informed also by the existing literature about the subject, considers the Integer Linear programming (ILP) method and its applicability to production activities. Whether the (ILP) method might have important results for production planning or not is studied in a company that operates in the concrete pile production. In the model, as variables, the sort of piles, the numbers and features of the patterns, the production methods, the labour costs of middle-men, and the capacity and production programs are used. The paper concludes that the (ILP) model is an advantageous mathematical model that enables us to explore the levels in which the capacity of the production tends to be maximum.

Key Words: Optimum Solution, Integer Linear Programming, Mathematical Model.

I. Giriş

Üretim firmalarının en önemli amaçları arasında -sürekli değişen dünya pazarlarında rekabetin yükselmesinin de bir sonucu olarak- önceden öngörülemeyen bilgi istemine ve pazar koşullarındaki değişimlere karşılık verebilme ve üretim işlemlerindeki kazançlarının optimize edilebilmesi büyük önem taşımaktadır. Optimal üretim planlaması bu amacı başarmada, en önemli ve

yararlı tekniklerden bir tanesi olarak önerilmektedir. Birçok optimal planlama modelleri ile ilgili olarak, malzeme ve materyal satın alma yöntemleri, personel programlaması, kapasite planlaması ve diğer üretim fonksiyonları yöntemleri geliştirilmiş ve optimal üretim planlamasını gerçekleştirebilecek matematiksel modeller sunulmuştur (Meybodi, 1995: 4 ; Yazgaç and Özdemir, 2004: 20).

Üretim planlama süreci ile ilgili literatürde, farklı stok kontrol problemleri ve üretim planlama yöntem ve modelleri önerilmektedir. Stok kontrol problemlerini çözmeye, ekonomik sipariş miktarı modeli, MRP1, MRP2, Kanban sistemleri gibi farklı model ve yöntemler kullanılmaktadır. Üretim planlama problemlerini çözmeye matematiksel programlama, güçlü bir yöntem olarak önerilmektedir. Birçok matematiksel modeller ve çözüm yöntemleri genel üretim ve hizmet endüstrilerindeki sorunları çözmek için geliştirilmiştir ve yaygın olarak kullanılabilir (Chen, 2001: 275).

Bu çalışmada inşaat ve enerji sektöründe faaliyet gösteren bir Firmanın, beton direklerle ait üretim hollerinde, üretim planının matematiksel modellerle açıklanmasını gerektiren veriler ilgili Firmadan elde edilmiş ve Firmanın üretim planlamasında kullanabileceği gerekli kapasite büyüklüğü, Tamsayılı Doğrusal Programlama modeli kullanılarak belirlenmiştir.

II. FİRMA ÜRETİM PLANINDA MODEL KURMA VE TAMSAYILI DOĞRUSAL PROGRAMLAMA YÖNTEMİ İLE ÇÖZÜMÜ

Model, bir sonucun elde edilebilmesini hangi değişkenlerin etkilediğinin belirlenmesi ve gerçeğin bazı sembollerle gösterimi olarak açıklanmaktadır. Matematiksel bir modelin kurulmasında, öncelikle problem belirlenir, ikinci aşamada varsayım ve kabuller belirlenir, üçüncü aşamada da problemi en iyi şekilde temsil edebilecek bir model kurulur. Model ele aldığı konunun tüm görünümünü belirlemekten çok, konu ile ilgili ve özelliği olan ilişkileri gösterir.

Model kurma uygulama süreci aşağıda açıklanan aşamalardan oluşmaktadır (Öztürk, 1994: 6):

- Karar probleminin belirlenmesi,
- Modelin formüllerle açıklanması,
- Problemin formüllerle açıklanması,
- Modelden çözüm elde edilmesi,
- Modelin geçerliliğinin denenmesi,
- Modelin uygulanması,
- Modelin kontrol altına alınması ve
- Sonuçların yorumu.

Kurulan model, bilinen bir sistemi veya sistemleri bağıntı ve parametrelerle tanımlayarak, gerçek değerleri mümkün olduğunca en iyi şekilde temsil edebilmelidir (Tekin, 1995: 1).

Doğrusal programlama, optimizasyon problemlerinde başarılı bir analiz yöntemi olarak uygulanmaktadır. Planlama, rota belirleme, programlama, görev dağılımı, proje problemlerinin farklı şekillerinde ve optimal pazarlama karması

oluşturma gibi birçok model kurmada değerlendirilebilir bir yöntem olarak önerilmektedir (Stapleton, Hanna, Markussen, 2003:54).

Doğrusal programlama, birçok değişken, lineer eşitsizlikler şeklindeki birçok kısıtlamaya maruz iken, bu değişkenlerin maksimize veya minimize edildiği problemler analizidir (Dorfman, 1958: 9).

Tamsayı programlama, doğrusal programlama problemlerine optimum tamsayı çözümü üretmek için geliştirilen doğrusal programlamanın özel bir uzantısıdır (Lee, 1988:174).

Tamsayı doğrusal programlama -çoklu kriter ve çoklu kısıt, tek amaç ve tek kısıt düzeyleri- sorunlarıyla ilgili olarak birçok uygulamada kullanılmaktadır. Örneğin; bir havayolu firması uçakta ne satın alındığı ve ne kadara satın alındığını belirlemek için tamsayı bir doğrusal programlama kullanabilir ancak, problemde yetenek, ekonomi, güvenlik ve teknoloji gibi çoklu kriter göz önünde bulundurulmalıdır. Problem düzeylerinde kaynak kullanılabilirliği havayolu karar alıcılarının bazılarınca farklı olarak sunulabilir (Li/Shi, 2001:497).

Karar problemlerinin önemli bir kısmında alınan kararların kusurathı değil, tamsayı olarak ifade edilmeleri gerekir. Örneğin, 10.5 ton yakıt kullanmaya karar verebilirsiniz, ancak 10.5 tane uçak üretmeye karar veremezsiniz. Ayrıca, evet/hayır, uygula/uygulama veya yap/yapma şeklinde sadece iki seçeneğe bazı kararlar vardır ki karar olumlu ise 1 sayısı ile, olumlu değil ise 0 sayısı ile ifade edilirler. Sıfır-bir değişkenler adı verilen bu değişkenler 0 ile 1 arasındaki hiçbir kusurathı değeri alamazlar.

Tamsayı doğrusal programlama modeli doğrusal programlama modeli ile yakından bağlantılı ve doğrusal programlama modelinin bir uzantısıdır. Doğrusal programlama modelinde, değişkenlerin tamsayı değer almaları gibi bir zorunluluk yoktur. Böyle bir zorunluluğun bulunması durumunda, doğrusal programlama modeli yetersiz kalmakta, tamsayı doğrusal programlama modeli kullanılmaktadır. Bir doğrusal programlama modelini tam sayılı doğrusal programlama modeli şeklinde ifade edebilmede değişkenlerin üzerindeki negatif olmama şartını kaldırarak yerine tam sayılı pozitif değerler alma şartını yerleştirmek yeterli olmaktadır (Özgüven, 2003:193).

Tamsayı doğrusal programlama modelleri, tamsayılılık şartının değişkenlerin tümü üzerine mi yoksa bir kısmı üzerine mi konduğuna bağlı olarak -saf ve karma modeller- olarak ikiye ayrılmaktadır. Bir başka sınıflandırmada tam sayılı değişkenler, sınırların izin verdiği ölçüde her pozitif değeri alabiliyorsa pozitif modeller, sadece 0 ve 1 değerlerini alabiliyorsa sıfır-bir modeller söz konusu olur. Bu açıklamalara bağlı olarak dört çeşit tam sayılı doğrusal programlama modelinden söz edilebilir (Özgüven, 2003:194):

- (1) Saf pozitif; $X_1, X_2 = 0, 1, 2, \dots$
- (2) Karma pozitif; $X_1 = 0, 1, 2, \dots$; $X_2 \geq 0$
- (3) Saf sıfır bir; $X_1, X_2, X_3 = 0, 1$
- (4) Karma sıfır bir; $X_1, X_3 = 0, 1$; $X_2 \geq 0$

Tamsayı lineer programlama sorunları ölçek, programlama, kuruluş yeri, taşıt rotası gibi birçok konuyu içermektedir. Problem lineer bir fonksiyonu

optimize etme, lineer kısıtlar seti konusu, tamsayı değişkenlerin sunumundan oluşmaktadır. Eğer tüm değişkenler tamsayı ise, problem saf tamsayı, sürekli değişkenlerin olduğu daha fazla genel olayda problem karma tamsayı ismindedir. Saf tamsayı doğrusal programlamanın genel formülü aşağıda açıklanmaktadır (Pedroso, 2002: 337):

$$\text{Max}_x \{cx : Ax \leq b, x \in Z_+^n\}$$

Z_+^n negatif olmayan n boyutsal vektörlü tamsayı seti.

A m kısıtlarının sayısının olduğu yerde bir m x n matrisi

X değişkenlerinin tamamı tamsayıdır.

Bu çalışmada, Firmanın beton direk üretiminde bir vardiyadaki (8 saatte) direk üretim holünün maksimum kapasiteyle çalıştırılması ve yapılan üretimin uygun olmasının sağlanmasında kullanılan Tamsayı Doğrusal Programlama açıklanmaktadır. Aşağıda açıklanan Tamsayı Doğrusal Programlama Modeli çözümünde kullanılan ve faaliyet gösteren örnek Firma'dan elde edilen uygulamaya dayalı veriler, Ek 1, 2, 3, 4 ve 5' de açıklanmaktadır.

Bu üretim problemine ait genel TDP modeli aşağıdaki şekilde yazılabilir (Ergülen, 2005: 327):

Amaç Fonksiyonu

Max TKS

1. Sınırlar Seti

$$\sum_{j=1}^n X_{ij} \leq a_k$$

i= Beton direğin boyunu

j = Beton direğin tepe çapını belirleyecektir

k = Sipariş adedi

[1]

2. Sınırlar Seti

$$\sum_{j=1}^n X_{ij} \leq b_k$$

i = Beton direğin boyunu

j = Beton direğin tepe çapını belirleyecektir

k=Kalıp sayıları adedi

[2]

3. Sınırlar Seti

$$TT = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_k T_{ij}$$

i= Beton direğin boyunu
j = Beton direğin tepe çapını belirleyecektir
k= Sipariş adedi

[3]

$$TT \Rightarrow h \quad h = \text{alt tonaj kısıtı}$$

$$TT \leq l \quad l = \text{üst tonaj kısıtı}$$

4. Sınırlar Seti

$$TKS \Rightarrow t \quad t = \text{vardiyadaki(8 saatte) alt kapasite kısıtı}$$

$$TKS \leq s \quad s = \text{vardiyadaki(8 saatte) üst kapasite kısıtı}$$

Pozitiflik Şartı;
 $X_{ij} \geq 0$ ve tamsayı

Burada; *i*: araç tipini, *j*: aracın sefer yapacağı bölgeyi göstermek üzere,

Amaç denkleminde;

Karar değişkeni ;

TKS: *i* boylu *j* tepe çaplı beton direğin vardiyada çalışacak toplam kalıp sayısını temsil eder.

[1] numaralı kısıt'ta;

Kullanılan parametreler,

a_k : Talep merkezinin *k* adet siparişi

Karar değişkenleri ise,

X_{ij} : *i*. boylu *j* tepe çaplı direklerin sayısı

olarak tanımlanır.

[2] numaralı kısıt'ta;

Kullanılan parametreler,

b_k : Talep merkezinin *k* adet siparişlerine ait kalıp sayıları

Karar değişkenleri ise,

X_{ij} : *i*. boylu *j* tepe çaplı direklerin sayısı

olarak tanımlanır.

[3] numaralı kısıt'ta;

Kullanılan parametreler,

c_k : Talep merkezinin k adet siparişlerinde taşeronun en fazla üretebileceği direklerin sayısı

h = alt tonaj kısıtı

l = üst tonaj kısıtı

Karar değişkenleri ise,

T_{ij} : i. boylu j tepe çaplı direklerin toplam sayısı olarak tanımlanır.

[4] numaralı kısıt'ta;

Kullanılan parametreler,

t = vardiyadaki(8 saatte) alt kapasite kısıtı

s = vardiyadaki(8 saatte) üst kapasite kısıtı olarak tanımlanır.

A. Karar Değişkenlerinin ve Parametrelerin Tanımlanması

Modelde Kalıp sayıları X değişkenleri ile tanımlanacak, bu değişkenlere bağlı indislerde,

i: Beton direğin boyunu

j: Beton direğin tepe çapını belirleyecektir.

X_{ij} , i boylu j tepe çaplı beton direğin kalıp sayısını temsil eder.

T_{ij} ile belirtilen parametre, i boylu j tepe çaplı beton direğin ağırlığını temsil eder.

$TKS = \sum X_{ij}$ ile belirtilen parametre i boylu j tepe çaplı beton direğin vardiyada çalışacak toplam kalıp sayısını temsil eder.

$TT = \sum (T_{i,j})(X_{ij})$ ile belirtilen parametre i boylu j tepe çaplı beton direklerin vardiyada üretilecek toplam tonajını temsil eder.

$TA = TKS$ ile belirtilen parametre i boylu j tepe çaplı beton direğin bir vardiyada üretilecek toplam adetini yada toplam kalıp sayısını temsil eder.

Modelde kullanılacak, üretici firmaya sipariş edilen beton direklerin kalıp tipleri ise aşağıda açıklanmaktadır:

$X_{9,135}$: 9 metre boyunda 135 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{12,135}$: 12 metre boyunda 135 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{9,180}$: 9 metre boyunda 180 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{12,180}$: 12 metre boyunda 180 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{9,225}$: 9 metre boyunda 225 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{12,225}$: 12 metre boyunda 225 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{15,225}$: 15 metre boyunda 225 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{18,225}$: 18 metre boyunda 225 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{9,270}$: 9 metre boyunda 270 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{12,270}$: 12 metre boyunda 270 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{15,270}$: 15 metre boyunda 270 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{18,270}$: 18 metre boyunda 270 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{9,315}$: 9 metre boyunda 315 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{12,315}$: 12 metre boyunda 315 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{15,315}$: 15 metre boyunda 315 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

$X_{18,315}$: 18 metre boyunda 315 mm tepe çaplı beton direk sayıları toplamı

B. Sınırlayıcı Şartların Formüle Edilmesi

Karar değişkenlerinde tanımlanan beton direk kalıp tipleri, beton direklerin boyları ve tepe çaplarına göre oluşturulmuştur.

1.Sınırlar Seti: Buradaki kısıtta oluşan karar değişkenlerinin katsayıları sipariş edilen beton direk tiplerinin sayısını ifade etmektedir. Kısıtların sağ tarafındaki değeri ise beton direk tiplerinin en fazla üretilebilecek sipariş adedi toplamını belirtmektedir. $X_{ij} \geq 0$ ve tamsayıdır. Ayrıca hiçbir kalıpta sipariştten fazla sayıda direk üretilemez.

Tablo 1: Direk Üretim Holünün Siparişi Gerçekleşmiş ve Üretimi Yapılacak Beton Direklerin Kısıtları

Değişken	i	j	Eşitlik	Sipariş Adedi
X	9	135	=<	120
X	12	135	=<	142
X	9	180	=<	413
X	12	180	=<	51
X	9	225	=<	78
X	12	225	=<	49
X	15	225	=<	22
X	18	225	=<	8
X	9	270	=<	65
X	12	270	=<	24

2.Sınırlar Seti: Hiçbir vardiyada kalıp sayısından fazla üretim yapılamaz. Kalıpların modül ekleyip çıkartılarak oluşturulabilecek max ve min sayılarını gösteren liste aşağıda gösterilmekte $X_{ij} \geq 0$ ve tamsayıdır.

Tablo 2: Beton Direklerin Kalıp Sayılarını Gösteren Kısıtları

Değişken	i	j	Eşitlik	Sipariş Adedi
X	9	135	=<	9
X	12	135	=<	11
X	9	180	=<	9
X	12	180	=<	16
X	9	225	=<	2
X	12	225	=<	1
X	15	225	=<	4
X	18	225	=<	6
X	9	270	=<	5
X	12	270	=<	4

$$X_{9,135} + X_{12,135} = 13 \text{ (135 mm tepe çaplı dönüşebilir kalıplar toplamı)}$$

$$X_{9,180} + X_{12,180} = 21 \text{ (180 mm tepe çaplı dönüşebilir kalıplar toplamı)}$$

3. Sınırlar Seti: Beton direk üretiminde taşeronu kontrol eden kısıtta oluşan karar değişkenlerinin katsayıları, sipariş edilen beton direk tiplerine ait ağırlığını ifade etmektedir. Kısıtların sağ tarafındaki değeri ise beton direk tiplerinin en fazla üretilebilecek ağırlıklar toplamını belirtmektedir. Ayrıca yaklaşık olarak 13 işçi çalıştıran döküm taşeronu günlük beton direk üretiminde en az kişi başı 2800 kg , en fazla 3100 kg döküm yapmalıdır. $X_{ij} \geq 0$ ve tamsayıdır.

Tablo 3: Taşeronu Kontrol Eden Kısıtlar

Değişken	i	j	Eşitlik	Sipariş Adedi
T	9	135	=	580
T	12	135	=	860
T	9	180	=	840
T	12	180	=	1250
T	9	225	=	1110
T	12	225	=	1610
T	15	225	=	2270
T	18	225	=	3100
T	9	270	=	1430
T	12	270	=	2020

$$TT = 580X_{9,135} + 860X_{12,135} + 840X_{9,180} + 1250X_{12,180} + 1110X_{9,225} \\ + 1610X_{12,225} + 2270X_{15,225} + 3100X_{18,225} + 1430X_{9,270} + 2020X_{12,270}$$

$$13 \text{ işçi} \times 2800 \text{ kg} = 36400 \text{ kg}$$

$$13 \text{ işçi} \times 3100 \text{ kg} = 40300 \text{ kg}$$

Tablo 4: Döküm Taşeronunun Günlük Beton Direk Üretiminde Döküm Yapacağı Tonaj Kısıtları

Değişken	Eşitlik	Tonaj
TT	=>	36.400
TT	=<	40.300

4.Sınırlar Seti: Vardiyada (8 saatte) en fazla 40 beton direk dökülebildiğinden (Beton direklerin ağırlığı ve tipi fark etmiyor.) planlanacak üretimin gerçekçi olabilmesi için vardiyadaki üretim sayısının 40 adet/vardiya' i geçmemesi ve planın verimli olması için de 38 adet/vardiya' in altına düşmemesi gerekmektedir. Ayrıca $X_{ij} \geq 0$ ve tamsayıdır.

Tablo 5: Üretim Sayısının Bir Vardiyadaki(8 saatte) Planına Ait Kapasite Kısıtları

Değişken	Eşitlik	Tonaj
TKS	=>	38
TKS	=<	40

C. Amaç Fonksiyonunun Formüle Edilmesi

Gerçekleştirilmek istenen olaylar matematiksel modellerde, değişkenler ve katsayı değerlerinden oluşmaktadır. Fonksiyonun değerini maksimum veya minimum yapmak en genel optimizasyon şeklidir (Ignizo, 1989:18).

Modeldeki amacımız vardiyadaki kapasite kullanımının maksimum olmasıdır (max TKS). Burada kapasiteden dolayı 40 adet/vardiya' i geçemeyecek olan TKS, mümkün olduğunca 40 adet'e yaklaştırılarak, kapasite maksimum kullanılmış olacaktır.

Max TKS

Burada karar değişkenlerinin ve parametrelerin tanımlanması, sınırlayıcı şartların formüle edilmesi ve amaç fonksiyonunun formüle edilmesiyle kurulan yeni bir modelin matematiksel modelleme safhası tamamlanmış olur.

D. Modelin Çözülmesi

Kurulan modelin geçerliliğinin görülmesi, verilen problem üzerinden oluşan sonuçların, o problemle ilgili olan, ilk dönemdeki sonuçların uygun olmasına bağlıdır. Eğer sonuçlar uygunsa, modelin çözümü olumludur (Riggs, 1975: 13).

Model, matematiksel modelleme safhası tamamlanmış, uygun bir paket programla çözümlenmeye hazırdır.

Burada kurulan model Microsoft Excel Solver Paket Programıyla çözümlenerek sonuç elde edilmiştir.

Tablo 6: Kurulan Modelin Microsoft Excel Solver Paket Programıyla Yapılan Çözüm Sonuçları

Değişken	i	j	Eşitlik	Sipariş Adedi
X	9	135	=	9
X	12	135	=	4
X	9	180	=	9
X	12	180	=	10
X	9	225	=	2
X	12	225	=	1
X	15	225	=	0
X	18	225	=	0
X	9	270	=	5
X	12	270	=	0

TT = 39700

TKS= 40

III. SONUÇ VE ÖNERİLER

Üretim planlamasının hazırlanabilmesinde kullanılabilen farklı yöntemler bulunmaktadır. Bu makalede üretim planlamasının gerçekleştirilebilmesinde Tamsayılı Doğrusal Programlama yöntemi, kapasite kullanımının maksimum olmasına dayalı bir modelleme yöntemi ile hesaplanmıştır.

Bir firmanın üretim planını etkileyebilecek en önemli etkenler; talep, kapasite, fason üretim, taşeron firma kullanma, işçi çalışma saatlerinin düzenlenmesi, işçi sayısının belirlenmesi olarak bilinmektedir. Ancak burada pazarlama bölümünün üretim üzerindeki etkisi -tüketicinin istediği ve tercih ettiği özelliklerde üretilen ürüne yönelik, talep yaratılabilecek olması nedeniyle- özellikle üzerinde durulması gerekli önemli bir konudur.

Model de, firmanın bir vardiyadaki (8 saatte) direk üretim holünün maksimum kapasiteyle çalıştırılması ve yapılan üretimin uygun olması sağlanarak, Tamsayılı Doğrusal Programlama yöntemi kullanılmıştır.

Firmanın üretim planının amaçlarına uygunluğunun sağlanabilmesinde, beton direklerin üretim holünde yapılarak, amaçlara ulaşabilmek için birçok kriteri en uygun değere taşımak ve optimum faydaya ulaşılacak istenmiştir.

Üretim planlamasında kapasitenin maksimum düzeyi, 13 işçi çalıştıran döküm taşeronunun günlük beton direk üretiminde en az kişi başı 2800 kg, en fazla 3100 kg döküm yapabileceği bir ortamda, vardiyadaki üretim sayısının 40 adet/vardiya'ı geçmemesi ve planın verimli olması için de 38 adet/vardiya'ın altına düşmemesi gerektiği belirlenmiştir.

Bu uygulama Tablo 6'da, direk üretim holünün maksimum kapasiteyle çalışarak 40 adet/ vardiya üretim yapıldığını göstermektedir.

Bu çalışmada hesaplanan sonuçlara göre genel üretim planı, Tamsayılı Doğrusal Programlama yöntemi ile matematiksel modeller kurularak ve diğer vardiya ve günler için de uygulamalar yapılarak hazırlanabilir.

Bu çalışmada tamsayılı doğrusal programlama modeli tamsayıyı gerektiren kapasite büyüklüğü hesaplamalarına ilişkin, üretim planlamasında güçlü bir teknik olarak önerilmektedir. Burada açıklanan tamsayılı doğrusal programlama modeli üretim planlamasında gerekli olan talep miktarı, işçi sayısı, vardiya çalışma saatlerinin belirlenmesi, taşeron firma kullanma, fason üretim gibi tamsayıyı elde etmeyi gerektirebilecek benzeri durum ve kararlarda da yararlanılabilecek bir tekniktir.

Tamsayılı Doğrusal Programlama modelinin bundan sonraki çalışmalarda, pazarlama bölümünü de kapsayacak şekilde geliştirilebilmesi ve üretim planlamasının hazırlanabilmesinde pazarlama bölümünün etkisini modelde gösterebilecek uygulamalı örneklerin çalışılması, literatür ve uygulayıcı firma yönünden yararlı sonuçlar sağlayabilir.

EK 1

Firmanın Üretimi Yapılan Beton Direklerine Ait Ağırlıkları (Kg)

Tepe Kuvveti (Kg) (x)	DİREK BOYLARI (Metre) (x)																
	9,30	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	AĞIRLIKLAR																
150	570	650	740														
200	580	660	750	860													
250	590	670	760	880													
300	830	910	1050	1230	1770	2010	2250										
350	840	920	1070	1250	1780	2020	2260										
400	850	930	1090	1270	1790	2030	2270	2470									
500	1090	1210	1380	1590	1810	2040	2280	2490	2750	3050	3310	3690					
600	1110	1230	1400	1610	1830	2060	2290	2520	2800	3100	3370	3730	4070	4420			
700	1130	1250	1430	1630	1850	2080	2300	2550	2840	3150	3430	3770	4090	4440	4800		
800	1380	1540	1750	1980	2250	2510	2790	3070	3380	3740	4100	4400	4800	5180	5590	5990	6340
900	1400	1560	1770	2000	2270	2540	2820	3110	3410	3770	4120	4450	4850	5250	5630	6040	6420
100	1430	1580	1790	2020	2290	2570	2850	3160	3450	3810	4150	4500	4910	5310	5690	6090	6500
1100	1460	1600	1810	2040	2310	2600	2890	3190	3490	3850	4170	5430	5830	6290	6680	7040	7520
1200	1490	1620	1830	2060	2330	2630	2930	3220	3530	3890	4200	5470	5870	6340	6730	7090	7580
1300	1780	2000	2270	2550	2910	3160	3600	3930	4310	4620	5100	5510	5910	6390	6780	7140	7640
1400	1790	2020	2280	2570	2930	3180	3620	3960	4340	4660	5140	5560	5960	6440	6830	7190	7710
1500	1800	2040	2290	2590	2950	3200	3640	3990	4370	4700	5180	5610	6010	6490	6880	7240	7780
1600	1810	2060	2310	2610	2970	3230	3670	4020	4400	4740	5220	5660	6060	6540	6930	7300	7850
1700	1820	2080	2330	2630	2990	3260	3700	4050	4430	4780	5260	5710	6110	6590	7760	8210	8690
1800	1830	2100	2350	2650	3010	3290	3730	4080	4470	4820	5300	5760	6160	6640	7820	8270	8760
1900	1850	2120	2370	2670	3030	3320	3760	4110	4510	4870	5340	5810	6210	6690	7880	8330	8830
2000	1870	2140	2390	2690	3050	3360	3790	4140	4550	4920	5380	5860	6260	6740	7940	8390	8900
2100	1890	2160	2410	2710	3070	3390	3820	4170	4590	4970	5430	6660	7110	7570	8000	8450	8970
2200	1910	2180	2430	2730	3090	3420	3850	4200	4630	5020	5480	6710	7160	7620	8060	8510	9040
2300	1930	2200	2450	2750	3110	3460	3880	4230	4670	5070	5530	6760	7210	7670	8120	8580	9110
2400	1950	2220	2470	2780	3130	3490	3910	4270	4710	5120	5580	6810	7260	7720	8180	8650	9180
2500	1970	2240	2490	2810	3150	3530	3940	4310	4750	5170	5630	6860	7320	7770	8240	8720	9250
2600	2400	2620	2950	3310	3700	4140	4580	5030	5460	5720	6390	6910	7380	7820	8300	8790	9320
2700	2410	2630	2960	3320	3720	4160	4610	5050	5500	5780	6430	6960	7440	7870	8360	8860	9400
2800	2420	2640	2970	3330	3740	4190	4640	5070	5540	5840	6470	7010	7500	7930	8420	8930	9480
2900	2430	2650	2980	3350	3760	4220	4670	5090	5580	5900	6510	7060	7560	7990	8480	9000	9560
3000	2440	2660	3000	3370	3790	4250	4700	5110	5620	5960	6560	7110	7620	8050	8550	9070	9640
3100	2450	2670	3020	3390	3820	4280	4730	5130	5660	6030	6610						
3200	2460	2690	3040	3410	3850	4310	4760	5160	5700	6100	6660						
3300	2470	2710	3060	3430	3870	4340	4790	5190	5740	6170	6710						
3400	2480	2730	3080	3450	3910	4370	4820	5220	5780	6240	6760						
3500	2490	2750	3100	3480	3940	4400	4860	5250	5830	6310	6810						

EK 2**Firmannın Üretimi Yapılan Beton Direklerine Ait Direk Tepe Çapları (mm)**

Tepe Kuvveti (Kg) (x)	Direk Boyları (Metre) (x)																
	9,30	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
	TEPE ÇAPLARI																
150	135	135	135														
200	135	135	135	135													
250	135	135	135	135													
300	180	180	180	180	225	225	225										
350	180	180	180	180	225	225	225										
400	180	180	180	180	225	225	225	225									
500	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225					
600	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225			
700	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225	225		
800	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
900	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
1000	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270
1100	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	315	315	315	315	315	315
1200	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	315	315	315	315	315	315
1300	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315
1400	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315
1500	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315
1600	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315
1700	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	360	360	360
1800	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	360	360	360
1900	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	360	360	360
2000	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	360	360	360
2100	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	360	360	360	360	360	360
2200	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	360	360	360	360	360	360
2300	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	360	360	360	360	360	360
2400	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	360	360	360	360	360	360
2500	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	315	360	360	360	360	360	360
2600	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
2700	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
2800	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
2900	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
3000	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360
3100	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360						
3200	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360						
3300	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360						
3400	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360						
3500	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360						

EK 3**Beton Direk Üretiminde Kullanılan Kalıplar**

Kalıp Değişim	Boy	Tepe çapı	Modüller
1	15	225	Hepsi var
2	12	270	1. Modül yok
3	12	225	5. Modül yok
4	9	315	1. ve 2. Modül yok
5	9	270	1. ve 5. Modül yok
6	9	225	4. ve 5. Modül yok
7	14	225	Hepsi var (5. modül sonuna 1 mt'lik adaptör tıpa takılacak.)

EK 4

Değişimi Yapılabilen Beton Direk Kalıpları Sayısı

BOY	TEPE ÇAPI	MEVCUT SAYISI
9	135	6
12	135	7
9	180	7
12	180	3
9	225	2
12	225	1
15	225	4
18	225	6
9	270	5
12	270	4
15	270	2
18	270	1
9	315	7
12	315	4
15	315	1
18	315	3

EK 5

Kendi Aralarında Değişimi Yapılan Beton Direk Kalıplarının Alt ve Üst Sınırları

BOY	TEPE ÇAPI	MİNİMUM	MAKSİMUM
9	135	2	9
12	135	4	11
9	180	5	9
12	180	12	16
12	270	3	4
15	270	2	3
12	315	1	4
15	315	1	4

KAYNAKÇA

- CHEN, M. (2001), “ A Model for Integrated Production Planning in Cellular Manufacturing Systems”, *Integrating Manufacturing Systems*, 12(4), 275-284.
- DORFMAN R. (1958), *Linear Programming and Economic Analysis*, Mc Graw Hill Book Company, London.
- ERGÜLEN, Ahmet (2005), “İşletmelerin Dağıtım Stratejilerinin Oluşturulması Modeli: Dağıtım Koşullarının Ağır Olduğu Türkiye’deki Doğu ve Kuzey İlleri Üzerine Örnek Bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 325-342.
- GROEBNER, D. F. (1985), *Business Statistics*, Second Edition, A Bell and Howell Company, Ohio.
- IGNIZO, J. P.(1989), *Introduction to linear Goal Programming*, Sage Pulpication, Second Edition, London.
- LEE, S. M. (1988), *Introduction to Management Science*, Saunders College Publishing, Second Edition, NewYork.
- LI, Jun and SHI, Yong (2001), “An Integer Lineer Programming Problem with Multi-Criteria and Multi-Constraints Levels: a Branch –and- Partition Algorithm”, *International Transactions in Operational Research*, Res. 8, 497-509.

- MEYBODI, M. Z. (1995), "Integrating Production Activity Control into a Hierarchical Production Planning Model", *International Journal of Operations and Production Management*, 15 (5), 4-25.
- NICHOLSON, T. A. J. and PULLEN, R. D. (1971), "A Linear Programming Model for Integrating the Annual Planning of Production and Marketing", *International Journal Of Production Research*, 9(3), pp.361-369.
- ÖZGÜVEN, Cemal (2003), *Doğrusal Programlama ve Uzantıları*, Detay Yayınları:61, Ankara.
- ÖZTÜRK, A. (1994), *Yöneylem Araştırması*, 4. Basım, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- PEDROSO, Pedro J. (2002), "An Evolutionary Solver for Pure Integer Linear Programming", *International Transactions in Operational Research*, Res. 9, 337-352.
- RIGGS, J.L. (1975), *Introduction to Management Operation Research and Management Science* , Mc Graw- Hill Book Company, New York.
- STAPLETON, D. M., HANNA, J. B. and MARKUSSEN, D. (2003), "Marketing Strategy Optimization: Using Linear Programming to Establish an Optimal Marketing Mixture", *American Business Review*, 21(2), pp.54-62.
- TEKİN, M. (1995), *Kantitatif Karar Verme Teknikleri*, 3. Baskı, Kuzucular Ofset, Konya.
- YAZGAÇ, T. and ÖZDEMİR, R. G. (2004), "A Cutting Sequencing Approach to Modular Manufacturing", *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(1), 20-28.

İşletmeler İçin Bilgi Birikimi Yönetimi

Araş. Gör. Aykut Hamit TURAN

Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, AYDIN

Yrd. Doç. Dr. Hüseyin ŞENKAYAS

Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, AYDIN

ÖZET

Artan küreselleşme ile birlikte, büyüyen şirketler uluslararası faaliyetlerini arttırmışlar ve dünya üzerinde birçok farklı noktada, değişik sosyo kültürel ve ekonomik unsurlara sahip ülkelerde faaliyet göstermeye başlamışlardır. Günümüzde bilgi bu işletmelerin uluslararası alanlarda başarı ile faaliyet gösterebilmeleri ve hatta varlıklarını sürdürebilmeleri için en önemli silahları olmuştur. Etkin bilgi birikimi idaresi, işletmelerin ellerindeki çok değerli insan ve bilgi kaynaklarını, stratejik amaçlar doğrultusunda etkin kullanımının en önemli yoludur.

Bu makalede, başarılı küresel bilgi birikimi yönetiminin temel karakteristikleri tartışılmış, küresel bilgi birikimini destekleyen önemli örgütsel unsurlar üzerinde durulmuş ve uluslararası bilgi birikimi yönetiminin sorunları ve çözümleri sınıflandırılarak sunulmuştur. Ayrıca, literatürü temel alarak, işletmelere yarar sağlayabilecek bir Küresel Bilgi Birikimi Yönetimi modeli geliştirilmiştir.

***Anahtar Kelimeler:** Bilgi Birikimi, Uluslar arası Bilgi Birikimi İdaresi, Küresel Karakterler, Bilgi Sistemleri*

Knoweldge Management For Organization

ABSTRACT

With increasing globalization, Multinational Organizations have enhanced their activities and started to operate in various countries with variety of socio - cultural and economical aspects. Today, knowledge has become a critical weapon for those organizations operating globally for success and even their survival. Efficient knowledge management is the most important way of organizations to successfully manage their rare human and knowledge resources.

In this article, basic characteristics for successful global knowledge management have been discussed, important organizational characteristics, supporting global knowledge management have been pointed out and taxonomy of global knowledge management problems and their solutions has been presented. In addition, based on the literature, a Global Knowledge Management Model has been developed.

***Key Words:** Knowledge Management, Global Knowledge Management, International Characters, Information Technologies*

Giriş

Geçen son 10 yılda, artan küreselleşmenin yarattığı en önemli fayda, artan küresel bilgi birikiminin işletmelerin yararına kuvvetli bir silah olarak kullanılabilmesinin ve etkin örgütsel öğrenmenin başarının temel şartı olduğunun anlaşılmasıdır. Bilgisayar donanımlarının fiyatlarındaki düşüşler, iletişim ağlarının yaygınlaşması ve bunlara paralel olarak düşen ürün fiyatları (McFarlen, 1994) uluslararası işletmelerde bilgi birikiminin idaresini daha da önemli hale getirmiştir. Dünya pazarları çok hızlı gelişmekte ve değişmektedir. Buna ilaveten, küresel müşteriler, rakipler ve tedarikçiler arasındaki ilişkiler nedeniyle ürün hayat eğrileri daha kısa hale gelmektedir (Reisenberg, 1998; Simon, 2002).

Bilgi Birikiminin İdaresi için kesin bir tanım olmamakla beraber, insanları ve teknolojiyi içerdiği söylenebilir. Clair (2001) bilgi birikimi idaresini elle tutulan veya tutulamayan bilgiyi yeni bilgi yaratmak için kullanmak olarak düşünmektedir. Aslında birçok araştırmacı örgütleri yaygın bilgi sistemleri veya bir bilgi akış sistemi olarak tanımlamıştır (Becerra and Sabherwal, 2001). Bilgi akışı ve dağıtımı örgütler için hayati öneme sahip unsurlardır ve etkin ve verimli bir bilgi akışı örgütlerin başarısında en önemli faktörlerden biri olmaktadır.

Bu makalede, başarılı küresel bilgi birikimi yönetiminin temel karakteristikleri tartışılmış, küresel bilgi birikimini destekleyen önemli örgütsel unsurlar üzerinde durulmuş ve uluslar arası bilgi birikimi yönetiminin sorunları ve çözümlerinin bir sınıflandırılması geliştirilmiş ve sunulmuştur. Bu makale, bilgi birikimi yönetimi alanında Türkçe yazılan ilk makalelerden biri olarak teorik başvuru aracı olarak önemli bir Türkçe literatür katkısı yapmaktadır.

I. Küresel İşletmelerde Bilgi Birikimi Yönetiminin Önemi

Bilgi Birikimi Yönetiminin altında yatan teori “Sosyal Kurumlar Teorisi– Social Institution Theory Teorisi” dir (Birkinshaw, 2001). Bu teoriye göre firmalar, istihdam ettikleri personelden bilgilerinden yararlandıkları oranda değer alırlar. Bu bakış açısı ile, firmalar bilgi birikimi yönetimini, işletme stratejilerini destekleyen bir süreç olarak değil, değer yaratmanın bir kaynağı olarak görmelidirler (Earl, 2001). Ayrıca, bilgiyi bir varlık olarak gördüğümüzde bu varlık kullanım ile azalmamakta, aksine daha da artmakta ve gelişmektedir (Riesenberger, 1998). Bu anlamda bilgi birikimi yeni bir sermaye türü olmakta ve küresel işletmeler için rekabetin tek ve en önemli kaynağını oluşturmaktadır (Brannback, 1997). Bilgi birikimi yönetiminin insan unsurunu anlamak önemlidir, çünkü işletmenin sahip olduğu bilgiyi derleyen, toparlayan ve geliştiren o işletmenin elemanlarıdır (Nidumolu, Subramani ve Aldrich, 2001). İnsanlar sosyal birer hayvan olarak ele alınır ve bir örgütsel sistemin elemanı olarak elde ettikleri bilgiyi ve tecrübeyi paylaşmak isterler (Birkinshaw, 2001).

İnsanlar tercihlerinde daha talepkâr hale gelmiştir. Sürekli ve yüksek kalite, yeni küresel rekabet ortamının önemli bir unsuru olduğu için, uluslararası rekabetin kaynağı fiziksel varlıklardan düşünsel varlıklara kaymıştır (Subramaniam ve Venkatraman, 2001). Reisenberg (1998) in işaret ettiği gibi, yarının galipleri sürekli ve düzenli değişim ve gelişme yaratabilen birkaç firma olacaktır. Firmalar uluslararası pazarlarda rakiplerinden farklı olarak ne bildiklerine ve bunu nasıl kullandıklarına göre ayrılabilirler. Rekabetçi avantaj firmanın küresel bilgisine dayandığı halde, bilişim sistemi araştırmacıları daha çok bilginin depolanıp, aktarılmasında kullanılan teknik ve araçlara yönelmişler ve bilginin geliştirilmesi gibi kritik bir araştırma alanını genellikle ihmal etmişlerdir (Grover ve Davenport, 2001).

Bilgi birikimi yönetimi uluslararası işletmeler için önemli bir olgudur. 1998 yılında EIU ile Deloitte ve Touche Danışmanlık firması tarafından yapılan bir çalışmaya göre, cevap veren firmaların %54’ü bilgi birikimi yönetimi sistemleri hayata geçirmiş ve %90’ı 2002 yılına kadar bu sistemleri hayata

geçirmeyi planlamışlardır (Economist, 1998). Bu firmaların çoğu günümüzde bunu başarmıştır. Rapora göre, uluslararası işletmeler bilgi birikimi yönetim sistemlerini genellikle satış ve pazarlama alanlarında kullanmaktadırlar, ancak çalışmanın ortaya koyduğu bir diğer konu da kendi içinde bilgi paylaşan işletmelerden, müşterilere, tedarikçilere kadar bilgi paylaşan ve bir ağ halinde çalışan işletmelere bir geçiş olduğudur. Bu işletmeler küresel pazarlarla ilgili bilgileri etkin bir şekilde ticaret ortakları ile paylaşmaktadırlar. Dolayısıyla, uluslararası pazarlarda, bilgi birikimi yönetimi basit bir şekilde bilginin şirket çalışanları ve bölümleri arasında paylaşılmasının ötesine geçmekte ve gittikçe artan bir şekilde küresel işletmeler bilgi birikimi sistemlerini tedarikçileri ve müşterilerine uzatmaktadırlar.

II. Uluslararası Bilgi Yönetiminde Temel Sorun

Uluslararası düzeyde iş yapan firmalar için temel sorun, dünyayı bir pazarlar ve hammadde toplamının ötesinde görebilmekten geçmektedir. Küresel bir firma için en önemli olay bilgiye ve az bulunan tecrübeye ulaşabilmektir (Bartlett ve Sumantra, 1998). Günümüzde firmaların, kendi ülkelerinde kazandıkları yetenek ve kapasiteler bugün uluslararası pazarlarda etkin bir rekabet ortamı için yeterli değildir (Subramaniam ve Venketraman, 2001); günümüzde çok güçlü olan Amerikan şirketleri için bile sadece bir Amerikan şirketi olmak uluslararası pazarlarda etkin rekabet etmek için yeterli değildir.

Uluslararası firmalar sürekli olarak yeni ürün ve fikirler yaratmak için araştırmalar yapmaktadır. Bu fikir ve ürünlerin tek bir ülkeye bağlı olmaması ve beraber faaliyet gösterilen birden fazla ülkenin kaynakları ve tecrübeleri ile oluşturulması günümüz rekabetçi ürün ve fikirlerinin önemli bir niteliğidir. Bu bakımdan küresel başarı için bilginin ulusal sınırlar dışına taşınması ve değerlendirilmesi önem arz etmektedir. (Subramaniam ve Venketraman, 2001).

Küresel bilgi birikimi yönetim teknikleri elde bulunan bilginin, bilişim teknolojileri yardımı ile dağıtılması ve ulusal pazarlarda değerlendirilmesi ile mümkün olabilmektedir. Bunun ötesinde artan küresel rekabet, bilgi birikimi yönetiminin önemini arttıran bir diğer önemli unsurdur ve ikisi arasında doğrusal bir ilişki vardır. Gupta ve Govindarajan (2000) un tartıştığı gibi uluslararası şirketlerin varlıklarının temel sebebi, mevcut bilginin transferi ve değerlendirilmesidir. Bu şirketlerde bilgi transferi, mevcut örgüt içi kanallar vasıtası ile, diğer firmalarda kullanılan dış pazar mekanizmalarına göre daha etkin olmaktadır.

III. Başarılı Küresel Bilgi Birikimi Yönetiminin Karakteristikleri

Bilgi birikimini uluslararası ve ulusal alanda başarıyla yönetebilmek için üst yönetimin belli bazı karakteristiklere sahip olması gerekir. Bunlar güven ortamı oluşturmak, bilgi ağları oluşturmak, uluslararası takımlar ve değişime açık bir örgüt kültürü oluşturmaktır.

A. Güven

Ardekani ve Nystrom (1996)'a göre, örgütler genellikle küresel faaliyetlerinde fonksiyonlarını çoğaltmaktadırlar, çünkü merkez şirket ofisi her

zaman sahadaki ofislerin örgüt amaç ve hedefleri doğrultusunda faaliyet gösterebileceğine güven duymamaktadır. Bu güveni sağlamak için, faaliyet gösterdikleri ülkelerde tüm örgütsel faaliyetlerin bir benzerini yeni baştan oluşturmaktadırlar. Bu bir büyük işletme yerine birden fazla ufak işletmenin oluşması sonucunu doğurmaktadır. İşletmeler gereksiz yere verimlilik düşüşü ve ekstra maliyetlere katlanmaktadır. Çalışan elemanların değişik kültürlerden olması küresel bilgi birikimi yönetiminin daha etkin yapılması sonucunu doğurmakta ve işletme genelinde güven unsurunun doğması ve gelişmesine neden olmaktadır (Ardekani ve Nystrom, 1996). Bu da küresel anlamda bilginin daha etkin dağıtılmasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla işletme genelinde işgörenler arasında bir güven ortamı oluşturulması işletmelerin en değerli kaynaklarından biri olan bilginin paylaşılması, kullanılması ve aktarılması açısından önemli ve gereklidir.

B. Bilgi Ağları Oluşturmak

Örgütsel hizmet ve ürünlerin üretilmesi bilginin çeşitli kişi ve gruplar arasında entegre edilmesini gerektirecektir (Becerra ve Sabherwal, 2001). Bu süreç içerisinde, bilginin hazır olması etkin bir bilgi birikimi yönetimi için yeterli olmamaktadır. Etkin bilgi depolama ve ulaşma mekanizmalarının yokluğunda, örgütler etkin bir biçimde eldeki bilgiye ulaşamazlar (Gold, Malhotra and Segars, 2001). Uluslararası firmalarda, coğrafi mesafeler yüzünden iletişim ve koordinasyon oldukça zordur, ancak ağ sistemleri bireyleri yetkilendirip, örgütleri bilgiye ulaşma ve kullanma bakımından güçlendirebilir.

Örneğin, Shell şirketi ShellNet sistemini Internet temelli TCP/IP protokolüne temel alarak uygulamaya koymuş ve bunun ile firma çalışanları sanal çalışma grupları kurarak, bilgi ve tecrübelerini çeşitli farklı ülkelerden paylaşmaya başlamışlardır (Ford, 1998). Benzer olarak Xerox şirketi Document Direct System adlı bir sistemi hayata geçirmiş ve bu da şirket müşterilerine Dünyanın her yerinde istedikleri format ve şekilde belgeleri çoğaltıp, dağıtma imkanı vermiştir (Ford, 1998). Küresel şirketler değişik dağıtım kanalları, bilgi dağıtımı ve yönetiminin tüm unsurlarını ve doğru kanal genişliği ve çeşitlilikte bilişim sistemleri kullanarak, şirket bilgisinin etkin olarak üretilmesi, depolanması ve dağıtılmasını sağlamak zorundadır (Gupta ve Govindarajan, 2000).

Nidumolu, Subramani ve Aldrich (2001) Bilgi Yönetimi Ağlarının oluşturulmasını, içerik geliştirilmesinde, yer ve bilginin uygulamasında kullanılmasını önermişlerdir. Bilgi ağı insanların, kıt kaynakların ve tekniklerin oluşturduğu ve bilginin oluşturulduğu ve dağıtıldığı bir ağ olarak görülebilir ve bu ağın yönetsel ve politik kontrolünün etkin çalışacak şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Bilgi Birikimi Yönetimine bu yaklaşım örgütsel öğrenme yaklaşımının içinde yer almaktadır ve sistem içinde paralel ve sürekli olan bir faaliyet olarak görülebilir. Bu da değişik işletme rolleri ve bireyleri üzerinden kaynak ve bilginin paylaşılması ile gerçekleşir.

“Akıllı Ağlar” da benzer bir kavramdır (e.g., Storck ve Hill, 2000) ve bireylerin bilgileri etrafında kurulmuş ağlar olarak göze çarpar. Şirketler böyle akıllı ağların oluşturulmasını desteklemeleri ve bunu işgörenlerin düzenli iletişimi

ve ortak çıkarları üzerine kurmalıdır. Bilgi Birikimi Yönetimini etkin hale getirmek için, şirketler öğrenmenin önemini kavramalıdır, çünkü öğrenme bilgi geliştirme ve paylaşma ile aynı anlamlıdır.

C. Uluslararası Takımlar

Birkinshaw (2001)'in açıkladığı gibi Bilgi Birikimi Yönetimi'nin önemli bir parçası çalışanlar arasında iletişimin geliştirilmesidir. Uluslararası takımlar yerleri değiştirilmiş yönetici ve işgörenlerden oluşur ve sınır ötesi olarak işbirliğini artırır. Şirketler proje takımları arasında yoğun iletişim linkleri oluşturarak etkin iletişim medyası kullanımı ile uluslararası tecrübesi olan işgörenleri takımlara katabilirler. (Subramaniam ve Venkatraman, 2001). Bu ve benzeri takımlar ifade edilen bilginin küresel işletmede dağıtılmasına imkan verebilirler. Ancak böyle bir bilgi transferi ve dağıtımının oluşması işletme içinde paylaşma açık bir işletme kültürünün varlığı ile mümkün olabilmektedir. Bunun için de değişik ilgi alanlarına sahip ve öğrenmeye açık insanların varlığı gereklidir (Brand, 1998). Yazılı bilgi (Explicit), numaralar ve kelimeler ile ifade edilebilen bilgidir ve paylaşılması kolaydır, ancak akıldaki bilginin (Tacit) paylaşılması ve yazılı hale getirilmesi güçtür, çünkü bireysel duygu ve düşünceleri de içerir (Becerra and Sabherwal, 2001). Davenport and Prusak (1998) akıldaki bilginin insani davranışın bir parçası olduğunu ve yazılı bilgiye dönüştürülmesinin zor olduğunu belirtmişlerdir. Uluslararası ekipler akıldaki bilginin paylaşılması için önemli birer araç olabilir ve bu sayede çeşitli ülkelerde görevlendirilen çalışanlar kişisel ilişkiler yardımı ile bu tür bilgilerini takım arkadaşları ile paylaşabilirler.

D. Değişim Yönetimi

Küresel dünyamızda bilginin yönetilmesi etkin değişim yönetimi süreçleri içerir ve uluslararası firmalar değişim gerekliliğini uluslararası olmayan firmalara göre daha fazla hissederler (Brannback, 1997). Küresel pazarlarda değişim için çok fazla imkan vardır ve bu firmalar değişmek için çok daha fazla baskı hissetmektedirler. İşletme ortamı çok daha fazla karmaşıktır ve ülke pazarlarının sınırları ortadan kalktığından, elektronik ortamlarda müşteriler tercihleri ve ürünler hakkında çok daha fazla bilgi sahibidirler (Riesenberger, 1998). Bu süreçte, Bilişim Sistemleri esnek değişimleri yaratabilecek ve bilgi paylaşımı ve küresel entegrasyonu sağlayacak önemli bir araç olarak görülebilir. Bilgi Birikimi Yönetiminin etkin işletilmesi için kültürel bir içeriğe ihtiyaç vardır ve bu içerikte işletmeler Bilgi Birikimi Yöntemlerini faaliyette buldukları değişik örgütsel ve kültürel ortamlara adapte edebilmektedirler (Becerra ve Sabherwal, 2001). Sürekli ve ilişkili öğrenmeyi sağlayan bir modele ihtiyaç vardır (Orlikowski ve Hofman, 1997), değişimi sürekli bir olay olarak görüp fırsatlar ve tehditler altında var olduğunu bilmek gerekmektedir.

Blumentritt ve Johnston (1999) Küresel Bilgi Birikimi Yönetimi için genel adımlar belirlemişlerdir. Uluslararası firmada Bilgi Birikimi Yönetimi için bir vizyonun geliştirilmesini istemişler, bu vizyonun çalışanlar arasında etkin yaygınlaştırılması üzerinde durmuşlar ve bunun için gerekli teknolojilerin kullanılmasını istemişlerdir. Yönetim Bilgi Birikimi Yönetimi için her örgütsel değişim sürecinde olan gerekli içerikleri, kapsamı ve genel süreci belirlemelidir.

Yönetim ayrıca en yüksek derecede Bilgi Birikimi Yönetimi uygulamalarına destek vermelidir.

IV. Küresel Bilgi Birikimi Yönetimini Destekleyen Örgütsel Karakteristikler

A. Süreç

Gold, Malhotra ve Segars (2001) Bilgi Birikimi Yönetimini tanımlayan üç temel unsurdan bahsetmiştir. İşletmeler bilgiyi daha fazla işledikçe, daha fazla kapsam kazanmakta ve süreç otomatikleşip daha da etkinleşmektedir. Eğer süreç çok daha fazla bilgi işlemeye yönelik ise, kapsamı artmakta ve işletmeler daha fazla bilgi işlemekte ve süreçleri daha fazla esneklik kazanmaktadır. Uluslararası firmalar yeni geliştirilen çalışma ve bilgi dağıtma araçlarını kullanarak, yapısal ve bölgesel sınırları aşarak bilginin daha etkin dağıtımını sağlayabilirler. Bilgi bulma teknikleri işletmelerin neyi, ne kadar bildiklerinin anlaşılması için gerekli araçlardır.

B. Yapı

Bilgi Birikimi Yönetiminin etkin yönetimi ve uygulaması etkin örgütsel yapıların varlığına bağlıdır ve bu yapılar gerekli bilgilerin işletme içinde dağıtılmasına yarayabilir (Storck ve Hill, 2000). İşletmelerin özellikle farklı coğrafi bölgelerde faaliyet göstermesi durumunda, bu örgütsel yapılar değişik örgütsel birimler arasındaki işbirliğini önleyici etki yapmamalıdır. Bilginin saklanması, örgütler tarafından yaşanan en önemli Bilgi Birikimi Yönetimi sorunudur ve Nidumolu, Subramani ve Aldrich (2001)'e göre uygun olmayan ofis yerleşimi ve yoğun coğrafi dağılım bilginin yönetilmesinin karşısındaki en önemli sorundur. Bilişim Teknolojileri her zaman fiziksel kişisel ilişkilerin yerini tutamamaktadır, çünkü insanlar genel olarak fiziksel temas yolu ile öğrenip bilgilerini paylaşır (Birkinshaw, 2001). Usta, çırak ilişkisi halen daha öğrenmede ve bilgi paylaşımında önemli bir etkidir. Dolayısıyla, kişisel ilişkileri geliştirmek işletmelerin Bilgi Birikimi Yönetiminde yapacakları en önemli uygulama olacaktır.

C. Kültür

Bilgi Birikimi Yönetimi birçok işletme için çalışma felsefesinde bir değişim getirmekte ve bu da sadece insanların nasıl çalıştığına değil, birbirleriyle nasıl çalıştıklarını da etkilemektedir (DeTienne ve Jackson, 2001). Bu felsefe değişimi genel olarak daha paylaşımcı, açık ve hoşgörüye dayanan bir çalışma ortamı oluşturmak olarak tanımlanabilir. Bilgi Birikimi Yönetimi destekleyici kültüre sahip olmayan örgütlerde gelişmemekte, iletişim ve ilişkinin yeri etkin bir Bilgi Birikimi Yönetimi için önemli olmaktadır (Gold, Malhotra ve Segars, 2001). Dolayısıyla, küresel örgüt vizyonu Bilgi Birikimi Yönetimi için gerekli olmaktadır ve bunun için gerekli örgüt kültürünün oluşmasına meydan vermektedir. Bu nedenle, bireylerin saygı gördüğü ve bireysel yaratıcılığın desteklendiği örgütsel kültürler Bilgi Birikimi Yönetimi için en önemli örgütler olmaktadır (DeTienne ve Jackson, 2001). İşletme kültürü en iyi Bilgi Birikimi Yönteminin uygulanması için gerekli ve yapıcı bir elemandır (Nidumolu, Subramani ve Aldrich, 2001), ayrıca uluslararası işletmenin en önemli engeli

değişik coğrafi sınırları aşan bir küresel kültür oluşturabilmektir (Ellis, 2001). İlginç olarak, iyi bir bilgi paylaşım sistemi böylesi bir kültürün kaburgasını oluşturmaktadır (Ellis, 2001).

V. İşletmelerde Bilgi Paylaşımı Yöntemleri

Günümüzün rekabetçi ortamlarında, işletmeler yeni gelişen olaylara çabuk adapte olmalı ve değişimlere çabuk uyum sağlayabilmelidir. Ancak bu işgörenlerin yeni yetenekleri daha çabuk öğrenmeleri ve bilgiyi daha çabuk elde etmeleri ile mümkün olabilmektedir. Chait (1999)'a göre, firmanın rekabetçi avantajı bir bütün olarak ne bildiği ile ve bilgiyi nasıl ve ne kadar elde edip kullandığı ile yakından ilgilidir. Bu bağlamda küresel pazarlarda bilgiyi yönetmenin üç önemli unsuru vardır:

- **Vizyon ve Uyuşmanın Sağlanması:** İşletmelerin bir alt strateji olarak benimsedikleri öğrenme vizyonları, işletmenin genel amaçlarına ve stratejilerine uygun olmalıdır ve işgörenler işletme içerisinde bu strateji ve vizyon ile uyumlaştırılmalıdır.
- **Çok Boyutlu Süreç:** Bilgi Birikimi Yönetimi çeşitli unsurların yönetimini içermektedir, burada bilginin temel unsurları yer almaktadır, buna ek olarak farklı kültürel farklılıkların belirlenmesi ve bilginin elde edilmesi, değerlendirilmesi, depolanması ve aktarılması süreçlerini de içermelidir.
- **Gerekli Altyapı:** Teknoloji Bilgi Birikimi Yönetiminde rekabetçi bir araç olarak kullanılabilir. İletişim, haberleşme, bilgisayar donanımı ve eğitim sistemleri Bilgi Birikimi Yönetimi için gerekli altyapı ve teknolojilerdendir. Network ağları bilgi dağıtımı ve iletilmesinde önemli birer teknoloji unsurudur.

Küresel pazarlarda işletmeler bilgi temellerinin yaratılması, paylaşılması ve yönetimi konusunda çeşitli fırsatlar ve zorluklar ile karşı karşıyadırlar. Roberts, Kossek ve Ozeki (1998) küresel bir işgücünü yönetmek için üç adet zorluktan bahsetmişlerdir:

- **Konuşlandırma:** Uluslararası firmaların çeşitli bölgelerde faaliyet gösterdikleri düşünülür ise, doğru becerilere sahip nitelikli işgöreni doğru yerlere konuşlandırmak oldukça önemlidir.
- **Bilgi ve Yeniliklerin Dağılımı:** Uluslararası firma tüm örgütsel unsurlarında en iyi ve gelişmiş teknolojik sistemler kullanmak zorundadır
- **Yeteneklerin Belirlenmesi ve Geliştirilmesi:** Uluslararası işletme küresel örgütsel kültür içerisinde çalışabilecek insanları tespit edip bu tür karakterlerin gelişmesine ön ayak olmalıdır.

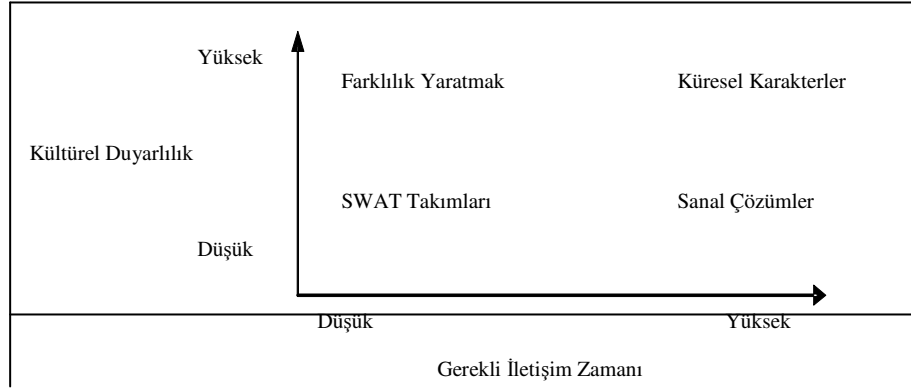
Roberts, Kossek and Ozeki (1998) tarafından da belirtildiği gibi bu problemler ile baş edebilmek için çeşitli stratejiler uygulanabilir. Küresel karakterler bir çözüm olabilir. Bu kariyer seçeneği coğrafi sınır tanımayan ve kariyerleri boyunca çeşitli ülkelerde çalışan insanlardır. İşletmeler küresel karakterleri teşvik edebilirler ve yüksek potansiyele sahip çalışanlarını çeşitli bölgelerde ve ülkelerde görevlendirebilirler. Bu kimseler yetenek ve bilgileri ile

çeşitli ülkelerde çeşitli şekillerde kişiler arasında ağlar oluşturulmasına katkıda bulunabilir.

Farkındalık Yaratmak, bir diğer yaklaşımdır ve temel işgörenlerin işletme genelinde dağıtılması şeklinde kendini gösterir. Yüksek potansiyele sahip işgörenlerin küresel işletme içinde çeşitli bölgelere çalışmak için kısa dönemli gönderilmesi kültürel farklılıkların ve anlayışların ortadan kaldırılması ve tam anlamı ile bir uluslararası firma olunmasına yardımcı olabilir. Bir diğer yaklaşımda SWAT Takımlarının oluşturulması da bir diğer çözüm yoludur. Bu aşırı hareketli ve küresel düşünceye sahip çalışma takımlarının kısa dönemli çeşitli bölgelerdeki problemleri çözmek için görevlendirilmesi şeklinde olur. Söz konusu takımlar teknoloji transferi ve kültür transferi yaparken çeşitli firma bilgilerinin küresel işletme içinde dağıtılmasını sağlayabilir.

Sanal Çözümler Internet, Intranet, Video Konferans, Uzman Sistemleri ve benzeri ileri teknolojiler kullanarak uygulanır. Bu teknolojiler ile uluslararası işletmeler şirket amaç ve hedeflerini desteklemek ve sanal çalışma ekipleri kurarak fiziksel yere bağlı olmadan bilgi ve tecrübelerin paylaşılmasını sağlanabilir. Bu yöntem bilginin dağıtılmasının maliyetini büyük oranda düşürmektedir ve işletmelerin devamlı olarak projeler için çalışmasını ve verimliliğini arttırmaktadır.

Küresel Bilgi Birikimi Yönetimi, üç temel zorluğa ve Roberts, Kossek ve Ozeki (1998) tarafından önerilen potansiyel sonuçlara göre aşağıda verilen sınıflandırma yapılmıştır. Şekil 1’de verilen sınıflandırma küresel Bilgi Birikimi Yönetiminde ortaya çıkan sorunların ve bu sorunlara karşı uygun çözümün üretilmesini sağlayabilir.



Şekil 1: Küresel Bilgi Birikimi Yönetimi Zorlukları ve Çözümü Sınıflandırması

İşletmelerin, ellerindeki bilgiyi etkin ve koordineli bir şekilde kullanabilmek için kısaca paylaşmaya açık bir örgüt yapısı, örgüt kültürü ve işletme vizyonu oluşturmaları gerekir. Teknolojik iletişim altyapısı, bilginin çeşitli bölgelerde faaliyet gösteren uluslararası işletmelerde oluşturulması, paylaşılması, aktarılması ve saklanması sürecinde en etkin araçlardan biridir.

Sonuç

Yönetim Biliminin en önemli bilim adamlarından Peter Drucker bilginin iki temel fonksiyonundan söz eder:

“Su anda bildiğimiz gibi zenginliğin temeli özel bir durumdur: İnsan Bilgisi. Eğer bildiğimiz işlere bilgimizi uygularsak buna verimlilik adı verilir. Eğer bildiğimiz bilgileri yeni ve farklı görevlere uygular isek, buna yenilik adı verilir. Sadece bilgi bize bu iki amaca ulaşmamız için yardımcı olabilir.”

Yazılı ve sözlü bilginin oluşturulması, paylaşılması sürecinde işletmeler üretici öğrenmeyi teşvik edebilirler ve işgörenler küresel işletme içinde dağınık olsa bile bunu başarabilirler (DeTienne ve Jackson, 2001). Bu çalışmada önerilen küresel Bilgi Birikimi Yönetimi ile işletmeler ellerindeki bilginin en optimal yönetimini gerçekleştirebilirler, faaliyet gösterdikleri uluslararası pazarlarda çok daha üstün performansa ulaşabilirler ve başarılı olabilirler. Uluslararası işletmelerin en önemli varlıkları insan kaynaklarıdır ve uluslararası pazarlarda başarılı olabilmek için insan kaynaklarını en etkin şekilde yönetmek bu firmaların en önemli önceliği olmalıdır. Çalışmada önerilen sınıflandırma kültürel faktörler ve faaliyet zamanı olmak üzere iki unsura bağlı olarak firmaların küresel işgörenlerini en etkin olarak yöneltmesi için önemli ve gerekli bir araçtır.

Günümüzün hızla artan küreselleşme ve rekabet ortamında, işletmelerin sahip olduğu bilgi ve insan kaynakları, rekabetçi avantaj sağlamaları için en önemli stratejik kaynakları olmuştur. Bu makalede özellikle uluslararası işletmelerin varolan insan ve bilgi kaynaklarını etkin kullanabilmelerine bir bakış açısı getirilmiş ve Küresel Bilgi Birikimi Yönetimi Modeli sunulmuş ve tartışılmıştır. Uluslararası işletmeler faaliyet gösterdikleri çeşitli pazarlarda başarılı ve kalıcı olabilmeleri için Küresel Bilgi Birikimi Yönetimini iyi bir şekilde anlamalı ve uygulamalıdır. Bu da ellerindeki mevcut insan kaynakları ve bilgi birikimlerini stratejik, etkin, zamanlı ve doğru kullanmaları ile mümkün olur.

Bu çalışmanın, aynı zamanda bu konudaki uygulamalı çalışmalara bir temel ve referans kaynağı oluşturarak akademik alanda literatüre katkı yapması amaçlanmıştır.

KAYNAKÇA

- ANONİM, (1995) Cross border Monitor, The Economist Intelligent Unit, *Economist*, 3 (7), February: 9 –10.
- BARTLETT, C. A., ve GHOSHAL, S. (1998) *Managing across Borders: The Transnational Solution*, 2nd ed. Boston: Harvard Business School Press,.
- BECERRA, I. ve SABHERWAL, R. (2001), Organizational Knowledge Management: A Contingency Perspective, *Journal of Management Information System*, 18 (1), Summer 2001 : 23 – 55.
- BIRKINSHAW, J. (2001), Making Sense of Knowledge Management, *Ivey Business Journal*, 65(4), March 2001 : 32 – 42.
- BLUMENTRITT, R. ve JOHNSTON, R., (1999), Towards a Strategy for Knowledge Management, *Technology Analysis and Strategic Management*, 11(3) : 287 – 300.

- BRAND, A. (1998), Knowledge Management and Innovation at 3M, *Journal of Knowledge Management*, 2(1) : 17 – 22.
- BRANNBACK, M. (1997), The Knowledge-Based Marketing Concept - A basis for global business, *Human Systems Management*, 16 (-) : 293 – 299.
- CHAIT, L. (1999), Creating A Successful Knowledge Management System, *Journal of Business Strategy*, 20 (2) : 23 – 34.
- CLAIR, G. (2001), Knowledge Services, *Information Outlook*, 5 (6) : 6 – 17.
- DAVENPORT, T. ve PRUSAK, L. (1998), *Working Knowledge*, HBR Press, Paper Back Edition.
- DETIENNE, K. ve JACKSON, L. (2001), Knowledge Management: Understanding Theory and Developing Strategy, *Competitiveness Review*, 11(1) : 1 – 11.
- EARL, M. (2001), Knowledge Management Strategies: Toward a Taxonomy, *Journal of Management Information Systems*, 18 (1), Summer 2001 : 215 – 233.
- ELLIS, K. (2001), The Best practices. Globally, *Training*, July 2001 : 32 – 38.
- FORD, H. (1998), Building Intranets: The Business Case, *Telecommunications*, 32 (12) : 49 – 52.
- GOLD, A., MALHOTRA, A. ve SEGARS, A. (2001), Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective, *Journal of Management Information Systems*, 18 (1) : 185 – 214.
- GROVER, V. ve DAVENPORT, T. (2001), General Perspectives on Knowledge Management, *Journal of Management Information Systems*, 18 (1) : 5 – 21.
- GUPTA, A. ve GOVINDARAJAN, V. (2000), Knowledge Flows Within Multinational Corporations, *Strategic Management Journal*, 21 (-) : 473 – 496.
- MCFARLEN, F.W. (1994), Issues in Global Outsourcing, in P. Palvia, S. Palvia and E. Roche (eds.), *Global Information Technology and Systems Management: Key Issues and Trends*, Nashua, NH: Ivey League Publishing.
- MOORE, K. ve BIRKINSHAW, J. (1998), Managing Knowledge in Global ServicesFirms: Centers of Excellence, *Academy of Management Executive*, 12 (4) : 81 – 92.
- NEWELL, S., SCARBROUGH, H. ve SWAN, J. (2001), From Global Knowledge Management to Internal Electronic Fences, *British Journal of Management*, 12 (-) : 97 – 111.
- NIDUMOLU, S., SUBRAMANI, M. A. (2001), Situated Learning and The situated Knowledge Web, *Journal of Management Information Systems*, 18 (1), Summer 2001 : 115 – 150.
- ORLIKOWSKI, W. ve HOFMAN, D. (1997), An improvisational Model for Change Management: The Groupware Technologies, *Sloan Management Review*, Winter 1997 : 11 – 21.
- REISENBERG, J. (1998), Executive Insights: Knowledge – The source of Sustainable Competitive Advantage, *Journal of International Marketing*, 6 (3) : 94 – 107.
- ROBERTS, K., KOSSEK, E. ve OZEKI, C. (1998), Managing the Global Workforce: Challenges and Strategies, *Academy of Management Executive*, 12 (4) : 93 – 106.
- SIMON, S.J. (2002), Successful Implementation of ERP Systems for Multinationals: Using Control and Coordination Artifacts, in P. Palvia, S. Palvia and E. Roche (eds.), *Global Information Technology and Electronic Commerce: Issues for the New Millennium*. Marietta, GA: Ivy :League Publishing.
- STORCK, J. ve HILL, P. (2000), Knowledge Diffusion Through Strategic Communities, *Sloan Management Review*, 41 (2), Winter 2000 : 63 – 74.
- The Economist Intelligence Unit Limited (1998), The Economist Special Report, *Economist*, December 16th, 1998 : 4 – 5.
- TIWANA, A. ve RAMESH, B. (2001), A Design Knowledge Management to Support Collaborative Information Product Evolution, *Decision Support Systems*, 31 (-) : 241 – 262.

Örgütsel Cinsiyetlerin Örgütsel Davranışa Yansıması

Araş. Gör. Aysen TEMEL

Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İZMİR

Araş. Gör. Mehmet YAKIN

Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İZMİR

Öğr. Gör. Sema MİSCİ

İzmir Ekonomi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İZMİR

ÖZET

Bir toplum tarafından oluşturulan kadın ve erkeğe ilişkin değerler, roller, davranışlar vb. özellikleri tanımlayan toplumsal cinsiyet kavramı, örgüt içinde çalışanların davranışları üzerinde de belirleyici olmaktadır. Kadın ya da erkeğin toplum içindeki konumu gereği kendisi ile özdeşleştirilen eril ve dişil özellikler işe/iş yapış biçimlerine de yansımaktadır. Örgütün "cinsiyete" ilişkin sahip olduğu değerlere bağılı olarak çalışanların örgüt içindeki görevleri, davranışları, değerleri vb. belirlenmektedir. Örgütsel cinsiyet temelinde kadın ve erkek çalışanlardan beklenenlerin değıştığı, örgüt içinde kadına ve erkeğe farklı koşulların sunulduğu görülmektedir. Günümüzde, örgütsel cinsiyetin organizasyona yansımaları incelendiğinde, hem kadınsı hem erkeksi özellikleri içeren (androjen) bir yapıya doğru bir dönüşüm gözlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel davranış, toplumsal cinsiyet, cinsiyet temelli organizasyonlar, örgüt kültürü

Reflections Of Organizational Gender In Organizational Behavior

ABSTRACT

The concept of social gender is defined as all the values, roles and behaviors, which are related with women and men in society. The perception of social gender according to different societies affects the organizational behavior. Feminine and masculine characteristics of women and men in society according to their social roles are reflected in the job or in the way that they perform their job. Roles, behaviors, and values of the employees are determined according to the values, which are related with the concept of gender in the organization. Expectations from women and men differ under the basis of organizational gender. Opportunities of women and men are different in the organizations. However, the reflections of organizational gender in the organizational behavior have started to be perceived in the organizations, and androgen organizations have started to occur in today's business world.

Keywords : Organizational behaviour, gender, gendered organizations, organizational culture

Giriş

Günümüzde, bireylere ait özellikler gruplara ve grupların oluşturduğu toplumlara atfedilmeye başlanmıştır. Bu özelliklerden bir tanesi olan cinsiyet, tıpkı bireylerde olduğu gibi, örgütlerde de belirli davranış kalıplarının gelişmesini ve bu davranış kalıpları üzerinden örgütün işleyiş biçimini etkilemektedir. Bu çalışmada, cinsiyet kavramı ve konu ile ilgili kavramlar, örgütsel cinsiyet kavramı ve örgütsel cinsiyetin örgütsel davranışa yansımaları irdelenecektir.

I. Örgütsel Cinsiyet ile İlişkili Kavramlar

Örgütsel cinsiyet kavramını açıklayabilmek için öncelikle cinsiyet, toplumsal cinsiyet, erkeklik, kadınlık, eril toplum, dişil toplum kavramlarının açıklanması gerekmektedir. *Türk Dil Kurumu* sözlüğüne (2004) göre cinsiyet “bireye, üreme işinde ayrı bir rol veren ve erkekle dişiyi ayırt ettiren özel bir yaratılış, eşey, cinslik, seks” olarak tanımlanmaktadır. “Cinsiyet terimi bireyin genetik ve kromozomal birleşimine, içsel ve dışsal üreme organlarına ve bir cinsiyeti diğer cinsiyete oranla önemli ölçüde farklılaştıran ikincil düzeydeki cinsel karakteristiklere ya da kısaca bir bireyin biyolojik cinsiyetine gönderimde bulunmaktadır” (Elgün, 2003: 23). Organizasyonlarda cinsiyet kavramı yalnızca kadın ve erkek arasındaki farklılıkları tanımlamamakta, aynı zamanda kadın ve erkek arasındaki sosyal ilişkiyi belirleyen niceliksel güç farklılıklarını da tanımlamaktadır (Ollilainen, 1999).

Cinsiyet rolü normlarının etkisi doğumdan hemen sonra çocuğa bir isim verilmesiyle ve alınan kıyafetlerin renginin belirlenmesiyle başlar. Anne-babalar ve toplumun büyük çoğunluğu erkek çocuklarda saldırganlığı, atılganlığı, akılcılığı, mantıksallığı, problemlerin kolayca üstesinden gelebilme becerilerine sahip olmayı v.b.; kız çocuklarda ise, iyi sosyal ilişkiler kurabilmeyi, sempatik olmayı, duygusal olmayı, başkalarının duygularına duyarlı olmayı, sorumluluk sahibi olmayı, edilgenliği v.b. pekiştirmek eğilimindedirler. Erkekler güç ve hız gerektiren işlerde veya sporlarda sahip oldukları kas ve kemik yapısının yanında, toplum cinsiyet normları tarafından da teşvik edilirler (Kısaç, 1999: 82).

Toplumsal cinsiyet ise erkek ve kadının biyolojik farklılaşmasına kültürler tarafından yüklenen anlamlar ve değerlerdir. Kurumlarla ve sosyal çevre ile karşılıklı, iç içe geçmiş, karışık ilişkiler bütünüdür (Elgün, 2003: 239). "Toplumsal cinsiyet" hem kişinin toplumsal rolünden, hem de içsel tanımlamasından -kadın veya erkek - ve onların temsil edilmesinden -dişil (*feminen*) veya eril (*maskülen*)- bahseder (Highleyman, 14.11.2004). Toplumsal cinsiyete göre her toplumda kadınlık ve erkeklik rolleri farklı özellikler gösterebilir. Eril bir toplumda kadınlık rolü, dişil toplumdaki kadınlık rolüne göre daha farklıdır. Kadınlık ve erkeklik kavramlarının kültürden kültüre farklı anlamlar kazandığı görülmektedir. Birbirlerine yakın kültürlerde kadınlık ve erkeklik kavramları benzer olabilmekte, fakat bu kavramlara farklı roller yüklenmektedir (Leung ve Moore, 2003).

‘Erkeklik’, erkeklerin kültürel ve teknolojik gelişim içerisinde kurdukları hiyerarşik düzenin ve buna bağlı kültürel, ideolojik, dilsel ve siyasal olguların devamını sağlamak için oluşturdukları bir biçimlenmedir (Demren, 16.11.2004). Her toplum kendi kültürüne göre erkeklik değerlerini yaratır ve bunları kavramlaştırır. Buna bağlı olarak erkeklik kavramı, eril toplumlarda erkekler tarafından içselleştirilir. “Kadınlık” ise, erkekliğin tanımlandığı kültürel ve ideolojik değerler içerisinde yer alan ve toplumsal yapıya göre önem kazanan bir kavramdır. Kadınlar ait olduğu toplumların özelliklerine göre belirli alanlar içerisinde tanımlanmıştır. Eril toplumlarda bu alanların en yaygın olanı ev içi alandır. Kadınlar için tanımlanan roller genelde bu ev içi yaşamın barındırdığı

rollerdir. Bu rollerden başlıcaları “annelik” ve “eş” olmaktır. Bu roller bir kadının neredeyse tüm yaşamı boyunca devam eder. Kadın çalışıyor olsa bile, toplum tarafından yaptığı işle değil, toplum tarafından atfedilen rollere göre değerlendirilmektedir. Oldukça daraltılmış ve belirlenmiş bu alan aslında kadına, kimliğini oluştururken, bir anlamda avantaj sağlar. En başta annesi olmak üzere örnek olarak aldığı kadınlar genelde bu alan içerisinde ve bu alanın gerektirdiği kurallar içerisinde yaşarlar; bir bütünlük ve devamlılık söz konusudur (Demren, 16.11.2004). Dolayısıyla eril toplumlarda erkek kamusal alanın içerisinde tanımlanarak, kazanç sağlayan ve karar veren konumunda olmaktadır. Erkek çalışma yaşamındaki önemini, kazanç sağlayan olduğu için ev sınırlarını içerisinde de korumaya devam etmektedir.

Eril toplumlarda erkekler iddiacı, sert ve materyalist özellikler gösterirlerken, kadınlar ise alçak gönüllü, nazik, hassas, şefkatli daha çok hayatın niteliğine önem veren özellikler göstermektedirler. Bu toplumlarda kararlılık, canlılık ve hırs daha erkeksi görülürken; nezaket, şefkat ve ilgi kadınsı olarak algılanır. Eril toplumlarda cinsiyet rolleri açıkça birbirinden ayrılmıştır. Eril toplumlarda, övünme, görünür şeyler kazanma, paranın dominant olması gibi eril özellikler önemlidir. Bu toplumlarda hâkim olan değerler, materyalistik başarı ve ilerlemedir. Kadınlar daha çok çocuklarını besleyip büyüten kişi olma rolünü üstlenirler. Eril toplumlarda kişiler arasında çıkan çatışmalar çoğunlukla kavgayla çözümlenmektedir. Geleneksel toplumlar daha çok erkeğin egemen olduğu toplumlardır. Bu toplumlarda, “erkeklik, erkek olma” saygı gören kavramlardır. Bunun sonucunda da kadının başarılı olabilmesi için erkek gibi olmasını gerektiren bir dünya yaratılır. Bu durum kadınların duygusal ve psikolojik anlamda zarar görmesine neden olabilmektedir. (Leung ve Moore, 2003) Kadınlar çalışma yaşamına girerken ve çalışma yaşamında engellerle karşılaşmaktadır. Bu engeller, kadınların geleneksel rolleri ve bu rollere uygun toplumsal beklentilerle çalışma yaşamının bağdaşmaması, çocuk bakımı ve ev işleri desteği veren kurum/kuruluşların olmaması veya bu hizmetlerin pahalı olması, belli işlerin kadınlara yazılı olan ve olmayan kurallara göre kapalı olması, iş yaşamında yükselmelerinin engellenmesi ve desteklenmemesi, cinsel taciz olarak özetlenebilir (Gelegen, 2001: 27). Bu engellerin aşılabilmesi ve kadınların toplum tarafından kabul edilebilmesi için iş hayatında erkek gibi davranmaları ve başarılı olmaları bir gereklilik halini almaktadır. Eril değerleri yüksek olan toplumlarda kadınlar kariyer hayatlarında kendilerini kısıtlanmış hissedebilirler. Kadınların yaptığı işler daha değersiz olarak görülebilir. Eril toplumlarda kadınlar çalışma hayatında erkeklerle aynı işi yaptıkları halde daha düşük ücret alabilirler (Sullivan, 03.12.2004). Kadınlar iş hayatına girmiş olmalarına rağmen daha çok evde yemek yapma, çocuk bakma gibi rolleri üstlenmektedirler. Toplumdaki cinsiyet rolleri nasıl belirgin bir çizgi ile ayrılmışsa, iş hayatında da erkeklerin rolleri daha belirgin olarak ön plana çıkmaktadır (<http://shrike.depaul.edu/~jborger/>, 12.11.2004). İş yaşamında para kazanma zorunluluğu, işin ve başarının ön planda olması gerekliliği, otoritenin varlığı ve hissettirilmesi gibi erkeksi özellikler önemli görülmektedir.

Dişil toplumlarda ise, daha çok insanlara ve ilişkilere değer verilir. Bu toplumlarda ikilemler ya da çatışmalar, karşılıklı görüşmeler ve uzlaşmalarla çözümlenir. Dişil kültürlerde nezaket, şefkat ve ilgi gösterme gibi özellikler hem kadınlarda hem de erkeklerde bulunmaktadır. Eril kültürlerde iddiacı olmak önemliyken, dişil kültürlerde alçak gönüllü olmak önemlidir. Dişil toplumlarda toplumsal cinsiyet rolleri birbirinin içine girmiştir. Bu toplumlarda alçak gönüllülük, şefkat, maddi olmayan değerlere önem verme hem bayanların hem de erkeklerin özelliği olarak görülmektedir (<http://shrike.depaul.edu/~jborger/>, 12.11.2004). Kadınsı değerlerin tercih edildiği toplumlarda, kişiler arası uyum ve anlaşma çok önemli bir yere sahiptir. Mutluluk ve kişiler arası huzur, başarı ve güç elde etmekten daha ön planda tutulur (Taştan, 2004).

Erkeksi özellikler; saldırgan, nesnel, aktif, rekabetçi, mantıklı, kendine güvenli, lider gibi davranan, duygularını kolayca ifade edemeyen, kararlarını kolay veren olarak belirtilirken; kadınsı özellikler; uysal, bağımlı, öznel, duygularını kolayca ifade edebilen, itaatkar olarak ifade edilmektedir (Elgün, 2003: 25). Ülkelerin, toplumların ve kültürlerin de kadınsı veya erkeksi özellikleri olabilmektedir. Hofstede'in toplumların cinsiyetiyle ilgili 40 farklı ülkeden IBM çalışanlarıyla yaptığı araştırmaya göre; Japonya, Avusturya, Venezuela, İtalya, İsviçre ve Meksika gibi ülkeler eril; Norveç, İsveç, Hollanda, Danimarka ve Finlandiya gibi ülkeler dişil toplumlar olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada bir erkeklik skalası oluşturulmuş ve bu skalaya göre toplumsal cinsiyetler tanımlanmıştır. Bu skaladaki değer ne kadar yüksek çıkarsa toplumlar o derece eril olma özelliği taşımaktadırlar (Leung ve Moore, 2003). Eril toplumlarda erkekler, daha hırslı, girişken, rekabetçi rolleri yerine getirirken, kadınlar hayatın maddi olmayan yönleriyle daha fazla ilgilenirler. Bu toplumlarda erkekler yönetici pozisyonunda yer alırken, kadınlar ise genellikle onların yardımcıları konumunda yer almaktadır. Eşit istihdam uygulamaları bu toplumlarda görülmemektedir. Dişil toplumlarda ise hem kadınlar hem de erkekler hayatın maddi olmayan yönlerinin kalitesini arttırmak için çalışırlar. Kadınların ve erkeklerin hırslı, rekabetçi olmaları gerekmemektedir. Dişil toplumlarda kadınlar da erkeklerin çalıştığı işlerde çalışabilmektedirler. Bu toplumlarda erkeklerin sekreter, kadınların otobüs şoförü olduğu görülmektedir (Altay, 2006: 36). Toplumdaki kültürel özellikler, bireye, kendi toplumunda geçerli olan ve yöneticilerin beklentilerini içeren davranış kalıpları geliştirmesini ve buna uygun davranması zorunluluğunu da yüklemektedir. (Altay, 2006: 39) Dolayısıyla eril toplumlarda organizasyon içerisinde kadınlarla erkeklerden beklenen roller ayrı olmaktadır. Norveç ve İsveç gibi dişil toplumlarda ise organizasyon içerisinde kadın ve erkeklerden beklenen roller eşit olmaktadır.

Hofstede'in araştırmasına göre en yüksek erkeksi değerlere (99, ortalama 51) sahip toplum Japonya olarak belirtilmiştir. Bu toplumda kadınların görevi, evi ile ilgilenmek ve çocuk yetiştirmektir. (Akın, 2005) Aynı araştırmaya göre, İngiltere, ortalamanın üstünde (66) erkeksi olarak görülmektedir (Evcimen, 26.03.2006). Her ne kadar bu sonuç bilinene tezatmış gibi bir durum sergilese de İngiltere'de kraliçe ya da uzun süre başbakanlık yapan Thatcher'a bakıldığında

toplumda kabul görebilmek için erkeksi oldukları gözlenmektedir. Buna bağlı olarak, “Demir Lady” lakabı Thatcher’ın erkeksiliğini pekiştiren bir takma ad olmuştur. İngiliz kadınlarının başarı tanımları erkeklerin başarı tanımlarıyla benzerlik göstermektedir (Evcimen, 26.03.2006).

II. Örgütsel Cinsiyet Kavramının Örgütsel Davranış Üzerindeki Etkisi

Organizasyon içinde cinsiyet kavramının, kişilerin yaptığı işe bağlı olarak tanımlandığı görülmektedir. Erkek ve kadın için toplumsal cinsiyet rolüne göre kamusal ve özel alana ilişkin rollerinin organizasyona yansıdığı görülmektedir. Diğer bir ifade ile, organizasyonların yapısı toplumsal normlar tarafından şekillendirilmektedir. Bununla birlikte özellikle kadınların geleneksel olarak maskülen yapıdaki organizasyonlara ve mesleklere dahil olması ile organizasyon yapısının ve organizasyona ilişkin değerlerin değişimini de gerekli kılmaktadır (Miller, 2004: 55). Erkeklerin feminen yapıdaki organizasyonlara ve mesleklere dahil olması durumunda ise feminen değerleri kabul etmeleri beklenmektedir. Örneğin, maskülen bir organizasyon yapısına dahil olan kadınların kararlı, sert, hırslı, iddiacı gibi eril özellikler kazandığı, feminen bir organizasyon yapısına dahil olan erkekler ilgili ve şefkatli davranma, nazik olma gibi dişil özellikler kazandığı görülmektedir.

Organizasyon içindeki cinsiyet ilişkileri, erkekler ve kadınlar arasındaki ilişkileri oluşturan bir yapıyı ifade etmektedir. Farklı organizasyonlarda cinsiyete ilişkin konular farklı biçimde ele alınabildiği gibi, aynı organizasyon içinde cinsiyet farklı boyutlarda da ele alınabilmektedir (Hearn, 1998: 1). Organizasyon içindeki kadın ve erkek ilişkileri cinsiyet kavramı ile açıklanırken yaygın olarak “cinsiyet temeline dayanan organizasyonlar” ile ifade edildiği görülmektedir. “Gendered organizations” (cinsiyet temeline dayalı organizasyonlar) kavramı tüm iş kurallarının kadın ve erkek arasında sistematik olarak bir ayrıma tabi tutulduğu yapıyı ifade etmek için kullanılmaktadır (Shire, 2000: 37). Diğer bir ifadeyle, bir organizasyonun cinsiyet temeline dayalı organizasyon olarak tanımlanabilmesi için organizasyonun fonksiyonlarının cinsiyete bağlı olarak yapılandırılması, organizasyondaki güç ve statülerin cinsiyete göre simgelenmesi, belirli bir cinsiyete verilen değerlerin hissedilmesi gerekmektedir (Bendl, 1999: 3). Cinsiyet temeline dayalı organizasyonları erkek egemen organizasyonlar ve kadın egemen organizasyonlar olmak üzere iki şekilde incelemek mümkündür. Acker (1992) bir organizasyondaki cinsiyet temeline ilişkin algılaşmanın yapılması şu şekillerde oluştuğunu ifade etmektedir (Ollilainen, 1999):

- Cinsiyete dayalı ayrılıkların olması (iş, ücret, hiyerarşi, güç gibi)
- Semboller, imajlar, metaforlar yaratılarak organizasyondaki cinsiyet farklılıklarının doğrulanması
- Kadınlar ve erkekler arasındaki etkileşimlerde kadınların kendi aralarında ve erkeklerin kendi aralarında yarattıkları ittifakların ve dışlamaların organizasyonunun somut bir parçasını oluşturması
- Kişisel olarak işin işleyişinin ve işyerindeki destek yapısının algılanması, cinsiyete uygun davranışların belirlenmesi

- Çalışanların işle ilgili fırsatların ve görevlendirmelerin cinsiyete göre yapılacağını bilmesi

Pringle, örgütlerdeki güç ilişkilerinin cinselleştirilmiş bir çerçeve içinde yürütüldüğünü ve özellikle bürokratik örgütlerde denetim ve güç düzeneklerinin cinselliğin kullanılması etrafında temellendirilmiş olabileceğini belirtmektedir (Varoğlu, 2001: 327). Diğer bir deyişle, cinsiyete ilişkin göstergeler (pozisyonlar, kararlar, ücret vb.) örgütsel sistem içinde bulunan ve örgüt kültürüne yansıyan unsurlardır. Buna bağlı olarak, tarihsel süreç içinde erkek egemen organizasyonların varlığı, kadınların çalışma yaşamı içindeki görevlerini ve statüsünü belirlemiştir. Bu noktada, birçok iş için kadınsı ya da erkeksi tanımlamalarının yapılması işverenlerin iş görüşmelerinde işe/pozisyona göre değerlendirme yaparken cinsiyeti temel aldığı görülmektedir. Bununla birlikte işverenlerin kadın ve erkek çalışanlardan iş ile ilgili beklentilerinin farklılığı iş tanımlarında, performans değerlendirmelerinde hissedilmektedir. Britton (2000) “organizasyonlarda işe ilişkin sorumluluklar ve görevlerin tanımlanması performansa göre değil, cinsiyete ilişkin anlamlandırmalara göre yapılmaktadır” ifadesi ile cinsiyet temeline dayalı organizasyonlardaki görüşü özetlemektedir (Skuratowiczlarry ve Hunter, 2004: 75).

Organizasyondaki kadın ve erkek arasındaki karşıtlığın yaratılması toplum içindeki değerlere dayanmaktadır. Kültürel yapıdaki değerler organizasyon yapısında belirleyici olmakta ve organizasyonlar kadın egemenliğine dayanan ve erkek egemenliğine dayanan olmak üzere nitelik kazanmaktadırlar. Bununla birlikte sosyal yapıdan organizasyonlara yansımalar ile cinsiyet hiyerarşisi kurulmaktadır. Cinsiyet temelli organizasyon yapılarında kadın ve erkeğin rolleri tanımlanmış olsa da zamanla bu rollerin yapılarında değişimler görülebilmektedir (Hearn, 1998: 2). Kadınsılık ve erkeksilik, kültürel yapının bir yansıması olarak organizasyon içinde belirlemektedir. Buna bağlı olarak da örgütsel kültür erkeksilik ya da kadınsılık değerleri üzerinden konumlandırılmaktadır. Örgüt içindeki otorite yapısı, kariyer gelişimi, iletişim yapısı bu tanımlama ile belirlenmektedir. Joan Acker cinsiyeti sosyal bir yapı olarak ifade etmektedir. Organizasyonda görülen cinsiyete ilişkin yapı ise bir altyapı-alt sistem olarak tanımlanabilir. Lorber (1994) cinsiyetin, sosyal yapının bir süreci olarak, sosyal yapıdaki katmanlardan birini oluşturduğunu belirterek bu yapının aile, dil, kültür gibi değerleri etkilediğini açıklamaktadır. Acker’a göre (1990) organizasyon içindeki cinsiyet kavramsallaştırması örgüt içinde belirli kavramsal özelliklerin belirlenmesini sağlayan, hiyerarşik yapı üzerinde etkili olan kültür içine gizlenmiş bir etmendir. Bununla birlikte, Lorber ve Acker cinsiyetin kişilerin yüzyüze ilişkileri ve etkileşimlerinde sosyal olarak mikro ve makro yapıyı şekillendirmekte olduğu belirtmektedir. Her organizasyon içinde cinsiyete ilişkin yapı işe ilişkin olarak yeniden üretilmektedir. Sosyolojik araştırmalarda organizasyonların cinsiyet temeline dayalı olması çok çeşitli şekillerde ifade edilir: avantaj ve dezavantaj, kontrol ve dışlama, hareket ve duygu, anlam ve kimlik kadın ve erkek arasındaki farklılıkları ifade eden

terimlerdir ve cinsiyete dayalı bir süreci ifade etmektedir. Sosyal ve kültürel boyuttaki ayrımlar, organizasyon içerisinde de kadın ve erkeğin farklı ve eşit olmayan şekilde tanımlanması, diğer bir deyişle biyolojik cinsiyetin yansıması olarak varlığını göstermektedir (Ollilainen, 1999: 3).

Cinsiyete dayanan ideolojik eğilimlerin oluşumu ile ilgili doğal süreç “hijerarşinin değeri, düzeni oluşturanların ve kontrolün doğası, erkek ve kadına ilişkin varsayımları yöneten bilişsel, duygusal ve sosyal güçlerin birleşimi” şeklinde işlemektedir. Cinsiyete dayalı ideoloji, “erkek ve iş arasındaki bağlantıları nasıl sağlar ve kadın-iş arasındaki ayrımları nasıl belirler ve buna ilişkin görüşler nasıl desteklenir” sorularına cevap aramaktadır. Aile ve iş arasındaki ayrım kadının ve erkeğin tanımlanmış sorumluluklarının bir yansıması olarak, işin türü ve paylaşımında da görülmektedir. Bu düşünce yapısı, güçlülük ve zayıflık üzerine yapılandırılmış olup erkeksilik fikrinin organizasyon tarafından doğrulanması biçiminde de algılanabilir (Miller, 2004: 49).

Genellikle bürokratik ya da geleneksel organizasyon yapılarının erkek egemenliğine dayandığı görülmekle birlikte, organizasyonlar zaman içinde değişim göstererek kadının varlığını kabul ediyor olsa dahi erkeksilik değerleri kültür içerisinde varlığını korumaya devam etmektedir. Ferguson bürokratik yapı ve söylemin kadına yabancı olduğunu ve kadına baskı uyguladığını, dolayısıyla kadınları alternatif örgütsel formlar aramaya zorladığını ileri sürmektedir (Varoğlu, 2001: 326). Bir organizasyon içindeki maskülenlik “erkeğin çalışmaya katılma oranı, işin çoğunluğunun gerektirdiği görev tipleri, işi gerçekleştirmek için gerekli öncelikler” olarak üç faktör tarafından belirlenmektedir. Bu organizasyonlarda erkekler çalışma yaşamını yönetmekte, kadınlar ise bu sistem içinde destek unsuru olarak değerlendirilmektedir. Kadınların kültürel olarak maskülen bir organizasyon içinde başarılı olabilmesi için maskülen bir kimlik geliştirmesi “sosyal bir erkek” gibi davranması gerekmektedir. Batı toplumlarında maskülen davranışları (kararlılık, bağımsızlık, hakimiyet) vurgulayan maskülen organizasyonlarda feminen davranışlara (ilgilenme, bağımsızlık, sıcaklık, anlayış) daha az yer verildiği görülmektedir. Tipik olarak birçok toplumda maskülenlik feminenliğe göre daha önemli ve kabul görmüş bir değerdir (Dahlia 1999: 50). Silvia Gherardi erkek egemen örgüt kültürü içinde kadınların nasıl konumlandırıldıklarını bazı metaforlarla açıklamaktadır. Oluşturduğu modelde erkeklerin kadınlara yaklaşımlarını “dostça” ve “düşmanca” diye ikiye ayırmaktadır. Buna karşılık kadınların üç farklı şekilde konumlandırılmaları söz konusudur: Kabul edilen, muhalefet edilen, kabul ettirilen (Varoğlu, 2001: 328).

Tablo-1: Kadınların Erkek-Egemen Ortamlardaki Çeşitli Konumlandırılmaları

	<i>Kadının Konumlandırılması</i>		
<i>Erkeğin Konumlandırılması</i>	<i>Kabul edilen</i>	<i>Muhalefet edilen</i>	<i>Kabul ettirilen</i>
<i>Dostça</i>	Konuk	Yazlıkçı	Yeni gelen
<i>Düşmanca</i>	Marjinal	Köstebek	Davetsiz misafir

Kaynak: Demet Bacacı Varoğlu, Örgütsel Yaşamda Toplumsal Cinsiyet Rollerini, Ed.Salih Güney, Yönetim ve Organizasyon, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul, 2001, s.328

Tablo-1 de görüldüğü gibi kadın, erkek egemen bir örgüt içerisinde çeşitli anlamlandırmalarla karşı karşıya kalmakta ve kendisi için belirlenen bu anlamlara bağlı olarak konumlandırılmaktadır. “Konuk” metaforunda kadının konumu örgüt içinde önemli ve değerli görülmektedir. Bununla birlikte kadının aynı bir konuk gibi kısa süre örgütte kalması ve örgütle ilgili işlere ilişkin sınırlamalarla işyerinde güçlü olmaktan uzaklaştırılması dikkati çekmektedir. “Marjinal” metaforunda erkekler kadının varlığından rahatsızlık duymakta ve kadının varlığını denetim altında tutmaya çalışmaktadır. Kadın kararlarda ve sosyalleşmede dışlanmaktadır. “Yazlıkçı” metaforunda, kadının örgütte kalıcı olmasına ilişkin olarak bir inançsızlık söz konusudur. “Köstebek” metaforu ile ise, kadın örgüt içine sızan bir düşman gibi görülmekte, erkek egemen kültür farklı iş yapma biçimlerine kadınları dahil etmek istememektedir. “Yeni gelen” metaforunda kadın iş ortamında merak uyandırmakta, kadının örgüte değişim getirebileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda bu metaforunda kadın örgütün içerisinde kabul edilme olasılığı bulunan kişi olarak değerlendirilmektedir. “Davetsiz misafir” metaforunda kadın erkekle eşit konumda görülmediği gibi, örgüt içerisinde istenmemekte ve dışlanmaktadır. Kadına başaramayacağı işler verilerek örgüt içinde kalmak için gösterdiği çaba sınanmaktadır (Varoğlu, 2001: 328-329).

Maskülen bir kültür içinde yer alan erkekler kadınları çalışma ortamında belirsiz bir pozisyonda bırakma ve kadınlara, gözlenen bir azınlık olduğunu hissettirme amacını taşımaktadırlar. Kadınlar kurum içinde yalnız formal (işe ilişkin) kanalların değil, aynı zamanda informal kanalların da dışında tutulmakta, etkili olabileceği pozisyonlardan uzaklaştırılmaktadır. Organizasyon içindeki yapıya bakıldığında, cinsiyet temelli bir arkadaşlık yapısının oluştuğu ve informal

iletişim ağlarındaki bu özelliğin tüm örgüte yayıldığı görülmektedir (Miller, 2004: 51).

Kanter, örgütlerde kadınların sonradan gelenler olarak erkekler kadar güçlü olma ve örgütsel kararları etkileyebilme olanaklarına sahip olmadıklarını belirtmektedir. Erkekler kadınlara göre daha fazla lider seçilmekte, bu da cinsiyetler arasındaki tarz ve strateji farklılığından kaynaklanmaktadır. Kişiler güçle liderliği birleştirmekte bu nedenle de güçlü liderler olarak erkekleri tercih etmektedirler (Varoğlu, 2001: 326). Bununla birlikte, aynı meslekte ya da aynı işi yapan kadın ve erkek çalışanların ücretleri arasında bir farklılık olduğu görülmektedir (Skuratowiczlarry ve Hunter, 2004: 73). İsrail polis gücü maskülen organizasyon için iyi bir örnektir. Bu organizasyonda erkekler tüm çalışanların % 80'ini oluşturmaktadır. İşin gerektirdiği özellikler yüksek risk ve fiziksel gücün kullanılmasına dayanmakta, işi gerçekleştirmek için gerekli özellikler otorite, hakimiyet ve güçlü olmaktır. İsrail'de polis mesleği bir iş olarak erkek egemen bir meslektir (Dahlia, 1999: 51).

Petrol endüstrisinde de görülen erkek egemen yapı, erkeklerin yönetimde yer alması ve kendi aralarında informal iletişim ağları oluşturularak, kadınların bu ağın dışında bırakılması ile yapılandırılmış olup, mesleğe ilişkin etkileşimleri cinsiyet temeline dayandırılmaktadır. Erkek egemen yapı, güçlülük sembollerini ifade eden mitlere dayanmaktadır. Kadın, erkek egemen kültür içinde maskülen sistemi benimsemek ya da sisteme uyum sağlamak zorunda kalmaktadır (Miller, 2004: 48). Maskülen bir yapı içine kadınların dahil olması nedeniyle, yapıda bir karışıklık olduğu, örgütün sosyal yapısının zayıfladığı ifade edilmektedir. Geleneksel feminen özellikler ve işin gereklilikleri feminen davranışlara uygun olmayan şekilde tanımlanmaktadır. Bu nedenle de, cinsiyet temeline dayanan bu yapıda feminen olmayan tipik davranışlar öğrenilmektedir. Maskülen yapı içerisinde erkek ve kadın farklı sosyal rollere göre yetiştirilmekte ve kadın erkekten farklı olarak birtakım ödünler vermeye zorlanmaktadır. Cinsiyet kimliğinden vazgeçmeksizin, kadınların bütünleşik özellikler göstermesi telkin edilmektedir. Kadın mesleğe yönelik kurslara erkeklerle birlikte katılmakta, örgütsel amaç ve değerleri burada öğrenmektedir. Örgütsel amaç ve değerler maskülen özelliklere göre tanımlandığından kadının öğrendiği şeyler aslında maskülenlik olmaktadır (Dahlia, 1999: 53).

Maskülen organizasyon yapısı içinde erkeğin kariyer gelişimi, emeklilik hakları, iş fırsatları vb olanakları elde etmesi desteklenirken, kadının işteki gelişimi önemli sayılmamaktadır. Cinsiyet temeline dayanan Japon firmalarında işyeri kültürü ve işyerindeki ilişkiler kadınlar ve erkekler için farklı kariyer olanakları sunmaktadır (Shire, 2000: 37). Kadın ve erkeklerin ilişki ağları içindeki konumlarına dair araştırmalarda; erkek yöneticilerin iş saatlerinden sonra spor, sosyal organizasyonlar, akşam toplantılarına katılarak ilişki ağlarını sürdürdükleri gözlenmiştir. Kadınlar ise özel yaşamdaki sorumlulukları nedeni ile ilişki ağlarına katılım konusunda pasif kalmaktadırlar. Emek ve zaman gerektiren ilişki ağlarına dahil olmada erkekler daha avantajlı durumdadır (Yaylacı, 2004: 77-78). Bu durum da kadını organizasyon içindeki informal iletişim ağlarının dışında

biraktığıdır. Birçok zaman işle ilgili yeni fikirlerin tartışıldığı, kararların alındığı informal toplantılar organizasyonun işleyişinde önemli bir role sahiptir. Bu noktada kadınlar bu sürece dahil olamamaktadır.

Kadın ve erkeğin davranış özellikleri, işbölümü, işin yapısı, ücret düzeyi, çalışanın işe ilişkin beklentileri toplumdaki sosyal değerler tarafından etkilenmektedir. Ücretin erkek için bir onur göstergesi olduğu görülürken, kadın için aynı durum söz konusu değildir. Düşük ücret metaforu ile kadının yeri tanımlanmaktadır. Kadının kazancı ancak erkeği ya da ailesini destekleyecek bir düzeyde olabilir (Miller, 2004: 58). İşin yapısına ve görevlendirmeye ilişkin farklılıklar, takım çalışmasında daha net bir şekilde hissedilmektedir. Kadın ve erkeğe ilişkin işbölümü bunun bir göstergesidir. Çalışan kadın sayısının işyerlerinde artışına rağmen erkek egemen sistemlerin varlığı nedeniyle kadınlar daha çok orta kademedeki pozisyonlarda takılmakta ve daha yüksek pozisyonlara ulaşamamaktadırlar. Hatta çoğu zaman üst pozisyonlara erişmek için erkeklerden daha yüksek kişisel maliyetlere (zaman, emek, baskılar, önyargılar vb.) katlanmaktadır (Yaylacı, 2004: 77).

Yapılan son araştırmalara göre 20.yy'ın ikinci yarısından sonra Amerikan bankacılık sektöründe iş yaşamında cinsiyette denklik sağlamak amacıyla, çalışanların işe alınmasında ve görev atamasında cinsiyete göre düzenlemelerin yapıldığı belirtilmektedir. Aynı zamanda Amerikan çalışma yaşamında hiyerarşi piramidinin yassılaşması ve organizasyon yapılarının esneklik kazanması ile, kadınların da çalışma yaşamında üst düzey pozisyonlara geldiği ve ücretlerinin erkeklerle aynı düzeyde olduğu açıklanmaktadır (Skuratowiczlarry ve Hunter, 2004: 78). Buna bağlı olarak maskülen ve feminen organizasyon yapılarında değişmelerin olduğu, cinsiyetten daha çok kişisel yetenek ve özelliklerin önem kazandığı bir iş anlayışının oluştuğu ifade edilebilir.

Sonuç

Cinsiyete ilişkin inanç ve değerler toplumun etkisi ile oluşmakta ve organizasyonları etkilemektedir. Toplum içinde kadın ve erkeğe ilişkin yapılan tanımlamaların örgütün yapısına ve kültürel değerlerine yansıdığı görülmektedir. Cinsiyet kavramının, bireyden bağımsızlaşarak öncelikle toplumu ve daha sonra toplumsal yapı içerisinde yer alan örgütsel yapıları etkilediği görülmektedir. Çalışma içerisinde bu dönüşümün nasıl gerçekleştiği incelenerek, örgütsel davranışa yansıması irdelenmiştir. Eril toplumlarda erkeklik özelliklerinin, dişil toplumlarda kadınlık özelliklerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bireyler toplumun temel değerlerine göre, kimliklerini oluşturarak toplumsal rollere uygun şekilde davranmaktadırlar.

Toplumların cinsiyetleri olduğu gibi, toplum içinde yer alan örgütlerin de kendine özgü cinsiyetleri vardır. Bireyler tıpkı toplumda olduğu gibi örgüt içerisinde de örgütsel cinsiyete göre roller üstlenmektedirler. Eğer örgüt, maskülen bir örgütse, örgütte çalışan kadınların da erkeksi davranışları benimsemek durumunda kaldıkları görülmektedir. Kadınlar, bu erkeksi davranışlara uyum sağlayamadıkları takdirde, örgüt içerisinde "konuk, yazlıkçı,

köstebek, davetsiz misafir vb.” gibi algılanmaktadır. Eril bir örgüt içerisinde kadınların başarılı ve karar veren pozisyonlara ulaşabilmeleri için “sosyal bir erkek” gibi davranmaları gerekmektedir.

Literatürde genellikle eril örgüt yapısına ilişkin araştırmaların dışıl örgüt yapısına ilişkin araştırmalara göre daha fazla yer aldığı görülmektedir. Dışıl örgütlere ilişkin örneklerin az olması nedeniyle bu tip örgütler içerisindeki bireyin durumuna ilişkin bir yargıya varılması güçleşmektedir. Sanayileşme süreci ile birlikte işgücü içinde kadın sayısının artmasıyla eril örgüt yapısına dahil olan kadınların erkeksi özellikler gösterdiği görülmektedir. Organizasyonlarda çalışanların cinsiyetlerine göre değil örgütsel verimlilikleri açısından değerlendirmesi, bununla birlikte çalışanların hem kadınsı hem de erkeksi (androjen) niteliklere sahip olması bir gereklilik halini almaktadır. 21.yy ile birlikte bilgi işçisi olarak tanımlanan çalışanların sahip olması gereken özellikler işle ve bilgi temelinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Cinsiyete ilişkin algılamaların kadın ve erkeğin işyerinde “çalışan” olarak tanımlandığı ve iş yaşamının gerekliliklerine göre hem kadınsı hem de erkeksi özelliklere (androjen) sahip olmaları gerektiği ifade edilebilmektedir.

KAYNAKÇA

- AKIN, Özgür, (2005), “Kültürel Farklılıklarla İlgili Teoriler”, (26.03.2006) <http://www.ozyazilim.com/ozgur/marmara/ik/kultur.htm>
- ALTAY, Hüseyin, (2006), “Kariyer ve Kültür: Kariyer Desteklemede Temel ve Destekleyici Fonksiyonlar”, *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt 8, Sayı 1
- BENDL, Regine, (1999), Gender Logic In Organizational Theories, http://www.skk.uit.no/WW99/papers/Bendl_Regine.pdf
- DAHLIA, Moore, (1999), “Gender Traits and Identities in a “Masculine” Organization: The Israeli Police Force”, *The Journal of Social Psychology*, 139(1)
- DEMREN, Çağdaş, (16.11.2004), “Erkeklik, Ataerkillik ve İktidar İlişkileri”, Hacettepe Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi, <http://www.huksam.hacettepe.edu.tr/erkek.htm>
- ELGÜN, Aslı, (2003), Toplumsal Cinsiyetin Oluşturulmasında Antik Yunan Mitolojisi'ndeki Erkek Arketiplerin Kullanımı: Erkek Magazin Dergilerine Yönelik Bir İnceleme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- EVCİMEN, Tunç (26.03.2006), “İngiltere: Kültürel Değişkenler Açısından Değerleme”, <http://www.evcimen.com/wht005.htm>
- GELEGEN, Didem Gediz, (2001), “Çalışma Yaşamında Kadın Olmak”, *Türk Tabipleri Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, s.27
- GİRGİNER, Haluk U., (1994), Türk Toplumunda Cinsiyet Rollerini, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- HEARN, Jeff, (1981), “On Ambiguity, Contradiction and Pradox in Gendered Organizations”, *Gender, Work and Organization*, Vol5, N.1, January 1998, s.1
- HIGHLEYMAN, Liz, (14.11.2004), “Toplumsal Cinsiyet Hakkında Konuşalım”, <http://uk.geocities.com/anarsistbakis/makaleler/highleyman-toplumsalcinsiyet.html>
- KISAÇ, İbrahim, (1999), “Erkeklik Rolü Normları”, *Mesleki Eğitim Dergisi*, Ankara, <http://www.mef.gazi.edu.tr/mefeski/dergi/99-2/bolum9.doc>, s.82
- LEUNG, Cynthia, MOORE, Susan, (2003), Individual and Cultural Gender Roles: A Comparison of Anglo-Australians and Chinese in Australia, (12.12.2004), <http://www.uiowa.edu/~grpproc/crisp/crisp.8.21.html>
- MILLER, Gloria E., (2004), “Frontier Masculinity in the Oil Industry: The Experience of Women Engineers”, *Gender, Work and Organization*, Vol 11, No.1,

- OLLILAINEN, Anne M, (1999), "Gendered Processes In Self-Managing Teams: A Multiple Case Study" (12.11.2004), <http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-042199-143559/unrestricted/FRONT.pdf>
- SHIRE, Karen A., (2000), "Gendered Organization and Workplace Culture in Japanese Customer Services", *Social Science Journal*, Vol3, No1, 2000
- SKURATOWICZ LARRY Eva ve W. HUNTER, (2004), "Where Do Women's Jobs Come From? Job Resegregation in an American Bank", *Work And Occupations*, Vol. 31 No. 1, February
- SULLIVAN, Dean, (03.12.2004), "Persecution of Femininity", <http://www.libertocracy.com/Webessays/anti-feminists.htm>
- TAŞTAN, Seçil, (2004) "Kültürlerarası Farklılıklar, Yönetim ve İnsan Kaynakları Yönetimine Etkisi", *Human Resources Focus*, (16.11.2004), <http://www.humanresourcesfocus.com/proje5.asp>
- VARAOĞLU, Demet Bacacı, (2001), "Örgütsel Yaşamda Toplumsal Cinsiyet Rollerini", Ed.Salih Güney, Yönetim ve Organizasyon, İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım
- YAYLACI, Gaye Özdemir, (2004), "Kadın Yöneticiler İçin Kariyer Gelişmelerinde Örgüt İçerisinde "Kişilerarası İlişki Ağları" nı Yönetmek", Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Buluşma, Cilt 1, İstanbul: Yeditepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi
- Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük, (2004), Türk Dil Kurumu web sitesi, <http://www.tdk.gov.tr/TDKSOZLUK/SOZBUL.ASP?kelime=cinsiyet>
- <http://shrike.depaul.edu/~jborger/>, (12.11.2004)

Kalite Yönetimi Çerçevesinde Bankalarda Çalışan Personelin İş Tatmini ve İş Tatminini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma

Prof. Dr. Edip ÖRÜCÜ

Balıkesir Üniversitesi, Bandırma İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, BALIKESİR

Araş. Gör. Sedat YUMUŞAK

Balıkesir Üniversitesi, Bandırma İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, BALIKESİR

Yasin BOZKIR

Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, BALIKESİR

ÖZET

İş tatmini, işin özellikleriyle çalışanların istekleri birbirine uyduğu zaman gerçekleşmektedir. İşe karşı pozitif tutum iş doyumuna eşdeğerdir. İşe karşı negatif tutum ise iş doyumsuzluğu olarak adlandırılabilir. Buradan hareketle bireyin işyerinde yüksek iş tatmini hissetmesi, bu kişinin genelde işini sevdiği ve işine olumlu yönde değer verdiği sonucunu ortaya koymaktadır. Bu araştırmada bankalarda çalışan personelin iş tatmini etkileyen faktörler ve bu faktörlerin önem dereceleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda belirlenen yönetim tarzı, ücret gibi faktörler ile iş tatmini arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tatmin, İş tatmini, Çalışan tatmini

Job Satisfaction and its Determinants for Individuals Who Works in The Banking Sector in Quality Management Perspective

ABSTRACT

Job satisfaction exist when the characteristics of job and desires of workers match. Positive attitude the job is equivalent to job satisfaction. However, negative attitude towards the job is equivalent to non-satisfaction with the job. Therefore, if an individual highly satisfied with the job then one can infer from this that s/he loves his job and s/he gives a positive value to his/her job. This study aims to determine the factors, and their importance, that have an effect on the job satisfaction of workers in the banks. We found that there is a statistically significant relation between these factors, such as management style, wage and job satisfaction.

Keywords: Satisfaction, Job Satisfaction, Personnel satisfaction

GİRİŞ

İnsan yaşamının önemli bir bölümü iş yerinde geçmektedir. Bu nedenle, iş görenin işinden hissettiği tatmin oranı yaşamını büyük ölçüde etkilemekte, işinden aldığı haz ve bunun yaşamı üzerindeki olumlu etkisi aşamalı olarak, onun ruhsal sağlığı yanında, bedensel sağlığı üzerinde de olumlu etkisini göstermekte, aile yaşamında mutluluk ve örgütte de verimliliği sağlamaktadır.

Günümüzde her örgütün, çalışanına, kendisine, topluma karşı çeşitli yükümlülükleri yerine getirmek zorunda olduğu bilinmektedir. Örgütlerin çalışanlarına karşı iki yükümlülüğü vardır. Birinci yükümlülük, ruhsal, toplumsal ve yasal sözleşmelere göre, çalışanlarının ruhsal, geçimsel ve toplumsal gereksinimlerini karşılamaktır. İkinci yükümlülük ise, çalışanların kendilerini

yetiştirme haklarını korumalarına olanak sağlamaktır. Bu iki yükümlülük çalışanların iş tatmini kaynağıdır. Buradan hareketle çalışanların tatminsizlik düzeylerinin yüksek olduğu örgütlerin yükümlülüklerini tam olarak yerine getiremedikleri söylenebilir (Altın, 1996:15).

İş tatmini kişiden kişiye değişen bir özellik gösterir. Bu da kişinin değerlerine ve değerlerinin önem derecesine göre değişir. Örneğin bir kişi için yükselme olanakları birinci planda doyum sağlarken diğer bir kişi için ücret birinci planda olabilir.

İş yaşamında istediği işi yapan, ihtiyaçlarını karşılayacak ücreti alan, istediği olanak ve koşulları kısmen de olsa bulan, gereksinimlerinin çoğunu karşılayan bir kimsenin kuşkusuz maddi ve manevi doyumunu yakaladığı için gerek iş gerekse iş dışı yaşamında huzurlu olacağı söylenebilir. Oysa istediği bir işi yapmayan, isteklerinin sürekli göz ardı edildiği bir ortamda çalışan, gereksinimlerini karşılayamayan bir birey olumsuz tutumlar içerisine gireceğinden iş ve iş dışı yaşamı da bu durumdan olumsuz yönde etkilenecektir.

Bir kurumda şartların bozulduğunu gösteren en önemli kanıtlardan biri, iş doyumunun düşük olmasıdır. Bu nedenle yöneticiler, iş doyumunun ölçülmesi faaliyetlerine daha yoğun ilgi göstermektedirler. Bireyler, iş yaşamında istedikleri işi ve bu işin bilgi ve yetenekleri ile ilgili olan kısmını elde ettikleri sürece çalışma ortamında daha verimli olabilmekte, maddi ve manevi ihtiyaçlarını da karşılayabilmektedirler. Buna bağlı olarak istek ve gereksinimleri karşılanamayan personelde doyumsuzluk ve uyumsuzluk görülebilmektedir. (Tütüncü,2000:45)

Bu çalışma, banka çalışanlarının iş tatminini etkileyen faktörleri belirlemek ve bu faktörlerin önem derecelerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır.

Araştırmada banka çalışanlarına yapılan anket ilgili oldukları etkenlere göre gruplandırılmış ve cevaplar araştırmanın bulguları olarak sunulmuştur. Anket araştırmanın kapsamına paralel olarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

I-İş Tatmini Kavramı ve İş Tatminini Etkileyen Faktörler

Kişisel, duygusal ve sosyal nitelikli bir kavram olan tatmin, bir başka birey tarafından doğrudan gözlenemeyen, yalnızca ilgili birey tarafından hissedilerek tanımlanabilen ve ifade edilebilen iç zevki veya iç huzuru anlatır.

Tatmin bireyin mutlu olmasını ve yaşamından, işinden, ilişkilerinden ve çevresinden hoşnutluk duymasını ifade etmektedir (Sertçe, 2003:26).

A- İş Tatmininin Tanımı

Bireylerin fiili olarak elde ettikleri imkânların seviyesi, beklenti ve özlem seviyelerine yakın ise tatmin, aşağısında ise tatminsizlik söz konusudur. İş tatmini ile ilgili tanımlardan bazıları şöyledir:

Çalışanın kendi işine karşı olan iş değerleri ve işten kazandıklarının etkileşimi sonucu oluşan duygusal bir cevap (Oshagbemi, 2000:331).

Bireyin bir işten beklediği ile iş sonuçlandırıldığında elde ettiklerinin fonksiyonu (Locke, 1969:309).

Çalışanların yaptıkları işler hakkındaki duyguları, işleri hakkındaki olumlu ya da olumsuz hislerinin derecesi (Schermerhorn ve diğ., 1994:144; Imparota, 1972:304).

İş tatmini denince, işten elde edilen maddi çıkarlar, çalışanın beraberce çalışmaktan zevk aldığı iş arkadaşları ve eser meydana getirmenin sağladığı mutluluk akla gelir (Eren, 2004:202).

İş tatmini tanım olarak bireyin, işi olumlu ve zevk veren bir duygu olarak değerlendirmesinin bir sonucudur. Diğer bir değişle çalışanların işlerinden duydukları hoşnutsuzluk veya hoşnutsuzluktur. İş tatmini işin özellikleriyle çalışanların istekleri birbirine uyduğu zaman gerçekleşir (Davis, 1982:96). İş doyumunu, yaşam doyumunu ile doğrudan ilintilidir. Yaşam doyumuna bağlı olarak iş doyumunda değişiklikler görülebilmektedir. Bu nedenle yapılan araştırmaların bir kısmı her iki doyumunu birlikte ele almaktadır. Bununla birlikte, iş doyumunu ile ilgili yapılan çalışmalar çalışanların görevlerinin belirginliği, işe katılımları, parasal ödüller, işin doğası, kişilerin verimli kullanılabilmesi gibi bir çok faktörün iş doyumuna etki ettiğini göstermektedir (Gilmore, 1999:165).

İş tatmini çalışanların işlerinin farklı yönleri hakkında ne hissettiğini ortaya koymaktadır. Çalışanlar işinden her yönü ile memnun olabilir, fakat ücret, fiziksel ortam gibi herhangi bir yönden de tatmin olmayabilir. Yapılan araştırmalar işin bu tür boyutlarına verilen önemin iş tatminini arttırdığını göstermektedir (Reitz, 1997:208).

B- İş Tatmini Etkileyen Faktörler

İş tatmini bireyin işine karşı duyduğu tutumların bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu tutumlarla ilişkili olarak iş tatmini etkileyen faktörler şöyle sıralanabilir (Duman, 2000 :14-15).

Örgütsel faktörler: Ücret, yükselme fırsatları, işin doğası ve niteliği, organizasyonların politika ve prosedürleri ve çalışma şartları tutumların şekillenmesinde beş temel organizasyon faktörü bulunmaktadır. Açık olarak birey her bir faktör üzerinde değişik düzeyde tatmin duymaktadır. Örneğin bir çalışanın aldığı ücret üzerinde tatminsizlik duymasına rağmen organizasyonların diğer faktörleri hakkında olumlu duygulara sahip olabilmektedir.

Grup faktörleri: Çalışma grubu içerisinde bireylerin iş tatminleri; çalışma arkadaşları ve yöneticilerin tutum ve davranış şekillerinden etkilenebilmektedir. Yöneticiler genelde örgütsel bir etken olarak düşünülse de onun çalışanlara davranış biçimi çalışanların tatminini etkileyebilir.

Bireysel faktörler; Kişinin ihtiyaç ve beklentileri iş tatminlerini etkileyebilmektedir. Eğer birey organizasyonda yüksek statülü bir pozisyon arzusu içinde ise ve bu arzusuna ulaşırsa iş doyum düzeyinde artış görülecektir. Bireyin işle ilgili çıkarları da iş tatmini de etkendir. Öğrencilik yıllarında masraflarını çıkartmak için geçici bir işte çalışan genç bu amacın gerçekleştirdiği ölçüde işinde doyumuna ulaşacaktır. Ancak, okulunu bitirip bu işte devamlı olarak çalışmak zorunda olduğunda işinden elde ettiği tatmin düzeyi azalabilecektir.

Kültürel faktörler: Bireyin sahip olduğu inançlar, değerler ve tutumlardır. Örneğin bir işte hemen yükselebileceğine inanan bir kişi işinde bu amacını

gerçekleştiremez ise iş tatmini azalacak ve işletmeye karşı olumsuz tutumlar takınacaktır. Örneğin, iş yavaşlatma, işe geç gelme... vb.

Çevre faktörleri: Bireyi etkileyen ekonomik, sosyal ve devlete ait tüm faktörlerdir. Örneğin ,iş yoğunluğundan dolayı ailesine zaman ayıramayan bir kişinin bu durumu işine yansıyabilir ve iş doyumunu etkileyebilir.

II- İş Tatminine Yönelik Motivasyon Teorileri

A- Abraham H. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi

İhtiyaçlar hiyerarşisi; Kendini Gerçekleme, Saygınlık, Sosyal, Güvenlik ve Fizyolojik İhtiyaçlar şeklindedir (Paksoy, 2002:90).

Maslow'a göre hiyerarşide aşağıdan yukarıya doğru çıkarken, bir kademedeki ihtiyaçlar belli bir oranda giderilmeden, bir sonraki kademe motivasyon yönünden önem kazanmaz; yani fizyolojik ihtiyaçlar belli bir oranda karşılanırsa, güvenlik ihtiyaçları motivasyon kaynağı olarak görülebilirler. (Paksoy, 2002:91)

B- Frederick Herzberg'in İki Etmen Teorisi:

İş doyumunu ile ilgili olarak geliştirilen en önemli kuramlardan biri Frederick Herzberg'e aittir. 1969 yılında ortaya konulan Herzberg kuramına göre, iş tatmininin iki ayrı boyutu bulunmaktadır. Bu iki farklı boyut bireylerin doyumunu sağlayan güdüleyici faktörler ile doyumsuzluğa neden olan koruyucu faktörlerdir. Herzberg'e göre koruyucu faktörler iş doyumunu sağlamamakla birlikte, iş doyumsuzluğunu önlemektedir. Koruyucu faktörler yönetim, gözetim, çalışma koşulları, ücret ve arkadaş ilişkileri olarak ele alınabilir. Ücrette yapılan artış doğrudan iş doyumuna neden olmamakla birlikte, iş doyumsuzluğunu da önlemektedir. Güdüleyici faktörler ise başarı, tanınma, işin kendisi, sorumluluk ve ilerleme olarak ele alınabilir. Koruyucu faktörler iş doyumunu doğrudan etkilemese de, dolaylı olarak etki etmektedir (Aamodt, 2000:205)

C- Mc. Clelland'ın İhtiyaçlar Yaklaşımı

Mc.Clelland diğerlerinden farklı olarak ihtiyaçların öğrenmeyle sonradan kazanılacağını önerir. (Paksoy, 2002:97)

Bu teoriye göre kişi üç grup ihtiyacın etkisi altında davranış gösterir.

1. İlişki kurma ihtiyacı; gruba girme, sosyal ilişkiler.
2. Güç kazanma ihtiyacı; başkalarını etki altına alma
3. Başarma ihtiyacı; hedefe ulaşmak için yetenek ve bilgi kullanma

D- Alderfer'in VİG Kuramı:

ERG teorisi, organizasyonun ortaya koydukları içindeki insan ihtiyaçlarını tesis etmeye çalışır. Alderfer, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisini üç kategoride toplar; Var olma (V), İlişkide Bulunma (İ) ve Gelişme (G). Alderfer, birden çok ihtiyacın kişiyi aynı anda motive edebileceğini ileri sürmüştür (Paksoy, 2002:93)

III- Araştırma

A- Araştırmanın Yapılış Şekli ve Amacı

Araştırma bankalarda çalışan personel üzerinde anket tekniği uygulanarak yapılmış bir çalışmadır. Araştırmanın amacı, bankalarda çalışanların iş tatmin düzeylerinin ve iş tatminini etkileyen faktörlerin belirlenmesidir.

B- Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmada yer alan bağımsız değişkenler şunlardır:

Ücret

İş – personel uyumu

Arkadaşlık ilişkileri

Yönetim uygulamalarından memnuniyet

Terfi beklentileri

İşyerinin fiziksel ortamı

Bağımlı değişken: İş tatmini

C- Hipotezler

H1 = Ücret tatmini iş tatminini olumlu yönde etkiler

H2 = Çalışanların bilgi ve yeteneklerine uygun bir işte çalışması iş tatmini olumlu yönde etkiler

H3 = İş ortamındaki sıcak arkadaşlık ilişkileri ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4 = Yönetim uygulamalarından memnuniyet ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5 = Çalışanların terfi beklentileri iş tatmini, doğru orantılı olarak etkilemektedir.

H6 = İş yerinin fiziksel ortamındaki rahatlık iş tatminini olumlu yönde etkilemektedir.

D- Yöntem

Yapılan araştırmada verilerin toplanmasında anket formları kullanılmıştır. Bu tekniğin seçilmesinin nedeni geniş bir gruptan, çok miktarda veriyi kısa zamanda kolayca toplama imkanını vermesidir. Anket yazarlar tarafından konunun teorik yapısını destekleyici tarzda hazırlanmıştır. Anket formunda 25 soru bulunmaktadır ve sorularda 5'li Likert tipi ölçeği kullanılmıştır. 1,2,3,4,5,6 ve 7. sorular yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve deneyimle ilgili sorulardır. 8-24 arası sorular çalışılan bankada iş tatminini etkileyen faktörlere yönelik sorulardır. Son olarak 25. soru çalışanın iş yerinde memnuniyet duyduğu faktörleri sıralamaya yöneliktir.

Anket çalışması, ulaşılabildiği ölçüde Balıkesir il merkezinde bulunan banka çalışanları üzerinde uygulanmıştır. Gönderilen 104 anketin tamamı geri dönmüştür. Anketi dolduranların tamamı bankalarda memur statüsünde çalışmaktadır. Balıkesir il merkezindeki banka çalışanlarının yaklaşık %80 ine anket uygulanmıştır. Anket sonuçları SPSS programında değerlendirilmiştir.

E- Bulgular

Anket soruları 5'li Likert tipi ölçeğine göre düzenlenmiştir. Bu ölçekteki değerlerin anlamı;

Kesinlikle Katılıyorum (1)

Katılıyorum (2)

SORULAR		Sayı	%
1.Yaş	18-22	2	1,9
	23-27	20	19,2
	28-32	29	27,9
	33-37	25	24,0
	38 ve üstü	28	26,9
2.Cinsiyet	Erkek	55	52,9
	Bayan	49	47,1
3.Eğitim durumu	Lise	32	30,8
	Üniversite	61	58,7
	Yüksek okul	9	8,7
	Yüksek lisans	2	1,9
	Doktora	-	-
4.Medeni durum	Evli	72	69,2
	Bekar	31	29,8
5.Gelir düzeyi	300-350 Milyon	17	16,3
	500-750 Milyon	27	26,0
	750-1 Milyar	31	29,8
	1-1,5 Milyar	19	18,3
	1,5 Milyar ve üstü	10	9,6
6.Şu anki bankada çalışma süresi	0-1 Yıl	11	10,6
	1-5 Yıl	38	36,5
	5-10 Yıl	22	21,2
	10-15 Yıl	9	8,7
	15 Yıl ve üstü	24	23,1
7.Sektördeki deneyimi	0-1 Yıl	6	5,8
	1-5 Yıl	30	28,8
	5-10 Yıl	29	27,9
	10-15 Yıl	10	9,6
	15 Yıl ve üstü	29	27,9

Kararsızım (3)

Katılmıyorum (4)

Kesinlikle Katılmıyorum (5) , şeklindedir.

Tablo 1 : Çalışanların Demografik Özellikleri ve Yüzde Oranlar

Tablo 2 : Anket cevaplarının çalışanlara göre dağılımı ve yüzde oranı

SORULAR	1	2	3	4	5
	Sayı %	Sayı %	Sayı %	Sayı %	Sayı %
8.Bilgi ve yeteneklerime uygun bir iş yapmaktayım.	53 51	34 32,7	14 13,5	3 2,9	-- --
9.Yaptığım işin bilgi ve yeteneklerime uygun olması işimden aldığım zevki artırır.	71 68,3	28 26,9	4 3,8	-- --	1 1,0
10. İş ortamında hemen herşeyimi paylaşabildiğim bir arkadaşım var.	50 48,1	31 29,8	10 9,6	11 10,6	2 1,9
11. İş ortamındaki arkadaşlık ilişkilerinin güçlü olması işimden aldığım zevki artırır.	72 69,2	20 19,2	6 5,8	5 4,8	1 1,0
12. Aldığım ücretin yaptığım işin karşılığı olduğu görüşündeyim.	18 17,3	22 21,2	31 29,8	19 18,3	1 1,0
13. Aldığım ücret ne kadar yüksek olursa işimi yapmaktan duyduğum zevk o derece artar	50 48,1	27 26,0	20 19,2	4 3,8	3 2,9
14. İş yerinde personelin problemleri yönetim tarafından süratle çözümlenmektedir.	20 19,2	28 26,9	37 35,6	15 14,4	4 3,8
15. İş yerinde uygulanan yönetim tarzından memnunum.	19 18,3	42 40,4	26 25,0	14 13,5	3 2,9
16. İş ortamındaki yönetim uygulamaları karmaşık ve sert olursa, bu işimi yapmaktan duyacağım zevki olumsuz yönde etkiler.	70 67,3	20 19,2	7 6,7	4 3,8	3 2,9
17. Yaptığım işin beni ilerde daha yüksek kademelere getireceği inancındayım.	36 34,6	27 26,0	21 20,2	15 14,4	5 4,8
18. Terfi beklentilerimin gerçekleşmemesi işimi yapmaktan duyacağım zevki azaltır.	51 49,0	24 23,1	14 13,5	10 9,6	5 4,8
19. İşimi doğru yamak için gerekli malzeme ve ekipmana sahibim.	31 29,8	38 36,5	23 22,1	11 10,6	1 1,0
20. İşimi yaparken gerekli malzeme ve ekipmandaki eksikliklerin çıkardığı zorluklar işimi yapmaktan duyacağım zevki azaltır.	44 42,3	34 32,7	19 18,3	4 3,8	3 2,9
21. İş yerindeki aydınlatma, gürültü gibi fiziksel faktörlerin aşırılığı işimi yapmaktan duyduğum zevki azaltıcı etki yapar.	28 26,9	40 38,5	24 23,1	9 8,7	3 2,9
22. İşle ilgili olarak çalışma saatlerinin belirsizliği işimi yapmaktan duyduğum zevki azaltır.	24 23,1	40 38,5	18 17,3	15 14,4	7 6,7

23. Belirsizlik ortamında çalışmak işimi yapmaktan duyacağım zevki azaltır.	59 56,7	23 22,1	10 9,6	7 6,7	5 4,8
24. Bugün işe girecek olsam çalıştığım bankaya tekrar başvuruda bulunurdum.	51 49,0	27 26,0	18 17,3	3 2,9	5 4,8

Tablo 2’de görüldüğü gibi yapılan işin bilgi ve yeteneklere uygun olması konusunda ankete katılanların %95’i (99 kişi) işini yapmaktan duyacağı zevki arttıracığını belirtmiştir. Ankete katılanların %73’ü ise yaptığı işin bilgi ve yeteneklerine uygun olduğunu belirtmiştir.

Ankete katılanların %88’i ise iş ortamındaki arkadaşlık ilişkilerinin güçlü olmasının %74’ü ise ücret düzeyindeki artışın işinden duyacağı zevki arttıracığını belirtmiştir. Fakat 12. soruda alınan ücreti yapılan işin karşılığı olup olmadığı konusunda kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum şıklarını işaretleyenlerin oranı %40 olmaktadır.

Ankete katılanların %90’ı yönetim uygulamalarının olumsuz olmasının işini yapmaktan duyacağı zevki azaltacağını belirtmiştir. Fakat işyerindeki şu anki yönetim tarzından memnun olanların oranı %61 seviyesindedir. Ankete katılanların %72’si terfi beklentilerinin gerçekleşmemesinin, %65’i iş yükü faktörlerin aşırılığının işini yapmaktan duyacağı zevki azaltacağını belirtmiştir. Ayrıca ankete katılanların %79’u iş güvencesinin olmamasının işgören tatmininde azalışlara sebep olduğunu belirtmiştir.

Tablo 3: İş Tatmininde Öncelikli Hususlar

	1.derece önemli		2.derece önemli		3.derece önemli		4.derece önemli		5.derece önemli		6.derece önemli	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Yönetim uygulamaları	12	11,5	12	11,5	18	17,3	20	19,2	24	23,1	8	7,7
Ücret	9	8,7	18	17,3	19	18,3	15	14,4	15	14,4	18	17,3
İşyerinin Fiziksel Ortamı	6	5,8	12	11,5	11	10,6	18	17,3	18	17,3	29	27,9
Terfi sistemi	36	34,6	11	10,6	17	16,3	15	14,4	8	7,7	7	6,7
Takdir ve Tanınma	6	5,8	25	24,0	18	17,3	11	10,6	19	18,3	14	13,5
Yapılan işin çalışana uygunluğu	26	25,0	15	14,4	11	10,6	16	15,4	10	9,6	16	15,4

Tabloda görüldüğü gibi 1 derece önemli olarak en fazla %34 oranında terfi sistemi belirtilmiştir. İkinci olarak %25 oranında yapılan işin çalışana uygunluğu

belirtilmiştir. Fakat sıralamalarda ortaya çıkan oranlar birbirine oldukça yakın değerdedir.

Regresyon Analizi

Regresyon analizi araştırmanın değişkenleri ile ilgili her bir soruya verilen cevapların ortalaması alınarak yapılmıştır. Yapılan analizde elde edilen sonuçlar şöyledir.

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,096	6	5,183	5,376	,000(a)
	Residual	93,520	97	,964		
	Total	124,615	103			

a Predictors: (Constant), Yapılan işin çalışana uygunluğu, İşyerinin fiziksel ortamı, Yönetim uygulamaları, Takdir ve tanınma, Terfi sistemi, Ücret

b Bağımlı değişken: Bugün yeniden işe girecek olsam çalıştığım bankaya tekrar başvuruda bulunurdum.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,065	,426		,152	,880
	Yönetim uygulamaları	,491	,140	,362	3,517	,001
	Terfi sistemi	,030	,121	,026	,250	,803
	İşyerinin fiziksel ortamı	-,028	,148	-,019	-,187	,852
	Ücret	,037	,171	,024	,218	,828
	Takdir ve tanınma	-,042	,145	-,031	-,289	,773
	Yapılan işin çalışana uygunluğu	,451	,193	,233	2,338	,021

a Bağımlı Değişken: Bugün yeniden işe girecek olsam çalıştığım bankaya tekrar başvuruda bulunurdum.

Tabloda yer alan B değerleri regresyon denklemindeki regresyon katsayılarıdır.(b)

Tabloda bu katsayılardan yönetim uygulamalarının 0,001 düzeyinde ve yapılan işin çalışana uygunluğunun 0,021 düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Buradan hareketle 2. hipotezimizin yani Çalışanların bilgi ve yeteneklerine uygun bir işte çalışması iş tatminini olumlu yönde etkiler hipotezi ve 4. hipotezimiz olan yönetim uygulamalarından memnuniyet iş tatmini artırır hipotezi doğrulanmış bulunmaktadır.

Korelasyon Analizi

Regresyon analizinde olduğu gibi korelasyon analizi de değişkenlerin ortalama değerleri alınarak yapılmıştır ve aşağıdaki tablo elde edilmiştir.

		Yönetim uygulamaları	Terfi sistemi	İşyerinin fiziksel ortamı	Ücret	Takdir ve tanınma	Yapılan işin çalışana uygunluğu
Yönetim uygulamaları	Pearson Correlation	1	,386(**)	,143	,172	,301(**)	,359(**)
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,149	,081	,002	,000
	N	104	104	104	104	104	104
Terfi sistemi	Pearson Correlation	,386(**)	1	,315(**)	,314(**)	,120	,275(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,001	,001	,225	,005
	N	104	104	104	104	104	104
İşyerinin fiziksel ortamı	Pearson Correlation	,143	,315(**)	1	,423(**)	,319(**)	,214(*)
	Sig. (2-tailed)	,149	,001	.	,000	,001	,029
	N	104	104	104	104	104	104
Ücret	Pearson Correlation	,172	,314(**)	,423(**)	1	,503(**)	,329(**)
	Sig. (2-tailed)	,081	,001	,000	.	,000	,001
	N	104	104	104	104	104	104
Takdir ve tanınma	Pearson Correlation	,301(**)	,120	,319(**)	,503(**)	1	,302(**)
	Sig. (2-tailed)	,002	,225	,001	,000	.	,002
	N	104	104	104	104	104	104
Yapılan işin çalışana uygunluğu	Pearson Correlation	,359(**)	,275(**)	,214(*)	,329(**)	,302(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,029	,001	,002	.
	N	104	104	104	104	104	104

- ** Korelasyon 0.01 seviyesinde anlamlı (2-tailed).
* Korelasyon 0.05 seviyesinde anlamlı (2-tailed).

Tabloda görüldüğü gibi yönetim uygulamaları ile terfi sistemi, takdir ve tanınma (arkadaşlık ilişkileri), yapılan işin çalışana uygunluğu arasında %1 düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır.

Terfi sistemi ile yönetim uygulamaları, işyerinin fiziksel ortamı, ücret arasında %1 düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır. Yapılan işin çalışan ile uygunluğu arasında diğerlerine göre daha az %5 düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır.

İşyerinin fiziksel ortamı ile terfi sistemi , ücret , takdir ve tanınma , yapılan işin çalışana uygunluğu arasında %1 düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır.

Ücret ile terfi sistemi işyerinin fiziksel ortamı, takdir ve tanınma, yapılan işin çalışana uygunluğu arasında %1 düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır.

Takdir ve tanınma ile yönetim uygulamaları, işyerinin fiziksel ortamı, ücret ve yapılan işin çalışana uygunluğu arasında %1 düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır.

Son olarak yapılan işin çalışana uygunluğu ile tüm değişkenler arasında yine %1 düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Tartışma

Bankalarda çalışan personelin iş tatmini etkileyen faktörleri belirlemek ve bu faktörlerin önem derecelerinin saptanmasına ilişkin olarak yapılan araştırmamızda, anket sorularına verilen cevaplar doğrultusunda, kurulan hipotezlerle değişkenler arasında regresyon, korelasyon analizleri yapılarak anlamlı ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır.

Yapılan analizlerde çalışanların %60'ının (61 kişi) üniversite mezunu olduğu ve çalışanların eğitim durumunun en az lise olduğu görülmektedir. çalışanların bankacılık sektöründeki deneyimlerine baktığımızda ise ankete katılan 104 kişiden yalnızca 36'sı 05- yıl deneyimli diğerleri ise 5 yılın üstünde deneyime sahiptir dolayısı ile eğitim durumu ve deneyim arttıkça çalışanın işinden beklediği faktörler de farklılık göstermektedir.

Bağımsız değişkenlerin iş tatminini artırdığına yönelik olarak cevaplar görmekteyiz. Değişkenlerin çalışanın işinden duyduğu tatmini artırıp arttırmadığına yönelik olarak sorulan sorulara verilen cevapların büyük bir oranı olumlu yöndedir. Fakat bu faktörlerin iş yerinde bulunup bulunmadığına yönelik sorularda olumlu yanıtların oranı düşmektedir. Örnek olarak "aldığım ücret ne kadar artarsa işimden duyacağım zevk o kadar artar" sorusuna, kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum cevaplarının toplamları alındığında %74'lük bir oran çıkarken, ücretle ilgili bir diğer soru olan aldığım ücretin yaptığım işin karşılığı olduğu görüşündeyim sorusuna verilen cevaplarda bu oran %38'e düşmektedir. Aynı şekilde diğer sorulara verilen cevaplara da bakıldığında değişkenlerin çalışanın işinden duyduğu zevki artırıp arttırmadığına yönelik olan sorularda olumlu yanıtlar büyük oranda iken bu değişkenlerin iş yerinde bulunup bulunmadığına yönelik olan sorularda bu oran düşmektedir. Bu bağlamda

değerlendirdiğimizde iş tatminini etkileyen değişkenlerin, örgütün amaçlarını da dikkate alarak tatmini arttıracak şekilde düzenlenmesi yönetimin önemle üzerinde durması gereken konulardan birisi olmasına karşın bu faktörlerin sağlanmasına yeteri kadar önem verilmediği söylenebilir.

Araştırmamızda yapılan regresyon analizinin sonuçlarını incelediğimizde, yapılan işin çalışan ile uyumu ve yönetim uygulamalarının iş tatmini ile anlamlı bir ilişkisi olduğu diğer değişkenlerin ise iş tatmini ile anlamlı bir ilişkisi olmadığı görülmektedir. Ancak bu değişkenlerin hemen hemen hepsi korelasyon analizinde görüleceği üzere birbiri üzerinde etkili olmaktadır.

Yukarıda belirttiğimiz gibi çalışanların demografik özelliklerine göre işlerinden beklentileri ve tatmin düzeyleri farklılık göstermektedir. Genel olarak araştırma değişkenlerinin iş tatminini etkilediği fakat bu değişkenlerin çalışanlara tam olarak sağlanamadığını söyleyebiliriz.

Sonuç ve Öneriler

İş tatmini, örgütün iyi yönetildiğinin bir sonucu olarak görülebilir. İş tatmini temelde etkin bir yönetimin sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle örgütte koşulların bozulduğunu gösteren en önemli kanıt iş tatminin düşük düzeyde olmasıdır denilebilir. Diğer yandan birey açısından bakıldığında, iş tatmini düşük olan birey bu tatminsizliği giderecek başka işler aramaya yönelebilir, ya da işinde tatmini arttıracak başka yollar aramaya başlayabilir. İş tatminsizliğinin sonuçları örgütte huzursuzluk, moral düşüklüğü, devamsızlık, disiplin sorunlarında ve işgören devir hızında artış olarak ortaya çıkabilir. Sonuç olarak iş tatminsizliğinin, örgütün amaçlarına ulaşmaması, bireyin de amaçlarını gerçekleştirememesi anlamına geldiği söylenebilir. Çünkü işletmeler kendi amaçlarını bireylerin amaçları haline getirdikleri oranda başarılı olmaktadır.

Yaptığımız araştırmanın sonuçlarına baktığımızda sonuç olarak ulaştığımız noktalar ve önerileri şöyle özetleyebiliriz.

Araştırma sonucunda verilen cevaplara göre en çok yakınılan konu ücret olarak görülmektedir. Ankete katılanların %60'lık kısmı aldığı ücretin yaptığı işin karşılığı olup olmadığı konusunda kararsız veya karşılığı olmadığını düşünmektedir. Bu nedenle ücret konusunda yönetim tarafından tatminsizliğin giderilmesine yönelik olarak olanaklar yaratılmaya çalışılabilir. Diğer faktörlerle ilgili olarak verilen cevaplarda ise orta düzeyde bir tatmin olduğu tablolardan anlaşılmaktadır.

Son olarak yalnızca bankalar için değil bütün örgütlerin iş tatmini taramalarını belirli zaman aralıkları ile yaparak tatmini arttırmaya yönelik önlemler almalarının zorunlu bir hal aldığı söylenebilir. Çünkü örgütlerin amaçlarına ulaşabilmeleri için iş tatmini yüksek olan çalışanlardan yararlanmaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AAMODT, Mike. (2000). Technical Affairs Section. <http://www.ipmaac.org/acn/apr96/techaff.html>.
- ALTIN, Asena, SARPKAYA, Pınar (1990) “İş Doyumu, Etkenleri ve İşletmelerdeki İş Doyumu Düzeyine İlişkin bir Araştırma”, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Sayı:2
- DAVIS, Keith (1982) “İşletmelerde İnsan Davranışı Örgütsel Davranış, (Çeviren Kemal Tosun v.d.)” 5. İstanbul:İstanbul Matbaası
- DUMAN, Gürcan (2000) “Yönetim Açısından İş Tatmini”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- ERDİL, Oya, KESKİN, Halil (2003) “Güçlendirmeye İş Tatmini, İş Stresi ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki ilişkiler; Bir Alan Araştırması”, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, C:32 S:1
- EREN, Erol (2004) “Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi”, İstanbul:Doğuş Üniversitesi İİBF
- GILMORE, SİRLEY A. vd. (1999). “Job Satisfaction and Service Quality Perceptions: University Food Service Employees
“http://www.nacufs.org/services/publications/journal_1999/gilmore.asp
- IMPAROTA, N. (1972) “Relationship Between Porter’s Need Satisfaction Questionnaire and the Job Descriptive Index”, Journal of Applied Psychology, 56(4),
- LOCKE, E. A. (1969) “What is Job Satisfaction?”, *Organizational Behavior and Human Performance*.
- OSHAGBEMI, T. (2000), “ Gender Differences in The Job Satisfaction of University Teachers”, *Women in Management Review*, 15(7).
- PAKSOY, Mahmut (2002), “Çalışma Ortamında İnsan ve Toplm Kalite Yönetimi”, İstanbul:Santay yayınevi
- REITZ, J(1987), “Behaviour in Organizations”, Third Edition
- SCHERMERHORN, J. R., HUNT, J. G. and OSBORN, R. N. (1994) *Management*, John Willey and Sons, USA.
- SERTÇE Selahattin (2003), “Kamu Kuruluşlarında Yöneticilerin İş Doyumu Üzerine Bir Araştırma (İzmir Emniyet Teşkilatı Örneği)”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- TÜTÜNCÜ Özkan, Kar Amacı Gütmeyen Yiyecek İçecek İşletmelerinde İş doyumunun Analizi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 2, Sayı:3, 2000

Bulanık Araç Rotalama Problemlerine Bir Model Önerisi ve Bir Uygulama

Doç. Dr. İbrahim GÜNGÖR

Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, İSPARTA

Yrd. Doç. Dr. Ahmet ERGÜLEN

Niğde Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, NİĞDE

ÖZET

Bu çalışmada, araç rotalama problemi (ARP) için bir model önerilmiştir. Ele alınan ARP türünde, bir fabrikadan çok sayıdaki toptancıya mal dağıtımını farklı kapasitedeki araçlarla yapılmaktadır. Talep miktarları yaklaşık değerler (bulanık) olarak dikkate alınmıştır. Ayrıca, önerilen modelin bir firmanın mal dağıtım sorununun çözümünde uygulaması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Araç Rotalama Problemi; Bulanık Mantık; Doğrusal Programlama.

ABSTRACT

In this study, a model has been developed for the vehicle routing problem. In the problem, capacities of the vehicles vary and goods are delivered from the factory to several wholesalers. Demands of the wholesalers are assumed to be only approximately known using the rules of fuzzy arithmetic and fuzzy logic. The model has been also used to solve a manufacturer's distribution problem.

Keywords: Vehicle routing problem; Fuzzy logic; Linear-Integer Programming.

Giriş

İşletmecilikte taşıma maliyetlerinin önemi bilinen bir gerçektir. Bu nedenle taşıma maliyetlerinin minimizasyonu konusunda pek çok araştırmanın yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmaların önemli bir kısmının Araç Rotalama Problemi alanında olduğu gözlenmektedir (Tarantilis, C.D. ve arkadaşları 2004).

Araç Rotalama Problemleri (ARP), coğrafi olarak dağıtım merkezlerine bir veya birden fazla depodan hizmet vermek üzere görevlendirilen araçların optimum dağıtım/toplama rotalarının planlanması problemleridir (Eryavuz, M. ve Gencer, C., s:139, 2001). Tüketim mallarının fabrikalardan toptancılara dağıtım sorunu, ARP için iyi ve kolay anlaşılır bir örnek problemdir. Burada fabrikalar arz merkezleri, toptancılar ise talep merkezleri durumundadır.

Literatürde yer alan çalışmalar; farklı özellikler içeren ARP problemlerinin modellenmesi, bu problemlerin optimum çözümünün araştırılmasında farklı çözüm algoritmalarının kullanılması ve gerçek hayattaki çeşitli sorunların çözümü için uygulamalar yapılması şeklindedir (Gilbert Laporte, G. ve diğerleri, 2000; Ropke, S. ve Pisinger, D., 2004)

Araç Rotalama Problemleri konusunda yapılan çalışmalarda, talep merkezlerinin belli bir dönem içindeki talep miktarlarının sabit olarak alındığı gözlenmektedir. Halbuki, birçok ARP türünde bu miktarların bulanık olarak düşünülmesi daha mantıklı olabilir. Örneğin; fabrikalardan toptancılara mal taşınması durumunda, toptancıların bir dönemlik talep miktarları kesin rakamlar

değil, yaklaşık rakamlardır. Yani, talep miktarının bir kısmının karşılanmaması durumunda çok önemli bir sakınca ortaya çıkmayabilir. Toptancılara mal taşınması sürekli olarak yapılır. Taşıma planı örneğin on günlük dönemler halinde yapılabilir. Her toptancının ilerideki her on gün için talep miktarları belirlenir. Bu miktarlar tahmini rakamlardır. Örneğin, bir toptancının önümüzdeki on günlük süre için talebi 500 birim mal ise, bu miktarın 30 birimi bulanık miktar olarak dikkate alınabilir. Buna göre; 500 birimlik talebin 470 birimlik kısmı mutlaka karşılanmalıdır. Kalan 30 birimlik miktarın bir kısmı ise (gerek görülürse) karşılanmayabilir. Yani, toplam taşıma maliyetinin düşürülmesine olanak veren kısmı karşılanmayabilir. Bu özellikteki yapılar bulanık mantıkla açıklanmaktadır (Zadeh, L.A. 1965, Zimmermann, 1978). Bu durumun dikkate alınması ile, optimum çözümden toplam taşıma maliyetinin önemli ölçüde düşürülmesi sağlanabilir.

Bu çalışmada; bir fabrikadan birden çok toptancıya farklı kapasitedeki araçlarla sürekli olarak mal taşınması probleminde, talep miktarlarının bulanık olduğu duruma uygun bir doğrusal programlama modeli önerilerek, bu modelin bir firmada uygulaması yapılmıştır.

Literatürde talep miktarlarını bulanık olarak dikkate alan sadece bir çalışma gözlenebilmiştir (Teodorovi, D. ve Pavković, G. 1996). Teodorovi ve Pavković'in çalışmalarında; doğrusal programlama modeli kullanılmamıştır. Optimum çözüm; bulanık mantık ve bulanık matematik kuralları dikkate alınarak "Sweeping" hüristik algoritması ile araştırılmıştır.

1. Önerilen Model

Bu çalışmada önerilen model; bir fabrikadan çok sayıda toptancıya sürekli olarak mal taşıma işleminin yapıldığı ve toptancı talep miktarlarının bulanık olduğu durumlara benzer araç rotalama problemleri için kullanılacak bir karışık tamsayılı doğrusal programlama modelidir. Önerilen model aşağıdadır:

$$Z_{\min} = \sum_{j=1}^n \alpha_j + \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} X_{ij} + \sum_{i=1}^n g_i Y_i$$

$$i = 1, 2, \dots, m \text{ ve } j = 1, 2, \dots, n$$

Kısıtlar:

$$\sum_{j=1}^n a_{ij} X_{ij} - h_i Y_i \leq b_i \quad i = 1, 2, \dots, m \quad [1]$$

$$\sum_{i=1}^m f_i X_{ij} + W_{kj} - V_{jt} + d_j \alpha_j \geq Q_j$$

$$i = 1, 2, \dots, m \quad k = 1, 2, \dots, n \quad j = 1, 2, \dots, n \\ t = 1, 2, \dots, n \quad (j \neq t) \quad (j \neq k) \quad [2]$$

$$0 \leq \alpha_j \leq 1 \quad [3]$$

$X_{ij}, Y_i \geq 0$ ve tamsayı

$W_{kj} \geq 0, \quad V_{jt} \geq 0$

Modeldeki Değişkenler:

X_{ij} : i. tip aracın j merkezine yapacağı sefer sayısı

Y_i : Firmanın sahip olduğu araç filosuna dahil edilecek i kapasiteli

W_{kj} : k merkezine giden bir aracın yol üstündeki j merkezine bıraktığı yük miktarı

V_{jt} : j merkezine giden bir aracın yol üstündeki t merkezine bıraktığı yük miktarı

α_j : j merkezinin talebinde yer alan bulanık aralığın kullanım oranı

Modeldeki Katsayılar:

m : Farklı tonajdaki (tipdeki) araç sayısı

n : Talep merkezi sayısı

i : araç tipi indisi,

j : aracın yük taşıdığı talep merkezinin indisi

c_{ij} : i. tip aracın j bölgesine yapacağı sefer maliyetini,

g_i : kiralanan i kapasiteli aracın bir dönemlik kira bedeli

a_{ij} : i. tip aracın arz merkezinden j talep merkezine gidiş-geliş süresi

h_i : kiralanan i kapasiteli aracın bir dönemlik çalışma kapasitesi (süresi)

b_i : i. tipteki araçların bir dönem içinde çalışabilecekleri toplam süre,

f_i : i tip aracın yük taşıma kapasitesi

Q_j : j merkezinin talep ettiği yük miktarı

d_j : j merkezinin talebi için izin verilebilen negatif sapma miktarı

(Bulanık Miktar)

[1] Numaralı kısıtlar, farklı tipteki araçların bir dönem içinde çalışabilecekleri toplam sürelerle ilişkin araç kullanım kapasitesi kısıtlarıdır. Bu kısıtların sağ taraf sabiti (b_i) olarak, işletmenin elinde bulunan araçların toplam kapasitesi (süre olarak) yer almaktadır. İşletmenin öncelikle elindeki araçları kullanması, yeterli gelmez ise araç kiralamasının uygun olacağı düşüncesi ile bu kısıtlara yer verilmiştir. Bu nedenle, kiralanan araç sayısını temsil eden değişkenin (Y_i) katsayısı ($-h_i$) negatif işaretlidir. Bu terim ($-h_i Y_i$) eşitsizliğin sağ tarafına

geçirildiğinde işaret pozitif olacağından, toplam yük miktarının taşınmasında mevcut araçların yetersiz gelmesi halinde, bu eksikliğin kiralanan araçlar ile tamamlanmasına olanak verilmektedir. Bu düşünceye uygun olarak, Y_i değişkenin amaç fonksiyonundaki katsayısı daha büyük bir değer olarak dikkate alınmıştır.

[2] Numaralı talep kısıtlarının sağ taraflarında, merkezlerin bir dönemlik talep miktarları (Q_j) yer almaktadır. j merkezine üç farklı şekilde mal gelmektedir:

1- i . tip aracın j merkezine yaptığı seferler ile yükünün tamamını bu merkeze boşaltmakla (X_{ij}),

2- k merkezine giden bir aracın yol üstündeki j merkezine bıraktığı yük miktarı ile (W_{kj}),

3- j merkezine giden bir aracın yol üstündeki t merkezine bıraktığı yük miktarı (V_{jt}), birinci yol ile j merkezine giden toplam yük miktarını (V_{jt}) kadar azaltır.

j merkezinin talep miktarında gerekirse d_j kadar azaltma yapılabileceği (d_j kadar talebin karşılanmayabileceği) kabul edildiğinde, talebin bulanık olan kısmını ifade eden bu miktar, talep miktarında izin verilen negatif sapmadır. Sapma miktarının kullanım oranı, α_j değişkeninin değeri kadar olacaktır. α_j değişkenlerinin 0 ve 1 arasında değerler alabilmesi için [3] numaralı kısıtlar düzenlenmiştir.

Bu modelde, öncelik sırasına göre aşağıdaki hedefler yer almaktadır:

1. hedef, toplam taşıma maliyetinin minimizasyonu
2. hedef, talep kapasiteleri için izin verilen negatif sapma miktarının kullanılan kısmının minimizasyonu

Birinci öncelikli amaca ilişkin değişkenlerin amaç fonksiyonundaki katsayılarına göre, ikinci öncelikli amaca ilişkin değişkenlerin (α_j) amaç fonksiyonundaki katsayılarının çok küçük bir değer olması gerektiğinden α_j değişkenlerinin katsayıları bir olarak alınmıştır.

2. Bir Gıda İşletmesinde Uygulama

Modelin uygulaması, Antalya ilindeki fabrikada üretilen bir ürünün 1.Diyarbakır, 2.Erzurum, 3.Hatay, 4.Kastamonu, 5.Malatya, 6.Mardin, 7.Mersin, 8.Samsun, 9.Sivas, 10.Tokat ve 11.Trabzon illerinde bulunan toptancılara (talep merkezleri) dağıtılması sorununun çözümü için yapılmıştır. Uygulama dönemi olarak 10 günlük bir süre dikkate alınmıştır. Firmanın elinde bulunan araçların özellikleri Tablo.1'de; distribütörlerin bu dönem içindeki talep miktarları, fabrikadan distribütörlere mal taşıyan bir aracın gidiş-geliş (sefer) maliyeti ve süreler Tablo.2'de verilmiştir.

Tablo 1: Firmanın elinde bulunan araçlar

Araç tipi (yük kapasitesi)	Araç tipi no: (i)	Araç sayısı	Araçların toplam çalışma kapasiteleri (saat)
13 Tonluk	1	14	3360
20 Tonluk	2	8	1920
25 Tonluk	3	3	720

Tablo 2: Toptancıların talep miktarları ve araç sefer maliyetleri

j	Toptancı bulunan iller	Fabrika ve toptancı arası uzaklık (Saat)	Toptancı talep miktarı (Kg)	Araçların sefer maliyetleri		
				13 Tonluk i=1	20 Tonluk i=2	25 Tonluk i=3
1	Diyarbakır	16	77851	143598	220920	276150
2	Erzurum	24	22109	296725	456500	570625
3	Hatay	6	14687	62491	96140	120175
4	Kastamonu	18,46	10398	235534	362360	452950
5	Malatya	12	6599	136994	210760	263450
6	Mardin	16	61938	143598	220920	276150
7	Mersin	2,18	30720	41990	64600	80750
8	Samsun	20	31370	236899	364460	455575
9	Sivas	15	26758	140920	216800	271000
10	Tokat	17,14	30984	182247	280380	350475
11	Trabzon	26,66	7752	296855	456700	570875

Bu çalışmada önerilen model için Tablo.1 ve Tablo.2'deki veriler dikkate alınarak bir uygulama yapıldığında, aşağıda açık yazılımı verilen bir bulanık doğrusal programlama modeli ortaya çıkmaktadır:

Amaç denklemi

$$\begin{aligned}
Z_{\min} = & \alpha_1 + \alpha_2 + \alpha_3 + \alpha_4 + \alpha_5 + \alpha_6 + \alpha_7 + \alpha_8 + \alpha_9 + \alpha_{10} + \alpha_{11} \\
& + 143598X_{1,1} + 296725X_{1,2} + 62491X_{1,3} + 235534X_{1,4} + 136994X_{1,5} \\
& + 143598X_{1,6} + 41990X_{1,7} + 236899X_{1,8} + 140920X_{1,9} + 182247X_{1,10} \\
& + 296855X_{1,11} + 220920X_{2,1} + 456500X_{2,2} + 96140X_{2,3} + 362360X_{2,4} \\
& + 210760X_{2,5} + 220920X_{2,6} + 64600X_{2,7} + 364460X_{2,8} + 216800X_{2,9} \\
& + 280380X_{2,10} + 456700X_{2,11} + 276150X_{3,1} + 570625X_{3,2} + 120175X_{3,3} \\
& + 452950X_{3,4} + 263450X_{3,5} + 276150X_{3,6} + 80750X_{3,7} + 455575X_{3,8} \\
& + 271000X_{3,9} + 350475X_{3,10} + 570875X_{3,11} + 13000000Y_1 \\
& + 20000000Y_2 + 25000000Y_3
\end{aligned}$$

Araçların çalışma kapasitesi kısıtları

$$16X_{1,1} + 24X_{1,2} + 6X_{1,3} + 18,46X_{1,4} + 12X_{1,5} + 16X_{1,6} + 2,18X_{1,7} + 20X_{1,8} + 15X_{1,9} + 17,14X_{1,10} + 26,66X_{1,11} - 240Y_1 \leq 3360$$

$$16X_{2,1} + 24X_{2,2} + 6X_{2,3} + 18,46X_{2,4} + 12X_{2,5} + 16X_{2,6} + 2,18X_{2,7} + 20X_{2,8} + 15X_{2,9} + 17,14X_{2,10} + 26,66X_{2,11} - 240Y_2 \leq 1920$$

$$16X_{3,1} + 24X_{3,2} + 6X_{3,3} + 18,46X_{3,4} + 12X_{3,5} + 16X_{3,6} + 2,18X_{3,7} + 20X_{3,8} + 15X_{3,9} + 17,14X_{3,10} + 26,66X_{3,11} - 240Y_3 \leq 720$$

Toptancıların talep kısıtları

$$13000X_{1,1} + 20000X_{2,1} + 25000X_{3,1} + 3000\alpha_1 \geq 77851$$

$$13000X_{1,2} + 20000X_{2,2} + 25000X_{3,2} - V_{2,9} + 1000\alpha_2 \geq 22109$$

$$13000X_{1,3} + 20000X_{2,3} + 25000X_{3,3} + 500\alpha_3 \geq 14687$$

$$13000X_{1,4} + 20000X_{2,4} + 25000X_{3,4} + 400\alpha_4 \geq 10398$$

$$13000X_{1,5} + 20000X_{2,5} + 25000X_{3,5} + 250\alpha_5 \geq 6599$$

$$13000X_{1,6} + 20000X_{2,6} + 25000X_{3,6} + 2500\alpha_6 \geq 61938$$

$$13000X_{1,7} + 20000X_{2,7} + 25000X_{3,7} + 1200\alpha_7 \geq 30720$$

$$13000X_{1,8} + 20000X_{2,8} + 25000X_{3,8} + 1250\alpha_8 \geq 31370$$

$$13000X_{1,9} + 20000X_{2,9} + 25000X_{3,9} + W_{2,9} + W_{10,9} + W_{11,9} + 1100\alpha_9 \geq 26758$$

$$13000X_{1,10} + 20000X_{2,10} + 25000X_{3,10} - V_{10,9} + 1300\alpha_{10} \geq 30984$$

$$13000X_{1,11} + 20000X_{2,11} + 25000X_{3,11} - V_{11,09} + 300\alpha_{11} \geq 7752$$

Bulanık aralığın maksimum kullanım oranı kısıtı

$$0 \leq \alpha_j \leq 1$$

Diğer kısıtlar

$$X_{ij}, Y_i \geq 0 \text{ ve tamsayı}$$

$$W_{kj} \geq 0, \quad V_{jt} \geq 0$$

Modelin WINQSB paket programı ile elde edilen optimum çözümü Tablo.3'de verilmiştir. Tablo.3'de görüldüğü gibi, önerilen model ile bulunan optimum çözümde minimum taşıma maliyeti 4.138.860.000 TL. olarak bulunmuştur. Firmanın uyguladığı planın (Tablo.4) maliyeti ise 4.773.561.000 TL. olarak hesaplanmıştır. Bu değer; Tablo.4'de verilen taşıma planına göre araçların ilgili şehirlere yaptığı sefer sayıları ile Tablo.2'de verilen sefer maliyetleri çarpılıp

toplanarak bulunmuştur. Bu sonuçlardan; uygulanmakta olan planın, bu çalışma ile bulunan optimum plana göre %15 daha fazla maliyet gerektirdiği görülmektedir.

Tablo 3: Optimum Çözüm Sonuçları

$X_{1,1}$	0	$X_{2,1}$	0	$X_{3,1}$	3	α_1	0.950	$W_{2,9}$	3891
$X_{1,2}$	0	$X_{2,2}$	0	$X_{3,2}$	1	α_2	1	$W_{10,9}$	3316
$X_{1,3}$	0	$X_{2,3}$	1	$X_{3,3}$	0	α_3	0	$W_{11,9}$	5451
$X_{1,4}$	1	$X_{2,4}$	0	$X_{3,4}$	0	α_4	0	$V_{2,9}$	3891
$X_{1,5}$	1	$X_{2,5}$	0	$X_{3,5}$	0	α_5	0	$V_{10,9}$	3316
$X_{1,6}$	0	$X_{2,6}$	3	$X_{3,6}$	0	α_6	0.775	$V_{11,9}$	5451
$X_{1,7}$	1	$X_{2,7}$	1	$X_{3,7}$	0	α_7	0	Y_1	0
$X_{1,8}$	1	$X_{2,8}$	1	$X_{3,8}$	0	α_8	0	Y_2	0
$X_{1,9}$	1	$X_{2,9}$	0	$X_{3,9}$	0	α_9	1	Y_3	0
$X_{1,10}$	1	$X_{2,10}$	1	$X_{3,10}$	0	α_{10}	1	Z_{\min}	4.138.860.000
$X_{1,11}$	1	$X_{2,11}$	0	$X_{3,11}$	0	α_{11}	0.677		

Tablo 4: Firmanın Uyguladığı Plan

$X_{1,1}$	0	$X_{2,1}$	0	$X_{3,1}$	4				
$X_{1,2}$	0	$X_{2,2}$	0	$X_{3,2}$	1				
$X_{1,3}$	1	$X_{2,3}$	0	$X_{3,3}$	1				
$X_{1,4}$	1	$X_{2,4}$	0	$X_{3,4}$	0				
$X_{1,5}$	1	$X_{2,5}$	0	$X_{3,5}$	0				
$X_{1,6}$	0	$X_{2,6}$	2	$X_{3,6}$	1				
$X_{1,7}$	1	$X_{2,7}$	1	$X_{3,7}$	0				
$X_{1,8}$	1	$X_{2,8}$	1	$X_{3,8}$	0				
$X_{1,9}$	1	$X_{2,9}$	1	$X_{3,9}$	0				
$X_{1,10}$	1	$X_{2,10}$	1	$X_{3,10}$	0				
$X_{1,11}$	1	$X_{2,11}$	0	$X_{3,11}$	0	Z	4.773.561.000		

Sonuç

Araç Rotalama Probleminin optimizasyonu konusunda pek çok çalışma olduğu gözlenmektedir. Bunlar, farklı özellikler içeren ARP problemlerinin modellenmesi, bu problemlerin optimum çözümünün araştırılmasında farklı çözüm algoritmalarının kullanılması ve gerçek hayattaki çeşitli sorunların çözümü için uygulamalar yapılması şeklindedir.

Son yıllarda yapılan optimizasyon çalışmalarının çoğunda bulanık mantığın da dikkate alındığı görülmektedir. Bu gelişmelere uygun olarak bu çalışmada; bir fabrikadan çok sayıda toptancıya sürekli olarak mal taşıma işleminin yapıldığı ve toptancı talep miktarlarının bulanık olduğu durumlardaki araç rotalama problemi için kullanılabilir bir karışık tamsayılı doğrusal programlama modeli önerilmiştir. Eryavuz, M. ve Gencer, C'nin yaptıkları çalışmada bulanık yapı dikkate alınmamakta ve farklı yapıdaki bir araç rotalama sorunu araştırılmaktadır.

Önerilen modelin gerçek problemler üzerinde yapılan uygulama çalışmaları sonucunda; bulanık mantığı dikkate alan modelin, bulanık mantığı dikkate almayan modelden daha iyi ve daha mantıklı sonuçlar verdiği görülmüştür. Ayrıca, bir fabrikadan çok sayıda toptancıya mal taşıyan bir firmada yapılan uygulama sonucunda, firmanın toplam taşıma maliyetlerinin %15 oranında düşürülebileceği görülmüştür.

KAYNAKÇA

- ERYAVUZ, M. ve GENCER, C., “Araç Rotalama Problemine Ait Bir Uygulama”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.6, S.1, s:139-155, 2001.
- LAPORTE, G., M. GENDREAU, J.Y. POTVIN ve F. SEMET, “Classical and Modern Heuristics For the Vehicle Routing Problem”, International Transactions in Operational Research, Vol.7, Is.4-5, p:285-300, 2000.
- ROPKE, S. ve D. PISINGER, “A Unified Heuristic For a Large Class of Vehicle Routing Problems With Backhauls”, European Journal of Operational Research, Available online 8 December 2004.
- TARANTILIS, C.D., G.IOANNOU ve G. PRASTACOS, “Advanced vehicle routing algorithms for complex operations management problems”, Journal of Food Engineering, In Press, Corrected Proof, Available online 8 December 2004.
- TEODOROVİĆ, D ve G. PAVKOVIĆ, , “The fuzzy set theory approach to the vehicle routing problem when demand at nodes is uncertain”, Fuzzy Sets and Systems, Volume 82, Issue 3, p:307-317, 1996.
- ZADEH, L.A., “Inform. Control”, Fuzzy sets, **8**, pp. 338–353 1965.
- ZIMMERMANN, H.J., “Fuzzy programming and linear programming with several objective functions”, Fuzzy Sets Syst. **1**, pp. 45–56, 1978.

Türkiye'nin Mukayeseli Üstünlüğe Sahip Olduğu Hizmet Alt Sektörlerinden İnşaat; Sorunlar ve İmkanlar

Mehmet Behzat EKİNCİ

ÖZET

Her ülkenin üretimde sahip olduğu bazı üstünlükleri vardır. Ülkeler, söz konusu üstünlüklerinden faydalanarak mal ve hizmet üretimlerini artırmaya ve ticaretini gerçekleştirerek gelir seviyelerini yükseltmeye çalışmaktadır. Uluslararası İktisatta bu kapsamda ağırlıklı olarak ele alınan teori, Mukayeseli Üstünlükler'dir. Hizmet ticareti açısından bir ülkenin sahip olabileceği üstünlükler arasında çeşitli faktörler sıralanabilir: Mesela; insan kaynağı, bilgi birikimi, teknolojik alt yapı ve kabiliyet donanımı gibi faktörler bunlardan bir kısmıdır. Dolayısıyla bir ülke bu ve benzeri üstünlüklerinden faydalanarak hizmet üretimini nispeten düşük maliyetle gerçekleştirebilir ve uluslararası alanda ticarî payını artırabilir. Her ülkenin bütün hizmet alt sektörlerinde aynı derecede başarılı olması mümkün olmayabilir. Bu sebeple, Mukayeseli Üstünlükler Teorisi çerçevesinde mal ticaretinde uygulandığı gibi, hizmet ticaretinde de sadece belli alt sektörlerde uzmanlaşmaya gidilmesi gerekmektedir. Böylece ticarî açıdan daha başarılı olunabilecektir. Türkiye'nin de hizmet ticareti açısından sahip olduğu bazı üstünlükleri vardır. Dolayısıyla bunlar dikkate alınarak hangi alt sektörlerde mukayeseli üstünlüklere sahip olduğuna ilişkin tespitler yapılabilir. Bu gerçekleştirilirken bazı sınıflandırmalardan faydalanılabilir. Bu çerçevede kullanılacak sınıflandırmalardan birine göre hizmetler; teknoloji içeriklerine göre "Bilgiye dayalı" ve "Geleneksel" olmak üzere iki grupta ele alınmaktadır. Bu çalışmada, "Bilgiye dayalı hizmetler" dahilinde inşaat sektörü ele alınmaktadır. İnşaat kapsamında; mimarlık-mühendislik, teknik müşavirlik ve müteahhitlik hizmetleri toplu şekilde değerlendirilmektedir. Çalışmada, öncelikle Türkiye'nin hizmet ticaretine ilişkin incelemeler yapılmakta, daha sonra alt dalları itibarıyla inşaat sektörü ayrıntılı bir şekilde ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hizmetler, Hizmet ticareti, Uluslararası Ticaret, Mukayeseli üstünlükler, İnşaat sektörü, Mimarlık-Mühendislik hizmetleri, Teknik Müşavirlik hizmetleri, Müteahhitlik Hizmetleri.

Construction, As One Of The Sub-Service Sectors In Which Turkey Has Comparative Advantages; Issues and Possibilities

ABSTRACT

Each country has some advantages in production. A country endeavours to increase production of goods and services through its comparative advantages, and thus raises its income level by trading them. It is "Theory of Comparative Advantages" that is mainly used in International Economics for explaining the matter. Various factors among advantages that a country has in trade in services may be mentioned. For instance, the factors such as human capital, information accumulation, technological infrastructure and skills endowment are some of them. Therefore, a country can realize its production relatively cheaper by benefiting from such advantages, and it might increase its commercial share worldwide. All countries can not be successful in all sub-service sectors at the same level. Consequently, according to the Theory of Comparative Advantages, as it is in trade in goods, they should specialize only on some sub-service sectors. Thus, it will be possible to be more successful in international trade. Turkey also has some comparative advantages in trade in services. So, it is possible to determine which sub-service sectors it has comparative advantages in. When doing this, some classifications might be used. According to one of the classifications that can be used in this context, services are taken into

account in two categories which are "Information based" and "Traditional". In this article, "construction sector" as one of the "information based services" is dealt with. In context of construction sector, "architecture-engineering services, technical consultancy services and contracting services" are studied. In the article, first of all, the share of Turkey in trade in services is researched. Then, construction sector as to its sub-services is studied in details.

Key Words: Services, Trade in services, International trade, Comparative advantages, Construction, Architecture-Engineering services, Technical consultancy services, Contracting services.

Giriş

Mukayeseli Üstünlükler Teorisi'ne göre ülkeler, üretiminde nispi olarak avantajlı oldukları malların üretiminde uzmanlaşmalı ve uluslararası ticarî paylarını artırmaya çalışmalıdır. Esasen, mal ticaretine yönelik ortaya konan bu teorinin hizmet ticaretine uygulanmasını engelleyen bir durum yoktur. Dolayısıyla aynı mantıkla hareket etmek üzere, hizmet ticareti açısından üstünlük olarak kabul edilebilecek faktörlerin dikkate alınmasıyla bazı değerlendirmelerin yapılabilmesi mümkündür.

Her ülkenin bütün sektörlerde üstünlüğe sahip olması zordur. Mesela; kimi ülkeler finansal hizmetlerde mukayeseli üstünlüğe sahipken, kimisi inşaat hizmetlerinde üstünlüğe sahip olabilir. Dolayısıyla hareket noktası, hangi sektörlerde uzmanlaşılması gerektiğine ilişkin stratejilerin tespitine odaklanmalıdır.

Ülkemiz, hizmet ticareti açısından; insan kaynağı, bilgi birikimi, teknolojik alt yapı, kabiliyet donanımı vb. açılardan belli ölçüde üstünlüklere sahip olup, bu çerçevede özellikle bazı sektörlerde önemli bir potansiyel taşımaktadır. Burada ülke olarak uluslararası hizmet ticaretindeki payımızı artırmamıza imkân sağlayacak sektörlerden inşaat üzerinde durulmaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu mukayeseli üstünlükler dikkate alındığında, inşaatın stratejik nitelikli bir sektör olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla, sektöre yönelik sistematik ve kurumsal yaklaşımların sergilenmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, sektörün sorunlarının giderilmesi ve uygun zeminlerde faaliyette bulunması sağlanmalıdır. Böylece, Türkiye'nin uluslararası ticarî payının artmasında inşaat sektörü, üzerine düşen rolü yerine getirebilecektir. İnşaat sektörü kapsamında; mimarlık-mühendislik, teknik müşavirlik ve müteahhitlik hizmetleri toplu şekilde dikkate alınmaktadır.¹

¹ İnşaat sektörü ile toplamda "Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri" kastedilmektedir. Çünkü inşaat sektörü, bu hizmetlerin tamamını içinde barındırmaktadır. Bu kapsamda icra edilen hizmetler birbiriyle entegre hâldedir. Nitekim, inşaat hizmetleri; mimarlık, mühendislik, teknik müşavirlik ve müteahhitlik gibi faaliyetlerden soyutlanamaz. Bu faaliyetlerin toplu hâlde bir araya gelmesi ile inşaat sektörü bir anlam ifade eder. Bir inşaat hizmetinin icrası için; mimarî bir projenin çizilmesi, inşaatın mühendislik teknikleriyle ölçümünün ve kontrolünün yapılması, teknik müşavirle irtibatlı olunması ve müteahhitlik hizmetleriyle desteklenmesi gerekmektedir.

I.Türkiye'nin Uluslararası Hizmet Ticaretindeki Yeri ve Stratejik Hizmet Alt Sektörleri

DTÖ verilerine göre, dünyanın belli başlı 46 ülkesinin toplam ihracatının %19,3'ü ticarî hizmetlerden oluşurken; Türkiye için bu oran %28,4'tür. Hizmet ithalâtı açısından bu oranlar sırasıyla %19,6 ve %12,3'tür. Bu durum, Türkiye'nin dünya ortalamasının üzerinde bir ihracatçı ve dünya ortalamasının altında bir ithalâtçı olduğunu ortaya koymaktadır. (Kırval, 2001: 156)

Türkiye'nin mal ticaretinden elde ettiği gelir, hizmet ticaretine göre daha yüksektir. 1985 yılı itibariyle hizmet ticaretinden elde edilen gelirin mal ihracatından elde edilen gelire oranı, %39,7'dir. Bu oran, 1990 yılında %68,9'a yükselmiştir. (Dura, Atik, 2002: 243) Sonraki yıllar itibariyle oran değişiklikler göstermektedir. Fakat hem mal hem de hizmet gelirinde artışlar gerçekleşmektedir.

Türkiye'nin hizmet gelir ve gider tutarları, genel olarak olumlu bir gelişim göstermektedir. Mal ticaretine paralel olarak hizmet ticaretimiz de artmaktadır. Türkiye'nin hizmet ticaretine ilişkin inceleme yapıldığında, göze çarpan bazı önemli hizmet ticareti işlemleri şöyledir²: İnşaat, Ulaştırma, Turizm ve Diğer hizmetler.

1975 yılında hizmet ihracatında dünyada 36.sırada yer alan Türkiye, 1990'da 23.; 1998'de ise 17.sırada yer almıştır. 1980'li yıllarda ve 1990'ların başında özellikle turizm sektörünün gelişmesinden kaynaklanan bu olgu, Türkiye'yi dünyanın başlıca hizmet ihracatçıları arasına sokmuştur. Türkiye'nin 1997 yılında dünya hizmet ihracatındaki ve ithalâtındaki payı, sırasıyla %1,5 ve %0,6'dır. Türkiye uzun süre hizmet ithalâtında ilk 40 ülke arasına girememiş, 1997 yılında ise 33.sırada yer almıştır. Türkiye, dünyanın hizmet ticareti bilançosu fazla veren ülkelerindedir. Türkiye'nin hizmet ihracatı içinde ilk sırayı alan turizm gelirinde 1980-95 döneminde yaklaşık dört kat, 1988-98 yılları arasında ise 3 katın üzerinde bir artış sağlanmıştır. Aynı dönemde turizm giderlerindeki artış ise %490'a yakındır. Turizmi izleyen gelir kalemi inşaatıdır. Bu alanda Türkiye firmaları uluslararası sözleşmelerin yaklaşık %9'una sahiptir. İnşaat sektörünün ardından taşımacılık sektörü, üçüncü gelir kaynağıdır. Mesela, deniz taşımacılığında Türkiye, sahip olduğu kapasite ile 17.sırayı almaktadır. (DPT, 2000: 50-52)

² Hizmet Ticareti ile ilgili istatistikler için temel alınan kaynak, Merkez Bankası Ödemeler Dengesi istatistikleridir. Bu kapsamda yer verilen istatistikler sınırlı sayıda olup şu ana kalemlerden oluşmaktadır: İnşaat Hizmetleri, Taşımacılık Hizmetleri, Turizm Hizmetleri, Finans Hizmetleri, Diğer Ticarî Hizmetler, Resmî Hizmetler ve Diğer Hizmetler.

Tablo-1: Dünya Hizmet Ticaretinde Başlıca İhracatçı Ve İthalâtçı Ülkeler (2004, Milyon \$, %)

Sıra	İhracatçı	Değer	Pay	Yıllık Değişim	Sıra	İhracatçı	Değer	Pay	Yıllık Değişim
1	ABD	318,3	15,0	11	1	ABD	260,0	12,4	14
2	İngiltere	171,8	8,1	18	2	Almanya	193,0	9,2	13
3	Almanya	133,9	6,3	15	3	İngiltere	136,1	6,5	14
4	Fransa	109,5	5,1	12	4	Japonya	134,0	6,4	22
5	Japonya	94,9	4,5	25	5	Fransa	96,4	4,6	18
6	İspanya	84,5	4,0	11	6	İtalya	80,6	3,8	10
7	İtalya	82,0	3,9	17	7	Hollanda	72,4	3,5	11
8	Hollanda	73,0	3,4	16	8	Çin	71,6	3,4	31
9	Çin	62,1	2,9	34	9	İrlanda	58,4	2,8	12
10	Hong Kong	53,6	2,5	18	10	Kanada	55,9	2,7	12
11	Belçika	49,3	2,3	14	11	İspanya	53,7	2,6	18
12	Avusturya	48,3	2,3	14	12	Kore	49,6	2,4	25
13	İrlanda	46,9	2,2	24	13	Belçika	48,3	2,3	14
14	Kanada	46,8	2,2	11	14	Avusturya	47,1	2,2	14
15	Kore	40,0	1,9	27	15	Hindistan	40,9	2,0	...
16	Hindistan	39,6	1,9	...	16	Singapur	36,2	1,7	23
17	İsveç	37,8	1,8	25	17	Danimarka	33,4	1,6	18
18	İsviçre	36,8	1,7	11	18	İsveç	33,0	1,6	15
19	Singapur	36,5	1,7	19	19	Rusya Fedr.	32,8	1,6	24
20	Danimarka	36,3	1,7	15	20	Tayvan	29,9	1,4	20
21	Yunanistan	33,2	1,6	37	21	Hong Kong	29,8	1,4	16
22	Lüksemburg	33,1	1,6	34	22	Avustralya	25,6	1,2	22
23	Norveç	25,9	1,2	21	23	Norveç	24,0	1,1	21
24	Tayvan	25,5	1,2	11	24	Tayland	23,0	1,1	28
25	Avustralya	24,8	1,2	20	25	Lüksemburg	22,3	1,1	35
26	TÜRKİYE	23,8	1,1	25	26	Endonezya	21,3	1,0	...
27	Rusya Fedr.	20,2	0,9	25	27	İsviçre	21,1	1,0	10
28	Tayland	18,9	0,9	21	28	Meksika	19,3	0,9	10
29	Malezya	16,7	0,8	24	29	Malezya	18,8	0,9	8
30	İsrail	14,2	0,7	16	30	Brezilya	16,1	0,8	12
31	Mısır	14,0	0,7	30	31	BAE	13,4	0,6	...
32	Meksika	13,9	0,7	12	32	Yunanistan	13,4	0,6	25
33	Portekiz	13,8	0,6	21	33	İsrail	13,3	0,6	13
34	Polonya	13,3	0,6	19	34	Polonya	12,3	0,6	17
35	Brezilya	11,5	0,5	20	35	Finlandiya	11,8	0,6	18
36	Macaristan	10,1	0,5	17	36	S. Arabistan	11,0	0,5	39
37	Çek Cumh.	9,7	0,5	25	37	TÜRKİYE	10,3	0,5	33
38	Hrvatistan	9,6	0,5	11	38	Macaristan	10,0	0,5	11
39	Finlandiya	8,9	0,4	14	39	Çek Cumh.	9,1	0,4	26
40	Güney Afrika	8,1	0,4	10	40	Güney Afrika	9,1	0,4	16

TOPLAM	1950,0	91,7	-	TOPLAM	1900,0	90,6	-
DÜNYA TOPLAMI	2125,0	100,0	18	DÜNYA TOPLAMI	2095,0	100,0	17

Kaynak: WTO, Statistics, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm, 15 Nov. 2005.

Türkiye, 2004 yılı itibariyle %1,1'lik payı ile dünya hizmet ihracatında önde gelen ülkelerden biridir. Dünya hizmet ithalâtındaki payı ise ihracattaki payının yarısı civarında olup %0,5'tir.

Tablo- 2: Hizmet İhracatındaki ve İthalâtındaki Gelişmeler (1984-2005) (Milyon \$)

YILLAR	HİZMET GELİRİ	HİZMET GİDERİ
1984	2.475	1.489
1985	3.160	1.560
1986	3.123	1.533
1987	3.945	1.783
1988	5.919	2.086
1989	6.569	2.541
1990	8.083	3.117
1991	8.446	3.282
1992	9.564	3.757
1993	10.919	4.179
1994	11.076	4.024
1995	14.939	5.319
1996	13.430	6.773
1997	19.910	8.998
1998	23.686	10.180
1999	16.800	9.313
2000	20.364	8.996
2001	16.030	6.900
2002	14.785	6.905
2003	19.025	8.520
2004	24.028	11.242
2005 (Oc-Eyl)	21.171	9.635

Kaynak: TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, 01.12.2005.

Hizmet ihracat gelirinde, 1984-1998 döneminde -1986 ve 1996 yılları hariç- giderek artan bir seyir söz konusudur. Ancak 1999 yılında önemli ölçüde düşüş meydana gelmiştir. 1998'de 23,7 milyar dolar olan ihracat geliri, 1999'da 16,8 milyar dolara gerilemiştir. Bunda, 1997 yılında başlayıp Türkiye'de kendini 1999 yılında hissettiren global ekonomik krizin etkisinin olduğu ifade edilebilir. Nitekim krizin yoğun bir şekilde devam ettiği 1999-2002 döneminde değişen tutarlarda hizmet ihracat geliri elde edilmiştir. 2002 yılı itibariyle ise tekrar artış sürecine girildiği görülmektedir.

Hizmet ithalât giderinde 1984-1998 döneminde de -1986 ve 1994 yılları hariç- giderek artan tutarlar söz konusudur. Ancak, bu yıl itibariyle düşüş eğilimine girilmiştir. İthalât giderindeki bu düşüşü, kriz dolayısıyla meydana gelen iç talep azalması şeklinde ifade etmek mümkündür. Hizmet ihracatında olduğu gibi, 2002 itibariyle ise tekrar artış eğilimine girilmiştir. 1984-2003 dönemi incelendiğinde, hizmet ihracat gelirin, ithalât giderinin daima üstünde olduğu ortaya çıkmaktadır. Yani ödemeler dengesinde hizmet kalemi her zaman fazla vermektedir.

Tablo- 3:Hizmet İhracat ve İthalât Tutarlarına İlişkin Oranlamalar (1994-2005) (Milyon \$) (%)

YILLAR	HİZMET İHRACATI	HİZMET İTHALÂTI	MAL İHRACATI	MAL İTHALÂTI	GSMH*	HİZMET İHRACATI/ MAL İHRACATI	HİZMET İTHALÂTI/ MAL İTHALÂTI	HİZMET İHRACATI/ GSMH
1994	11.076	4.024	18.106	23.270	132.298	0,61	0,17	0,08
1995	14.939	5.319	21.636	35.709	170.076	0,69	0,15	0,09
1996	13.430	6.773	23.225	43.627	182.824	0,58	0,15	0,07
1997	19.910	8.998	26.261	48.559	192.438	0,76	0,18	0,10
1998	23.686	10.180	26.974	45.921	206.559	0,88	0,22	0,11
1999	16.800	9.313	26.587	40.671	185.266	0,63	0,23	0,09
2000	20.364	8.996	27.775	54.503	201.439	0,73	0,16	0,10
2001	16.030	6.900	31.334	41.399	148.215	0,51	0,17	0,11
2002	14.785	6.905	36.059	51.554	180.892	0,41	0,13	0,08
2003	19.025	8.520	47.252	69.340	239.235	0,40	0,12	0,08
2004	24.028	11.242	63.017	97.341	299.475	0,38	0,11	0,08
2005 (Oc-Ey)	21.171	9.635	53.047	85.123	---	0,40	0,11	---

*Cari alıcı fiyatlarıyla.

Kaynak: (Hesaplamalar, şu kaynaklardan elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir.)

a)TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, 01.12.2005.

b)DİE, İstatistikler, <http://www.die.gov.tr/ep.html>, 01.12.2005.

c)WTO, Statistics, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm, 15 Nov. 2005.

Toplam hizmet ihracatının toplam mal ihracatına oranı, 1994-2001 döneminde %50'nin altına düşmemiştir. Hatta 1998 yılında bu oran %88'e kadar yükselmiştir. Ancak 2001 itibariyle oranda düşüşler meydana gelmiştir. Yaşanan kriz sürecinde mal ihracatı artışı sürdürülen, hizmet ihracatında tersi bir durum gerçekleşmiştir.

Toplam hizmet ithalâtının toplam mal ithalâtına oranı ise düşük seviyelerdedir. 1994-2003 döneminde bu oranın en yüksek olduğu yıl %23 ile 1999'dur. Söz konusu yıl itibariyle düşüşler meydana gelmiştir.

Toplam hizmet ihracatının GSMH'ye oranında yıllar itibariyle farklılıklar görülmektedir. Bununla beraber, hizmet ihracatının GSMH'ye oranı ortalama %9 civarındadır.

Türkiye, hizmet ticaretindeki payını her geçen yıl biraz daha artırmaktadır. DTÖ tarafından ortaya konan 2001 yılı verilerine göre ülkemizin ihracat değeri 14,8 milyar dolara (TCMB istatistiklerine göre bu tutar 16,03 milyar dolardır.) yükselmiştir. Bu hâliyle dünya hizmet ihracatındaki payı da %1'e çıkmıştır. Ancak uluslararası sıralamada, 25.ülke konumunda bulunmaktadır. (WTO, 2002: 10-12) 2003 yılı tutarlarına bakıldığında ise durum şöyledir: Toplam hizmet ihracatı 17,3 milyar dolara yükselmiş olmakla beraber, başlıca hizmet ihracatçıları arasında 26.sırada bulunmaktadır. (WTO, 2004)

Tablo- 4: Türkiye'nin Dünya Mal-Hizmet Ticaretindeki Sıralaması (2004)

	İHRACAT	İTHALÂT
MAL	34	22
HİZMET	26	37

Kaynak: WTO, Statistics, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm, 15 Nov. 2005.

2004 yılı itibariyle Türkiye, mal ihracatında 34.sırada iken, mal ithalâtında 22.sırada yer almaktadır. Hizmet ihracatında 26., ithalâtında ise 37.sırada bulunmaktadır. Türkiye, hem hizmet ihracatında, hem de ithalâtında mal

ihracatına-ithalâtına göre daha önemli bir konuma sahip bulunmaktadır. Ancak, Türkiye'nin hizmet ticaretindeki payını daha üst seviyelere çıkarması gerektiği açıktır.

Türkiye'nin hizmet ticaretindeki payını daha yüksek seviyelere çıkarabilmesi için, Mukayeseli Üstünlükler Teorisi çerçevesinde, hizmet ticareti açısından sahip olduğu avantajlardan hareketle stratejik nitelikli hizmet alt sektörlerini tespit etmesi lazımdır. Söz konusu sektörlerin tespiti için kullanılacak sınıflandırma çerçevesinde ikili bir yaklaşım sergilenmesi mümkündür.

Kullanılacak sınıflandırma sınıflandırmaya göre hizmetler; teknoloji içeriklerine göre iki grupta ele alınmaktadır. Dikkat edileceği üzere, ilk grupta daha yüksek seviyede beşerî sermayeye ihtiyaç duyulurken, ikinci grupta ise daha basit metodların kullanımı söz konusu olmaktadır. (Seyidoğlu, 2003: 790-791)

Bu sınıflar ve bunlarda yer alan hizmet sektörleri şu şekildedir:

a)Bilgiye Dayalı Hizmet Alt Sektörleri:

Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri, Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler, Danışmanlık ve Meslekî Hizmetler, Finansal Hizmetler, Sigortacılık Hizmetleri, Telekomünikasyon Hizmetleri

b)Geleneksel Hizmet Alt Sektörleri:

Ulaştırma Hizmetleri, Turizm Hizmetleri.

Türkiye'nin, bu sınıflandırma baz alınarak; "Bilgiye dayalı hizmetler" kapsamında şu sektörlerde mukayeseli üstünlüklere sahip olduğu ifade edilebilir:

- Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri,
- Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler.

"Geleneksel hizmetler" kapsamında ise şu sektörlerde mukayeseli üstünlüklere sahip olduğu ifade edilebilir:

- Ulaştırma Hizmetleri,
- Turizm Hizmetleri.

Türkiye'nin, "Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri", "Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler", "Ulaştırma Hizmetleri" ve "Turizm Hizmetleri" ile ilgili avantajını rakamlar bazında da ortaya koymak mümkündür. Bu çerçevede, söz konusu dört alt sektör hizmet ihracat tutarlarının, toplam hizmet ihracat tutarındaki payı incelendiğinde, sahip olunan avantajla ilgili önemli bir ipucu elde edilmesi mümkün hâle gelecektir. Bu amaçla, 2001 tutarlarına bakılabilir. Merkez Bankası ödemeler dengesi ve DİE hizmet istatistiklerine göre, Türkiye'nin 2001 yılı toplam hizmet ihracat tutarı 16.030 milyon dolardır. İnşaat, bilgisayar ve ilgili, ulaştırma ve turizm hizmetlerinin ihracat tutarları ise sırasıyla 654, 9,4³, 2.854 ve 8.090 milyon dolardır. Bunların toplam hizmet ihracat tutarındaki payı %72'ye karşılık

³ Bilgisayar ve İlgili Hizmetlerin 2001 yılı ihracat tutarı, DİE istatistiklerinden alınmış olup TL bazındadır. Bu hizmetlerin 2001 yılı ihracat tutarı, 11.618.231 milyon TL'dir. Bu ise 9,4 milyon dolara karşılık gelmektedir. Hesaplama, 2001 yılı ortalama dolar kuru dikkate alınmış olup, 1.239.230 TL'dir.

gelmektedir. Bu tutarlar, yıllar itibariyle artış göstermiştir. Dolayısıyla, gerekli önemin verilmesi hâlinde uluslararası hizmet ticaretindeki payımız açısından, bu sektörlerin katkısının giderek artacağını ifade etmek mümkündür. Bu çalışmada, Türkiye'nin mukayeseli üstünlüğe sahip olduğu düşünülen hizmet alt sektörlerinden sadece inşaata ilişkin değerlendirmelerde ve tekliflerde bulunmaktadır.

II. Türkiye'de İnşaat Hizmetleri

A. İnşaat Sektörünün Toplam Hizmetler İçindeki Yeri

İnşaat sektöründeki faaliyetler, bugünkü anlamda, 1970'lerin başında başlamıştır. 1973-74 petrol krizi ile petrol fiyatlarının hızlı yükselmesinin OPEC üyesi ülkelerde yol açtığı finansal kaynakların özellikle yatırımlara kanalize edilmesi ve ayrıca aynı dönemde gelişmekte olan kimi ülkelerde yatırım amaçlı verilen dış krediler, sektöre yönelik talebin oluşmasına imkân sağlamıştır. Bu iki gelişme dolayısıyla sektörün pazar alanları; Kuzey Afrika, Orta Doğu, Körfez Bölgesi, Latin Amerika ve Güney Doğu Asya ülkeleri olmuştur. Nitekim Türkiyeli müteahhit firmalarının uluslararası sahadaki asıl etkinliği, 1972 yılı itibariyle özellikle Libya'da üstlenilen projelerle başlamıştır. Türkiye'nin klasik pazarları olarak nitelenebilecek olan Kuzey Afrika ve Orta Doğu, uzun süre bu özelliğini muhafaza etmiştir. 1980'li yılların sonu itibariyle ise eski Sovyet pazarlarına girilmiştir. 1990 yıllarından sonra bu pazarlara ilaveten yeni pazar arayışlarına da girilmiştir. (DPT, 2001, 58-59)

İnşaat, gelir açısından fazla veren en önemli hizmet alt sektörlerindedir. Hatta gideri neredeyse yok denebilir. Bu durum, inşaat hizmetlerindeki mukayeseli üstünlüğümüzü ifade eden en önemli göstergelerdendir.

Tablo-5: İnşaat Hizmeti İhracatındaki ve İthalatındaki Gelişmeler (1984-2005) (Milyon \$)

YILLAR	GELİR	GİDER
1984	63	0
1985	246	0
1986	301	0
1987	293	0
1988	476	0
1989	582	0
1990	741	0
1991	713	0
1992	936	0
1993	1.142	0
1994	1.254	0
1995	1.857	0
1996	1.967	26
1997	2.455	150
1998	2.311	0
1999	1.095	0
2000	968	0
2001	654	0
2002	832	0
2003	682	0
2004	724	0
2005 (Oc-Eyl)	634	0

Kaynak: TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, 01.12.2005.

1984-1997 döneminde, inşaat hizmeti ihracat gelirinde genel olarak artan bir gelişim meydana gelmiştir. Ancak, global finansal krizin bu hizmetlere olan talebi nispeten olumsuz etkilemesi dolayısıyla 1998 itibariyle gelirlerde azalma yaşanmıştır.

İnşaat hizmeti ithalâtı ise, 1984-2003 döneminde sadece iki yılda gerçekleşmiştir. 1996 yılında 26 milyon dolarlık, 1997’de ise 150 milyon dolarlık ithalât söz konusudur. Bu yıllar dışında sektör, her zaman net ihracatçı konumunda bulunmaktadır.

Tablo 6: İnşaat Hizmeti İhracat ve İthalât Tutarlarına İlişkin Oranlamalar (1994-2005) (Milyon \$) (%)

YILLAR	MAL İHRACATI	MAL İTHALÂTI	GSMH*	İNŞAAT HİZMETİ İHRACATI/ MAL İHRACATI	İNŞAAT HİZMETİ İTHALÂTI/ MAL İTHALÂTI	İNŞAAT HİZMETİ İHRACATI/ GSMH
1994	18.106	23.270	132.298	0,07	0	0,009
1995	21.636	35.709	170.076	0,08	0	0,01
1996	23.225	43.627	182.824	0,08	0,0006	0,01
1997	26.261	48.559	192.438	0,09	0,003	0,01
1998	26.974	45.921	206.559	0,08	0	0,01
1999	26.587	40.671	185.266	0,04	0	0,006
2000	27.775	54.503	201.439	0,03	0	0,005
2001	31.334	41.399	148.215	0,02	0	0,004
2002	36.059	51.554	180.892	0,02	0	0,004
2003	47.252	69.340	239.235	0,01	0	0,002
2004	63.017	97.341	299.475	0,01	0	0,002
2005 (Oc-Ey)	53.047	85.123	---	0,01	0	---

*Cari alıcı fiyatlarıyla.

Kaynak: (Hesaplamalar, şu kaynaklardan elde edilen verilerle gerçekleştirilmiştir.)

a)TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, 01.12.2005.

b)DİE, İstatistikler, <http://www.die.gov.tr/ep.html>, 01.12.2005.

c)WTO, Statistics, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm, 15 Nov. 2005.

İnşaat hizmeti ihracatının mal ihracatına oranı 1994-1998 döneminde ortalama %8 civarındayken, 1998 yılı itibariyle düşüş eğilimine girildiği görülmektedir. Özellikle 2000 yılı itibariyle inşaat hizmeti ihracatında meydana gelen düşüş dolayısıyla söz konusu oran %2'lere gerilemiştir. Bununla beraber, 1996-1997 yılları hariç, inşaat hizmeti ithalâtı mevcut değildir. Bu iki yıl itibariyle ise inşaat hizmeti ithalâtının mal ithalâtına oranı çok düşük seviyelerdedir.

İnşaat hizmeti ihracatının GSMH'ye oranı incelendiğinde, 1994-1998 döneminde bunun %1 civarında olduğu görülmektedir. 1999 yılı itibariyle, inşaat hizmeti ihracatındaki düşüşe paralel olarak, bu oranda da düşüşler meydana gelmiştir.

B. İnşaat Sektörünün Yapısı

İnşaat sektörü, yapısı ve gerçekleştirilen hizmetler açısından geniş bir faaliyet alanını içermektedir. Sektör kapsamında yer alan faaliyet alanları; “Mimarlık ve Mühendislik Hizmetleri, Teknik Müşavirlik Hizmetleri ve Müteahhitlik Hizmetleri”dir. İnşaat sektörü, bu faaliyetlerin tümünün belli bir düzende ve sırada olmak üzere bir arada gerçekleştirilmesi ile ortaya çıkmaktadır.

İnşaat sektörü, ileri-geri bağlantılarıyla 150 civarında faaliyet alanını ilgilendiren bir sektör olarak ekonomimiz açısından büyük önem taşımaktadır. Yüksek derecede yerli sanayiye dayanması ve dışa bağımlı olmaması, inşaat malzemesi sanayisinde talebin büyük kısmının iç kaynaklarla karşılanması ve böylece yan sanayileri de destekliyor olması, yüksek katma değer oluşturması, taşıdığı yüksek istihdam potansiyeli ve yurt dışında gerçekleştirilen faaliyetlerin döviz kazandırıcı niteliği dolayısıyla İnşaat, "lokomotif sektör" olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca çok sayıda vasıfsız işçiye istihdam imkânı sağlıyor olması dolayısıyla da "sünger sektör" olarak değerlendirilmektedir. (Cantürk, 2003: 6)⁴

İnşaat sektörü, ülkemiz açısından önemli potansiyel barındıran bir hizmetler bütünüdür. Sektörün taşıdığı önem, Merkez Bankası verileri dikkate alınarak, şu şekilde ortaya konmaktadır: (Çorbacıoğlu, 2002, 11 - Koçoğlu, 2002: 16-17)

- İnşaat sektörünün ülkemiz GSMH'sindeki payı %6-8 oranlarındadır. Sektörle bağlantıları olan bankacılık, sigortacılık vb. hizmetler de dikkate alındığında, İnşaat'ın %33-35 civarında bir paya sahip olduğu ortaya konmaktadır.
- İnşaat sektörünün tüm üretimi "yatırım malı" kabul edilmektedir. Büyük ölçüde yerli sanayie, bu çerçevede imalât sanayiine dayanmakta olan inşaat sektöründeki büyüme ile ülke ekonomisinde sağlanan büyüme arasında pozitif bir ilişkinin varlığına dikkat çekilmektedir. İnşaat sektöründeki gelişmeler, ileri-geri bağlantılı olduğu sektörlerle de aynı şekilde yansımaktadır. İstihdam açısından da büyük bir öneme sahip olan İnşaat, gerek kamu sektöründe ve gerekse özel sektörde çalışanlarla beraber, toplam istihdamın %6'sını karşılamaktadır.
- Sektör, dış ticaret açısından da önemli bir paya sahiptir. Nitekim, yurt dışında inşaat faaliyetleri üstlenenlerin ülkemize yaptıkları kâr transferi ve çalışanlarının gönderdiği dövizler, toplam ihracat gelirlerimiz içinde %10 civarında paya sahip bulunmaktadır.

Sektör temsilcilerinin, inşaat hizmetlerinin ülkemiz ekonomisi için taşıdığı öneme ilişkin bilgileri de sektörün sahip olduğu potansiyeli daha net bir şekilde ortaya koymaktadır: (Aygün, 2002: 6)

"İmalât sanayiinin yaklaşık %40'a yakın bir kesiminin inşaat sektörü için üretimde bulunduğu şeklindeki değerlendirmeler, bu sektörün sanayi sektörü ile ne kadar ilişkili ve birbirini etkileyici olduğunu göstermektedir.

Yatırımın teknik özelliklerine bağlı kalmakla birlikte yaklaşık 300 sanayi grubuna talep götürdüğü için ekonominin lokomotifi olarak da tarif edilen inşaat sektörü, tarım sektöründen sonra ülkemizin en önemli sektörlerinden biri durumundadır. Ayrıca inşaat sektörüne, kamu yatırımları dolayısıyla devletin ödenek olarak aktardığı paranın %40'ı vergiler, sigorta primleri ve benzeri kanallardan Hazine'ye geri dönmektedir.

⁴ Bayındırlık ve İskan Bakanlığı'nca, inşaat sektörünün 200'den fazla alt sektörü harekete geçiren bir lokomotif sektör olduğu ifade edilmektedir.

Kalkınmayı hızlandırmak ve işsizliği azaltmak için yatırımların devreye sokulması, başvurulan yöntemlerin içinde ilk akla gelenidir.”

İnşaat sektörü yanında “inşaat malzemesi sektörü” de ülkemiz ekonomisinde önemli bir paya sahip bulunmaktadır. Gıdanın ve tekstilin ardından üçüncü sırada bulunan sektör, ihracatımızın %10'luk payına sahiptir. Dünyada da önemli bir üretici konumunda bulunan yapı malzemeleri sektörümüz, özellikle çimento, seramik, demir-çelik ve cam konusunda önemli bir üreticidir. Sektöre ilişkin rakamlar şu şekilde sıralanmaktadır: (Cantürk, 2003: 6)

- Çimento sektörü: Üretimde Avrupa'da 3., dünyada 12.; İhracatta ise Avrupa'da 1., dünyada 2.sırada yer almaktadır.
- Demir-çelik sektörü: Üretimde Avrupa'da 5., dünyada 13.; İhracatta ise dünyada 11.sırada yer almaktadır.
- Doğal Taş sektörü: Üretimde ilk 7 ülke arasındadır.
- Plastik profil sektörü: Üretimde Avrupa'da 4.sırada bulunmaktadır.
- Seramik karo sektörü: Üretimde Avrupa'da 3., dünyada ise 5.sırada yer almaktadır.
- Seramik sağlık malzemeleri sektörü: Üretimde dünyada ilk 5 ülke arasında; İhracatta ise Avrupa'nın 1.sirasındadır.
- Boya sektörü: Üretimde Avrupa'da 7.sırada bulunmaktadır.
- Cam sektörü: Üretimde Avrupa'nın 6.'sı, dünyanın ise 10.'sudur.

C.İnşaat Hizmetlerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Bazı Teklifler

İnşaat, ülkemizde bir süredir yaşanan krizlere bağlı olarak faaliyetlerinde belirgin gerilemeler görülen sektörlerin başında gelmektedir. Sektör temsilcilerince de bu konuya dikkat çekilmekte, ilgili sorunlar ortaya konmakta ve çözüm önerileri sıralanmaktadır. Bu çerçevede dile getirilen bazı sorunlar ve çözüm önerileri şöyledir: (Özdemir, 2003: 22)

“İnşaat sektörünün toplam yatırımlar içindeki payı %60'tır. Bu yatırımların da %80'i kamu finansmanı ile gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla son üç yıldır yaşanan krize neden olan temel sorun, kamu yatırımlarındaki kaynak yetersizliğidir. 1994 yılından başlamak üzere, bütçeye konulan yatırım ödenekleri her yıl gerçek değerlerle bir önceki yıla kıyasla azalma göstermiş ve nihayet durma noktasına gelmiştir. Devam eden işler için tahsis edilen ödenekler yetersizdir. Böylece işlerin bitirilmesi 15-20 yıl gibi sürelerle uzamakta, zamanında bitirilemeyen projeler hem bütçeye ağır yük olmakta, hem de ekonomiye yapması beklenen katkı gerçekleştirilmemektedir.”

TOBB tarafından hazırlanan “İnşaat Sektörü-Sorunlar ve Bu Sorunlara İlişkin Çözüm Önerileri” başlıklı raporda, 2000-2002 döneminde inşaat sektöründe meydana gelen gelişmelerin bir kısmı şu şekilde özetlenmektedir: (“TOBB, İnşaat Sektörü...”, 2003: 20)

“Son 2 yılda sektörün istihdam içindeki payı %6'dan %4,8'e geriledi. GSMH içindeki payı %5,2 olan sektörün sabit sermaye yatırımları içindeki payı ise 2002 yılı itibarıyla %14,5 olarak gerçekleşti. 2002'de yapı ruhsat alan yapıların toplam inşaat alanı 2001'e

göre %40'lık bir düşüşle 57 milyon 449 bin metrekareden 34 milyon 467 bin metrekareye geriledi.”

Sektörün yurt dışı faaliyetlerinde de gerileyen bir trend yaşanmıştır. 1998 yılında Sektör'de 2,1 milyar dolar değerinde projeye imza atılırken, 2001 yılı itibarıyla bu tutar 714 milyon dolar değerinde olmak üzere 78 proje ile sınırlı kalmıştır. Ülke bazında bakıldığında ise durum şöyledir: 2001 yılı itibarıyla yurt dışında üstlenen işlere bakıldığında %52 oranıyla BDT(Bağımsız Devletler Topluluğu)'nin, ülke olarak ise Rusya Federasyonu'nun ilk sırayı aldığı görülmektedir. Afrika ülkelerinde ise Libya her zaman olduğu gibi müteahhitlerimiz için önemli bir pazar olma özelliğini muhafaza etmektedir. (Kazançoğlu, 2003: 17)

İnşaat sektörü faaliyetleri, son deprem yatırımları dışında durma noktasına gelmiş hâledir. Başlatılmış olan kooperatif yatırımları tamamlanamamakta ve şehirler şantiye görünümünden kurtarılamamaktadır. Büyük şehirlerde, mevcut nüfusun iki katı insan barındıracak tamamlanmamış konutlar, kiracı bekleyen işyerleri vardır. Sektörde canlılığın sağlanabilmesi için alınması gereken önlemlerden bir kısmı şöyle sıralanabilir: (Gezici, 2002: 55)

- Uygulanacak bir finansman politikası ile söz konusu inşaatların tamamlanması sağlanmalı ve sektöre en kısa sürede canlılık kazandırılmalıdır.
- Hazine arsalarının ve diğer gayri menkullerinin doğrudan satışı yerine, her belediyenin ortak olacağı birer gayri menkul yatırım ortaklığı (GYO) şirketi kurularak Hazine ve belediye arsaları bu şirketlerce değerlendirilmelidir.
- Depremle ilgili ön tedbir olarak, sağlıksız yapılanma bölgeleri büyük ölçekli projeler ile yıkım ve tekrar yapım yoluyla ciddi bir şekilde ele alınmalıdır.

Türkiye'de, mimarlık-mühendislik, teknik müşavirlik ve müteahhitlik hizmetleri ile ilgili çok sayıda mevzuat mevcuttur. Bu çerçevede sektörün iç içe bulunduğu kanunî çerçeve şu unsurlardan müteşekkildir: (DPT, 2001: 33)

3194 Sayılı İmar Kanunu, 2886 Sayılı Devlet İhale Kanunu, 6235 Sayılı Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği Kanunu, 3458 Sayılı Mühendislik ve Mimarlık Hakkındaki Kanun, 2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, 3030 Sayılı Büyük Şehir Belediyeleri Kanunu, 2981 Sayılı İmar ve Gecekondu Kanunu, 1164 Sayılı Arsa Ofisi Kanunu, 2960 Sayılı Boğaziçi Koruma Kanunu, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserlerini Koruma Kanunu, 7269 Sayılı Umumi Hayata Müessir Afetler Dolayısıyla Alınacak Önlemlerle, Yapılacak Yardımlara Dair Kanun ve çeşitli kanun, kanun hükmünde kararname, yönetmelik, tüzük, yönerge ve kurum ve kuruluşların teşkilat kanunları.

Bu sayıda mevzuatın, sektör açısından faydadan ziyade zarara sebep olduğu ifade edilebilir. Çünkü karşı karşıya bulunulan bu kanun vb. hukukî düzenlemeler, sektörün serbest bir ortamda faaliyette bulunmasına mâni teşkil etmektedir. Hukukî alt yapı sadeleştirilmeli ve aynı zamanda uluslararası düzenlemelerle uyumlu hâle getirilmelidir.

İnşaat sektöründeki sorunlardan biri, işçilerin eğitimine ilişkindir. İşçilerin kabiliyetlerinin artırılması ve bu çerçevede ihtisas eğitimine tâbi tutulmalarının önemine dikkat çekilmektedir. Söz konusu amaçlara yönelik

birtakım çalışmalar da mevcut olup bunlardan biri, sektörece kurulan İNİŞEV(İnşaat İşçileri Eğitim Vakfı)'dir. Ancak, yeterli kaynağın olmayışı dolayısıyla faaliyetlerin gereken ölçüde olmadığı dile getirilmektedir. Dolayısıyla açılan kursları tamamlayanlara resmî bir sertifika verilebilmesi için kamu desteğine ihtiyaç olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca, uygun eğitim tesislerinin kurulabilmesi için arazi temini vb. konularda desteğe ihtiyaç olduğuna dikkat çekilmektedir. (Sever, 2001: 13)

Eğitim gibi temel bir soruna ilaveten, hayati derecede önem taşıyan diğer bir konu da Ar-Ge çalışmaları ile ilgilidir. Türkiye'de inşaat sektöründe Ar-Ge çalışmaları, yetersiz seviyededir. Halbuki sektörün ülkemiz açısından stratejik önemi dikkate alınarak ilgili Ar-Ge çalışmalarına önem verilmelidir. Gerek yurt içinde sağlıklı bir sektörel yapıya kavuşmak ve gerekse uluslararası alanda rekabet edebilir bir seviyeye gelebilmek için bu çalışmaların yapılması büyük bir önem taşımaktadır.

Sektörel sorunlardan bir diğeri de kurumsal bazdadır. İnşaat sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin büyük bir kısmı KOBİ statüsündedir. Dolayısıyla her sektörde olduğu gibi inşaat sektöründeki KOBİ'ler de önemli sorunlarla iç içedir. Bunlardan biri dış piyasalarda faaliyet konusunda karşılaştıkları engellerdir. Bu kuruluşlara yönelik uygun ortam sağlanmaması hâlinde, tek başlarına dış piyasalara çıkarak rekabette bulunma imkânları son derece sınırlıdır. Dolayısıyla KOBİ'lere yönelik gerekli teşvikin ve desteğin sağlanması kaçınılmaz olmaktadır. Bu çerçevede atılabilecek adımlardan biri, KOBİ'lerin yurt dışı ihalelere katılımlarının sağlanmasıdır. Söz konusu işletmelerin yurt dışı ihaleler için şart koşulan teminat sorunları çözüme kavuşturulmalı ve bu ihalelerle ilgili teknikler konusunda bilgilendirmelere tâbi tutulmaları gerekmektedir. (Demirtaş, 2003: 19)

TOBB tarafından hazırlanan "İnşaat Sektörü-Sorunlar ve Bu Sorunlara İlişkin Çözüm Önerileri" başlıklı raporda, inşaat sektöründe meydana gelen olumsuzlukların giderilebilmesi için sıralanan çözüm önerilerinin yurt dışı hizmetlerle ilgili olanlarının bir kısmı şöyledir: ("TOBB, İnşaat Sektörü...", 2003: 20)

- AB mevzuatına uyumlaştırma çalışmalarına gereken destek verilmelidir.
- Teminat mektuplarının riski yüksek tutulmamalı ve teminat mektubunda karşı ülke riskleri Eximbank tarafından üstlenmelidir.
- Politik açıdan riskli ülkelerde faaliyette bulunan firmalara yönelik risk sigortası yapılabilir.
- Yerli işçinin yurt dışında istihdam edilebilmesi için gerekli teşvik sistemi hayata geçirilmelidir.
- Yerli mühendislik-müşavirlik firmalarının yurt dışı projelere katılımı sağlanmalıdır.
- Ulaşım sistemini bir arada dikkate alan ve bölge ve dünya sistemleri ile bütünleştiren bir ulaşım ana planı oluşturulmalı ve uygulama aşamasına geçilmelidir.

İnşaat sektöründe, 1980'li yılların başına kadar yoğun bir talep söz konusu olmuştur. Ancak, petrol fiyatlarının düşmesi, pazar ülkelerinin artan dış borçları, muhafazakâr tedbirler, öncelikli yatırımların bir kısmının gerçekleştirilmiş olması ve dünya ekonomisinde yaşanan genel durgunluk gibi sebepler dolayısıyla, 1981-87 döneminde uluslararası pazar hacminde belirgin bir daralma gerçekleşmiştir. Günümüzde ise, mahallî firmaların da pazarda rekabet edebilir bir hâle gelmesi, ayrıca sektörün hassas olduğu küresel veya bölgesel politik ve ekonomik yapısındaki değişimler, uluslararası pazar hacminin istikrarsız bir seyir izlemesine yol açmaktadır. Yakın bir zamana kadar, sektörde etkili olabilmek için gerekli olan teknik yeterlilik ve uygun fiyat verme olguları, günümüzde önceliğini kaybetmiştir. Fakat uluslararası üst seviye ilişkileri, ülkeler arası menfaatler, teşvikler, proje finansman metotları, ve etkin mühendislik-teknik müşavirlik hizmetleri gibi konular, sektörde daha aktif olmak için önem ve öncelik kazanmıştır. (DPT, 2001: 59)

İnşaat sektörünün uluslararası standartlara kavuşabilmesi için birtakım önlemler alınması kaçınılmazdır. Uluslararası alanda faaliyette bulunmak ve gelir elde edebilmek için bu gereklidir. Bu amaçla dikkate alınması gereken ölçülerin en başta geleni GATS ile ortaya konanlardır. Bu çerçevede, ülkemiz inşaat sektörünün uluslararası standartlara sahip olabilmesi için sıralanan önerilerden bir kısmı şöyledir (Karaş, 2003: 10)

- Müteahhitlik hizmetleri şu şekilde düzenlenmelidir: Müteahhit olabilme şartlarının tespiti, bu meslek grubu ile ilgili kamu niteliğini haiz bir organ oluşturulması, faaliyette bulunan müteahhit sayısının talebe uygun şekilde sınırlanması, müteahhitlik seçimiyle ilgili politik faktörlerin ortadan kaldırılması.
- Teknik hizmet üreten kamu ve özel nitelikteki kuruluşlarda hizmet sahaları tespit edilmeli ve bu süreçte, ilgili meslek odalarının iştiraki ve desteği sağlanmalıdır.
- Eser sözleşmesi niteliğindeki anlaşmalarda, özelden başlayarak kamuya gitmek suretiyle tahkim uygulanmasına başlanmalıdır. Yerli tahkim kurumları oluşturulmalı ve koordineli çalışılacak ülkelerin tahkim kurumlarına üye gönderilmelidir.

D. İnşaat Hizmetlerinde Gelişmeler ve İmkânlar

İnşaat sektörümüzün, uluslararası hizmet ticaretimizdeki payımızı arttırmadaki rolü malumdur. Sektörün sağladığı katkı dolayısıyla desteklenmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede, faaliyette bulunabileceği alternatif piyasaların bulunması ve sektörün buralara yönlendirilmesi önem taşımaktadır. Komşusu bulunduğumuz AB, bu açıdan önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Tabii önemli olan bu potansiyelden istifade edebilmektir. 2001-2002 itibariyle meydana gelen bir gelişme, bu açıdan önemli fırsatlar sunmaktadır. Çünkü AB, Türkiye'ye yönelik malî yardımları tek bir çatı altında toplama amaçlı yönetmelikle, firmalarımızın Avrupa'nın değişik bölgelerinde faaliyette bulunmalarını mümkün hâle getirmiştir. 17 Aralık 2001 tarihinde onaylanan ve 2002 başında yürürlüğe giren yönetmelikle, başta inşaat sektörü olmak üzere

birçok sektörün faaliyetine yönelik iş fırsatları elde edilmiştir. Bu yönetmelik kapsamında, özellikle inşaat sektörünü ilgilendiren programlardan Ispa ve Phare, Merkez ve Doğu Avrupa ülkelerinde; Tacis, BDT’de; Cards ise Batı Balkanlar’da ihalelere katılma imkânı sağlamaktadır. (Eriş, 2003: 9)⁵

Orta Doğu Operasyonu çerçevesinde Irak’a gerçekleştirilen saldırılar sonrasında söz konusu ülke, ciddi bir tahribata uğramıştır. Dolayısıyla başta alt yapı olmak üzere üst yapı açısından da önemli ölçekte inşaat ihtiyacı içerisindedir. Komşu ülkesi olmamız dolayısıyla Irak, inşaat sektörümüz açısından önemli bir potansiyel barındırmaktadır. İhtiyaç duyulan inşa faaliyetleri sadece kısa değil, orta ve uzun vadeli bir niteliğe sahip bulunmaktadır. Bu çerçevede ihtiyaç duyulan ve ülkemiz inşaat sektörünün faaliyette bulunabileceği alanlara ilişkin İzmir Ticaret Odası tarafından hazırlanan “Irak’ın Yeniden Yapılandırılması ve Türk İnşaat Sektörü” isimli raporda yer verilen alt-üst yapılardan bir kısmı şöyledir: (Kazançoğlu, 2003: 17)

- Sulama sistemlerinin tekrar inşası ve rehabilitasyonu,
- Eğitim binalarının tekrar inşası ve rehabilitasyonu,
- Enerji üretim santrallerinin rehabilitasyonu ve inşası, yakıt ve kimyasalların temini, yedek jeneratör ünitelerinin inşası,
- Hastahane, laboratuvar inşası ve rehabilitasyonu,
- Yol, köprü, konut inşası,
- Silo ve ambar rehabilitasyonu ve inşası,
- Havaalanı, demiryolu, liman rehabilitasyonu, inşası ve gerekli makine-teçhizatla ilgili modernizasyon çalışmaları.

Belirtildiği üzere söz konusu inşaat faaliyetleri; sadece kısa vadeli değil, orta ve uzun vadeli nitelikler de taşımaktadır. Komşusu bulunmamız dolayısıyla, bu inşaat faaliyetlerini gerçekleştirme konusunda mukayeseli üstünlüğe sahip olduğumuz aşikârdır. Dolayısıyla inşaat sektörümüzün Irak’ta faaliyette bulunması önünde herhangi bir engel olmaması için gerekli zamanlarda ve zeminlerde teşebbüste bulunulmalıdır.

⁵ AB’nin Türkiye’ye yönelik malî yardımları tek bir çatı altında toplama amaçlı yönetmelikle, firmalarımız için önem arz eden programlara ve inşaat sektörünü ilgilendiren faaliyet alanlarına ilişkin bilgiler şu şekildedir:

a)Ispa:

Aday ülkelerin çevre ve ulaşım konularında AB mevzuatına uyum sağlamalarını ve bu alanlardaki alt yapı hizmetlerini geliştirmelerini sağlama amacını taşımaktadır.

b)Phare:

Müteahhitlik ve mühendislik hizmetlerini ve teçhizat teminini amaçlamaktadır.

c)Tacis:

13 Doğu Avrupa ve Orta Asya ülkesinde serbest piyasa ekonomisine geçişi desteklemeye yönelik bir teknik programdır. İnşaat sektörü çerçevesinde; alt yapı ağlarının oluşturulması, şehir içi ulaşım sistemlerinin kurulması amacını taşımaktadır.

d)Cards:

Ulaşım, enerji ve çevre alanlarında bölgesel ortaklıkların kurulması, alt yapı hizmetlerinin geliştirilmesi, yolların ve binaların rehabilitasyonu hedeflenmektedir.

İnşaat sektörünün uluslararası ticarete asıl paya sahip olan alt sektörü Yurt Dışı Müteahhitlik Hizmetleri(YDMH)'dir. YDMH, yurt içinde yapılan hizmetlere nazaran daha karmaşık olup daha fazla çaba sarf edilmesini gerektirir. Bu çerçevede, normal faaliyetin yerine getirilmesinin zorlukları yanında esas sorunlar; sosyal, politik, ekonomik vb. alanlarda meydana gelen belirsizliklerden kaynaklanmaktadır. YDMH; savaş, ülkenin işgali, terör olayları, iç karışıklık, ambargo, ihtilal, işverenin ilişkili olduğu hükûmetin iktidarını kaybetmesi, hükûmetin firmaya karşı tavrında değişiklik olması, aleyhte kanunî düzenlemeler, grev, kamuoyu tepkileri vb. gelişmelere son derece duyarlıdır. Bu tür gelişmelerin YDMH'yi etkileyici nitelikte olması hâlinde birtakım risklerin mevcudiyeti söz konusu olmaktadır. Bunların neticesi ise; projenin ya da sözleşmenin iptal edilmesi, resmî muhatabın meşruiyetini kaybetmesi, hak ediş ödemelerinin durdurulması veya aksatılması, projede radikal değişikliklere gidilmesi, çalışma emniyetinin kalmaması, malzemenin ve işçi tedarikinin engellenmesi, ödemelerin tespit edilen para birimi dışında yapılması ve kazancın yurt dışına transferinin engellenmesi vb. şekillerde tezahür eder. Bu tür olumsuzlukların etkisini giderme yönünde kurumsal bazda atılabilecek adımlar vardır. (DPT, 2001: 32) Bu çerçevede, mesela, bir kurum oluşturulması yoluna gidilebilir. Kurulacak bir kamu kuruluşu, özel niteliği haiz kamu kuruluşu veya direkt olarak yetkili bir özel kuruluş, iş yapılabilecek potansiyel ülke/ülkeler tespitinde bulunabilir ve oluşturulacak mekanizma sayesinde sürekli analiz yapma görevini yerine getirerek riskleri en aza indirebilir. Şöyle ki, söz konusu kuruluş, YDMH firmalarını, tespit ettiği potansiyel ülkelere yönlendirir ve bu ülkeleri sürekli gözetim altında tutar. Ortaya çıkabilecek herhangi bir risk durumunda gerekli önlemlerin alınması yönünde gerek devlet ve gerekse yerli firmalar bazında ikazlarda bulunur. Hâliyle erken uyarı sistemi ile uygun önlemlerin alınması mümkün kılınabilecek ve risk minimize edilebilecektir.

Günümüz şartları; finansman kaynağı belli, projesi hazır olan uluslararası ihaleye çıkarılan projelere öneri sunan müteahhit firma yerine, müteşebbis, yatırımcı, proje finansmanını yeni modellerle sağlama kabiliyetine sahip işveren kişilerle ve kuruluşlarla rahatça irtibat sağlayabilen müteahhit modelini gerektirmektedir. Uluslararası alanda başarı elde edilebilmesi ve ticarî payımızın artırılabilmesi için yerli firmalarımızın da bu değişime ayak uydurması gerekmektedir. (DPT, 2001: 21) Uluslararası alanda başarı elde edilebilmesi ve ticarî payımızın artırılabilmesi için yerli firmalarımızın da bu değişime ayak uydurması gerekmektedir. Çünkü uluslararası standartlara sahip olunması hâlinde, sektörün ticarî payı artacaktır. Sonuçta bu, giderek artan ticarî iş hacmini de beraberinde getirecektir.

Değerlendirme ve Sonuç

Ülkeler arasındaki ticaretin açıklanması amacıyla bazı teoriler ortaya konmuştur. Bunlardan biri mukayeseli üstünlüklere ilişkindir. Buna göre; bir ülke sahip olduğu nispî maliyet avantajına bağlı olarak mal üretiminde uzmanlaşmaya gittiği takdirde, uluslararası ticaret yapabilecek ve söz konusu üstünlüklerine bağlı

olarak ticarî pay elde edebilecektir. Esasen, mal üretimine yönelik olarak ileri sürülen bu teori, hizmet ticaretine de uyarlanabilir. Buradan hareketle bir ülkenin, sahip olduğu üstünlükler sayesinde hizmet ticaretinde de pay elde edebileceği ve bunları kullanma derecesine bağlı olarak ticarî payını artırabileceği belirtilebilir.

Her ülkenin sahip olduğu üstünlükler farklılık arz edebilir. Ülkeler bu kapsamda kendilerine uygun hizmet alt sektörlerini tespit ederek, uluslararası ticaretteki paylarını artırabilir. Buradan hareketle Türkiye'nin de sahip olduğu üstünlüklerden faydalanarak uzmanlaşabileceği hizmet alt sektörlerinin olduğu ifade edilebilir. Nitekim Türkiye, hizmet ticareti açısından; insan kaynağı, bilgi birikimi, teknolojik alt yapı, kabiliyet donanımı vb. üstünlüklere sahip olup, bu çerçevede özellikle bazı sektörlerde önemli bir potansiyel taşımaktadır.

Mukayeseli üstünlükleri çerçevesinde “Bilgiye dayalı” ve “Geleneksel” olmak üzere hizmetlere yönelik yapılan sınıflandırma kapsamında Türkiye'nin şu alt sektörlerinin stratejik nitelikli olduğu ifade edilebilir: “Bilgiye dayalı hizmetler” kapsamında “Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri” ve “Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler.” “Geleneksel hizmetler” kapsamında ise “Ulaştırma Hizmetleri” ve “Turizm Hizmetleri.”

Türkiye'nin, “Mimarlık-Mühendislik, Teknik Müşavirlik ve Müteahhitlik Hizmetleri”, “Bilgi-İşlem ve Ofis Arkası Hizmetler”, “Ulaştırma Hizmetleri” ve “Turizm Hizmetleri” ile ilgili avantajını rakamlar bazında da ortaya koymak mümkündür. Bu çerçevede, söz konusu dört alt sektör hizmet ihracat tutarlarının, toplam hizmet ihracat tutarındaki payı incelendiğinde, sahip olunan avantajla ilgili önemli bir ipucu elde edilmesi mümkün hâle gelecektir. Dolayısıyla, gerekli önemin verilmesi hâlinde uluslararası hizmet ticaretindeki payımız açısından, bu sektörlerin katkısının giderek artacağını ifade etmek mümkündür.

İnşaat (Mimarlık-mühendislik, Teknik müşavirlik ve Müteahhitlik hizmetleri), önem verilmesi hâlinde uluslararası ticaretteki payımızı artırma açısından içinde önemli ölçüde potansiyel barındıran bir sektördür. Bununla beraber birtakım sorunları vardır. Söz konusu sorunlarının giderilmesi sonrasında gerek mevcut ve gerekse gelecekteki fırsatlar dikkate alındığında, sektörün ülkemizin ticarî payını artırmadaki rolünün ne derecede önemli olduğu daha rahat anlaşılacaktır. Özellikle ileri-geri bağlantıları göz önünde bulundurulduğunda sektörün stratejik niteliği daha da belirginleşmektedir. Dolayısıyla sektörün, yurt içinde ve dışında daha uygun şartlarda faaliyette bulunmasına yönelik ortam(lar) hazırlanmalıdır. Bunun için sistematik ve kurumsal yaklaşımlara ihtiyaç bulunmaktadır. Bu amaçla hem kişilerin hem de kurumların üzerlerine düşeni yerine getirmeleri gerekmektedir.

KAYNAKÇA:

- Aygün, Nazım (2002), “İnşaat Sektörü ve Sorunları”, **Yapı 2002 İzmir Fuarı**, Dünya Eki, 24 Ekim, s.6.
- Cantürk, Güven (2003), “Avrupa Birliği'ne Aday En Dinamik Yeni Yıldız Türkiye”, **Yapı 2003 İzmir Fuarı**, Dünya Eki, 23 Ekim, s.6.
- Çorbacıoğlu, Şevket (2002), “İnşaat Sektörü ile Mühendislerin Sorunları”, **Dünya**, 6 Mart, s.11.

- Demirtaş, Ekrem (2003), “Ekonominin Nabzı ‘İnşaat Sektörü’ Atmıyor”, **Yapı 2003 İzmir Fuarı**, Dünya Eki, 23 Ekim, s.19.
- DİE (2003), **Hizmet İstatistikleri 2001**, Ankara, Ekim.
- DİE (2005), İstatistikler, <http://www.die.gov.tr/ep.html>, 1 Aralık.
- DPT (2000), **Hizmet Ticaretinin Serbestleştirilmesi**, 8.BYKP, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, DPT:2543-ÖİK:559, <http://www.dpt.gov.tr>.
- DPT (2001), **İnşaat, Müteahhitlik, Mühendislik ve Müşavirlik Hizmetleri**, 8.BYKP, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, DPT:2566-ÖİK:582, <http://www.dpt.gov.tr>.
- Dura, Cihan., Atik, Hayriye (2002), **Bilgi Toplumu, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye**, İstanbul, Literatür Kitabevi.
- Ekinci, Mehmet Behzat (2004), “Uluslararası Hizmet Ticaretindeki Kurumsal Liberalizasyon Süreci ve Türkiye”, **Basılmamış Doktora Tezi**, İstanbul, İstanbul Üniv., Sosyal Bilimler Enst., İktisat ABD.
- Gezici, Ruşen (2002), “Global Sanayi Dünyasında Mukayeseli Üstünlüklerimiz”, **Mimar ve Mühendis**, Sayı:31, s.55.
- Kazançoğlu, Akın (2003), “Irak’ın Yeniden Yapılandırılması ve Türk İnşaat Sektörü”, **Yapı 2003 İzmir Fuarı**, Dünya Eki, 23 Ekim, s.17.
- Kırval, Levent (2001), **Uluslararası Hizmet Ticareti ve Kamu Alımları Piyasaları:Türkiye ile AB Arasında Hizmet Ticaretinin ve Kamu Alımları Piyasalarının Karşılıklı Olarak Serbestleştirilmesi**, İstanbul, İKV Yayınları, No:165.
- Koçoğlu, M.Şükrü (2002), “İnşaat Sektörünün Ekonomimizdeki Yeri ve Önemi”, **Endüstriyel Yapı İnşaatı**, Dünya Eki, 12 Mart, s.16-17.
- Özdemir, Nihat (2003), “İnşaat Sektörünü Krizden Çıkarmak Mümkün”, **Yapı 2003 İzmir Fuarı**, Dünya Eki, 23 Ekim, s.22.
- Sever, Kadir (2001), “İnşaat Sektörü, Çözüm Arayışında”, **Dünya**, 23 Ekim, s.13.
- Seyidoğlu, Halil (2003), **Uluslararası İktisat-Teori, Politika ve Uygulama**, 15.baskı, İstanbul, Güzem Yayınları.
- TCMB (2005), Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>, 1 Aralık.
- WTO (2002), “Doha Development Agenda: Services Negotiations”, **Press Release**, Press/300, 28 June, (02-3693), pp.10-12.
- WTO (2004), Statistics, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm, 20 Oct.
- WTO (2005), Statistics, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e.htm, 15 Nov.
- “Bayındırlık ve İskan Bakanı Zeki Ergezen:İnşaat Sektörü Canlanacak”, **Yapı 2003 İzmir Fuarı**, Dünya Eki, 23 Ekim 2003, s.7.
- “TOBB İnşaat Sektörü Raporu’na Göre; İnşaat Sektörü 51 Ülkede 45 Milyar Dolarlık İş Hacmine Sahip”, **Yapı 2003 İzmir Fuarı**, Dünya Eki, 23 Ekim 2003, s.20.

Yaşlı Tüketiciler ve Yaşlı Tüketicilerin Harcama Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

Yrd. Doç. Dr. Mehmet MARANGOZ

Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Biga İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, ÇANAKKALE

ÖZET

Nüfus artış hızının düşmesi, sağlık alanındaki gelişmeler, ölüm oranlarının azalması ve ortalama yaşam süresinin uzaması gibi faktörlere bağlı olarak Dünyada ve Türkiye’de yaşlı nüfus artmaktadır. Bu artışa paralel olarak işletmelerin de hedef tüketici kitlesi değişmektedir. İşletme yöneticilerinin bu değişimi iyi okuması ve anlaması gerekir. Özellikle ABD ve Avrupa’da yaşlı pazar bölümüne yönelik çok yönlü çalışmalar yapılmaktadır. Ülkemizde ise bu pazara yönelik henüz ciddi anlamda çalışmalar yapılmamaktadır.

Bu çalışma ile yaşlı tüketicilerin harcama eğilimlerinin belirlenmesine yönelik olarak 350 kişiye anket yapılmış ve elde edilen sonuçlar SPSS paket programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre bir ürün veya hizmette bulunması istenilen en önemli özellik güvenilir olmasıdır. Alışverişlerde öncelik verilen ürün ve hizmet grubu ise sağlıkla ilgili ürün ve hizmetlerdir. Yapılan analizler sonucunda yaşlı tüketicilerin alışverişlerinde ürün ve hizmet gruplarına verdikleri öncelik demografik özelliklerine göre değişmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yaşlı Tüketici, Satın Alma Davranışı

ABSTRACT

Elderly population has been increasing in the World and in Turkey due to such factors as low rate of population growth, advances in health sector, low death rate, and increase in average life span. Target consumer mass of businesses is changing in accordance with the increase in elderly population. Business managers have to well foresight and well understand this change. The issue has not been sufficiently analyzed yet in Turkey whereas comprehensive studies have been conducted about elderly market segment in the USA and in Europe.

In this study, a survey was conducted on 350 people in order to find out the elderly consumers’ propensity to consume and data was analyzed via SPSS software program. The results of the study indicate that the most important feature that consumers want see on a product or a service is reliability. Consumers give priority to health related products and services. Findings also indicate that the priority that elderly consumers give to product and service groups vary across demographics.

Key Words: Elderly Consumer, Buying Behaviour,

Giriş

Günümüzde pazarlama yöneticisinin görevi, şirketi ürün merkezli bir yapı yerine, tüketici merkezli bir yapıya dönüştürmektir. Aktif iş hayatında çalışan nüfusun sürekli artması ve buna bağlı olarak insanların boş zamanının azalması veya olmaması nedeniyle ve diğer taraftan evinden dışarı pek çıkmayan hasta ve yaşlı nüfusun artması, insanların alışveriş şeklini değiştirmektedir.

Dünyada sosyal, kültürel, ekonomik ve politik değişimlere bağlı olarak pazar yapıları da değişmektedir. Dünyada nüfus artış hızı hızla düşmektedir. Örneğin 1997 yılında %2.07, 1980 yılında %1,69, 1990 yılında % 1,55, 2000 yılında %1,25 olan dünya nüfus artış oranı 2010 yılında % 1,11’e, 2045 yılında da % 0,53’e düşmesi beklenmektedir (Akbaba, Sunay, 1999, s.4). Diğer taraftan

sağlık alanındaki gelişmeler, doğum ve ölüm oranlarındaki azalmalar ve yaşam şartlarının iyileşmesi sonucu ortalama yaşam süresi artmaktadır.

Yaşlı nüfusun artmasıyla birlikte yaşlılık döneminde kişinin sosyal, ekonomik, psikolojik ve fiziksel ihtiyaçları önceki yıllara göre değişmektedir. Gelirin düşmesi, sağlık sorunlarının artması, sosyal ilişkilerin zayıflaması gibi sorunlar yaşlılıkla birlikte önem kazanmaktadır ve yaşlıların harcama eğilimlerini etkilemektedir. Bu çalışma ile, “yaşlı tüketicilerin harcama eğilimlerinin araştırılması amaçlanmaktadır”. Ve bu amacı gerçekleştirmeye yönelik olarak oluşturulan anket formu ile bilgiler toplanmış ve SPSS paket programı ile analiz edilmiştir.

I-Yaşlılık ve Yaşlı Tüketici

Yaşlı tüketiciler genellikle 65 yaş ve üstü olarak tanımlanmaktadır. Yaşlı nüfusun artmasının yanı sıra yaşlılık döneminde kişinin sosyal, ekonomik, psikolojik ve fiziksel ihtiyaçları daha önceki yıllara göre değişmekte ve artmaktadır. Gelirin düşmesi, sağlık sorunlarının artması ve ilaç masraflarının azalan gelire kıyasla artması, sosyal ilişkilerin bozulması gibi sorunlar yaşlılıkla birlikte önem kazanmaktadır (Bilgin, 1989, s.1-2). Bu nedenle pazarlamacılar pazardaki bu demografik değişimi dikkate almalıdırlar.

Yaşlılık, “bedensel güçlerin azalması ve genellikle bu döneme eşlik eden zihinsel yetilerin zayıflamasıdır ve ihtiyarlık” da denir (Büyük Larousse- Sözlük ve Ansiklopedi; 1986, s.12450). Yaşlılar ‘la ilgili çalışmalar, yaşlı grubu tanımlamak için kullanılan yaş dilimine göre değişiklik göstermektedir. Çeşitli araştırmacılar yaşlıları 55 yaş ve üstü olarak tanımlamasına karşın, büyük çoğunluğu ise yaşlılık sınırını 65 ve üzeri olarak ele almaktadır (Gilly, Zeithaml; 1985, s.354).

Yaşlı tüketicilerin tanımı konusunda belirli bir görüş birliği yoktur, çünkü yaş doğrudan doğruya geçerli bir kriter değildir. Zira yaşlanmayla ilgili çok çeşitli değişken mevcuttur. Yaşlılık çok boyutlu olduğu için yani insanlar giderek, biyolojik, ruhsal ve sosyal olarak yaşlandıkları için kullanılan her hangi bir yaş sınırı anlamlı ve geçerli bir tanım getirmeyecektir. Kısacası insanlar her zaman yaşlı gözükmez ya da yaşlı gibi davranmaz, bu açıdan terimin kullanımı belirli bir esnekliği gerektirir (Moschis vd. 1997; s.283). Yaşlı tüketicilerle ilgili literatürler incelendiği zaman genelde yaşlılık kavramının takvim yaşına göre tanımlandığı görülmektedir.

Elli beş, altmış yaşından hayatın sonuna kadar olan ihtiyarlık dönemi yaşlılık çağıdır (Baymur; 1984; s.60). Aslında yaşlılık, kişinin kendisi hakkındaki kararına dayanır. Bir kimsenin davranışları oranında ya da kendisini hissettiği oranda yaşlıdır (Bilgin; 1989, s.1).

Toplum yaşlı insanı genellikle bağımlı, verimsiz, çenesi düşük, unutkan ve hırçın olarak tanımlama eğilimindedir. Oysa yaratıcı ve yapıcı güçlerini sürdüren ve bozulan sağlığına karşın üretkenlik düzeyini yüksek tutabilen yaşlıların sayısı sanıldığından daha fazladır (Geçtan, 1984, s.108) ve sağlık alanındaki gelişmeler nedeniyle daha da artmaktadır.

II-Yaşlı Tüketicilerin Pazarlamadaki Yeri ve Önemi

Piyasalar, üç önemli faktör dikkate alınarak yeniden tanımlanmaktadır. Birincisi, yaşlılara büyük bir rağbet vardır, çünkü yaşlıların ömürleri gittikçe artmaktadır ve dolayısıyla yaşlı nüfus her geçen gün artmaktadır. İkincisi, doğum azlığıdır, doğum oranı, piyasalarda genç nüfusun sayısını düşürerek azalmaktadır. Üçüncü faktör ise Baby-Boomers(1945-1965 yılları arasında doğanlar)'ların gittikçe yaşlanmasıdır (Schewe, Balazs; 1992; s.86). İşletmeler ve dolayısıyla pazarlama yöneticileri piyasalarda yaşlı kavramını henüz kabullenememiş değildir, belki de bunun nedeni yaşlılık kavramını kabullenememelerindendir (Walfe, 1997, s.295). Ama gerçek olan şudur, yaşlı tüketicilerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Nüfusun giderek yaşlanması işletmeleri çeşitli şekillerde etkileyecektir. Bunlar (Moschis vd. 1997, S.280);

- Şirketler yaşlı insanların ihtiyaçlarını ve bu pazarın firmanın çeşitli pazarlama etkinliklerinin nasıl yanıt verdiğini anlamak durumundadırlar.
- İşletmeler yeni ürünler geliştirerek ya da mevcut olanları geliştirerek yaşlı tüketicilerin ihtiyaçlarına yanıt vermeye başlamışlardır. Yaşlıların giderek artan sayısı, ihtiyaçlarına ve yaşam tarzlarına uygun ürün ve hizmetleri talep edebilecekleri bir ekonomik güç oluşmaktadır.
- İşletmeler yaşlanan iş gücünden etkilenmektedir. Bunun; çalışanların gelirleri, iş eğitimi, iş bölümü, yaşlı bakım programları, emekli maaşı tasarımı açısından çeşitli anlamları vardır. İşletmeler yaşlanan kişiyi işte tutmanın daha uygun olacağını kavramaya başlamışlardır.
- Nüfus yaşlandıkça, pek çok genç çalışan, yaşlı aile üyelerine bakmak zorunda kalmaktadır.

İmalatçılardan ziyade hizmet işletmeleri, finans kuruluşları, oteller ve seyahat şirketleri yaşlıların ihtiyaçlarını karşılamaya daha istekli ve yaşlıları tüketici olarak algılamada çok daha hızlıdırlar. Amerika 'da birçok işletme yaşlılara yönelik çeşitli kampanyalar düzenlemektedir. Mesela; Büyük bir süper market zinciri Kroger; 59 yaşın üstünde olup, sabit geliri olan herkes için kıdemli vatandaşlar kulübü kurmuştur. Bu kulübe üye olanlar özel bir alışveriş programı ile karşılaşmakta ve indirimler yapılmaktadır (Schiffman, Kanuk; 1987;S.534-535). Bu konuda Türkiye 'de de D.D.Y. Demiryolu ile seyahat kapsamında kampanya yapmaktadır. "Genç Kalanlar" sloganı ile 60 yaş ve üzerinde olanlara turlar düzenlemekte ve özel indirim uygulamaktadır.

Yaşlı tüketiciler pazarı gelecekte işletmeler açısından çok iyi pazarlama fırsatları sunacaktır. İşletmeler ve dolayısıyla pazarlamacılar oluşmakta olan demografik değişimi takip etmeli ve bu pazarın isteklerini şekillendiren davranışları da anlamaya çalışmalıdır.

III-Yaşlı Tüketicilerin İhtiyaçları ve Satın Alma Davranışları

Yaşlı tüketiciler pazarına, işletmelerin ilgisinin olmaması bu grubun tüketici davranışı ile ilgili pazarlama bulgularının yeterli olmamasındandır (Laudan, Bitta; 1988; s.224). Bugüne kadar işletmeler, gençlere yönelik pazar

bölmelerine önem verirken, yaşlı tüketiciler yanlış anlaşılmiş ve ihmal edilmiştir (Schiffman, Kanuk; 1983, S.438).

A-Yaşlı Tüketicilerin İhtiyaçları ve Güdeleri

Yaşlı tüketicilerin istek ve ihtiyaçları belirlenirken kesinlikle bir tek bölüm gibi ele alınmamalıdır. İşletmeler hedef aldıkları yaşlı tüketici pazar bölümlerinin tatmin oldukları veya olmadıkları ihtiyaçlarını belirlemelidirler.

Yaşlı tüketiciler; yaşamlarını zenginleştirecek, başkalarıyla iletişim kurmalarını sağlayacak ve dünyanın güzelliklerinden yararlanmalarına imkan sağlayacak ürünleri almaya meyillidirler (Bone; 1991, S.19). Yaşlılar en fazla tatmini anlamlı toplumsal katılımlar dan ve amaçlı faaliyetlerden elde etmektedirler. Diğer taraftan en fazla korktukları şeylerde fiziksel ve ekonomik bağımlılık ve yalnızlıktır. Yaşlıların hayatlarının faydalı ve yaşanabilir olduğunu hissetmelerini sağlayacak yeni ürünlere ve hizmetlere ihtiyaçları vardır (Schiffman, Kanuk; 1983, S.440-441). Bu yeni ürünler ve hizmetler maddi ve fiziksel bağımlılık korkusunu azaltacak özelliklere de sahip olmalıdır.

Yaşlıların ilgi alanları daha manevi ve aile esaslıdır (Schneidman; 1988; S.8). Yaşlılar için dinsel inançlar önem taşır. Bu önem, yaşlı insanın varoluşunu ve ölümünü anlama gereksiniminden kaynaklanır (Geçtan, 1984, s.108).

İşletmeler özel olarak yaşlı insanlar için ürünler sunmaya pek istekli değildirler; Çünkü insanlar kendilerine yaşlı olduklarının anımsatılmasından hoşlanmazlar (Assael; 1987, s.459). Örneğin; Yaşlı insanlar bebek besinlerini küçük ve kolay çiğneme özelliğine sahip olduğu için almaktadır. Bir şirket “kıdemliler için besin” zincirini piyasaya sürmüştür. Yeni ürün başarısız olmuştur, zira yaşlı tüketiciler süzülmiş besinlere ihtiyaçları olduğunu kabul etmeye utanmışlar ve bunun yerine daima torunları için alıyormuş gibi yapabilecekleri bebek besinlerini tercih etmişlerdir (Schiffman, Kanuk; 1983; S.442).

Yaşlı tüketiciler marka isimlerine daha tutucu bir şekilde önem vermektedirler. Bunlar diğer tüketicilere kıyasla özel ve yenilikçi markalara daha az itibar etmekte ve daha çok, garanti ve kullanım kolaylığı, ürünün geçmişi, güvenilirliği üzerinde durmaktadırlar (Laudan, Bitta; 1988, , s.225).

Televizyon yaşlılara ulaşmada en önemli medya aracıdır. Çünkü yaşlılar televizyonu topluma açılan bir pencere olarak görürler. Yaşlılar diğer tüketici gruplarına göre % 60 daha fazla televizyon seyrederekler (Salomon; 1992, s.460). Yaşlılar için televizyon bir çok işlevi yerine getirmektedir, yalnızlıktan ve can sıkıntısından kaçış için iyi bir araç, sosyal etkileşim için alternatif, topluma katılma hissi vermesi özelliğiyle de iyi bir araçtır. Bu sebeplerden dolayı belki de yaşlılar günlük olayları, haberleri ve bilgileri veren T.V programlarını tercih etme eğilimindedirler (Schiffman, Kanuk; 1983; S.442). Kısaca yaşlılar televizyonu toplumla iletişim kurabilecekleri bir araç olarak görmektedirler.

Bir kişi için ürün ve hizmetlerin önem derecesi yaşamın farklı aşamalarına göre değişiklik gösterir. Yaşlı tüketiciler hayat tecrübeleriyle birlikte mutluluk hissine karşı daha duyarlıdır ve bu hissini bilincindedirler (Cooper, Miaoulis; 1988, s.97). Yaşlılar pazarı “ürünler” pazarından ziyade “deneyim”

pazarıdır. Yaşlı tüketiciler yeterince ürüne sahiptir, tavırlarındaki olgunluktan dolayı mutlulukla ürün sahibi olmak arasında bir ilişki yoktur. Bu yüzden yaşlı pazarları, seyahat benzer kişilerle yapılacak faaliyetler ve iletişim halinde olmak gibi aktivitelere önem verirler (Engel vd. 1990 ;s.688) ve bu aktivite 'ler den mutlu olurlar.

Her tüketici grubu ihtiyaçları itibariyle farklılık gösterir, fakat yinede aralarında bazı ortak özellikler mevcuttur. Bunlardan bir tanesi bilgilenme ve eğitim isteğidir. Ürünle ilgili bilgilendirmedeki artışın daha deneyimli, eğitilmiş, zeki ve titiz tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamada ister istemez gerekli olacaktır. Ayrıca istisnasız tüm tüketiciler ama özellikle yaşlı grup açısından ürün ve hizmetlerin sağlanmasındaki kolaylık, uygunluk ve tüketiciye yönelik hizmet giderek daha önemli olacaktır. Yaşlı grup, mali hizmet ve servisleri, seyahat acenteleri, süpermarket giriş-çıkış, satış ve yardım bölümlerinde danışmanlık hizmetleri beklemektedir (Dychtwald; 1994, s.275). İşte bu ve benzeri özelliklere ve faaliyetlere önem veren işletmeleri, gelecek 20-30 yıl içinde tüketici kazananları, kaybedenleri ayıran hususlar olacaktır.

B-Yaşlı Tüketicilerin Harcama Eğilimleri

Yaşlı tüketiciler pazarı gelecekte daha da iyi hale gelecek ve çok iyi bir pazar fırsatı sunacaktır. Yaşlı tüketicilerin diğer tüketicilerin önerileri üzerine yeni ürünleri deneme ve satın alma eğilimleri artmaktadır. Bu durum tanıtım faaliyetleri için önemli bir özelliktir, yaşlı tüketicilerin eğilimleri toplumla ilişkileri dikkate alınarak belirlenmelidir (Laudan, Bitta; 1988, , s.225).

Yaşlı tüketiciler fiyat konusunda hassastır, fakat özel ilgi görmek için yüksek fiyat ödemeye isteklidir. Ev eşyaları ve gıda ürünlerine daha fazla para harcarlar. Gençlere göre daha tutumlu oldukları için tasarruf yapmaktadırlar, tasarruflarını daha çok seyahatte ve otomobil satın almada kullanırlar (Assael; 1987, s.242). Yaşlılar pazarı, yiyecek, konut, giyecek, eğlence, dinlenme ve tıbbi bakım yönünden özel zevkler ve gereksinimlere sahiptir. Bu pazarın üyeleri deniz yolu ile geziler, sağlık yiyecekleri ve iştme cihazları için büyük bir pazar oluştururlar. Bu gruba yönelen pazarlamacılar onların özel gereksinimlerini ve değerlerini göz önün de tutmak zorundadır. Yaşlı kişiler genellikle tutucu olup, sakın yaşama değer verirler. Pazarlama karması geliştirilirken, özellikle reklam metinleri, ambalajlama ve hatta fiyat saptanırken bu nokta göz önünde tutulmalıdır (Kotler, 1981, s.110-111). Yaşlı tüketicilerin çeşitli konularda harcama eğilimleri şöyledir.

a- Sağlık: Yaşlı tüketicilerin karşılaştıkları en genel sağlık sorunları; görme ve iştmeyle ilişkin duyu kaybı, dolaşım ve sindirim sistemi hastalıkları, metabolizma hızındaki azalmaya bağlı olarak hareketlerde meydana gelen yavaşlama, zihinsel süreçteki gerilemelerdir (Bilgin; 1989, s.2).

İşletmeler, sağlıkla ilgili yeni bir ürün çıkarırken veya böyle bir ürünü tanıtırken tüketicinin sağlık bozukluğunu vurgulamamalıdır. Aslında işletmeler yeni bir ürünün dikkat çekmeden nasıl kullanılabileceği konusu üzerinde durmalıdırlar. Sağlıkla ilgili bir çok ürünün benimsenme oranının düşük olması bu ürünlerin tüketicinin sağlık problemlerini açıkça belli etmesindedir. Bu

pazardaki sağlığı bozuk olan kesimin dikkatini çekebilmek için, bireyin sağlık durumunun ortaya çıkardığı ağrı ve problemlerden ziyade ürünü kullanmanın sağlayacağı yararları vurgulamalıdır (Bone;1991, s.23) bu yapılırsa başarılı olunur.

b-Ulaşım: Yaşlı tüketiciler için; toplu taşıma araçları, bağımsızlık, hareket serbestliği ve uygunluk sağlayamadığı için ulaşımda özel araçlar önemlidir. Yaşlı kadınlar, yaşlı erkeklere göre toplu taşıma araçlarından daha fazla yararlanmaktadırlar (Tynan; 1990, s.40). Bir yerde ulaşım araçlarında (otobüs, tren vs.) yaşlılara yönelik indirimler uygulanmaktadır.

c-Ev : Yaşlılık döneminde olan bir aile kişinin konut ihtiyacı daha genç aile veya kişilerin ihtiyaçlarından farklıdır. Yaşlıların bu dönemdeki ekonomik şartları, sağlık durumları, zamanlarının çoğunu evde geçirmeleri, bağımsız ve yalnız olarak yaşamak istemeleri gibi nedenlerle ev ihtiyaçları önemli bir faktördür (Bilgin; 1989, s.2-3).

d-Seyahat ve Tatil: Yaşlıların seyahat harcamaları sürekli artmaktadır. Seyahat harcamalarının artması daha fazla seyahat edildiğini göstermektedir (Hitschler ; 1993, s.10). Yaşlılar seyahatleri genelde tatil amacıyla yapmaktadır ve her yıl düzenli olarak tatile çıkmaktadırlar (Tynan; 1990, s.40). Bu nedenle iyi bir pazarıdır ve hedef pazarlara uygun seyahat ve tatil programları geliştirilmelidir.

IV-Harcama Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma

A-Araştırmanın Önemi ve Amacı

Tüm dünyada demografik bir devrim yaşanmaktadır. Dünyanın çeşitli yerlerinde toplumsal sağlık alanında meydana gelen benzeri görülmemiş, ilerlemelere ve başarılarla bağlı olarak 60 yaş ve üstü insanların oranı diğer hiçbir yaş grubunda olmadığı kadar hızla yükselmektedir. Bu, yaşam süresinin uzaması ve doğum oranında ki düşüşün birlikte sağlanması ile olmaktadır. Dünya da 2025'de, 60 yaşın üstünde, 1.2 milyar insan olacaktır. Çeyrek yüzyıl sonra, 60 yaşın üstündeki insanların sayısı nerede ise ikiye katlanacak ve yaşlı insanların %80'i gelişmekte olan ülkelerde yaşayacaktır (DSÖ Basın Bülteni, 2002,). Örneğin OECD ülkelerinin çoğunda, doğuştan beklenen yaşam süresinin 4 ila 5 yıl artacağı tahmin edilmektedir. Türkiye'de, bebek ölüm oranlarının kısmen azalması nedeniyle, ortalama yaşam süresi daha hızlı artacak. Bu bağlamda, Türkiye'de 1995 yılında 67 yıl olan "doğuştan beklenen yaşam süresi" 2020'lerde 73 yıla çıkacaktır ([http://www.mfa.gov.tr/ 289.01.2004](http://www.mfa.gov.tr/289.01.2004)).

DİE'nin yapmış olduğu araştırmaya göre, Türkiye'de son 25 yılda nüfus artış oranı binde 4.3'ten, 1.7'ye düşmüştür ve bu oranının 2005'te binde 1.0 oranına gerileyeceği belirtilmektedir. Nüfus artış hızı bu düzeye inerse, Türkiye nüfusu 2070 yılına doğru sabitleşecektir ([http://arsiv.aksiyon.com.tr/ 29.01.2004](http://arsiv.aksiyon.com.tr/29.01.2004)).

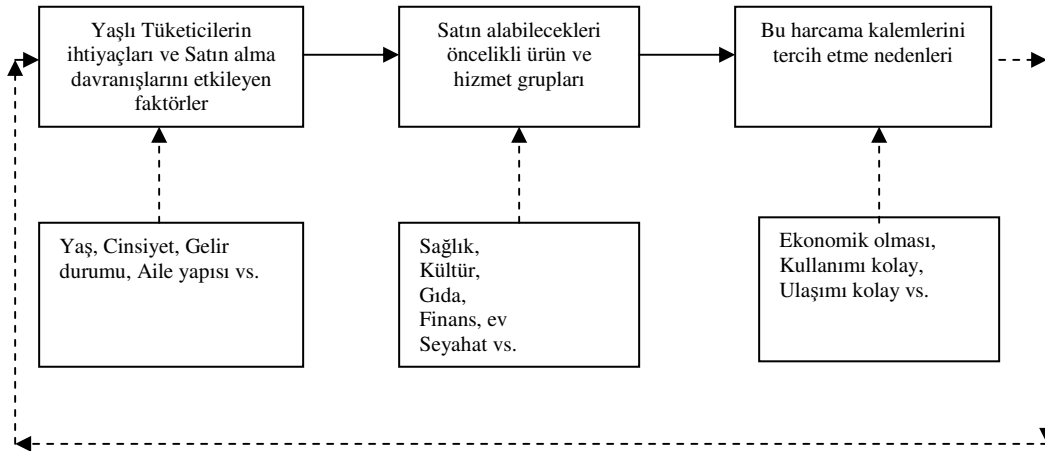
Bugüne kadar işletmeler gençlere yönelik piyasalara çok önem vermelerine rağmen yaşlılar genelde ihmal edilmiştir. Amerika ve Avrupa'da 1980'den sonra yaşlı pazara yönelik araştırmalar artmış ve bugün daha da artarak devam etmektedir. Türkiye'de ise bugüne kadar yaşlı tüketiciler pazarına yönelik ciddi bir bilimsel çalışma yapılmamıştır.

Artan yaşlı nüfus, işgücü piyasasından da öteye etkilere yol açacaktır. Tüketim, tasarruf, yatırım ve sermaye birikimi kalıpları değişecek, insanlar daha uzun çalışmaya ve çalışma hayatları sırasında daha çok tasarrufta bulunmaya hazır olmak durumunda kalacaklardır. Bu değişime bağlı olarak bu araştırmanın amacı, “yaşlı tüketicilerin alışveriş davranışları ve harcama eğilimlerinin araştırılmaktır”.

B.Araştırmanın Modeli

Araştırmanın amacına uygun olarak aşağıdaki model geliştirilmiştir. Oluşturulan modelin ilk aşaması (tahmini değişkenler), yaşlı tüketicilerin ihtiyaçları ve satın alma davranışlarını etkileyen faktörler (içsel ve dışsal etkiler) ve bunların diğer değişkenlere olan etkilerini göstermektedir. İkinci aşamada (araya giren değişkenler) yaşlı tüketicilerin satın alabilecekleri öncelikli ürün ve hizmet grupları yer almaktadır. Bu aşamada yaşlı tüketicilerin satın alma davranışlarında hangi ürün ve hizmet gruplarına öncelik verdiği araştırılacaktır. Üçüncü aşamada (kriter değişkenleri) ise, bu ürün ve hizmet grubunu satın almaya yönelten nedenler incelenmektedir.

Şekil1: Araştırmanın Modeli



C.Veri Toplama Yöntemi ve Örneklem

Araştırma için öncelikle kapsamlı literatür taraması yapılmıştır. Literatür incelemesinden sonra çalışmanın amacını gerçekleştirmeye yönelik veri toplama aracı olarak oluşturulan anket formu ile birincil kaynaklardan toplanmıştır. Verilerin tarafsız ve istatistiksel analize uygun olarak toplanabilmesi için anket çalışması yüz yüze görüşme yoluyla yapılmıştır. Araştırma sonuçlarının daha sağlıklı ve güvenilir olması için anket çalışması farklı sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel yapıya sahip bölgelerde yapılmıştır. Yöntem olarak tesadüf örnekleme yöntemi uygulanmıştır.

Genellikle literatürde yaş gruplaması 55-64, 65-74, 75-84 ve 85 ve üstü şeklindedir (Assael, 1987, s.330). Türkiye’de yaşam süresinin düşüklüğü ve 85 ve üstü yaş grubu nüfusun çok düşük olması, istatistiksel analizden bu yaş grubundan anlamlı sonuçlar alınmayacağı için, çalışmada gruplama 55-64, 65-74 ve 75 ve üstü şeklinde yapılmıştır. Anket formu 55 yaş ve üstü toplam 350 kişide uygulanmıştır. Yapılan değerlendirme sonucu 17 anket değerlendirme dışı bırakılmış ve toplam 333 anket değerlendirmeye alınmıştır.

D.Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacına uygun olarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiş ve test edilmişlerdir.

1-Cinsiyet ile tercih edilen eğlence türü arasında anlamlı bir farklılık vardır.

2-Cinsiyet ile tatile çıkmak istenilen kişi/kişiler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3-Cinsiyet ile tatil yapılmak istenilen yer arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4- Cinsiyet ile yapılan seyahatin amacı arasında anlamlı bir farklılık vardır.

5-Cinsiyet ile alışverişte tercih edilen ürün ve hizmet grupları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

E.Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Tablo1 :Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Cinsiyeti	n	%	Medeni Durumu	n	%
Erkek	175	52,6	Evli	245	73,8
Kadın	158	47,4	Bekar	1	0,3
<i>Toplam</i>	<i>333</i>	<i>100</i>	Dul ve eşimden ayrıldım	23	6,9
Yaş	n	%	Dul ve eşim öldü	63	19
55-64 arası	180	54,1	<i>Toplam</i>	<i>332</i>	<i>100</i>
65-74 arası	102	30,6	Gelir Durumu	n	%
75 ve üstü	51	15,3	250 milyon ve altı	152	45,9
<i>Toplam</i>	<i>333</i>	<i>100</i>	251-500 milyon	125	37,8
Eğitim	n	%	501-750 milyon	42	12,7
Oku-yazar değilim	56	16,8	751-1 milyar	3	0,9
Okur-yaza (fakat ilkokul bitirmemiş)	39	11,7	1 milyar ve üstü	9	2,7
İlkokul	140	42	<i>Toplam</i>	<i>331</i>	<i>100</i>
Ortaokul	39	11,7	Emeklilik Durumu	n	%
Lise	38	11,4	Evet	215	64,6
Üniversite	21	6,3	Hayır	118	35,4
<i>Toplam</i>	<i>333</i>	<i>100</i>	<i>Toplam</i>	<i>333</i>	<i>100</i>
Şu anda çalışıp çalışmadığı	n	%			
Çalışıyorum	103	30,9			
Çalışmıyor	230	69,1			
<i>Toplam</i>	<i>333</i>	<i>100</i>			

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri Tablo1’de verilmiştir. Buna göre katılımcıların 175’i erkek, 158’i kadın olmak üzere toplam 333 kişidir. Yaklaşık % 70’i ilkokul mezunu ve daha alt eğitim seviyesindedir. % 73’ü evli ve % 83,7’sinin gelir düzeyi 500 milyon ve altındadır. % 64,6’sı herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşundan emeklidir. Yaklaşık % 30’u aktif olarak çalışmaktadır.

Tablo2: Katılımcıların Ev ve Çocuk Durumu

Oturulan Evin Durumu	n	%	Aynı evde kalan çocuk sayısı	n	%
Kendi evim ve apartman dairesi	141	42,3	1 tane	106	83,5
Kendi evim ve müstakil	134	40,2	2 tane	20	15,7
Kira ve apartman dairesi	35	10,5	3 tane	1	0,8
Kira ve müstakil	23	6,9	<i>Toplam</i>	127	100
<i>Toplam</i>	333	100	Evdeki çocukların okul durumu	n	%
Aynı eve kalan çocuk durumu	n	%	Okumuyor	86	67,2
Var	128	38,4	Lise	12	9,4
Yok	205	61,6	Üniversite	30	23,5
<i>Toplam</i>	333	100	<i>Toplam</i>	128	100

Katılımcıların % 82.5'i kendi evinde oturmaktadır. Bunlardan % 42,3'ü apartman dairesinde, %40,2'si müstakil evde oturmaktadır. %61.6'sının yanında kalan çocukları yok, aynı evde kalanların da büyük çoğunluğu (%83.5) 1 tane ve aynı evde kalanların % 67.2'si de okumuyor. % 23.5'i Üniversitede, %9,4'de lisede okumaktadır (Tablo 2) .

Tablo 3:Boş Zamanı Değerlendirme Şekli

Boş Zamanları Değerlendirme Şekli	N	%
Gazete ve dergi okuyarak	29	8,7
Kitap okuyarak	15	4,5
Arkadaşlarımla oturarak	99	29,7
Alışveriş yaparak	8	2,4
Gönüllü eğitim hizmetlerine katılarak	12	3,6
TV seyrederek	82	24,6
Gezerek	25	7,5
Yalnız kalarak	13	3,9
Spor yaparak	2	0,6
Diğer	48	14,4
<i>Toplam</i>	333	100

Katılımcıların % 29.7'si ekranları ile oturarak, % 24.6'sı ise TV seyrederek boş zamanlarını değerlendirdiklerini belirtmişlerdir. Diğer seçeneğini işaretleyen % 14.4'lük kesim ise genellikle ibadet ederek ve el işi yaparak boş zamanlarını değerlendirdiklerini söylemişlerdir (Tablo 3).

Tablo 4:Alışveriş Yapma Zamanı ve Bu Zamanı Seçme Nedenleri

Alışveriş zamanı	yapma	n	%	Bu zamanda yapma nedeni	n	%
Sabah		61	18,4	Mağaza sakin olduğu için daha rahat alışveriş yapabiliyorum	104	31,3
Öğlen		46	13,9	Arkadaşlarım veya komşularım bu zamanda uygun olduğu için onlarla çıkıyorum	35	10,5
Akşam		17	5,1	Eşimle, çocuklarımla veya torunlarımla alışverişe bu zamanda çıkabiliyorum	60	18,1
Hafta içi		86	25,9	Bu zamanda alışverişe daha fazla vakit ayırıyorum.	117	35,2
Hafta sonu		122	36,7	Diğer	16	4,8
<i>Toplam</i>		332	100	<i>Toplam</i>	332	100

Alışveriş yapma zamanı olarak çoğunlukla hafta sonu (%36,7) ve sabah (18,4) tercih edilmektedir. Bu zamanı tercih etme nedeni olarak, bu zamanda alışverişe daha fazla zaman ayırma (%35,2) ve mağaza sakin olduğu için daha rahat alışveriş yapma (%31,3) görülmektedir.

Tablo 5: Alışveriş Sıklığı, Alışverişin Yapma Yeri ve Alışveriş Şekline İlişkin Bilgiler

Alışveriş sıklığı	N	%	Alışveriş yapılan yer	n	%
Hergün	42	12,6	Mahalle bakkalından	41	12,4
Haftada bir	224	67,3	Evime en yakın marketten	43	22,1
15 günde bir	31	9,3	Hipermarketten	13	3,9
Ayda bir	24	7,2	Zincir mağazalardan	184	55,6
Diğer	12	3,6	Diğer	20	6
<i>Toplam</i>	<i>333</i>	<i>100</i>	<i>Toplam</i>	<i>331</i>	<i>100</i>
Alışveriş şekli	n	%			
Peşin	267	80,2			
Taksitli	28	8,4			
Kredi kartı	36	10,8			
Diğer	2	0,6			
<i>Toplam</i>	<i>333</i>	<i>100</i>			

Katılımcıların büyük çoğunluğunun (%67,3) haftada bir alışveriş yaptıkları ve %55,6'sı zincir mağazaları tercih ettikleri, % 80,2'sinin de peşin alışveriş yaptıkları görülmektedir (Tablo 5).

Tablo 6: Bir Ürün veya Hizmette Bulunması İstenilen Özelliklerin Önem Dereceleri

Bulunması istenilen özellik	Aritmetik Ortalama
Kullanımının kolay olması	4,34
Ekonomik olması	4,52
Zamandan tasarruf sağlaması	3,95
Güvenilir olması	4,57
Kullanımının kolay olması	4,23
Garanti belgesinin olması	4,42
Fiyatının uygun olması	4,57
Renklerinin canlı olması	3,41
Ambalajının iyi olması	3,91
Taşımasının kolay olması	4,17
İade edilebilir olması	4,36
Danışma ve servis hizmetlerinin olması	4,30
Başkaları tarafından fark edilmesi	2,90

Katılımcılardan satın aldıkları/alacakları bir ürün veya hizmette bulunmasını istedikleri özellikler likert ölçeğine (1-hiç önemli değil, 2-önemli değil, 3-fikrim yok, 4-önemli ve 5-çok önemli) göre 1'den 5'e kadar önem derecelerine göre sıralamaları istenmiştir. Analiz sonuçlarına göre aritmetik ortalamalar alınmış ve elde edilen değerler Tablo 6'da görülmektedir. Buna göre bir ürün veya hizmette bulunması istenilen en önemli özellik güvenilir olması ve fiyatının uygun olmasıdır.

Tablo 7: Alışverişlerde Öncelik Verilen Ürün ve Hizmet Grupları

Ürün ve Hizmet Grupları	Aritmetik Ortalama
Cilt bakım ürünleri	1,93
Vitaminli yiyecekler ve içecekler	4,34
Sağlıkla ilgili ürünler	4,49
Seyahat ve tatil	2,73
Kültürel faaliyetler	2,71
Çocuklara/torunlara hediye	4,15
Günlük ihtiyaçlar	4,38
Elektronik eşya	2,87

Katılımcılara alışverişlerde ürün ve hizmet gruplarının öncelik durumunun belirlenmesine ilişkin olarak 5'li likert ölçeğine (1-hiç öncelikli değil, 2-öncelikli değil, 3-fikrim yok, 4-öncelikli, 5-çok öncelikli) göre sorularak buna göre değerlendirmeleri istenmiştir. Analiz sonuçlarına göre çıkan aritmetik ortalama değerleri Tablo 7'deki gibidir. Buna göre en öncelikli ürün ve hizmet grubu sağlıkla ilgili ürünlerdir. En önemsiz ürün ve hizmet grubu ise cilt bakım ürünleridir.

Tablo 8: Hastalanma ve Muayeneye İlişkin Bilgiler

Kronik Rahatsızlık	n	%	Özel Doktor veya Hastaneyi Tercih Etme Nedeni	n	%
Var	150	45,3	Son teknolojiyi kullandıkları için daha güvenilir	23	24,5
Yok	181	54,7	Daha çok ilgileniliyor	42	44,7
<i>Toplam</i>	<i>331</i>	<i>100</i>	Kendimi daha rahat ve güvende hissediyorum	25	26,6
Muayene Yeri	n	%	Ulaşımı daha kolay	3	3,2
SSK	100	30,2	Diğer	1	1,1
Devlet Hastanesi	104	31,4	<i>Toplam</i>	<i>94</i>	<i>100</i>
Özel doktor veya hastane	86	26	Muayene Olma Sıklığı	n	%
Tıp Fakültesi	39	11,8	Rahatsızlanınca	251	75,4
Diğer	2	0,6	Her ay	22	6,6
<i>Toplam</i>	<i>331</i>	<i>100</i>	3 ayda bir	19	5,7
			6 ayda bir	21	6,3
			Yılda bir kez	20	6,0
			<i>Toplam</i>	<i>333</i>	<i>100</i>

Kronik bir rahatsızlığı olanların oranı %45.3 ve rahatsızlanılınca genellikle tercih edilen muayene yeri SSK veya Devlet Hastanesi'dir. Özel hastane veya doktoru tercih etme nedeni olarak daha çok ilgilenme en önemli neden olarak görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun rahatsızlandığı zaman muayene olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %78.4'ü şehir içi veya şehir dışı ulaşımda toplu taşıma araçlarını kullanmakta, % 75.1'inin seyahat etme amacı akraba veya arkadaş ziyaretidir. % 42.4'ü 1 ay tatil yapmakta ve %43.6'sı torunları ve çocukları ile

sakin bir yerde tatil yapmak istemektedir. % 50'si tatile eşi ile çıkmak istemekte ve % 67.6'sı torunları veya çocukları ile gezmeyi tercih etmektedir.

Tablo 9:Harcama Eğilimlerine İlişkin Diğer Bilgiler

Ulaşım Şekli	n	%	Seyahat Etme Amacı	n	%
Toplu taşıma araçları	257	78,4	İş için	51	15,5
Özel araç	70	21,3	Akraba veya arkadaş ziyareti	247	75,1
Diğer	1	0,3	Tatil için	19	5,8
<i>Toplam</i>	<i>328</i>	<i>100</i>	Diğer	12	3,6
Tatile çıkmak istenilen kişi/kişiler	n	%	<i>Toplam</i>	<i>329</i>	<i>100</i>
Eşimle	166	50	Tatil süresi	n	%
Arkadaşlarımla	6	1,8	Hiç tatil yapmam	53	16,8
Çocuklarımla	59	17,8	15 gün	25	7,9
Torunlarımla	48	14,5	1 ay	134	42,4
Tek başıma	13	3,9	3 ay ve daha fazla	54	17,1
Yaşlılarımla	7	2,1	Diğer	50	15,8
Çocuklarım, eşim ve torunlarımla	33	9,9	<i>Toplam</i>	<i>316</i>	<i>100</i>
<i>Toplam</i>	<i>332</i>	<i>100</i>	Tatil yapılmak istenilen yer özeliği	n	%
Tercih edilen eğlence türü	n	%	Sakin bir deniz kenarı	85	25,8
Torunlarım veya çocuklarımla gezmek	223	67,6	Sakin bir dağ köyü	72	21,8
Müzikli bir ortamda bulunmak	9	2,7	Kalabalık bir deniz kenarı	13	3,9
Seyahat etmek	17	5,2	Kalabalık bir dağ köyü	9	2,7
Kendi akrabalarımla beraber olmak	70	21,2	Torunlarım/ çocuklarımla sakin bir yer	144	43,6
Diğer	11	3,3	Diğer	7	2,1
<i>Toplam</i>	<i>330</i>	<i>100</i>	<i>Toplam</i>	<i>330</i>	<i>100</i>

F.Verilerin Analizi

Anket formunun güvenilirliği yapılan analiz sonucuna göre 0,7495 çıkmıştır. Değişkenlere ilişkin faktör analizi (döndürme sonrası) sonuçları ve faktörlerin güvenilirlik değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 10:Faktörlerin Güvenilirlik Analizi ve Faktör İsimleri

Toplam Güvenilirlik	0,7495
Faktör 1:Güven	0,7397
Faktör 2:Uygunluk	0,7305
Faktör 3:Kolaylık	0,7421
Faktör 4:Sosyal ve kültürel faaliyet	0,7352
Faktör 5:Fiyat	0,7438
Faktör 6:Sağlık	0,7475

Her bir faktör gruplandırılarak isimlendirilmiştir ve bu gruplara ilişkin güvenilirlik değerleri ayrı ayrı alınmıştır. Tablo 10'da görüldüğü üzere faktörlerin güvenilirlik değerleri 0,7305-0,7475 arasında değişmektedir. Yani faktörlerin ayrı ayrı güvenilirlikleri de % 73'ün üzerindedir.

Tablo11:Faktör Analizi (Döndürme Sonrası Yük Değerleri)

Değişkenler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6	Güven. Değeri
Kullanımının kolay olması	0,045	0,088	0,663	0,092	0,157	-0,112	0,7424
Ekonomik olması	0,118	-0,059	0,691	0,051	0,119	0,084	0,7433
Zamandan tasarruf sağlama	0,154	0,279	0,442	0,070	-0,327	0,074	0,7443
Güvenilir olması	0,301	-0,042	0,487	-0,006	0,011	0,174	0,7440
Kullanımının kolay olması	0,647	0,113	0,204	0,058	0,193	-0,115	0,7388
Garanti belgesinin olması	0,754	-0,132	0,284	0,055	0,103	-0,130	0,7427
Fiyatının uygun olması	0,451	-0,187	0,228	-0,040	-0,146	0,548	0,7486
Renklerinin canlı olması	0,002	0,806	0,134	0,154	-0,006	0,141	0,7237
Ambalajının iyi olması	0,143	0,587	0,210	0,156	0,159	-0,178	0,7322
Taşımasının kolay olması	0,216	0,430	0,561	-0,046	-0,075	0,017	0,7364
İade edilebilir olması	0,616	0,148	0,218	0,037	-0,130	0,151	0,7403
Danışma ve servis hizmetinin olması	0,670	0,337	-0,122	0,045	0,021	0,169	0,7370
Başkaları tarafından fark edilmesi	0,094	0,719	-0,088	0,158	0,061	-0,008	0,7356
Cilt bakım ürünleri	0,089	0,257	-0,081	0,335	0,491	-0,088	0,7411
Vitaminli yiyecek ve içecekler	-0,046	0,055	0,216	-0,124	0,682	0,242	0,7472
Sağlıkla ilgili ürünler	0,116	0,026	0,077	0,119	0,684	0,102	0,7431
Seyahat ve tatil	0,001	0,281	0,068	0,715	0,042	0,047	0,7291
Kültürel faaliyetler	0,189	0,010	-0,019	0,826	-0,052	-0,050	0,7399
Çocuklara/torunlara hediye	0,128	0,228	-0,127	0,074	0,185	0,713	0,7426
Günlük ihtiyaçlar	-0,138	-0,129	0,303	0,015	0,225	0,632	0,7513
Elektronik eşya	-0,040	0,170	0,130	0,620	0,130	0,067	0,7366

Yapılan analiz sonucunda altı faktör belirlenmiştir. Faktörlerden birincisi ölçeğe ilişkin toplam varyansın %18.93'ünü, ikincisi %10.75'ini ve sırasıyla üçüncüsü %7.969'unu, dördüncüsü %6.254'ünü, beşincisi %5,960'ını ve altıncısı %5,259'unu açıklamaktadır. Altı faktörün açıkladıkları toplam varyans %55.123'dür.

Faktör döndürme sonrasında ölçeğin birinci faktörünün 4 maddeden (5,6,11,12), ikinci faktörün üç maddeden (8,9,13), üçüncü faktörün beş maddeden (1,2,3,4,10), dördüncü faktörün üç maddeden (17,18,21), beşinci faktörün üç maddeden (14,15,16) ve altıncı faktörün üç maddeden (7,19,20) oluştuğu belirlenmiştir. Birinci faktörde yer alan maddelerin faktördeki yük değerleri 0,616-0,754 arasında, ikinci faktörde 0,587-0,806 arasında, üçüncü faktörde 0,442-0,691 arasında, dördüncü faktörde 0,620-0,826 arasında, beşinci faktörde 0,491-0,684 arasında ve altıncı faktörde 0,548-0,713 arasında değişmektedir.

G.Hipotez Testleri

Araştırmanın amacına uygun olarak geliştirilen hipotezler t-testi (Independent sample test) ile test edilmiştir. Çıkan sonuçlar aşağıdaki Tablo 12'de verilmiştir. Buna göre;

Hipotez Sonuçları: 1-)Seçilen (tercih edilen) eğlence türü cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ($t_{(328)}=3,390$, $P<0,001$). Erkeklerin eğlenceye karşı olan ilgileri ($X=2,14$), kadınlara göre ($X=1,63$) daha olumludur.

2-)Tatile çıkılmak istenilen kişi yada kişiler cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. ($t_{(330)}=1,736$, $P>0,083$).

3-)Tatil yapılmak istenilen yer cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. ($t_{(328)}=1,402$, $P>0,162$).

4-Yapılan seyahatin amacı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ($t_{(327)}=3,529$, $P<0,000$). Kadınların seyahate karşı olan ilgileri ($X=2,09$), erkeklere göre ($X=1,87$) daha olumludur.

Tablo 12: Hipotez Testi Sonuçları

	Hipotez	C	N	X	S	sd	t	P
1	Cinsiyet ile tercih edilen eğlence türü arasındaki ilişki	E K	174 156	2,14 1,63	1,436 1,240	328	3,390	0,001
2	Cinsiyet ile tatile çıkmak istenilen kişi yada kişiler arasındaki ilişki	E K	175 157	2,49 2,87	2,056 1,922	330	1,736	0,083
3	Cinsiyet ile tatil yapılmak istenilen yer arasında ilişki	E K	172 158	3,10 3,37	0,136 0,141	328	1,402	0,162
4	Cinsiyet ile yapılan seyahatin amacı arasındaki ilişki	E K	171 158	1,87 2,09	0,613 0,562	327	3,529	0,000
5	Cinsiyet ile tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından cilt bakım ürünleri	E K	174 158	1,63 2,27	0,963 1,412	330	4,815	0,000
6	Cinsiyet ile tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından vitaminli yiyecek ve içecek ürünleri arasındaki ilişki	E K	175 158	4,25 4,44	0,752 0,700	331	2,391	0,017
7	Cinsiyet ile tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından sağlık ürünleri arasındaki ilişki	E K	175 158	4,41 4,58	0,688 0,661	331	2,220	0,027
8	Cinsiyet ile tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından seyahat ve tatil ürünleri arasındaki ilişki	E K	175 156	2,61 2,88	1,250 1,262	329	1,971	0,051
9	Cinsiyet ile tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından kültürel faaliyetler arasındaki ilişki	E K	175 158	2,78 2,62	1,330 1,270	331	1,138	0,256
10	Cinsiyet ile tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından çocuklar ve torunlara hediye ürünleri arasındaki ilişki	E K	175 158	4,01 4,30	0,903 0,625	331	3,399	0,001
11	Cinsiyet ile tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından günlük ihtiyaçlar arasındaki ilişki	E K	175 158	4,37 4,40	0,723 0,713	331	0,346	0,729
12	Cinsiyet ile tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından elektronik eşya ürünleri arasındaki ilişki	E K	175 157	2,93 2,80	1,230 1,248	330	0,947	0,344

5-Alışverişlerde tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından cilt bakım ürünlerine verilen öncelik cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ($t_{(330)}=4,815$, $P<0,000$). Kadınların cilt bakım ürünlerine karşı olan ilgileri ($X=2,27$), erkelere göre ($X=1,63$) daha olumludur.

6- Alışverişlerde tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından vitaminli yiyecek ve içecek ürünlerine verilen öncelik cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ($t_{(330)}=4,815$, $P<0,017$). Kadınların vitaminli yiyecek ve içecek ürünlerine karşı olan ilgileri ($X=4,44$), erkelere göre ($X=4,25$) daha olumludur.

7- Alışverişlerde tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından sağlıkla ilgili ürün ve hizmetlere verilen öncelik cinsiyete göre anlamlı bir farklılık

göstermektedir. ($t_{(331)}=2,220$, $P<0,027$). Kadınların sağlıkla ilgili ürün ve hizmetlere karşı olan ilgileri ($X=4,58$), erkelere göre ($X=4,41$) daha olumludur.

8- Alışverişlerde tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından seyahat ve tatil ile ilgili ürün ve hizmetlere verilen öncelik cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. ($t_{(329)}=1,871$, $P<0,051$).

9- Alışverişlerde tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından kültürel faaliyetlere ilişkin ürün ve hizmetlere verilen öncelik cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. ($t_{(331)}=1,138$, $P<0,256$).

10- Alışverişlerde tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından çocuklara ve torunlara alınan hediye ürünlerine verilen öncelik cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. ($t_{(331)}=3,399$, $P<0,001$). Kadınlar çocuklara ve torunlara hediye almada ($X=4,30$), erkelere göre ($X=4,01$) daha olumludur.

11- Alışverişlerde tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından günlük ihtiyaçlara ilişkin ürün ve hizmetlere verilen öncelik cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. ($t_{(331)}=0,346$, $P<0,729$).

12- Alışverişlerde tercih edilen ürün ve hizmet gruplarından elektronik eşyalara ilişkin ürünlerine verilen öncelik cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. ($t_{(330)}=0,947$, $P<0,344$).

Sonuç ve Öneriler

Dünyada pazarların globalleşmesi sonucu artan rekabet, gelişen teknoloji ve benimsenen modern pazarlama anlayışı sonucu, ülkelerin ve işletmelerin sahip oldukları maddi ve manevi kaynaklara dayalı olarak gerçekleştirdikleri uzun vadeli plan ve programları ile insanlara en iyi yaşam şartlarını sunma çabası içerisinde olduklarıdır.

İşletmelerin bunu yapabilmesi için hedef tüketici kitlelerinin istek ve ihtiyaçlarını iyi belirleyip, en uygun şekilde karşılayabilmelidirler. Bunun içinde sürekli olarak toplumdaki sosyal, kültürel, ekonomik, psikolojik, politik ve demografik değişimleri takip etmelidirler. Bu özelliklerden herhangi birinin değişimi işletmelerin pazarlama stratejilerini doğrudan etkilemektedir.

Ekonomik ve sağlık alanındaki gelişmeler sonucu çoğu insan beklenenden daha fazla yaşamaktadır. Ayrıca önceki nesillere göre daha yavaş yaşlanacak ve dolayısıyla daha sağlıklı ve enerjik olacaktır. Böyle daha uzun bir yaşam döneminde, evlilikler daha uzun olabilecek, bazı insanlar ister istemez ikinci evliliklerini yapacaklardır. Emeklilik yaşları yükseltilecek, dolayısıyla çalışan kişilerin yaş ortalaması da yükselecektir.

Dünyada ve ülkemizde yaşlı insan sayısı her geçen gün artmaktadır. Yaşlı pazar bölümü gün geçtikçe daha sağlıklı, daha eğitilmiş, çevresi ve toplum ile de daha sıkı iletişimindedir.

Yapılan araştırmadan elde edilen verilerin analizi sonucu güvenilirlik % 74 çıkmıştır ve altı faktör belirlenmiştir. Faktör gruplarının ayrı ayrı güvenilirlikleri alınmış ve her bir faktörün güvenilirliği % 73'ün üstünde çıkmıştır. Faktör grupları uygun isimle isimlendirilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre; yaşlı tüketicilerin eğitim ve gelir seviyesi düşüktür ve büyük çoğunluğu da evlidir. Yine çoğunluğu emeklidir. Kendi evinde

oturanların oranı yaklaşık % 83'dür. Yani her ay düzenli olarak ödemek zorunda oldukları kira gideri yoktur. Dolayısıyla harcanabilir gelirleri daha fazladır. Kendileri ile aynı evde kalan çocuk sayısı 128 ve bunların 106'sında 1 çocuk var ve bunlarında 86'sı okumuyor. Bu çocuklar muhtemelen bir işte çalışıyor ve eve ek bir gelir getirmektedir. Bu da yine harcanabilir gelirdeki artış demektir.

Boş zamanları değerlendirme faaliyeti olarak ön plana çıkan faaliyet, arkadaşlarla oturmak ve TV seyretmektir. Dolayısıyla satın alma davranışlarında bu iki faktör etkili olabilir. Burada öne çıkan bir diğer boş zamanı değerlendirme faaliyeti ise ibadet etmektir. (Tablo 3'de diğer seçeneğini işaretleyen 48 kişi). Yaşlanan insanların manevi duyguları daha ağır basmaktadır diyebiliriz.

Yaşlı tüketicilerin alışverişlerini çoğunlukla hafta sonu ve sabah yapmayı tercih ettikleri görülmektedir. Bu zamanda yapma nedenleri de, mağazanın bu zamanda sakin olması ve yine bu zamanda alışverişe daha fazla zaman ayırabilmeleridir. Yaşlı tüketiciler fiziksel olarak yavaş hareket ettiklerinden ve alışverişlerinde güven faktörü önemli olduğu için aldıkları ürün ve hizmetten emin olmak isterler ve bu nedenle sakin bir alışveriş ortamını tercih etmektedirler. Buna bağlı olarak da alışveriş süreleri daha uzundur, bunun için de zaman baskısı olmamalıdır.

Yaşlı tüketiciler sık sık alışveriş yapmayı tercih etmektedirler (çoğunlukla haftada bir) ve büyük çoğunluğunun peşin alışveriş yaptığı görülmektedir. Buda yaşlı tüketicilerin çağdaş alışveriş tekniklerini (kredi kartı ve taksit kart gibi) kullanmadıkları veya kullanmaya yatkın olmadıkları anlamına gelebilir. Bir ürün veya hizmette bulunmasını istedikleri en önemli özellik güvendir (Tablo 6). En önemsiz özellik ise başkaları tarafından fark edilmesidir. Yani yaşlı tüketiciler için önemli olan aldıkları ürün ve hizmetlerin kendi ihtiyaçlarını tam olarak karşılamasıdır.

Yaşlanmayla birlikte birtakım sağlık sorunları da ortaya çıkmaktadır. Alışverişlerinde sağlıkla ilgili ürün ve hizmetler en öncelikli ürün ve hizmet grubudur. En az öncelikli ürün ve hizmet grubu ise cilt bakım ürünleridir (Tablo 7).

Büyük çoğunluğu rahatsızlanınca muayene olmakta, % 45'inin kronik bir rahatsızlığı olduğu ve yine yaklaşık % 62'sinin SSK ve Devlet Hastanelerinde muayene olduğu görülmektedir. Özel doktor veya hastanede muayene olanların oranı % 26'dır. Bunun en önemli nedeni de daha çok ilgilenilmesi ve kendini burada daha rahat hissetmesidir. Ulaşımında büyük çoğunluğu toplu taşıma araçlarını kullanmaktadırlar. Yaşlanan insanın fiziksel davranışları da yavaşlamaktadır. Bu nedenle özel araç kullanmaktan (özellikle şehir içi trafikte) çekinmektedirler veya kullanmak istememektedirler. Genellikle tatile eş, çocuklar ve torunlar ile çıkılmak istenilmekte ve seyahatlerin büyük çoğunluğu arkadaş veya akraba ziyareti için yapılmaktadır (Tablo 9).

Araştırmadan elde edilen bu sonuçlara bağlı olarak yaşlı tüketicilerin harcama eğilimlerine yönelik şu önerileri yapabiliriz.

1-)Pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi sürecinde yaşlı pazar bölümüne yer verilmelidir ve ülkemizde bu pazar bölümüne yönelik bilimsel çalışmalar yaygınlaştırılmalıdır.

2-)Yaşlı tüketiciler için güven duygusu çok önemlidir. Bu nedenle risk almak istemezler. Yaşlı tüketicilere yönelik olarak finans, sigorta, yatırım, sağlık ve ev bakım hizmetleri konusunda çalışmalar yapılmalıdır.

3-)Yaşlı tüketiciler genellikle emekli oldukları için alışveriş ve diğer faaliyetler için daha fazla zamana sahiptirler. Bu durum dikkate alınarak, hedef alınan yaşlı pazar bölümüne yönelik olarak (özellikle emekli kesime) boş zaman değerlendirme fırsatı sunulabilir. Örneğin yaşlıların alışveriş yaptığı sabah saatlerinde onların ihtiyaçlarına uygun ürün ve hizmetlerde indirimler yapılabilir.

4-)Yaşlı tüketicilere yönelik en etkili kitle iletişim aracı televizyondur. TV’de yaşlılara yönelik programlar yapılabilir.

5-)Yaşlıların fiziksel açıdan hareketleri yavaş ve sınırlı olduğu için ürün ve hizmet geliştirilirken karmaşık olmayan, kullanımı kolay, taşınması kolay ürünler geliştirilmelidir.

6-)Yaşlı tüketicilere yönelik olarak uygun fiyat, ürün güvencesi, kullanım kolaylığı (yürümekte zorlananlar için tekerlekli sandalye veya yürüyen merdivenler) park ve dinlenme alanları gibi ekonomik ve sosyal olanaklar sunulmalıdır. Diğer taraftan çalışanlar iyi davranmalı ve onlarla iyi ilişki kurmalıdırlar. Çünkü yaşlılar kişisel ilişkilere büyük önem vermektedirler.

7-)Yaşlılara yönelik özel sağlık hizmetleri geliştirilebilir ve onlara en uygun şekilde sunulabilir.

8-)Yaşlıların alışveriş yapmaya eğilimleri olan ve ön plana çıkan torunlara ve çocuklara hediyedir. Buna yönelik yani torunlara ve çocuklara yönelik hediyelik eşyalar en uygun şekilde onlara sunulmalıdır.

9-)Yaşlılar genellikle sakin bir ortamda aileleri ile birlikte tatil yapmak istemektedirler. Bu nedenle tatil hizmeti sunulurken bu dikkate alınmalıdır.

10-)Yaşlı tüketicilerinde demografik özelliklerine bağlı olarak tercih ettikleri ürün ve hizmetler farklılık göstermektedir. Bu nedenle farklı tüketiciler için farklı ürün ve hizmet grupları geliştirilmelidir.

Kaynakça

- AKBABA, G., SUNAY,Ç.(1999), “Nüfus Artışı ve Açlık”, *Bilim ve Teknik Dergisi*, Mart.
- ASSAEL, H.(1987), *Consumer Behavior and Marketing Action*, Third Edition, A Division of Word Worth, Inc.
- BAYMUR, F. (1984), *Genel Psikoloji*; İnkılap ve Aka Kitabevi; 5.Baskı; Ankara.
- BİLGİN, O. (1989); “*Yaşlıların Konuta İlişkin Tercihlerinin İncelenmesi*”; Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Bilim Uzmanlığı Tezi, Ankara.
- BONE, Paula F.(1991), “Identifying Mature Segments”; *The Journal of Consumer Marketing*, Vol:8, No:4,
- BÜYÜK LAROUSSE- SÖZLÜK VE ANSİKLOPEDİ. (1986), Interpress Basım ve Yayıncılık A.Ş., Baskı; Milliyet Gazetecilik, Cilt-3, İstanbul.
- COOPER, Philip D., MIAOULIS, G.(1988), “Altering Corporate Strategic Criteria to Reflect the Changing Environment: The role of Life Satisfaction and the Growing Senior Market” *California Management Review*; Fall.

- DSÖ BASIN BÜLTENİ (2002), “Kalkınma için Sağlıklı Yaşam Hayatidir, DSÖ'nün Yeni Politik Yol Haritası, Anahtarın Bulaşıcı Olmayan Hastalıklardan Ömür Boyu Korunma Olduğunu Söylüyor”. 9 Nisan 2002.
www.un.org.tr/who/bulten/turk/bul7bulasiciolmayanhastalik.htm/29.01.2004.
- DYCHTWARD, Maddy K.(1994), “Market place 2000: Riding The Wave of Population Change”; *Journal of Consumer Marketing*; Vol:14; No:4.
- ENGEL, James F., BLACKWELL, Roger D., MINIARD, Paul W.(1990),*Consumer Behavior*, Sixth Edition, The Dryden Press,
- GEÇTAN, E. (1984), *Çağdaş Yaşam ve Normal Dışı Davranışlar*; 3.Baskı; Maya Yayınları; Ankara
- GILLY, Mary C. ;ZEITHAML, Valarie A. (1985), “ The Elderly Consumers and Adaption of Technologies”; *Journal of Consumers Research*; Vol:12.
- HITSCLER, Pamela B.(1993), “Spending By Older Consumers: 1980 and 1990 Compared”; *Monthly Labor Review*; May.
- KOTLER, P. (1981); *Pazarlama Yönetimi*; (Çeviren: Yaman ERDAL) Bilimsel Yayınlar Derneği , 2.Baskı , Cilt-1, Ankara.
- LAUDAN, David L., DELLA BITTA, Albert J.(1988),*Consumer Behavior: Concepts and Applications*, Third Edition, Mc Grow, Hill, Book Company Inc.
- MOSCHIS, George P.; LEE, E., MATHUR, A. (1997), “Targeting The Mature Market: Opportunities and Challenges”; *Journal of Consumer Marketing*; Vol,14; No:4.
- SALOMON, Michael, R. (1992), *Consumer Behavior*; Ally and Bacon, A Division of Simon&Schuster,Inc.
- SCHEWE, Charles D., BALAZS, Anne L. (1992); “Role Transitions in Older Adults: A Marketing Opportunity”; *Psychology & Marketing*; Vol:9/2
- SCHIFFMAN, Leon G., KANUK, Leslie L.(1983), *Consumer Behavior*; Second Edition, Prentice Hall, Inc,
- SCHIFFMAN, Leon G., KANUK, Leslie L.(1987), *Consumer Behavior*; Third Edition; Prentice-Hall International, Inc.
- SCHNEIDMAN, D.(1988), “Older Consumers Adopt Baby-Boomer Buying Behavior “; *Marketing News*; Feb-15.
- TYNAN, C.(1990), “Marketing to The Older Consumer: A Qualitative Perspective”; *Management Decision*; 28/6.
- Türkiye ve Dünya 2010-2020 Küresel Bir Aktörün Doğuşu,
<http://www.mfa.gov.tr/turkce/gruph/hh/bolum1.htm/29.01.2004>
- WALFE, David B.(1997), “Older Markets and The New Marketing Paradigm”; *Journal of Consumer Marketing*; Vol:14; No:4
<http://arsiv.aksiyon.com.tr/arsiv/233/pages/dosyalar/dos3.html/29.01.2004>.

Parlamente ve Başkanlık Sistemlerinde Siyasi İktidar ve Bürokrasi İlişkileri ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme

Yrd. Doç. Dr. Muhittin TATAROĞLU

Muğla Üniversitesi, İ.İ.B.F., Kamu Yönetimi Bölümü, MUĞLA

ÖZET

Bazı istisnalar dışında bürokrasinin temel bir araç olarak asli değil, yardımcı nitelikte hizmet vermesi konusunda hemen hemen ortak bir görüş birliği vardır. Ancak siyasal sistemlerdeki farklılıklar, bürokrasilerin yapı, işleyiş ve rollerinde de farklılıklara neden olmaktadır. Bürokrasilerin siyasi iktidarla ilişkilerinin siyasal sistemlere göre farklılıklar göstermelerinin nedenlerinin incelenmesi gereklidir. Siyasi iktidarı kullanımında başkanlık sistemindeki gibi şahısların ön plana çıkması veya parlamente sistemlerde olduğu gibi kurumların ön plana çıkması, iktidarların bürokrasi ile ilişkilerinin belirlenmesinde önemli etken olmaktadır. Türkiye’de başkanlık sisteminin uygulanması tartışmaları hemen hiç gündemden düşmemektedir. Ancak bir ülkedeki başkanlık veya parlamente rejiminin değişmesi süreci, çok önemli ve karmaşık bir yapısal değişimi gerektirir ve sonuçların önceden kestirilmesi mümkün değildir. Özellikle siyasi iktidar ve bürokrasi ilişkileri açısından bu iki rejim incelendiğinde çok önemli temel ve karakteristik farklılıklar göstermektedir. Bu bakımdan başkanlık sistemi tartışmalarına mutlaka bilimsel zenginlik kazandırmak gereklidir.

Anahtar Kelimeler: başkanlık sistemi, parlamente sistem, demokrasi, bürokrasi.

The Relationship Between Political Authority And Bureaucracy In Parliamentary And Presidential Systems: An Analyses For Turkey

ABSTRACT

Exclusive of some exception it is rather approved that bureaucracy should function as a subordinate of political master. But differences of the political systems affects structure, function and role of the bureaucracy. It is necessary to research the relation between political power and bureaucracy. Foregrounding persons by presidency or foregrounding organizations (legislative) while using political power is the dominant factor that determine relationship between power and bureaucracy. The discussion of presidency system has been always kept currency in the Turkey, and in the search of effective and efficient government. But the transforming in the political system of a country necessitate great and structural alteration which can not possible to estimate of its results. When this to systems are criticized especially by considering the relationship – relations of the political power and bureaucracy, it is clear that there are crucial essential characteristic differences between them. For this point of view it is obvious that this discussions of presidency should be literally widened.

Keywords: presidential system, parliamentary system, democracy, bureaucracy.

Giriş

Siyasi iktidar ve bürokrasi ilişkilerinde bürokrasi yansız bir araç olarak idealize edilmektedir. Siyaset ve idareyi birbirinden ayıran görüşler, siyaseti karar verme, idareyi de uygulama mercii olarak tanımlar¹. Kurumsal olarak doğru

¹ Bürokrasi- siyaset ayrımında farklı yaklaşımlar da vardır. Bürokrasinin siyasiler tarafından belirlenen politikaları uygulamak görevini yükleyen yaklaşım yanında; (Berkman, 1975:16);

görünmekle birlikte yaşanan gerçeklerle bu durum uyuşmamaktadır. İdare ve siyaset çoğu kez iç içe geçmiş bir görünüm sergilemektedir.

Gerçekte bürokrasi tamamen siyasi iktidarın otoritesine bağlı değildir. Bürokratlar Şu ya da bu Şekilde siyasi kararları etkilemektedir. Bunun başlıca nedeni siyasi iktidarların aldığı kararları icra edebilmek için yürütme organına muhtaç olmasıdır.

Demokratik ülkelerde gelişmiş bürokratik örgütlerin bulunması zorunludur. Gelişmiş batı demokrasilerinde bürokrasiler modernleşen ve büyüyen toplumun ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla işlevsel ve kantitatif açıardan gelişmek durumunda kalmışlardır. Batılı demokrasilerde bürokrasinin siyasi iktidar ile ilişkileri görece sağlıklıdır ve bürokrasilerin büyük ve güçlü olmaları bürokratik egemenlik sonucunu doğurmamıştır. Demokratik rejimlerde siyasi iktidar ile bürokrasinin uyum halinde olması için çeşitli mekanizmalar geliştirilmiştir. Bunlar bürokrasinin siyasi iktidarın otoritesine daha bağımlı kullanması olabileceği gibi, siyasi kurumlar arasında rekabet halinde bir dengenin kurulması Şeklinde de olabilir.

Ülkelerin siyasal rejimlerinin farklı olması siyaset ve bürokrasi ilişkisinde de belirleyici olmaktadır. Bu ilişkinin anlaşılması, sorunlarının ve sağlıklı işleyiş biçimlerinin ortaya konması bakımlarından demokratik sistemlerde başlıca iki sistemin; başkanlık ve parlamenter sistemlerinin karşılaştırılmalı olarak incelenmesi önem taşımaktadır.

Demokratik ülkeler içinde başkanlık sisteminin en iyi kurumsallaştığı ülke ABD'dir. Başka başkanlık benzeri rejime sahip olan ülkeler ise uygun örnek olma niteliklerini taşımamaktadır. Çalışmada başkanlık sistemini benimsemiş ülkeler içinde sistemin en iyi işlediği ABD'ndeki yapı ve siyaset ve bürokrasi ilişkisi incelenecektir. Öte yandan demokratik parlamenter sistemlere örnek olarak Avrupa demokratik sistemleri uygun örnekler olarak ele alınabilir. Türkiye'de siyaset ve bürokrasi ilişkilerinin daha sağlıklı bir yapıya kavuşturulması arayışlarında karşılaştırmalı çalışmanın yapılması, oldukça önemli kazançlar sağlayacaktır.

Türkiye'de var olan parlamenter rejim, yürütmeye net ve tartışmasız bir iktidar vermemektedir. 1980 sonrasında yürütme organı güçlendirilmiş olmakla birlikte bu düzenleme bürokrasinin siyasi gücünü doğal sınırları geriletememiş ve yürütmenin iki başı arasındaki çatışmayı engelleyememiştir. Bunun yanında yürütme ile yasama organının ilişkilerinde de açıklık yoktur. Her zaman için yasama yürütme çatışması söz konusu olmasa da özellikle koalisyon hükümetleri esnasında, siyasal ve idari sorumluluğu bulanıklaştıracak bir işleyiş sunmaktadır. Bu durum da demokratik zeminde güçlü bir siyasi iktidar arayışlarını gündeme getirmektedir.

bürokrasinin işlevsel uzmanlığa sahip olması sebebiyle kural oluşturma yetkisine sahip olması gerektiğini savunan yaklaşım (Tortop, İspir, Aykaç, 1999:32-33) ve yönetilenleri keyfilikten korumak amacıyla bürokrasinin siyasiler karşısında özerk yetkilerle donanmasını öneren yaklaşımlardan bahsedilebilir (Günaydın, 2002:6; Eryılmaz, 2002:96).

I-Parlamentar Sistem ve Bürokrasi

Parlamentar sistemlerde iktidara gelen parti veya partiler, propagandalarında halka verdikleri vaatleri ve programlarında yer alan öncelikleri gerçekleştirmek için bürokrasiden yararlanırlar. Halka verilen sözlerin gerçekleştirilmesi önceliği, rasyonellik endişelerini bir derecede arka plana itebilir. Ancak yine de hükümetler, bürokratlardan yararlanırlar ve onların önerilerine kulak vererek karşılıklı etkileşime girerler.

A. Parlamentonun Bürokrasi ve Siyasi İktidar ile İlişkisi

Parlamentar sistemlerde yürütmenin başı olan hükümet seçimle belirlenen bir parlamentonun içinden çıkar. Hükümet, parlamentoya karşı sorumludur. Siyasi karar alma sürecinde parlamento hükümetin yasa taleplerini onaylar veya reddedebilir, bakanları denetler, bakanları ve hükümeti görevden alabilir. Parlamentonun kontrol yetkisi sadece hükümeti değil, aynı zamanda icra organlarını da kapsamaktadır. Kanun tasarı ve teklifleri parlamentonun onayına bağlıdır. Bununla birlikte yasaların ve siyasi programların uygulanması hükümetin siyasi sorumluluğu altında, bürokrasi örgütü tarafından gerçekleştirilir. Vatandaşlar kanun yapma süreçlerinin teknik detayları ve içerikleri hakkında pek bilgi sahibi değildir. Ayrıca kanunlarda kullanılan teknik terimler ve anlaşılması güç tanımlar da bu bilgisizliği arttırmaktadır. Parlamento kontrolü vatandaşların çıkarları için gerekli ve yaşamsaldır (Steffani, 1987: 36).

Temsili demokrasilerde temel mekanizma halkın istemlerinin toplumsal fayda da gözetilerek yerine getirilmesi şeklinde çalışır. Seçmenler kendilerini temsil edecek kişileri seçerler ve bu temsilciler vasıtasıyla istek ve talepler kamu politikaları ve yasal düzenlemeler haline gelir. İdare ile parlamento arasında düşünce farklılıkları varsa, demokrasi ile bürokrasi arasında bir çatışma çıkması kaçınılmazdır. Esasen bürokrasi doğası gereği iktidar gücüne nüfuz etme ve ele geçirme eğilimindedir.

Hükümet etmenin anlamı, bir hedefe ulaşmak için gerekli siyasi kararları alma sürecidir. Önce genel tercihler belirlenir ve özel konularda siyasi talimatlar verilir. Siyasi kararların alınması ve uygulanması bakımından çifte sorumluluk vardır. Bunlardan ilki, hükümetin kendi politikaları ve verdiği kararlardan doğan sorumluluğudur. İkincisi de, ona bağlı olan bürokrasinin kararlarından ve eylemlerinden doğan sorumluluktur.

Parlamentar demokrasilerde önemli bir konu da hükümetin, sorumlu ve temsil kabiliyetine sahip olmasıdır. Sorumlu bir hükümetin iktidara gelmesi, icraatleri ve iktidardan gitmesi, hukuk devleti ve demokrasi şartlarına uygun ise varlığı ve yaptıkları meşruiyet taşır. Demokrasinin temel şartı, yasama işlevini yürüten parlamentonun seçimle belirlenmesidir. Eğer iki kısımlı bir parlamento yapısı var ise, en azından bir kısmının seçimle belirlenmiş olması ve kanun yapma işlevinin seçimle belirlenmiş bu organ tarafından gerçekleştirilmesi gerekir. İcranın başı olarak hükümet de hukuki ve siyasi olarak parlamentoya karşı sorumlu tutulabiliyorsa, bürokrasi üzerinde parlamento denetimi gerçekleşir. Demokratik meşruiyet de böylece sağlanmış olur.

Hükümetlerin sorumlulukları açısından bakıldığında parlamenter ve başkanlık sistemleri farklılıklar göstermektedir. Her iki sistemde de hükümetler kanunları parlamentodan geçirmek zorundadır. Ancak parlamenter sistemde parlamento çeşitli nedenlerle hükümeti iktidardan düşürme yetkisine sahiptir. Oysa başkanlık sisteminde başkan ve parlamento ayrı ayrı sadece seçmenlere karşı siyasi sorumluluk taşımaktadır ve birbirlerini fesih veya görevden alma gibi yetkileri yoktur.

Avrupa parlamenter demokrasilerinde siyaset ve bürokrasi ilişkisi, parlamentonun bürokrasiye müdahale etme gücünün zayıf olması sebebiyle daha çok siyasi iktidar ile bürokrasi arasındaki ilişki olarak gelişmektedir. ABD'deki kadar olmasa da parlamenter rejimlerde iktidara gelen partiler nispeten daha az sayıda siyasi atama yaparlar. Örneğin Almanya'da siyaset ile bürokrasi arasındaki ilişkilerin belirleyici ve kurumsallaşmış görünümü bazı önemli bürokratik pozisyonların "siyasi memurluk (politische beamte) olarak ortaya çıkmıştır². Bu bürokratik mevkiler siyasi olarak nitelenmiş ve iktidar değişikliklerinde bu mevkilere yeni gelen hükümetin kendi seçtiği bürokratları ataması normal; hatta kural kabul etmiştir. Ancak bu durum patronaj sisteminin olduğu anlamına da gelmemektedir. Avrupa parlamenter rejimlerinde bu tür uygulamalar çok dar ve sınırlıdır ve bu yolla bürokrasiye etki etme ve denetim altına alma imkanı yoktur. Kural olarak parlamenter rejimlerde liyakat sistemi uygulanır. Başkanlık sisteminden farklı olarak siyasi iktidara karşı daha fazla güvenceye sahiptirler. Örneğin, İngiltere'de terfi mekanizması az çok otomatik olarak işlemektedir ve bürokratlar emeklilik çağının başlayacağı yaşa kadar görevde kalacağını bilir (Çevikbaş, 1992:163).

B- Parlamenter Sistemde Siyasi İktidar ve Bürokrasi İlişkisi

Parlamenter rejim, hemen tüm siyasi otoriteyi başbakana ve çoğunluğu oluşturan partiden (veya çoğunluğu oluşturan koalisyon partilerinden) seçilen bakanlar kuruluna vermiştir. Parlamenter rejimde başbakan ve bakanlar kurullarından gelen tasarılar kural olarak yasalaşır. Yasama meclisinde çoğunluk iktidar taraftarı olduğu için başbakana ancak siyasal amaçlarını tehlikeye attığı zaman karşı çıkabilir. Başbakana karşı çıkmak, iktidar partisi mensubu parlamenter için oldukça büyük siyasi riskler getirmektedir. Parlamentonun yürütmeyi denetleme konusunda pek çok yazılı yetkiye ve mekanizmaya sahip olmasına rağmen, reel açıdan ve göreceli olarak başkanlık sisteminden çok daha az yetkiye sahiptir. Parlamento üyeleri bürokratik kurumların baş yöneticilerine sorular sorabilirler, ancak bürokrasinin bilgi saklama yöntemlerine başvurması ve başbakanın karşı gelmesi durumunda denetleme mekanizmalarından elle tutulur sonuçlar elde edilemez.

İngiltere iktidar ve bürokrasi ilişkileri açısından istikrarlı bir görünüm sergilemekle birlikte, Avrupa demokrasilerinde oldukça karmaşık bir görünüm

² Almanya'da siyasi memurluk (politische beamte) uygulaması bu mevkilere hükümetin güvenini kazanmış memurların atanması yoluyla olur. Bu makamlara yapılan atama şekli, bu makamın hükümet programlarının yürütülmesinde politik nitelikli olduğunu gösterir. Ancak bu uygulama Almanya'da siyasi iktidar-bürokrasi ilişkilerini karakterize edebilmekten uzaktır (Rowat, 1988).

vardır³. Özellikle Almanya’da başbakanın partisi genellikle parlamentoda mutlak çoğunluğa sahip değildir ve koalisyon partilerinin desteğiyle iktidarda kalabilirler. İtalya’da ise koalisyonlar oldukça değişkendir. Bir partinin koalisyondan ayrılmasıyla, seçime gidilmeden de yeni bir başbakan atanabilmektedir. Fransa’da ise doğrudan seçimle işbaşına gelen başkanın yanında geleneksel parlamenter sistem yer almakta, başkan ve başbakanın ayrı partilerden geldiği durumlara da rastlanmaktadır. Ancak bu durumlara rağmen politika belirleme ve uygulama yetkisi yürütmenin elinde bulunmaktadır.

Parlamenter rejim incelemelerinde yürütmenin siyasi ve idari olmak üzere iki basit kesimden oluştuğu ayrımı geleneksel olarak kabul görmüştür. Bu ayrım, kararları alanların siyasiler; kararları uygulayanların da bürokratlar olduğunu içerir. Weberyen teoride bürokratların tarafsız kariyer bürokratları oldukları varsayılır (Peters, 1995:172). Her ikisi de kamu görevlisi olan seçilmiş siyasilerle atanmış bürokratların davranış ve motivasyonları farklıdır ve güç mücadelesine odaklanmışlardır. Bürokrasinin kamuya adanmışlığı sürekli olarak sorgulandığından, seçilmiş siyasilerin kamu çıkarlarını daha iyi temsil etmekte olduğu varsayılır (Niskanen, 1971: 92).

Avrupa parlamenter rejimlerinde politikacı–bürokrat ilişkilerini inceleyen bazı modeller geliştirilmiştir (Heclo ve Wildavsky, 1974; Peters, 2001). Bunlardan ilki olan “köy hayatı” (village life) modeli, bürokrat ve siyasileri tek bir devlet elitinin iki parçası olarak varsayar ve bunların birbirleriyle siyaset ve güç mücadelesine girmemelerini öğütler. Devlete ve halka hizmet, ortak amaç ve niyetiyle bu iki grup bir bütünün iki parçası olarak görülür. Fransa ve Almanya bu iki grubun icrai elit olarak birleştikleri ülkelere örnek oluşur. Her iki ülkede de pek çok bürokrat, parlamenter veya bakan olur (Almanya’da Bundestag’ın yaklaşık yarısı bürokrat kökenlilerden oluşur). Böylece kariyer bürokratlar ile merkezi hükümet kurumları arasında çapraz bir ilişki vardır.

Diğer model ise “işlevsel köy hayatı”dır (functional village life). Bu modelde kamu hizmetlerinde ve bürokratların çalışma alanlarındaki farklılıkları göz önüne alarak bazı gruplamalara gidilir. Böylece devletin üst kısmında yine aynı amaca yönelik oluşan bir yürütme ortaya çıkar. Böylece siyasetçi ve bürokrat arasındaki ortak benzerliklere ve farklılıklara dair varsayımlara ulaşılır. Bürokrasiler profesyonelleştikçe bu işlevsel ilişki daha önemli hale gelmekte ve teknik olarak daha karmaşıklaşmaktadır. Her bir siyasi alan içindeki aktörler birbirleriyle ilişkilerinde farklı dil ve metodoloji geliştirecek ve böylece dışarıdakilerin etkin katılımı engellenebilecektir. “işlevsel köy yaşamı” modeli, bürokratları ve siyasileri birleştirmesiyle Kıt’a Avrupa parlamenter sistemlerine uygun görünse de başkanlık sisteminde de gözlemlenebilir.

³ Çalışma kapsamında farklı yapılarıdaki parlamentolar kapsamın genişlememesi için ayrıntılı incelenmemiştir. Bununla birlikte parlamenter rejimler arasındaki farklılıkları konu edinen çalışmalar yapılmıştır. Örneğin Lijphart, iktidardaki partinin tek mi ya da koalisyon mu olduğunu kıstas olarak “majoritarian” veya “consensual” ayrımı yapmış; Richardson ise siyasa yapma biçimlerine göre sınıflandırma yoluna gitmiştir. (Bkz: Lijphart, 1984; 1989; Richardson, 1982)

Siyasi iktidar ve bürokrasi ilişkileri açısından parlamenter sistemlere bakıldığında parlamentoların bürokrasi üzerindeki nüfuz ve etkilerinin görece daha az olduğu söylenebilir. Bunun başlıca nedeni parlamentodan çıkan yürütmenin parlamentonun gücünü gölgelemesidir. Güçlü bir yürütme organı söz konusu ise bu, bürokrasinin seçilmişlerin daha çok denetimine girmesi anlamına gelir. Eğer hükümet zayıf ise veya sorunlu koalisyon hükümetinden oluşuyorsa, bürokrasi daha fazla denetimden kaçınma imkanına sahip olur.

Ancak parlamenter rejimlerde gözlenen gelişme, süreç içinde yürütmenin gittikçe daha fazla güçlenmesidir. Siyasi iktidarlar, yürütme işlemlerinin daha hızlı etkin ve verimli yapılması ihtiyacına uygun olarak parlamentolara karşı daha fazla siyasi güç elde etmektedirler. Bu şekilde daha hızlı ve etkin hükümet etme imkanı doğmaktadır. Parlamentoların yasama faaliyetleri bakımından inisiyatifleri zayıflamakta; yürütme organlarının ise düzenleme alanları genişlemektedir. Parlamentolar süreç içinde güçlerini yitirmekte ve onay makamı haline gelmektedir. Bu durum, yasama devletinden, idare devletine geçiş olarak da değerlendirilmektedir (Kuzu, 1996:57). Bu gelişim süreci parlamenter sistemlerin başkanlık sistemi karşısında belirgin ve ayırd edici özelliklerinin aşınmasını da ifade eder.

II-Başkanlık Sisteminde Siyasi İktidar ve Bürokrasi İlişkileri

Başkanlık sisteminde başkan halkın oyuyla seçilir ve yürütme gücünü elinde tutar. Yasama organı ve başkan seçimleri ayrı ayrı yapılır. Yasama organının hükümeti belirleme imkanı yoktur. Genel seçimlerle belirlenen başkan, kendi kabinesini ve ekibini kurar. Yürütme gücü başkanın şahsında toplanmıştır (Çam, 1993:105). Ne başkan, ne de bakanları yasama organından direktif alma durumunda değildir (Gözler, 2004: 92). Başkan kendisine verilen yetki ve sorumluluğu gerektiği gibi yürütebilmek için güçlü bir organizasyona sahiptir. Başkanın belirlediği kabinenin siyasa yapma yetkisi yoktur; bakanlar (veya denkleri) başkanın dileklerine uygun davranmak zorundadır. Bakanların görevlendirilmelerinde veya görevden alınmalarında başkan yetkilidir başkan kendi kabinesi ve ekibini belirlerken kendi görüşlerini benimsemiş kişileri seçer.

Yasama organının iktidarı belirleme yetkisi yoktur. Bunun gibi başkan görevden alma yetkisi de yoktur. Asli görevi olan yasama faaliyetlerinin yanında yürütmeyi denetlemeye yönelik – atamaları onaylama, kamu kurumlarının faaliyetlerini denetleme vb.- yetkilere de sahiptir. Başkanlık sisteminde yasama organı ile başkanın yetkileri ve görevleri birbirinden ayrı olarak tespit edildiğinden bu sistemde daha belirgin bir güçler ayrımı gözlemlenmektedir.

Günümüzde başkanlık sistemine en iyi örnek ABD'dir. Başkanlık sisteminde iktidar tek kişi etrafında toplanmıştır. Amerikan başkanlık sistemi iyi işleyen demokratik bir sistem olmasının yanında, diğer başkanlık benzeri sistemlerle (Latin Amerika ülkeleri) aynı kategoriye konmasında sakınca yaratacak ölçüde kendine özgü özelliklere de sahiptir.

A- ABD Bürokrasisinin Farklı Yapısı.

Amerika Birleşik Devletleri kurulduktan sonra yaklaşık 150 yıl süreyle bürokrasi olgusuyla tanışmadı. Sivil bürokratların sayıları, federalist periyodun bitiminde sadece 300 kişi, 1881 yılına gelindiğinde 95.000; 1925 yılında ise 500.000 kişi civarında olmuştur Wilson, 1987:393-5). ABD’de bürokrasi bu süreç boyunca iktidar mücadelesine girecek sayı ve güce ulaşmamıştır.

Amerika’nın kurucuları, yeni devlette yürütme organının doğası ve işlevlerinin nasıl olması gerektiğine fazla önem vermemişlerdir. Bu konuların Kongre, yani seçilmişlerin oluşturduğu meclis tarafından kararlaştırılmasını yeğlemişlerdir. Kongre ise bakanlıkların başına gelecek kişilerin seçimle gelmesi dışında bir hassasiyet göstermemiştir. ABD’nin ilk dönemlerinde kariyer sistemine gerek duyulmadan, kamu yönetiminin herkesin yapabileceği basit bir görev olduğu kabul edilmiş ve böylece personel rejimi, ilkel ve politize olmuş bir sistem özelliğine bürünmüştür. Bu sistem, kariyer ve eğitime önem vermeyen açık bir sistem niteliğindedir.

ABD’nin kuruluşunu takip eden dönemde idari kısımlarda çalışanların sayıları oldukça sınırlıydı. 1801 yılına kadar Savunma Bakanlığında görevli memur sayısı ancak 80 kişi civarındaydı. Sadece vergi toplama, kamu borçlanmalarını yönetme, merkez bankasını yönetme, ordunun mühimmatını temin etme gibi temel görevlere sahip olan hazine bakanlığının özel bir yeri vardı. Hazine bakanlığının bu önemli işlevleri sebebiyle, Kongre bu kurumun yapısı ve faaliyetleri ile oldukça yakından ilgilenmekteydi (Wilson, 385).

Amerika’da bürokratik kurumların ve bürokratların sayıları 20. yüzyılın başlarına kadar oldukça yavaş bir artış gösterdi. Ancak I. Dünya Savaşı, 1929 Büyük Buhranı ve II. Dünya Savaşı gibi olaylar, bürokrat sayısında büyük artışlara yol açtı. Daha sonraki dönemde kamu hizmeti anlayışının gelişmesi, bürokrasi sayısının artmasında önemli etken olmuştur.

Amerika’da kamu bürokrasisinin önemsenmemesi, yağma sistemi gibi bir geçmişe sahip olmasına rağmen Dünyanın süper gücü olma derecesine nasıl geldiği konusunda farklı izah biçimleri geliştirmek mümkündür. Amerikan bürokrasisinin siyasi iktidar ile olan ilişkilerine bakıldığında özellikle “spoil sistem” sebebiyle, siyasi iktidara karşı büyük ölçüde güçsüz olduğunu söylemek mümkündür. Diğer çevresel unsurlarla birlikte bürokrasinin kısıtlayıcı, engelleyici, ve kaynakları tüketici yönde gücüne maruz kalmayan Amerikan siyasilerinin enerjilerini rahatça ülkenin gelişmesine odaklayabilme imkanı bulduklarını söylemek mümkün görünmektedir.

B- ABD’de Bürokrasinin Kontrolü

ABD’de siyasi iktidar-bürokrasi ilişkilerinde karakteristik özelliğini veren “spoil sistem”, uygulanmaya çok daha önceden başlamakla birlikte ilk defa 1831 yılında bir senato konuşmasında senatör William Marcy seslendirmiştir (Merikovsky, 1971:172). Marcy, bu konuşmasında politikacıların seçim zaferlerini meyvelerini toplamalarının ve düşman ganimetlerinin galibin olmasının sakıncası olmadığını ve kaybedenlerin de memuriyetten ayrılmasının doğal karşılanması gerektiğini savunmuştur.

Gerçekten de spoil sistem, siyasi iktidara bürokrasi karşısında hatırı sayılır bir güç sağlamaktadır. Lenin dahi spoil sistemin bürokratik egemenliğe karşı devleti koruduğu düşüncesindedir. Spoil sistem, siyasi liderlerle, yerinden oynatılmayan memurlar arasındaki evrensel çatışmada bürokrasinin olması gereken yerde; siyasi iktidarın emrinde tutulmasında yardımcı olmaktadır. Spoil sistemle hükümetin eline öyle bir idare cihazı teslim edilmektedir ki, bu cihazın her parçası siyasi liderlerin tayin ettiği politikaların gerçekleşmesine bütün imkanlarıyla katılmaktadır (Merikovsky,1971: 173).

Ancak yağma sistemin uygulanmasında ortaya çıkan olumsuzluklar üzerine zaman içerisinde “merit sistem”e geçilmiştir. Bununla birlikte yeni sistem, eski alışkanlıkları tamamen ortadan kaldırmamıştır. Günümüzde spoil sistem uygulamasında iktidar değişiminde memurların yaklaşık %01’i istifa etmek zorundadır (Ingraham, 1995:34)

ABD’de günümüze değin süregelen son değişiklik, 1920’li yıllarda gerçekleşmiştir. Bu dönemde işe alma bazı kurallara bağlanmış ve kamu yönetimi sınırlandırılmıştır. Bakanlıklar, eyaletler ve mahalli idareler kendilerine özgü personelle ilgili kurallar koymuşlardır. Bundan sonraki bir dizi idari reform çalışmalarıyla liyakat sistemi benimsenerek günümüze kadar işlevini sürdürmüştür.

Kamu yönetiminin İngiltere gibi liyakat esasına dayandırılma girişimleri de olmuştur. Hatta kamu yöneticilerinin siyasi mücadelelere karışmaları bazı kanunlarla (1939-40, Hatch kanunları) önlenmek istenmiştir (Eccles,1981). Ancak ABD’de tam anlamıyla İngiltere’deki sistem kurulamamıştır.

ABD’de yürürlükte olan sisteme göre iki tür kamu görevlisi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi sınıflandırılmış ya da sürekli görevlerdir ve bunlara liyakat ilkesi uygulanır. Bu görevlerdeki kişilerin atamalarında, işe devam etmelerinde ve yükselmelerinde siyaset rol oynamaz. ABD’deki ikinci tür kamu görevlileri ise, sınıflandırma dışı tutulmuş olan istisnai görevliler olup, politika belirlenmesinde yardımcı olan ve genellikle güven pozisyonlarından oluşan ve dolayısıyla siyasal tercihli atamalara konu olan kamu üst düzey yöneticileridir. Ancak yine de ABD sistemi siyasi pozisyonlarla kariyer pozisyonları arasındaki ayırımı açık seçik olarak belirleyememiştir (Van Riper, 1958:11,14).

Kamu görevlilerinin siyasi faaliyetlere katılması da ABD sisteminde sınırlandırılmıştır. Memuriyetle parlamento üyeliğinin bağdaşmayacağı kuralının yanında, partiye üye olmak, seçim kampanyalarına katılmak, siyasi amaçlar için yardım toplamak, siyasi toplantılara aktif olarak katılmak ve belirli bir siyasi partiyi destekleyen beyanlarda bulunmak yasaklanmıştır. Ancak seçimlerde oy vermek, aktif katılma anlamına gelmeyecek ölçüde siyasi kanaatleri açıklamak ve siyasi partilere gönüllü olarak mali yardımda ulunmak serbest bırakılmıştır (Merikovsky,1971:40).

ABD’de bürokrasinin siyasi iktidar tarafından kontrol altında tutulması düşüncesi oldukça yerleşmiş bir düşüncedir. Bu yüzden bürokrasinin kontrolü hep önemini korumuştur. Kontrol eksikliğinin bürokratik bir hükümet biçimi doğuracağı endişesi yaygın bir kabul görmektedir. Siyasi iktidarın bürokrasi

üzerinde denetiminin olmadığı anda bürokrasi, Kongre ve başkanın direktiflerini göz ardı edecek ve kendi iktidarının normları dışında herhangi bir şeye karşı sorumluluk duymayacaktır. Vatandaşlar da hizmet edilecek efendiler değil, yönetilecek “nesnelere” haline dönüşecektir (Kenneth, 1992:226).

1-Kongre kontrolü

Genel olarak kongrenin gücü incelendiğinde ABD'nin ilk dönemlerinde siyasi açıdan başkana karşı daha güçlü olduğu gözlemlenir. 1930'lu yıllara kadar Kongre, en etkili kurumdu. “New Deal” a kadar başkanın gücü Kongreyle rekabet etmekten uzaktı. New Deal ile birlikte başkanın gücü Kongre'yle rekabet edebilecek konuma ulaştı. Bu dönemden sonra Kongre, bürokrasiyi kontrol etmenin faydalı olacağını gördü ve gittikçe daha etkin denetim mekanizmaları geliştirdi (Rosenbloom, 1997:168).

Bürokrasi üzerinde Kongre kontrolü öncelikle bürokratik kurumların halka karşı daha fazla sorumlu tutulması doğrultusunda şekillenmiştir (Huber, Shipan ve Pahler, 1998: 14). Yasama faaliyetleri, bütçeler, veto ve informel ilişkiler, bürokrasiyi halka ve halkın temsil ettiği kurum olan Kongre'ye karşı sorumlu tutmak düşüncesiyle düzenlenmiştir. Kongre'nin kontrol yöntemlerinin tümü, siyasi hedeflere ulaşmak amacıyla bürokrasiyi maksimum derecede kullanmak yolunda düzenlenmiştir (Tosun ve Tosun, 1999: 69). İlginç olarak çoğu durumda da yasamaya karşı sorumluluğun sağlanması bürokrasinin teknik yeterliliğinden daha fazla önem taşımıştır (Kenneth, 1992: 227).

Kongre'nin bürokrasi üzerindeki kontrolü üç anlama gelir: ilk olarak Kongre bürokrasiyi kendi uzantısı bir organ olarak görmektedir. Kongre'ye göre işin asıl sahibi kendisidir. Bürokrasi ise bu işleri yapan “agenta”dır. İkinci olarak bürokrasinin bir hata veya yanlış eylem yaptığından haberdar olduğunda müdahale etme hakkına sahiptir. Üçüncü olarak bürokrasinin içinde eylemlerini yaptığı yapısal koşulları Kongre yasama faaliyetleriyle yaratır ve devam ettirir (McCubbins ve Schwartz, 1984: 164-179).

Kongre'nin bürokrasiyi kontrol yetkisine sahip olmasının yanında onun daha rasyonel çalışması doğrultusunda yasama faaliyetlerine de girmiştir. Örneğin 1946 tarihli İdari Prosedür Kanunu (Administrative Procedure Act), yürütme organının karar alma ve uygulama süreçlerini düzenlemektedir (Rosenbloom, 1997: 171). Bu kanunla Kongre gerekli gördüğü pek çok yasama yetkisini bürokrasiye devretme imkanı bulmuştur. Kongre esasen bürokrasinin eylemlerini en ince ayrıntısına kadar denetim altında tutma veya inceleme eğiliminde değildir. Kongre, bünyesinde oluşturduğu komite ve alt komitelerle bürokratik örgütlerin etkin bir biçimde izlenmesini amaçlamıştır.

Bürokrasinin Kongre tarafından kontrolü, ilk olarak bürokratik gücün denetim altına alınmasını hedeflemiştir. Kongre, ulusal temsil kurumu olarak kurulduğundan, Kongre'nin kontrolü, bürokrasiyi Amerikan halkına karşı sorumlu tutmak gayesindedir. Yasama organının idari faaliyetleri denetlediği bazı alanlar şunlardır: Birincisi, bürokrasinin faaliyetlerini kısıtlayan, süreçlerini tanımlayan, görevlerini ve sorumluluğunu sınırlayan hükümet faaliyetleridir. İkincisi, parlamentonun mali ve personel kaynaklarının tahsisi sürecindeki

kontrolüdür. Bürokrasi kendisine ayrılan kaynaklar dahilinde harcama yapma yetkisine sahiptir. Eğer parlamento imkan sağlamazsa, kaynaklar olmadan bürokrasinin işlemesi zordur. Üçüncüsü, Federal düzeyde yasama organının resmi olmayan veto etme yetkisidir. Kongre, bürokrasiyi kontrol etmek amacıyla hala bu yöntemi kullanmaktadır (Randall ve Grace, 1991: 15).

ABD’de siyasi iktidar–bürokrasi ilişkilerinde önemli bir durum da, “courtesy institution” veya “mutual courtesy” adı verilen uygulamadır. Buna göre başkanın Kongre’nin onayını gerektiren atamaların görüşülmesi sırasında senatörlerin herhangi birisi, bu tür atamaları açıkça “uygun bulmadığını” söylemek suretiyle hükümsüz kılabilir. Bu davranışını hiçbir gerekçeye de dayandırmak zorunda da değildir. Dayanağı diğer senatörlerin göstereceği muvafaktır. Bu uygulama uzun süreli bir geleneğe sahiptir ve bazı atamalar bu yolla engellenir (Merikovsky, 1971: 73). Bu yöntemlerin üçünün ortak tarafı, Kongre’nin onayını gerektirmesidir. Son iki yöntem ise bilgi toplamak amacıyla kullanılır. Ancak diğer üç müeyyidenin kullanılma olasılığı devamlı yedekte beklemektedir. Dördüncü bir yol da yasamanın bürokrasinin idari işlevlerini denetlemesidir. Temsilciler, kanun yapma ve kaynak tahsisi süreçlerinde önlerine gelen bilgiler yoluyla bürokratik faaliyetleri inceleme imkanlarına sahip olurlar.

Kongre hiçbir zaman kendi “acenta”sına (bürokrasiye) tamamen egemen bir patron durumunda değildir. Zaman zaman, bürokrasi duyarsızlık ve aşırıya gitmekle itham edilebilecek kadar serbestiye sahiptir. Bununla birlikte bir bürokratik kurum Kongre içindeki bölümlerden birinin görüşüne muhalif; diğer görüşe yandaş olabilir veya Kongre ile Beyaz Saray arasında bir tarafın hoşuna gitmeyecek davranışlara gidebilir. Ancak bu durum ne bürokrasinin siyasi kontrolden kaçabildiğini ne de politikaya karşı bağışık olduğunu gösterir (Wilson, 1996). Amerikan bürokrasisi sorumlu olduğu siyasi kurumlar arasında bazılarını memnun etmeyecek eylemler yapabilir ancak dış taleplere karşı koyması pek olası değildir.

Başkanlık rejiminde yasama organının bürokrasiyi denetleme gücü parlamenter sistemlere nazaran daha somut ve daha fazladır. Parlamenter rejimlerde parlamento başbakanın izni olmadan fiili olarak herhangi bir yasal düzenleme yapamaz veya bütçe değiştiremez. Bunları yapsa bile başbakanın itirazlarına rağmen yapabilir ki bu da hükümetin zayıflamasına yol açar. Ancak başkanlık sisteminde yasama organı başkana danışmadan, bağımsızca bu tür düzenlemelere gidebilir ve bu durum en azından sistemin işleyişini etkilemez.

Bununla birlikte Kongre bürokrasi üzerinde sonsuz kontrol yetkisine sahip değildir. Hatta zaman içerisinde Kongre’nin bu gücünde azalma olmuştur. Kongre’nin bürokrasiyi etkileyen eylemler konusundaki yetkilerinin çoğunu devrettiği gözlenmektedir. Yasama organının yetkilerini devretmesinin bir nedeni de yetki ile beraber gelen sorumluluktan da kurtulma isteği olarak açıklanmaktadır (Weaver, 1988:76).

2-Başkanlık Kontrolü

ABD’de başkanlık denetimi, bürokrasinin eylemlerini, seçilmiş başkanın makamı vasıtasıyla halka karşı sorumlu tutmaktır. Başkanlık, bütçe, reorganizasyonu, kumanda gücü, liderlik vb uygulamalarla, bürokrasiyi başkanın denetimi altına alma veya bürokrasiyi bu isteklerin yerine getirilmesi için motive etmek amacını güder. Fayda-maliyet analizleri veya rasyonelleşmiş bütçe sistemleri olarak reformların yapılması, bürokratik yeteneği artırma teknikleri olarak sunulmasına rağmen, özünde başkanlık kontrolünün artırılmasına yardım eder (The Constitution, 2004, Art. 1)

Anayasal olarak başkanın yetkisi, yasaların sadakatle uygulanmasını sağlama görevinden kaynaklanmaktadır (The Constitution, 2004, Art 2). Anayasal olarak başkan bürokrasi üzerinde son derecede sınırlı yetkilere sahip görünmektedir. Anayasa metni başkanın kendisine ait iki içsel idari yetki tanımıştır. Bunlar a- Başkanın kamu kurumlarındaki üst düzey memurlardan, sadece onların emri altındaki memurların görevleriyle ilgili konularda yazılı fikirlerini isteyebilmesi; b- başkanın sadece Senatonun tatilde veya ara tatilde olduğu zamanlarda ve tahsisat komisyonlarının süresi sona erdiğinde münhal bütün gücü kendisi kullanabilmedir⁴.

Anayasal olarak böyle bir görünüm olmasına rağmen ABD sistemi başkanın görece daha güçlü olduğu bir sistem olarak işlemektedir⁵. Sistemin başkan merkezli olması belli bir zaman süreci içinde gerçekleşmiştir. Özellikle 1930’lardan sonra başkanın yetkileri artmaya başlamıştır. 1921’den önce yürütme bütçesi bile mevcut olmamıştır. 1939 yılına kadar Bütçe Dairesi, Beyaz Saray’a değil; Hazine bakanlığına bağlı kalmıştır. Roosevelt başkanlığına kadar Beyaz Saray personeli dahi yoktur. Başkan Roosevelt dönemindeki kendisine bağlı Bütçe Dairesi, Başkan Nixon zamanında Federal Bütçe Dairesi’ne dönüştü. Başkan 1962’de bilimsel konularda tavsiyeler almak için Teknoloji Değerlendirme Dairesini oluşturdu. 1963 yılında ticari ilişkiler ve görüşmeler için özel bir temsilcilik kurdu. Başkan Roosevelt döneminde altı kişiden oluşan başlayan Beyaz Saray personeli Başkan Reagan döneminde onbeşbin kişiye ulaştı (Ornstein, 1984: 87).

Bürokrasi üzerindeki başkanlık kontrolünün düğüm noktası, onun idaresinde yer alan bütün bürokratik eylemlerden sorumlu tutulmasıdır. Seçilmiş başkanın kamu bürokrasisinin tümüne egemen olması iradesi açıkça ortaya konmuş olsa da başkanlığın bürokratik direnç ve etkinsizliğine karşı mücadelesini yetersiz kaldığı eleştirilerine maruz kalabilmektedir. Günümüz ABD başkanları, kendi başkanlık alanlarına giren bütün bürokratik hareketler, işlem ve eylemler üzerinde yetkili değildir. Onların bürokrasiyi daha fazla denetim altına alma ve

⁴ Amerikan Anayasası md. 2, paragraf 2. bununla birlikte anayasal açıdan Kongre başkana göre daha yetkili görünmektedir. Örneğin bütçe konusunda açıkça yetkili kılınmıştır. “Kanunla tahsis edilmedikçe hazineden hiçbir harcama yapılamaz”. Md 1, paragraf 9.

⁵ ABD’de başkanın güçlenmesi süreci Kongre ve diğer kurumlarla mücadele neticesinde olmuştur. Bu süreçte başkanın kazandığı her yetki için Kongre de benzer yetkiler kazanmıştır. Senatör Daniel Patrick Moynihan bu durumu “rekabetin demir yasası” olarak adlandırmıştır (Moynihan, 1980: 117)

verimli hale getirme çabaları, azalarak da olsa devam etme eğilimindedir (Merikovsky, 1971: 232).

ABD başkanları, bütün silahları ve kaynaklarıyla bürokrasiyi kontrol etme ihtiyacındadır. Özellikle Carter ve Reagan dönemlerinde ve sonrasında başkanların bürokrasiyi kontrol edemediklerini iddia etmek pek gerçekçi değildir (Dan Wood ve Waterman, 1991: 801-828). Başkan Carter, bürokrasinin pek çok alanında önemli değişiklikler yapmıştır. Carter, Reagan döneminde de devam eden yoğun bir ulusal savunma ve yeniden yapılanma çabalarına girişmiştir. Carter'ın en büyük başarısı, düzenli kamu politikaları oluşturmak olmuştur. Bu faaliyet iki yönlü gerçekleşmiştir: ilkinde endüstride fiyatlar ve diğer konularda düzensiz olan bir çok konu düzenli hale getirilmiştir. Finansal kuruluşlar, kara nakliyatı, demiryolları, havayolları, savunma ve enerji programları önemli ölçüde düzenlenmiştir. İkinci olarak da sağlık, sosyal güvenlik konularında çarpıcı düzenlemeler yapılmıştır (Kenneth, 1992: 232).

Başkan Reagan, bürokrasiyi kendi istediği biçimde yönlendirmek konusunda Carter'dan daha başarılı olmuştur. 'Yıldız Savaşları'nın savunma politikasındaki odak noktası olması ve silahsızlanma görüşmelerinde silahsızlanmanın ne anlama geldiğinin açıkça belirlenmesi bunlara örnek oluşturmaktadır. Sağlık ve sosyal güvenlik alanlarındaki düzenlemeler 1970 yılından beri sıkıntıda olan sanayi kesiminin vergi yükünün azalmasıyla nefes alma imkanı sağlamıştır. Reagan ve Carter, bürokrasiyi mümkün olan en kolay şekilde kontrol ettiler. Bürokratik örgütlerin başına kendi felsefelerini benimsemiş memurları atıyorlardı ve onların aldıkları siyasi kararları destekliyorlardı. Reagan, bu atamalarda bütçedeki gücünü kullanarak daha da büyük etkinlik sağladı (Kenneth, 1992: 232).

1978 yılında Carter döneminde gerçekleştirilen "Kamu Hizmetleri Reform Kanunu", başkan Reagan'a büyük bir kontrol imkanı sağladı (Ingraham ve Ban, 1984: 21). Bu düzenlemeye göre başkan, kendisine direnen bürokratları 120 gün sonra başka bir yere nakledebiliyordu. Bunun yanında sivil memurlara performans notu vermek yoluyla siyasi atamalar kontrol edilebiliyordu.

Carter ve Reagan dönemini gözlemleyen James Pfiffner, bürokratların Reagan döneminde daha fazla işbirliği eğiliminde olduklarını belirtmektedir (Pfiffner, 1987: 57-65). Ancak böylesi durumlarda, siyasi atamalarda hükümet tecrübesi az olan memurlara güvenmek, pek akılcı bir davranış biçimi değildir. Kamu hizmetlerinde Reform Kanunu, memurların iyi performans-kötü performans farkını bilecek kadar hükümet tecrübesine sahip olmalarıyla tamamlanmıştır. Bu tür önlemler alındığında, bazı sorunlu bürokratların disipline edilmesi de sağlanarak bütün siyasi nitelikli atamaların kontrol altına alınması sağlanabilir.

ABD'de başkanlık kontrolünün sağlanması için gereken ikinci reform, patronaj sistemi olmuştur. Başkanın yaptığı patronaj atamaları başlı başına siyasi öncelikleri değiştirme yöntemidir. Reagan yönetimi iktidara geldiğinde hükümet tecrübesine sahip çok az muhafazakar bürokrat olmasından şikayet etmiştir. Bu bakımdan patronaj sisteminin uygulanması, havuzda yeteri kadar kaliteli siyasi

memur bulunmasıyla rahatça uygulanabilir. Ayrıca uygun kamu politikaları üretebilmek ve bürokraside yozlaşmış siyasallaşmanın engellenebilmesi için patronaj atamalarının kesin bir şekilde belirlenmesi gerekir. Günümüz Amerika'daki Kamu Hizmetleri Kanunu, önemli bürokratik makamlar için daha çok uzmanlık deneyimini gerektiren kariyer sistemi ağırlıklı bir görünüm kazanmıştır (Kenneth, 1992: 233).

Sonuç olarak Amerikan sisteminde temel düşünce, idareyi siyasetten arındırmaktır. Ayrıca kuvvetler ayrılığı ilkesi ve yasamayı yürütmeden ayırma, bugünkü idari rejimin oluşmasında belirgin özelliklerdir. Bununla birlikte ABD'de kuvvetler ayrımı başkanın yanında Kongre'yi de rakip bir güç olarak ortaya çıkarmıştır. Bürokrasinin denetimi konusunda iki kurum bir tür rekabet halinde görünmektedir. Bu durumda bürokrasi iki farklı sahibe (Kongre ve başkan) hizmet etmekte, sorumlu olmakta ve denetimlerine tabi olmaktadır. Bu özellik bürokrat seçilmiş ilişkisi açısından bazen bürokrasiye bir kurumu diğer kuruma karşı kullanma imkanı da sağlamakla birlikte, kalıcı ve uzun vadeli faydalar sağlamaktan uzaktır.

Başarılı ve istikrarlı bir yapı olarak bakıldığında başkanlık sistemi ABD'ye özgü bir sistemdir. Sağlıklı işlemesi bakımından gösterilecek tek örnek başkanlık sistemi, ABD'deki başkanlık sistemidir. Latin Amerika ülkelerindeki başkanlık benzeri rejimler temel dinamikleri, sosyo-kültürel altyapı bakımlarından önemli farklılıklar göstermektedir. Yine Amerika'dakinden farklı olarak bu ülkelerde "başkancıl hükümetler" olarak adlandırılan kişisel iktidarlar oluşmuştur. Yine yürütme organı, parlamenter rejimlerdeki gibi iki başlıdır (Düverger, 1995:82). Bu tür farklılıkların yanında kurumsal olarak ABD ile Latin Amerika ülkeleri arasında şekli benzerlik dışında en başta demokratik rejimler olmaları gibi, kültürel, sosyal açılardan önemli farklılıklar göstermektedir.

III- Türkiye'de Parlamenter Rejimin Siyasi İktidar ve Bürokrasi İlişkisi Açısından Görünümü

Türkiye'nin siyasi sistem tercihinin iktidar ve bürokrasi ilişkilerinde belirleyici bir özellik olduğu kesindir. Esasen Türk bürokrasi tarihi incelendiğinde Türkiye'de siyasi sistemin şekillenmesinde etki eden faktörlerin en önemlisi de bizatihi bürokrasinin kendisidir.

Günümüz Türkiye'sinin siyasi yapısının oluşması Osmanlı'dan günümüze kadar gelen bir süreç içerisinde belirlenmiştir. İmparatorluk devri mutlak monarşi rejiminde siyasi iktidar (padişah), "kul" sistemiyle toplumla hiçbir bağlantısı olmayan (devşirme) bürokratlarla egemenliğini sürdürmüştür (Heper, 1973:78). Günümüz modern bürokrasisini oluşturan -ama geçmiş yapının da tortularını içinde barındıran- yapının temelleri Tanzimat'ta atılmıştır (Eryılmaz,1992:78). Tanzimat dönemi inceleme konusu açısından toplumun güçlü ve merkezi bir bürokrasi aracılığıyla dönüştürülme süreci olarak tanımlanabilir. Monarşik yapı değişmemekle birlikte Tanzimat döneminde bürokrasi siyasi iktidara karşı "kul" niteliğini değiştirecek pek çok haklar elde etti. Bu dönem bürokrasinin siyasi iktidara karşı güç elde etme sürecinin başlangıcını oluşturmuştur (İnalçık,

1964:133). Tanzimat döneminde günümüz parlamenter rejiminin temellerini oluşturacak olan – ancak üyelerinin bürokrat sınıfından oluştuğu- meclisler ortaya çıkmaya başlamıştır⁶. Abdülhamit döneminde geleneksel otoritenin, bürokrasiye rağmen siyasi gücü tekrar ele aldığı dönemi hariç tutarsak, Tanzimat ile başlayan ve Osmanlı'nın yıkılmasıyla sona eren dönemi, Padişahın elindeki devletle ilgili yetkileri yitirmesi, buna karşın meşruiyetçi bürokrasinin yükselmesi olarak özetleyebiliriz (Show, 1973: 301).

İmparatorluğun yıkılışı, Askeri ve sivil bürokrasiyi imparatorluktan yoksun bıraktı. Osmanlı bürokratları kendi varlıklarını merkezi bir devlete borçluydular. Yeni devletin oluşturulması bu bakımdan önem taşımaktaydı (Turan, 2003:123). Yeni Cumhuriyet dönemine girmeden önce ortada, meşruiyet biçimine bürünmüş, iktidarın fiilen tamamıyla bürokrasinin eline geçtiği ve parçalanmış bir ülke vardı⁷. Cumhuriyet dönemi, Osmanlı'dan sadece güçlü bir bürokratik yapı ve gelenek değil; aynı zamanda bu yapıyı kendi imkanlarıyla geliştirme aracı olarak kullanan bürokrasi anlayışını da devraldı (Roos ve Roos, 1971: 75). Yeni devletin kuruluşunda Türk kültüründeki “devlet gücü”, “devletin saygınlığı” ve “devletin önemi” gibi, yeni kurulan ülkelerde sıklıkla gözlemlenen söylemler, yeni devletin belirleyici nitelikleri oldu (Heper, 1989: 460). Kurtuluş savaşı sırasında kurulan Meclis'le birlikte Cumhuriyet kurulduğunda kuvvetler birliğine dayalı meclis hükümeti sistemine geçildi (Soysal, 1969: 160).

Bu dönemde meclis üyelerinin çoğunluğu asker ve sivil bürokrat kesimden oluşmuştur ve siyasal kadrolarla bürokrasinin iç içe geçmişliği, bürokrasinin egemen olduğu bir sistem görünümündedir (Öz, 1991: 80; Tuncay, 1973: 56). Ortada bir meclis ve güçler birliğine dayalı bir meclis hükümeti olmasına karşın realitede bürokrasinin hakimiyetindeki bir yasama organı ve karizmatik bir tek adam idaresi vardı (Şaylan, 1992: 300). Kurulan CHF, bürokrasinin egemen olduğu ve bürokratik felsefeyi savunan bir parti olmuş ve tek-parti dönemi boyunca devlet, rejim ve temel kamusal kurumlar bürokrasi tarafından şekillendirilmiştir (Frey, 1965: 181). Bu dönemde bürokrasinin nüfuzu dışında herhangi bir siyasi oluşum yoktur. Tek-parti dönemi boyunca Terakkiperver Cumhuriyetçi Fırka ve Serbest Fırka gibi çok partililik denemeleri, bürokrasinin egemenliğini ve ideallerini tehlikeye attığı için başarılı olamamıştır (Yücekök, 1983). Tek-parti dönemi boyunca bürokrasi-siyaset iç içeliği yaşanmış, hatta CHF il başkanları illerin valileri olmuştur.

Çok partili siyasal yaşama geçişten sonra bürokrasi yeni siyasal işleyişle çatışmaya girmiştir. Laiklik, hakçılık, ekonomi ve siyaset gibi konularda siyasi sisteme kendi görüşlerini kabul ettirmeye çalışmıştır. Bu çabalar, entellektüel kesimden de destek bulmuştur (Başgil,1966). Demokrat parti iktidarı ile birlikte, siyasal kurumlarda, Meclis'te ve iktidarda bürokrasinin gücü azalmıştır. Çok

⁶ Başlıcaları şunlardır: Şura-ı Devlet, Meclis-i Ali-i Tazimat, Divan'ı Ahkam-ı Adliye, Meclis-i İmariyye ve Vilayet Tetkik Komisyonu (Carter, 1980:172-7).

⁷ Parçalanma dönemi Osmanlı'sında bürokrasi, “devleti kurtarma”, ve “modernleşme” görevlerini kendine atfetmiş ve iktidarı elde tutma gerekçesi olarak da kullanmıştır. (Küçükömer, 1994:75)

partili seçimlerle oluşmuştur ve artık iktidara gelmek ve iktidardan ayrılmak seçimlerle gerçekleşecektir.

Çok partili parlamenter yaşam boyunca bürokrasi siyasi kurumlarla ilişkilerinde devamlı olarak güç kaybeden bir süreç içine girmekle birlikte bürokrasi, siyasi iktidar üzerindeki nüfuzundan kolayca vazgeçmemiş ve 1960, 1971 ve 1980 müdahalelerinde olduğu gibi sık sık siyasi iktidarla baskın karakterli bir ilişki içine girmiştir. Özellikle 1960 müdahalesinin ardından yapılan 1961 anayasasıyla siyasi iktidarın gücü sınırlandırılmış ve siyasi iktidarın kullanılmasına bürokratik kurumlar ortak edilmiştir. 1960 müdahalesinden sonra Büyük Millet Meclisinde bürokratik geçmişten gelen milletvekillerinin oranlarında yeniden bir artış gözlemlenmiştir (Yücekök, 1983:282). Devlet memurlarının ücretleri de görece iyileştirilmiştir (Turan, 2003: 139). Öte yandan egemenliğin kullanımında bazı kamusal kurumların da ortak edilmesi, Anayasa Mahkemesi gibi kurumların da ilk defa olarak kurulması gibi gözlemlerle birlikte değerlendirildiğinde; bürokrasinin siyasi gücünün arttırıldığına hükmetmek mümkündür.

1960 müdahalesi bürokrasinin siyasi iktidara doğrudan müdahale etme sürecinin başlangıcı olması bakımından anlamlıdır. 1960'da başlayan süreç ise 1971 ve 1980 ile devam etmiştir. Günümü siyasi yaşamında 28 Şubat ile farklı formda da olsa varlığını göstermiştir. Ancak günümüze kadar gelen süreç gözlemlendiğinde bürokrasinin gücünün bir daha asla tek-parti dönemine ulaşmadığı ve devamlı olarak güç kaybettiği ifade edilebilir.

1971 müdahalesinde sivil-asker bürokrasi etkin olmasına rağmen ekonomik ve sosyal bunalımları ortadan kaldırmayı hedefleyen hareket siyasi iktidarın kısmen güçlenmesine yönelik anayasa değişikliği yapılmıştır. Toplumun gelişmesi ve modernleşmesi ve sivil kesimlerin güçlenmesiyle bürokrasi 1960'daki gücünü gittikçe yitirmeye başlamıştır. Artık parlamentoda bürokratik kesimlerin azınlıkta; sivil toplumsal kesimlerden gelenlerin çoğunlukta olduğu gözlenmektedir (Yücekök,1983:112). Süreç içinde toplumun farklılaşması bürokrasinin içsel bütünlüğünü ve aydın kesimle olan işbirliğini de aşındırmaya başlamıştır.

12 Eylül 1980'e kadar zayıf yürütme ve parlamento kendi belirlediği kararları alamamış ve siyasi iktidara tam olarak sahip olamamıştır. Seçilmemişleri de barındıran İkinci Meclis (Senato) ile birlikte parlamento örneğin Cumhurbaşkanı seçimini kendi tercihine göre değil; bürokrasinin tesiriyle yapmıştır. Bu dönem zarfında 1961 anayasası, iktidarın kullanımına "bürokratik ortaklar" getirdiği, devletin gücünün bölüşülmüş olması nedeniyle "zayıf iktidar" ve "zayıf yürütme" eleştirilerine konu olmuştur. İktidara gelen partilerin bürokrasinin üst kısmında istediği değişiklikleri yapamaması kendine uymayan bürokratlarla çalışmak zorunda oluşu devamlı şikayet konusu olmuştur (Tutum,1976: 21).

12 Eylül 1980 müdahalesinin ardından oluşturulan 1982 Anayasasında, 1961 ile 1980 döneminde güçsüz ve etkinsiz iktidarların yarattığı olumsuzlukların etkisiyle Senato kaldırılmış; yürütme yasamaya tabi bir organ olmaktan

Çıkarılmış, bu iki gücün devlet faaliyetlerini düzenlenmesinde eşitlik içinde işbirliğine gitmeleri amaçlanmıştır (1982 Anayasası, Md 8). Bu doğrultuda anayasada yürütme görev olmaktan çıkarılmış ve gerekli yetkilere sahip ve kanunların kendisine verdiği görevleri yerine getiren bir kuvvet olarak tanınlanmıştır (Arslan,2004:112). İki başlı yürütme içinde Cumhurbaşkanının yetkisi daha da arttırılmıştır (Kuzu, 1987). Bakanlar kurulunun güçlendirilmesi de eskiden farklı olarak bakanların artık başbakana karşı sorumlu tutulması şeklinde olmuştur (1982 Anayasası Md. 105). Başbakanın güçlendirilmesi amacıyla bakanların cumhurbaşkanı vasıtasıyla görevden alınması yetkisi başbakana tanınmıştır (Md. 109).

1982 Anayasasıyla ortaya çıkan durum yürütme organının, yasama organına karşı daha da güçlendirilmesi olmuştur. Buna ilaveten bürokrasi ile ilgili bazı düzenlemeleri de göz önüne aldıęımızda⁸, siyasi iktidar, bürokrasiye karşı güçlendirilmek istenmiştir. Ara dönemde ilk defa kamu yönetiminin düzenlenmesi için yürütme organına önemli g sağlayan “kanun hükmünde kararname” uygulamasına da gidilmiştir.

1983 seçimlerinin ardından demokratik yaşama dönüldüğünde güçlendirilmiş yürütme ve mecliste tek başına iktidarı elde eden Anavatan Partisi ile birlikte daha önceki dönemlere göre siyasi iktidarın bürokrasi üzerindeki gücü ve denetimi artmıştır. Bu durumun en önemli iki etkeni 1982 Anayasasının yürütmeyi daha fazla güçlendirmesi ve partinin tek başına parlamentoda çoğunluğu sağlayacak kadar oy almasıdır. 1980’li yıllarda Anavatan iktidarı boyunca parlamento siyasi iktidarla uyum içinde çalışmış; bu süreçte yürütme ve yasama atışması yaşanmamıştır. Parlamento çoğunluğunun desteğinde Anavatan Partisi güçlü bir iktidar sürerek bürokrasiyi kendi iradesi doğrultusunda hizmet etmeye sevk etmiştir. Bu iktidar döneminde bürokrasinin gücünü azaltıcı düzenleme ve uygulamalar gerçekleştirilmiş; bürokratik işlemler ve formaliteler azaltılmış, zelleştirme faaliyetleri başlamış, önemli bürokratik kurumların başlarına partinin ilkelerini benimsemiş bürokratlar getirilmiştir.

Bu dönemde Anavatan Partisinin başkanı Turgut Özal, Amerikan başkanlık sisteminde benzeri görülen uygulamaları da gerçekleştirmiştir (Heper, 1989). Başkanlık sistemindeki başkanın bakanlar üzerindeki meşru denetimi gibi, zal’da bakanları üzerinde benzer bir otorite kurmuştur. Bakanların kendisine karşı gelmelerine izin vermemiş ve bu yola girenleri de görevden aldırmmıştır. Hatta bakanlar kurulu kararlarında sonradan doldurulmak veya istifa işlemi yapmak için bile bakanlardan imzalı boş kağıtlar toplanmıştır. Yine ABD’deki “başkan’ın adamları”na benzer şekilde bilgisine ve uyumlu çalışacağına inandığı bürokratları önemli kamu kurumlarının başına getirmiştir (Cemal, 1989: 149).

⁸ 12 Eylül ara döneminde askeri hkmetin kuruluşunun hemen ardından bir komisyon oluşturularak kamu yönetiminin yeniden düzenlenmesine ilişkin çalışmalar başlatılmıştır. Bu alışmalar Ulusu hükümeti döneminde yeniden bürokrasinin düzenlenmesi konulu Kanun Hükmünde Kararnamelere konu olmuştur. (Kamu Yönetiminin Yeniden Düzenlenmesi, 1982)

Özellikle Turgut Özal'ın başbakanlıkta bulunduğu dönemde bürokrasi ile ilişkilerin verimlilik ve uyumluluk bakımlarından olumlu görünüm sergilemesini Özal'ın karizmatik bir kişiliğe sahip olmasıyla değerlendirmek, anlamlı sonuçlar elde etmeyi mümkün kılabilir. Özellikle kendinden sonraki dönemde karizmatik olmayan liderler ve koalisyon hükümetlerinin iktidara gelmesiyle siyasi iktidar ve bürokrasi ilişkileri verimlilik ve etkinlik bakımlarından oldukça önemli aşınmalar göstermektedir. Karizmatik olmayan liderler ve koalisyonlar, net ve açık politikalar ve hedefler belirlemek; bu hedef ve politikaların gerçekleşmesi için gereken yöntemleri belirlemek ve bürokrasiyi bu hedefler doğrultusunda sevk ve motive etmek konusunda zayıf kalmışlardır. Liderlik gerekleri bakımından yetersiz olan politikacılar somut ve gerçekçi siyasi hedefler belirlemede ve bu hedefler doğrultusunda bürokrasiyi seferber etmekte yetersiz kalmışlardır.

Özal'ın cumhurbaşkanı olmasından sonra 09.11.1989-23.06.1991 tarihleri arasında Yıldırım Akbulut; 23.06.1991-20.11.1991 tarihleri arasında da Mesut Yılmaz Anavatan Partisi iktidarını başbakan olarak sürdürmüşlerdir. Daha sonra uzun bir dönem koalisyon hükümetleri iktidarda olmuştur 21.11.1991-25.06.1993 arası Demirel'in başbakan olduğu DYP-SHP koalisyonu; 25.06.1993-05.10.1995 arası I. Çiller iktidarında DYP-SHP koalisyonu; 05.10.1995-30.10.1995 arasında güvenoyu alamayan II. Çiller hükümeti; 30.10.1995-06.03.1996 döneminde DYP-CHP koalisyonundan oluşan III. Çiller hükümeti, 06.03.1996-28.06.1996 arasında ANAP-DYP koalisyonundan oluşan II. Yılmaz iktidarı; 28.06.1996-30.06.1997 arasında RP- DYP koalisyonu ve Erbakan iktidarı; 30.06.1997-11.01.1999 arasında ANAP-DSP-DTP-Bağımsızlardan oluşan II. Yılmaz hükümeti; 11.01.1999-28.05.1999 arasında ANAP ve DYP'nin desteklediği VI. Ecevit azınlık hükümeti; 28.05.1999 - 18.11.2002 arasında DSP-MHP-ANAP koalisyonundan oluşan V. Ecevit hükümetinin akabinde 2003 yılından itibaren Ak Parti iktidarına kadar kurulan hükümetler (TC hükümetleri www.tbmm.gov.tr), bürokrasiyi denetleme, hedefler doğrultusunda seferber etme, etkin ve verimli çalıştırma konusunda zaafiyetler göstermiştir.

Anavatan iktidarının bitiminin ardından koalisyon hükümetleri tekrar başlayınca, koalisyon hükümetlerinin iktidar zaafiyetleri tekrar ortaya çıkmıştır. Bunun yanında yürütmenin diğer kanadı cumhurbaşkanının güçlü yetkileri de kullanılmaya başlayınca başbakan ile cumhurbaşkanı arasında yetki çatışmaları ortaya çıkmış ve siyasilerin bürokrasi ile ilişkilerindeki gücü azalmaya başlamıştır. Bürokrasinin karşı çıktığı politikalar (liberalleşme gibi) daha büyük zorluklarla karşılaşır olmuştur ve siyasi karar alma konusunda seçilmiş olmayan kuruluşlar da etki etmeye başlamıştır.

Özal sonrası günümüze kadar gelen on yıllık sürece bakıldığında güçsüz liderler ve koalisyon hükümetlerinin bürokrasi ilişkilerinde çeşitli sorunlar olduğu gözlenmektedir. Özellikle zayıf ve siyasi sorumluluğun parçalanarak aşındığı koalisyon hükümetleri, hem geçerli ve etkin kamusal politikalar üretememiş, hem de bürokrasiyi belirlenen politikalar hedefinde mobilize edememiştir. Örneğin ulusal bir hedef olan Avrupa Birliği uyum süreci için gerekli yapısal

düzenlemeleri gerçekleştirmek için bürokrasi seferber edilememiş, bizzatıhi bürokrasiyi hedef alan düzenlemeler gerçekleştirilememiştir.

Türkiye’de demokratik anlamda çoğulcu bir parlamenter rejimin geçmişi uzun değildir. Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte meclisli bir yapı kurulmuş olsa da, Osmanlı’dan 1946 yılına kadar tek-adam yönetimi süregelmiştir. Demokrat parti dönemine kadar meclis var olsa da çoğulcu bir görünümde değildir. Türkiye’de çoğulcu parlamenter rejimin geçmişi elli yıla yakın bir süredir ki bu süre demokratik bir sistem için çok kısa sayılmalıdır.

Parlamenter rejimlerde dünyada gözlemlenen genel eğilim, Türkiye’de de gözlenmektedir ve parlamentoların güçleri Türkiye’de yürütme lehine azalmaktadır. Bir diğer anlatımla bir ucu parlamenter, diğer ucu başkanlık rejimi olan bir çizgide Türkiye’nin gelişim süreci başkanlık sistemine doğru yönelmiştir. Demokrasi ilkelerine uygun bir süreçte meydana gelen bu değişim, iktidar kurumlar yerine bireylerin emrine vermektedir. İktidarlar daha hızlı ve etkin çalışma imkanı bulduça da bürokrasiyle ilişkilerinde daha baskın olabilmektedir.

Sonuç

Bürokrasilerin asli işlevleri ortak toplumsal hizmetlerin görülmesidir. Ancak bürokrasiler, çoğu kez sadece hizmet ifa etmekle sınırlı kalmazlar. Çeşitli şekillerde iktidarın kullanımına etki etmek isterler: bürokrasinin karşısında bazı güç kaynakları vardır. Bunlar, çalıştıkları alanda bilgi ve uzmanlığa sahip olmaları, bazı işlemlerin gizliliği, devamlı olarak aynı görevde bulunmalarının verdiği avantaj ve bürokratların büyük bir seçmen kitlesi oluşturmaları gibi idari ve siyasi veya kamu planlaması ve bütçeleme gibi işlerde söz sahibi olmaları gibi mali ve ekonomik olabilmektedir.

Demokratik rejimlerde siyasi iktidar ile bürokrasinin uyum halinde olması için çeşitli mekanizmalar geliştirilmiştir. Bunlar, bürokrasinin siyasi iktidarın otoritesine daha bağımlı kullanması olabileceği gibi, siyasi kurumlar arasında rekabet halinde bir dengenin kurulması şeklinde de olabilir.

Otoriter sistemlerin çoğunda ise bürokrasinin büyük ölçüde egemenliği ele geçirdiği gözlenmektedir. Örneğin eski Sovyetler Birliği, çok büyük bir bürokratik mekanizmanın, bireyin en basit gündelik davranışlarına kadar denetlediği bir bürokratik egemenlik örneği olduğu söylenebilir.

Gelişmiş ölkeler arasında siyasi iktidarın bürokrasi üzerinde en fazla denetimi sağladığı ölkeler başkanlık rejimiyle yönetilen ABD’dir. ABD kuruluşundan itibaren siyasi iktidara karşı bürokrasiye söz hakkı veya siyasi güce nüfuz etme imkanı vermemiştir. Bunun yanında bürokrasi üzerinde denetim sağlayan mekanizmalar, diğer ölkelere göre daha iyi işlemektedir. Bunların yanında hem ABD’nin geçmişinde bürokratik yönetim geleneği yoktur, hem de kamu yönetiminde spoil sistem gibi bir tecrübeye sahiptir. ABD’de bürokrasinin siyasi iktidarın yetkilerine müdahale isteklerine karşı devamlı hassasiyet söz konusu olmuştur. Ayrıca ABD’de devletin oluşum sürecinde Beyaz-Anglosakson Protestan kültür, bireyci ve özgürlükçü özelliklere sahiptir ve bu kültürel altyapı

kamusal gücün kullanımı konusunda hem siyasiler, hem de bürokrasi açısından devamlı olarak şüpheli olmuştur.

Başkanlık sisteminin en önemli özelliği yürütme organının başının, halkın tümünün katıldığı seçimle belirleniyor oluşudur. Yine başkan halk oyuyla seçildikten sonra bir seçim dönemi için yürütme organının istikrarı büyük ölçüde temin edilmiş olur. Halbuki parlamenter sistemlerde istikrarlı kabine ve güçlü başbakan dönemleri görece daha düşüktür. Çoğu zaman koalisyonlar yüzünden yürütme organı istikrarlı bir şekilde çalışmaz. Başkanlık sisteminde başkana belli bir görev verilmesi, halk tarafından seçilmesi ve yasama organından bağımsız olması sebebiyle istikrarsızlık olasılıkları büyük ölçüde ortadan kaldırılmıştır. Bu durumda bürokrasinin başındaki siyasi patronun kim olduğu ve ne kadar süreyle iktidarda kalacağına dair endişesi olmaz. Parlamenter rejimlerde seçimlere gitme olasılığı ortaya çıktığında, tüm bürokrasinin muhtemel bir iktidar değişikliğine karşı işleri durdurması veya emirleri savsaklaması gibi sakıncalar olmaz.

Başkanlık sisteminin bir diğer önemli özelliği ise sorumluluğun daha açık ve somut bir şekilde belirlenebilmesidir. Demokratik sistemlerde bu durum oldukça önemlidir. Seçimlerde, geçmiş dönemde yapılan olumlu-olumsuz işlerin kimler tarafından yapıldığının açıkça biliniyor olması, seçmenlerin daha isabetli tercih yapmalarına yardımcı olur. Parlamenter sistemlerde sorumluluklar dağılmakta ve aktörler, parti, parlamento, kabine, koalisyonlar vb gibi kurumlar arkasına saklanarak sorumluluklarından kaçabilmektedirler. Siyasi sorumluluğun belli olduğu durumlarda bürokrasi ile ilişkilerde de kimin sorumlu olacağı daha belirgindir. Ve böylece bürokratların da sorumluluktan kaçma veya hataları siyasilerin sırtına yükleme imkanı daha düşük olur.

Somut sorumluluk açısından bakıldığında Avrupa parlamenter rejimlerinde bazı siyasi kültürden gelen özellikler göze çarpmaktadır. İngiltere’de siyasal yapı koalisyonlara izin vermeyecek şekilde iki partili bir yapı kazanmıştır ve bu durum sorumluluğun kaybolması riskini azaltır (Litset ve Rokkan, 1990:137). Almanya’da yine koalisyon hükümetleri olmasına karşın istikrarlı bir parlamenter yapı sunmaktadır. Siyasal kültür, sorumluluğun aşınmasına izin vermez. Örneğin seçimlerde veya iktidarda başarısız olan siyasi liderler sorumluluklarını üzerlerine alarak kendiliklerinden görevlerinden ayrılma örnekleri çok sık görülür. Oscar Lafontain’in seçim başarısızlığının ardından istifa etmesi Alman siyasal yaşamında az rastlanan bir örnek değildir. Batı Avrupa’da siyasal sorumluluğun açık bir şekilde belirlenmiş olması, siyasilerin bürokrasi ile ilişkilerinde önemli katkı sağlamaktadır. Ayrıca bu ülkelerde Fransa hariç, yürütmede iki başlılığın yarattığı sorumluluk aşınması da gözlenmez.

Başkanlık sisteminde güçler ayrımının kesin olarak uygulanması ve yasama ve yürütmenin ayrı kurumlarda toplanması, bu kurumları birbirine bir denge içinde bağlı kalmalarını sağlamaktadır. Başkanlık sisteminde yasama organı parlamenter rejimlerin aksine mecliste çoğunluğu sağlayan iktidarın gölgesi altında kalmaz. Yasama organı parlamenter rejime göre daha güçlüdür. Başkanlık sisteminde başkan ve bakanların meclis çalışmalarına katılma hakkı ve kanun tasarısı hazırlama hakları yoktur. Parlamenter rejimde kanun ve bütçe

yapma yetkisi kağıt üzerinde meclisin elinde olmasına rağmen realitede yürütme organı bu faaliyetleri yönlendirmekte ve belirlemektedir. Gerçekleşen kanunların büyük çoğunluğu hükümetten gelen tasarılardır. Bunun yanında hükümetin elinde Kanun Hükmünde Kararname çıkarma yetkisi de bulunmaktadır.

Seçilmiş-atanmış ilişkilerinde başkanlık ve parlamenter sistemlerinin kendine özgü karakteristikleri vardır. Türkiye'deki iktidarların bürokrasi ile ilişkileri başkanlık sistemi ile karşılaştırıldığında daha sorunlu bir görünüm sergilemektedir. Ancak batılı parlamenter sistemlerle karşılaştırıldığında da göreceli olumsuzluk yine göze çarpmaktadır.

Türkiye'de var olan parlamenter rejim, yürütmeye net ve tartışmasız bir iktidar vermemektedir. 1980 sonrasında yürütme organı güçlendirilmiş olmakla birlikte bu düzenleme yürütmenin iki başı arasındaki çatışmayı engelleyememiştir. Bunun yanında yürütme ile yasama organının ilişkilerinde de açıklık yoktur. Her zaman için yasama yürütme çatışması söz konusu olmasa da özellikle koalisyon hükümetleri esnasında, siyasal ve idari sorumluluğu bulanıklaştıracak bir işleyiş sunmaktadır.

Türkiye'de siyasi iktidarların güçlü oy çoğunluğuyla iktidara gelmesi çok sık rastlanan durum değildir. Bu durum siyasi iktidarın bürokrasi ile istikrarlı ve oturmuş bir ilişki geleneği oluşturmaya imkan sağlamamıştır. Bu bakımdan bazen bürokrasinin bazen de siyasilerin üstün olduğu ilişki durumları ortaya çıkmaktadır.

Türkiye'de bürokrasinin siyasallaşması sorunu tam olarak aşılammıştır. İktidara gelen siyasi partilerin bürokraside kadrolaşma veya kendi yandaşlarını bürokrasiye yerleştirme olgusu hala aşılammıştır. Bu sorunun başkanlık sistemine taşınması, sorunun daha da zorlaşmasına yol açabilir. Bu sorun ABD'de spoil sistem geçmişine karşın başkanın bürokrat atamalarında Kongre'nin bir denge unsuru olarak kontrol yetkisine sahip olması; Avrupa'da ise bürokraside kadrolaşma sorununun aşıldığı bir geleneğin yerleşmesiyle aşılmıştır.

Türkiye'de siyasal istikrarsızlık sorunu ve iktidarların başarı durumları aynı seçim periyodu içinde oldukça büyük değişiklik göstermektedir. Bu duruma bir emniyet sübabı olarak iyice başarısız kalmış iktidarlar karşısında hükümetin direnmesine rağmen parlamentolar erken seçim kararı alarak çözüm bulabilmektedir. En son yaşanan 2001 krizi sırasında koalisyonu oluşturan parti liderleri uzun süre ayak diremelerine rağmen parlamentonun erken seçim kararı alması, derin krizin çözülmesi yolunda ilerleme sağlamasını mümkün kılmıştır. Başkanlık sisteminde başkanın parlamentoya karşı sorumlu olmaması ve bakanlarını kendisinin ataması gibi özellikler Türkiye'de başkanın çevresini dikkate almamaya, hatalarını görmezden gelmeye ve uzlaşmaya yanaşmamasına neden olabilir. Başkanın ülkeyi krize sokacak derecede kötü performans göstermesi durumunda uyarıcı, ve denge sağlayıcı unsurlar ve kurumsal olarak ne de siyasi kültür kaynaklarından temin edilemeyecektir ve başkanın kendi başına rasyonel yargılar geliştirip başkanlık seçiminin yenilenmesi oldukça zordur.

Son olarak siyasi iktidarın kullanımında seçilmişlerin tam olarak egemen olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu bakımdan Türkiye'de önemli

sorunlardan biri seçilmiş-atanmış ilişkilerinin sağlıklı bir zemine oturtulamamış olmasıdır. Bu durum bürokrasinin siyasi güce nüfuz etme çabalarından kaynaklandığı gibi, siyasi kurumların da olgun ve yeterli tavır geliştirememiş olmasından da kaynaklanmaktadır.

Bu hususlar dikkate alındığında, Türkiye’de tek başarılı örneği, kendine özgü siyasal kültür ve geleneğe olan ABD’de gözlenen başkanlık sisteminin başarılı olacağını iddia etmek, sağlam ve ikna edici kanıtları olmayan bir söylemdir. Avrupa parlamenter rejimlerinin gerek olduğu anda Margaret Thatcher, Vaclav Havel, Helmut Kohl, Willy Brandt, gibi güçlü ve karizmatik başbakanlar çıkarabildiği göz önüne alındığında icra gücü ve bürokrasi ile ilişkileri sağlıklı bir şekilde düzenlenmiş, iki başlılığın olumsuz yönlerinin törpülediği güçlü başbakanlık anlayışı daha uygun olacaktır.

KAYNAKÇA

- ARSLAN, Rıza (2004) Türkiye’ye Siyasi Model, Seçkin Yayınları, Ankara
- AYDEMİR, Şevket Süreyya, (1990) *İhtilalin Mantığı*, Remzi Kitabevi, 4. Baskı, İstanbul.
- BAŞGİL, Ali Fuat, (1966) *27 Mayıs İhtilali ve Sebepleri*, (Çev: Ali Sebük ve İ. Hakkı Akın), Yağmur Yayınevi, İstanbul
- BERKMAN, Ümit (1975) “Administrative Reform of Bureaucratic Reform: The Choice for the Underdeveloped Countries”, *ODTÜ Gelişme Dergisi*, S. 9/1975: 15-23.
- ÇAM, Esat (1993) *Devlet Sistemleri*, Der Yayınları, İstanbul
- ÇEVİKBAŞ, Rafet. (1992) “Batılı Ülkelerde Kamu Yönetiminin işleyişi ve Siyasal İktidarla Olan İlişkisi”, *Türk İdare Dergisi*, S. 364:158-175.
- DUVERGER, M. (1995) *Siyasal Rejimler*, (Çev: Teoman Tunçdoğan), İletişim Yayınları, İstanbul.
- ERYILMAZ, Bilal (1992) *Tanzimat ve Yönetimde Modernleşme*, İşaret Yayınları, İstanbul.
- ERYILMAZ, Bilal (2002) *Bürokrasi ve Siyaset. Bürokratik Devletten Etkin Yönetime*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- ECCLES, James R. (1981) *The Hatch Act and the American Bureaucracy*, Vantage Press,
- FINDLEY, Carter V. (1980) *Bureaucratic Reform in the Ottoman Empire: The Sublime Porte, 1798-1922*, Princeton University Press, Princeton.
- GÖZLER, Kemal (2004) *Anayasa Hukukuna Giriş*, Ekin, Bursa.
- GÜNAYDIN, Gökhan (2002) “Türkiye’de Bağımsız İdari Otoriteler”, *Kamu Yönetimi Dünyası*, S.10: 4-16.
- HEPER, Metin (1973) *Modernleşme ve Bürokrasi*, Türk Sosyal Bilimler Derneği Yayınları, Ankara
- HEPER, Metin (1989) "Motherland Party Governments and Bureaucracy in Turkey, 1983-1989", *International Journal of Policy and Administration*. V 2, N:4: 457-468.
- HUBER, John D.; Shipan, Charles R. Ve Pfahler, Madelaine (1998) *The Influence of Divided Government on Policy-Making and Bureaucratic Autonomy*, Annual Meeting of the American Political Science Association, Boston.
- INGRAHAM, Patricia W. (1995) *The Foundation of Merit: Public Service in American Democracy*. John Hopkins University Press, London
- İNALCIK, Halil (1964) *Türk İdare Teşkilatı Tarihi*, SBF Çoğaltılmış Ders Notları, Ankara.
- INGRAHAM, Patricia W. ve Ban, Carolyn. (1984) *Legislating Bureaucratic Change: The Civil Service Reform Act of 197*, State University of New York Press, New York.
- İNSEL, Ahmet (1990) *Türkiye Toplumunun Bunalımı*, Birikim Yayınları, İstanbul.
- KAMU YÖNETİMİNİN YENİDEN DÜZENLENMESİ, (1982) *Hizmete Özel*, Başbakanlık Basımevi, Ankara.
- KENNETH, J. Meier (1992) *Politics and the Bureaucracy, Policymaking in Fourth Branch of Government*, Brooks/Cole, California.

- KUZU, Burhan (1996) "Türkiye İçin Başkanlık Hükümeti", *Liberal Düşünce*, 1996/2: 13-42.
- KUZU, Burhan (1987) *Yürütme Organının Düzenleyici İşlem Yapma Yetkisi ve Güçlendirilmesi Eğilimi*, Filiz Kitabevi, İstanbul.
- KÜÇÜKÖMER, İdris (1994) *Düzenin Yabancılaşması*, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- LIJPHART A. (1984) *Democracies*, Yale University Press, New Haven
- LIJPHART A. (1989) "Democratic Political Systems: Types, Cases, Causes, Consequences." *Journal of Theoretical Politics*, N: 1/1989.
- LİPSET, Martin Seymour ve Rokan, Stein. (1990) "Cleavage Structures, Party Systems, and Voter Alinments", *The West European Party System*, Oxford University Pres, New York.
- MCCARTY, Nolan ve Razaghian, Rose (1998). *The Division of Bureaucratic Control: A Model of Executiver Appointments and Legislative Oversight*, Presented at the Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago.
- MCCUBBİNS M. (1984) "Congressional Oversight Overlooked: Police Patrols vs. Fire Alarms", *American Journal of Political Science*, 28/1984: 48-63.
- MCCUBBİNS M. Ve Page, T. (1987) "A Theory of Congressional Delegation", *Congress: Structure and Policy*, (Ed: M. McCubbins ve T. Sullivan), Cambridge University Press, Cambridge.
- MERİKOSKİ, V (1971) "The Politization of Public Administiration", *Academia Scientiarum Fennica*, Helsinki, (Çeviren ve özetleyen: Cahit Tutum), AİD, Cilt:4, Sayı:4: 21-38.
- MOYNIHAN, Daniel Patrick (1980) *Counting Our Blessings*, Atlantic/Little Brown, Boston
- NISKANEN, William A. (1971) *Bureaucracy and Representative Government*, Aldine/Atherton, Chicago.
- NORMAN J. Ornstein (1984) *Vital Statistic on Congress*, American Enterprise Institute, Washington.
- ÖZ, Esat (1991) *Tek Parti Yönetimi ve Siyasal Katılım*, Gündoğan Yayınları, Ankara
- PETERS, B. Guy (1994) "Are Parliamentary Regimes Becoming More Presidential?", *Presidential Government: An Evaluation*, (Ed: K. Von Mettenheim), Johns Hopkins University Press, Baltimore 1994
- PETERS, Guy (1995) "Are European Parliamentary Regimes Becoming More Presidential?" Ed: Kurt von Mettenheim, *Parliamentary and Presidential Regimes*, Baltimore: Johns Hopkins University Pres: 146- 186
- PETERS, Guy (2001) Rebuilding the Village? Or is It a Merely a Camp Ground? *NISPACE Conference*, Riga, Latvia, May, 2001
- RICHARDSON J. J. (1982) *Policy Styles in Western Europa*, Allen and Unwin, London.
- RIPLEY, Rann dall B. Ve Grace, A. Franklin (1991) *Congress, the Bureaucracy and Public Policy*, Pacific Grove Brooks/Cole, California.
- ROOS, L L. Ve Roos N P. (1971) *Managers of Modernization, (Organization and Elites in Turkey, 1950-1969)*, Harvard University Press, Cambridge
- ROSENBLOOM David R. (1997) "The U.S. Constitutional Separation of Powers and Federal Administration", *Modern System of Government: Exploring Role of Bureaucracy and Politician*, (Ed: Ali Farazmand), Sage Publications, London
- ROWAT, Donald C (1987) "West Germany", *Public Administration in Developed Democracies, A Comperative Study*, Ed: Donald C. Rowat, Marcel Dekker Inc, New York.
- PFIFNER, James (1987) "Political Appointees and Career Executives: The Democracy-Bureaucracy Nexus in the Third Century." *Public Administration Review*, N:47:57-65.
- SHAW, S. J. Ve Shaw, E. K. (1983) *Osmanlı İmparatorluğu ve Modern Türkiye*, E Yayınları, İstanbul.
- SOYSAL, Mümtaz (1969) *Anayasaya Giriş*, SBF Yayınları, Ankara.
- STEFFANI, Winfried (1987) "İnstutionen der Demokratie Verwaltung, Medien", Politikwissenschaft, Band:2, *Der Demokratische Verfassung*, Ed: Klaus Von Beyme, Ernst-Otto Czempiel, Peter Graf KielMansegg, Peter Schmog Verlag, Stuttgart: 11-58.
- ŞAYLAN, Gencay (1991) "Cumhuriyet Dönemi Bürokrasisi", *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- TORTOP, Nuri; İspir, Eyüp G.; AYKAÇ, Burhan (2002) *Yönetim Bilimi*, Yargı yayınevi, Ankara.

- TOSUN, Gülgün E. ve Tosun, Tanju (1999) *Başkanlık ve Yarı Başkanlık Sistemleri*, Alfa Yayınları, İstanbul
- TUNCAY, Mete (1973) *Türkiye Cumhuriyetinde Tek Parti Yönetiminin Kurulması (1923- 1931)*, Yurt Yayınları, Ankara.
- TURAN, İlter (2003) "Türk Bürokrasisinde Süreklilik ve Değişim", *Türkiye'de Kamu Yönetimi*, Ed: Aykaç, Burhan; Durgun, Şenol; Yayman, Hüseyin, Yargı Yayınevi, Ankara: 121-144.
- TUTUM, Cahit (1976) "Yönetimin Siyasallaşması ve Partizanlık", *AİD*, C:9. S.4: 38-54.
- VAN RIPER, Paul P. (1958) *The History of the United Civil Service*, New York 1958
- WEAVER, R Kent (1988) *Automatic Government: The Politics of Indexation*, Brookings Institution, Washington 1988.
- THE CONSTITUTION OF THE UNITED STATES,
<http://usinfo.state.gov/usa/infousa/facts/funddocs/consteng.htm> (20.2.2005)
- TC HÜKÜMETLERİ (2005) www.tbmm.gov.tr/ambar. (20.2.2005)

Halka Açık Olmayan Şirketlerde Sistemik Risk Ölçütü Beta Katsayısının Tahmin Edilmesi

Araş. Gör. Dr. Mustafa KIRLI

Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, MANİSA

ÖZET

Portföy çeşitlendirilmesine duyarlı olmayan sistemik risk, tüm finansal piyasaları ve bu piyasalarda işlem gören finansal varlıkların tümünü etkiler. Sistemik risk ölçütü beta katsayısı, menkul kıymetlerin getirilerinin, piyasa getirisindeki değişimlere olan duyarlılığını göstermektedir. Beta katsayısı, regresyon modeli kullanılarak tahmin edilmektedir. Halka açık olan şirketlerin tarihi piyasa verilerini bildiğimizden, bu şirketlerin beta katsayılarının tahmininde bir zorlukla karşılaşılmaz. Diğer yandan halka açık olmayan şirketlerin tarihi fiyat verileri mevcut değildir. Bu yüzden halka açık olmayan şirketlerin beta katsayılarının tahmininde zorluklar yaşanmaktadır. Bu çalışmada halka açık olmayan şirketlerin beta katsayılarının tahmin edilmesinde üç model veya yaklaşım önerilmekte ve ayrıntılı olarak analiz edilmektedir. Bu model veya yaklaşımlar, muhasebe betaları, temel verilerden hareketle beta katsayısının tahmin edilmesi (temel betalar) ve karşılaştırılabilir halka açık şirketlerin betalarından yararlanılmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Sistemik Risk, Beta Katsayısı, Halka Açık Olmayan Şirketler, Muhasebe Betaları, Temel Betalar, Karşılaştırılabilir Halka Açık Şirket Betaları.

Forecasting Systematic Risk Measure Beta Coefficient For Private Companies

ABSTRACT

Systematic risk being insensitive to portfolio diversification affects all financial markets and all financial assets operated in these markets. Systematic risk measure beta coefficient shows the sensitivity of the securities' returns to variations in the market return. Beta coefficient is forecasted by using regression model. For publicly traded firms, we know the historical market data, thus there is no difficulty for estimating beta coefficients of these firms. On the other hand, private companies do not have a market price history. Consequently there are difficulties for estimating beta coefficients of private companies. In this study, to forecast beta coefficients for private firms, three models or approaches are suggested and with details analysed. These models or approaches are accounting betas, fundamental betas and comparable publicly traded firms betas.

Key Words: Systematic Risk, Beta Coefficient, Private Companies, Accounting Betas, Fundamental Betas, Comparable Publicly Traded Firms Betas.

Giriş

Portföy yönetiminin en önemli fonksiyonlarından biri ,risk ve getiri arasında ilişki kurmaktır. Bilindiği gibi , herhangi bir menkul kıymete yatırım yaparken, göz önünde tutulacak en önemli unsur, söz konusu menkul kıymete ait risk ve getiri düzeyleri arasındaki ilişkidir (Ceylan ve Korkmaz,2000:264).Çünkü yatırım araçlarının seçimi,büyük ölçüde bu iki unsurun karşılaştırılmasını ve bunlar arasında uygun bir değişimin saptanmasını gerektirir(Ceylan ve Korkmaz,2000:264).

Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli, herhangi bir menkul kıymetin beklenen getirisi ile risk derecesi arasındaki doğrusal ilişkiyi gösteren bir

modeldir (Ceylan ve Korkmaz,2000:291).1964 yılında William F. Sharpe (Sharpe,1964:425-442) tarafından ilk kez ortaya konan Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli, daha sonra 1965 yılında John Lintner (Lintner,1965:587-615) ve 1966 yılında Jan Mossin'in (Mossin,1966:768-783) teorik katkılarıyla geliştirilmiş ve literatürde Sharpe-Lintner-Mossin modeli olarak da anılmaktadır (Kocaman,1995:57). Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli, özkaynak maliyetinin hesaplanmasında uygulamada yaygın olarak kullanılan bir modeldir (Maruca,1996:9-10).Yatırımcı açısından belirli bir risk taşıyan, özkaynak niteliğindeki bir menkul kıymete yatırım yaparken beklediği karlılık, şirket açısından özkaynak maliyetini oluşturmaktadır (Damodaran'dan aktaran Yılgor,1998:86).

Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli'nde risksiz faiz oranı, piyasa risk primi ve sistemik risk ölçütü beta katsayısı kullanılarak özkaynak maliyeti veya yatırımdan beklenen getiri hesaplanmaktadır. Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli'nin matematiksel ifadesi şu şekildedir (Copeland and the others,1996:266) :

$$k_e = r_f + [E(r_m) - r_f]\beta$$

Bu eşitlikte ;

k_e : özkaynak maliyetini (ya da yatırımdan beklenen getiri oranını),

r_f : risksiz faiz oranını,

$E(r_m)$: piyasanın beklenen getirisini,

$[E(r_m)-r_f]$: piyasa risk primini,

β : sistemik risk ölçütü beta katsayısını ifade etmektedir.

Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli'nden sağlıklı sonuçlar elde edilmesi için, bu modelin üç ana unsuru olan risksiz faiz oranının, piyasa risk priminin ve sistemik risk ölçütü beta katsayısının doğru olarak belirlenmesi gerekmektedir. Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli, sistemik riskin ölçütü beta katsayısına dayanmaktadır. Modelin sadece sistemik riski göz önünde bulundurması, sistemik olmayan riskin iyi bir portföy çeşitlendirmesi ile dağıtılabileceği veya sınırlanabileceği varsayımından kaynaklanmaktadır (İvgen,2003:75).Bu çalışmanın konusu ve amacı, sistemik risk ölçütü beta katsayısı ve sistemik risk ölçütü beta katsayısının, halka açık olmayan şirketler için nasıl tahmin edileceğinin bütün yönleriyle ortaya konmasıdır

Genel üretim seviyesi, enflasyon, kur fiyatları , faiz oranları ve hammadde maliyetleri gibi makro değişkenlerde meydana gelen dalgalanmalar ile sosyo-politik istikrarsızlıktan kaynaklanan sistemik risk, tüm finansal piyasaları (para ve sermaye) ve bu piyasalarda işlem gören menkul değerlerin (finansal varlıkların) tümünü etkiler. Sistemik risk, finans yazınında, genellikle, faiz oranı riski, enflasyon riski ve pazar riski alt başlıklarında incelenmektedir. Piyasa faiz oranında meydana gelen değişimlerin,menkul kıymetlerin toplam fiyat değişkenliği üzerinde yaptığı etkiye faiz oranı riski denmektedir. Faiz oranındaki değişimlerin meydana getirdiği risk, bütün finansal varlıkları etkilese de özellikle sabit getirili menkul kıymetlerde (tahvil vb.), bu etki daha fazla olmaktadır

(Gitman and Joehnk,1988:185). Faiz oranlarındaki değişmeler ile menkul kıymetlerin fiyatlarındaki değişmeler arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Diğer koşullar sabit kalmak üzere, faiz oranlarındaki yükselmeler , menkul kıymetlerin fiyatlarının düşmesine neden olmaktadır (Delice,2000:62). Enflasyon riski olarak da adlandırılan satın alma gücü riski ise, genel fiyat düzeyindeki değişmeler nedeniyle, bir varlığın toplam satın alma gücünde meydana gelen potansiyel kayıplardır (Francis'den aktaran Kayalidere,2002:53). Geçerli bir ekonomik nedene dayanmayan , daha çok psikolojik etkiler sonucu, finansal varlık fiyatlarında görülen düşüşler ise yatırımcılar açısından pazar riskini oluşturmaktadır (Akgüç,1998:866).

1. Sistematik Risk Ölçütü Beta Katsayısının Tahmini

Sistematik risk ölçütü beta katsayısı, piyasa portföyünün getiri oranlarında meydana gelen değişmelere bağlı olarak, hisse senedi getirilerinde meydana gelen değişiklikler arasındaki ilişkiyi göstermektedir (Ceylan ve Korkmaz,2000:297). β katsayısı, bir hisse senedinin piyasa ile birlikte hareket etme eğilimini veya piyasaya göre değişkenliğini gösterir (Yılıgör,1998:88). Bir başka ifadeyle beta katsayısı, bir menkul kıymetten beklenen getirinin piyasa portföyündeki değişmelere karşı ne derece duyarlı olduğunu göstermektedir (Bozkurt,1988:300).Piyasa portföyünün beta katsayısı 1, risksiz faiz oranının beta katsayısı ise 0 kabul edilmektedir (Ercan ve diğerleri,2003:45).

Beta katsayısı, istatistiksel olarak bir menkul kıymetin sağladığı getiri (r_i) ile piyasa portföyü getirisi (r_m) arasındaki kovaryansın, piyasa getirisinin varyansına oranıdır (Cuthbertson,1996:24) :

$$\beta_i = \frac{\text{Cov}(r_i, r_m)}{\text{Var}(r_m)}$$

Beta katsayısının tahmininde standart prosedür, ilgili hisse senedi getirisi ile piyasa getirisi arasında doğrusal bir regresyonun çalıştırılmasıdır (İvgen,2003:81).Bunun sonucunda elde edilen doğrunun eğimi beta katsayı değerini verecektir (İvgen,2003:81). Bunu şu şekilde formüle edebiliriz (İvgen,2003:81) :

$$r_i = a + br_m$$

Bu eşitlikte ;

r_i : i hisse senedinin getirisini,

r_m : Piyasa getirisini,

a : Regresyon sabitini,

b : Regresyon doğrusunun eğimini, yani beta katsayısını ifade etmektedir.

Regresyon modeline dayanan beta katsayı tahmini, tarihsel piyasa verileri bilindiğinden, halka açık şirketler için rahatlıkla uygulanabilir. Halka açık olmayan şirketler için beta katsayısının nasıl tahmin edileceği konusuna aşağıda değinilecektir. Bir menkul kıymetin piyasa portföyü karşısındaki duyarlılığını gösteren beta katsayısı 1'e eşit olduğunda, söz konusu menkul kıymetin getirisi piyasa portföyünün getirisi ile aynı oranda değişme kaydedecektir. Beta

katsayısının 1'den büyük olması, ilgili menkul kıymetin sistemik riskinin yüksek olduğu ve piyasadaki gelişmelere karşı ilgili menkul kıymetin getirisinin daha duyarlı olduğunun göstergesidir. Bir başka ifade ile beta katsayısı 1'den büyükse, söz konusu menkul kıymetin getirisi, piyasa portföyü getirisinden daha yüksek oranda yükseliş ve düşüş gösterecektir. Bir menkul kıymetin beta katsayısının 1'den küçük olması durumunda, bu menkul kıymetin sistemik riski düşük olup; menkul kıymetin getirisi, piyasadaki gelişmelere karşı fazla duyarlı değildir. Beta katsayısı 1'den küçük olan menkul kıymetlerin getirisi, piyasa portföyü getirisinden daha düşük oranda yükseliş ve düşüş gösterecektir (Ehrhardt,1994:52).

2. Halka Açık Olmayan Şirketler İçin Beta Katsayısının Tahmin Edilmesi

Halka açık şirketler için piyasada oluşan fiyat bilgileri mevcut olduğundan sistemik risk ölçütü beta katsayısının tahmin edilmesi kolaydır. Halka açık olmayan şirketlerin piyasada hisse senedi fiyatları mevcut olmadığından, halka açık olmayan şirketler için sistemik risk ölçütü beta katsayısının tahmin edilmesinde zorlukla karşılaşmaktadır. Halka açık olmayan şirketlerin betaları, halka açık şirketlerin betalarından farklı olarak muhasebe betaları, temel verilerden hareketle(fundamental betas,temel betalar) ve karşılaştırılabilir, benzer şirket betaları yoluyla tahmin edilmektedir (Kırılı,2004:157).

2.1. Muhasebe Betaları Yoluyla Halka Açık Olmayan Şirketler İçin Beta Katsayısının Tahmin Edilmesi

Halka açık olmayan bir şirket için sistemik risk ölçütü beta katsayısının tahmin edilmesinin bir yolu muhasebe betasının hesaplanmasıdır. Muhasebe betası yönteminde şirketin kazançlarıyla, hisse senedi endeksleri arasında bir regresyon ilişkisi kurularak beta tahmin edilir (Damodaran,2002:203) :

Δ Halka açık olmayan şirketin kazancı = a + b * (Δ Hisse Senedi Endeksi Getirisi)

Yukarıdaki regresyon doğrusu denkleminde, b, regresyon doğrusunun eğimini, yani beta katsayısını ifade etmektedir. Eğer kazanç olarak şirketin faaliyet karı kullanıldıysa, regresyon ile bulunacak beta katsayısı kaldıraçsız beta, kazanç olarak net kar kullanıldıysa, bulunacak beta kaldıraçlı beta olacaktır (İvgen,2003:86).Bunun nedeni, borç(yabancı kaynak) kullanmanın şirkete yüklediği faiz ödemelerinin,net kar hesaplamalarında yer almasıdır.Bilindiği gibi faaliyet karı hesaplanırken faiz ödemeleri dikkate alınmamaktadır.

Halka açık olmayan şirketler için sistemik risk ölçütü beta katsayısının tahmin edilmesinde muhasebe yönteminin uygulaması ve muhasebe betasının tahmin edilmesi işleminde şu adımlar izlenmelidir (Damodaran, <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>) :

I.Halka açık olmayan şirketin mümkün olduğunca uzak geçmişten bugüne dayanan muhasebe kazanç verilerinin elde edilmesi. Bu verilerin yüzdellik artış veya azalışlarla ifade edilmesi.

II. Birinci adımda verilerin elde edildiği dönem itibariyle hisse senedi endeksi getirilerinin yüzdelik artış veya azalışlarla hesaplanması.

III. Üçüncü adımda, birinci adımda elde edilen verilerin bağımlı değişken ve ikinci adımda elde edilen verilerin ise bağımsız değişken olarak basit regresyon modelinin kurulması ve basit regresyon modelinin çalıştırılması gerçekleştirilir.

IV. Dördüncü ve son adımda ise bir önceki adımda kurulan ve çalıştırılan regresyon modelindeki regresyon doğrusunun eğimi, yani muhasebe betası elde edilir.

Halka açık olmayan şirketlerin karlarının halka açık şirketlerin getirileri kadar sık hesaplanıyor olmaması veya başka bir ifade ile halka açık şirketlerin genellikle yılda bir kez mali tablo düzenliyor olması, regresyon modelinde kullanılacak verilerin sayısını oldukça sınırlamaktadır. Bu da regresyon modelinin açıklama gücünü azaltan bir faktör olmaktadır (Damodaran,2002:203). Muhasebe betalarının bir diğer sakıncası ise muhasebe kazançlarının, faaliyete dayalı olmayan, faaliyet ile ilişkilendirilemeyen, amortisman ayırma yöntemlerindeki değişiklikler, stok değerlendirme yöntemlerindeki değişiklikler ve şirket giderlerinin şirkete bağlı birimler düzeyinde dağıtılması esasları gibi faktörlerden etkilenebilmesidir (Damodaran,2002:203).

2.2.Temel Verilerden Hareketle Halka Açık Olmayan Şirketler İçin Beta Katsayısının Tahmin Edilmesi(Fundamental Betas,Temel Betalar)

Halka açık şirketlerin beta katsayıları, temel değişkenler(şirket karlarının büyüme oranı,borç oranları,kar payı dağıtma oranı, karların volatilitesi,kaldıraç,aktiflerinin büyüme oranı vb.) ile çoklu regresyon analizine sokularak, bunlar arasındaki ilişkinin, değerlendirilmesi yapılan halka açık olmayan şirketin temel değişkenleriyle beta katsayısı arasında bulunmaya çalışılan ilişkiyle benzer olduğu varsayımına dayanarak, halka açık olmayan şirket için bir beta katsayısı tahmin edilebilir (Damodaran'dan aktaran Yaltı,2000:54). Temel verilere dayanarak tahmin edilen betanın (fundamental beta) tahminine esas oluşturan çoklu regresyon modeli aşağıdaki şekilde ifade edilebilir (Elton and Gruber,1989:130) :

$$\beta = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2 + \dots + a_N X_N + e$$

Bu eşitlikte ;

β : Temel verilere dayanılarak tahmin edilen sistematik risk ölçütü beta katsayısını,

a_0 : Çoklu regresyon modelinin sabit katsayısını,

$a_{1...N}$: 1'den N'ye kadar bağımsız (açıklayıcı) değişkenlerin kısmi regresyon katsayısını (örneğin , a_1 , X_1 'deki değişikliklerin β ' yi ne ölçüde değiştirdiğini gösterir.),

$X_{1...N}$: 1'den N' ye kadar bağımsız (açıklayıcı) değişkenleri (bizim modelimizde betayı tahmin etmeye yönelik seçilen temel verileri),

e : Çoklu regresyon modelinin rassal değişkenini ifade etmektedir.

Çoklu regresyon analizinde de basit regresyon analizinde olduğu gibi, parametreler en küçük kareler yöntemine göre hesaplanmaktadır. Hesaplamalar basit regresyon ile aynı mantığa dayanmakla birlikte, çok daha karmaşıktır (Akmüt ve diğerleri,1999:106).Uygulamada EXCEL, SPSS, SAS, MINITAB, SYSTAT, RATS, EVIEWS, MICROFIT gibi bilgisayar programlarının yardımıyla çoklu regresyon analizleri yapılmaktadır (Akmüt ve diğerleri,1999:106).

Daha önce de belirtildiği gibi sistematik risk göstergesi beta katsayısı,bir hisse senedinin getirisi ile piyasa getirisi arasındaki ilişkiden kaynaklanan bir risk ölçütüdür.Bununla beraber,bir şirketin riskliliği,şirketin temel verilerinin ve şirket hisse senedinin piyasa karakteristیکlerinin kombinasyonu tarafından belirlenmektedir (Elton and Gruber,1989:128).Eğer söz edilen bu kombinasyondaki ilişkiler açıkça ortaya konabilirse,sistematik risk ölçütü beta katsayısının analizinde ve tahmin edilmesinde,yatırımcı,doğru bir yol izlemiş olacaktır (Elton and Gruber,1989:128).

Beaver,Kettler ve Scholes gerçekleştirdikleri çalışmada,sistematik risk ölçütü beta katsayısı ile şirket temel verileri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.Beaver,Kettler ve Scholes sistematik risk ölçütü beta katsayısı ile aşağıdaki şirket temel verilerini veya değişkenlerini ilişkilendirmişlerdir (Beaver and the others,1970:654-682) :

I.Kar payı dağıtma oranı

II.Şirket varlıklarının yıllık büyüme oranı

III.Finansal kaldıraç derecesi

IV.Likidite oranı

V.Aktif büyüklüğü

VI.Şirket kazançlarındaki değişkenlik (Fiyat/Kazanç oranının standart sapması)

VII.Muhasebe betası.

Beaver, Kettler ve Scholes'in yaptıkları analizde ulaştığı sonuçlar şu şekilde özetlenebilir (Beaver and the others,1970:654-682) :

I.Kar payı dağıtma oranı ile beta katsayısı arasında negatif bir ilişki olduğu görülmüştür.Bu negatif ilişkinin nedenleri olarak şunlar belirtilebilir:Öncelikle kar payı kazançları, sermaye kazançlarından daha az risklidir.Çünkü karının daha büyük bir bölümünü kar payı olarak dağıtan şirketler,karının daha küçük bir bölümünü kar payı olarak dağıtan şirketlere oranla daha az riskli olmaktadır. Kar payı dağıtma oranı ile beta katsayısı arasındaki negatif ilişkinin bir diğer nedeni, şirket yönetimlerinin dağıtılacak kar payı oranını arttırma yönündeki eğilimleridir. Bu eğilimin altında yatan neden, yatırımcılar açısından, gelecekteki şirket kazançlarıyla ilgili olarak bugün dağıtılan yüksek kar payı oranının, şirket yönetimi için bir güven göstergesi oluşturmasıdır.

II.Şirket varlıklarının yıllık büyüme oranı ile sistematik risk ölçütü beta katsayısı arasında pozitif bir ilişki gözlemlenmiştir.

III.Şirketlerin finansal kaldıraç derecesi, şirket kazançlarının volatilitelerini arttırmaktadır. Bu da riski ve beta katsayısını yükseltmektedir.

IV.Likidite oranı ile sistematik risk ölçütü beta katsayısı arasında negatif bir ilişki vardır. Çünkü şirketlerin borçlarını ödeyebilme yeteneğini gösteren likidite oranının yüksekliği şirketlerin riskliliğini azaltmaktadır.

V.Aktif büyüklüğü yüksek olan şirketlerin, aktif büyüklüğü düşük olan şirketlere oranla daha az riskli olduğu görülmüştür. Bunun temel sebebi, aktif büyüklüğü yüksek olan şirketlerin sermaye piyasalarına ulaşabilmelerinin (borç temin edebilmelerinin, kote olabilmelerinin. aktif rol üstlenebilmelerinin) daha kolay olmasıdır.

VI.Şirket kazançlarındaki volatilitate arttıkça, söz konusu şirketin piyasadaki değişimlerle korelasyonu artmakta ve sistematik risk ölçütü beta katsayısı da yüksek olmaktadır.

Beaver, Ketter ve Scholes'ün 7 adet temel veri ile gerçekleştirdikleri analiz, bir başka ifade ile 7 adet bağımsız (açıklayıcı) değişken ile kurdukları çoklu regresyon modelini, Thompson (Thompson,1978:173-188) 43 adet bağımsız değişken, Rosenberg ve Marathe (Rosenberg and Marathe,1983:317-333) 101 adet bağımsız değişken ile kurmuşlar ve analiz etmişlerdir. Temel verilerden hareketle sistematik risk ölçütü beta katsayısının tahmin edilmesinde kurulan çoklu regresyon modelinin bağımsız değişkenlerinin niceliğini ve niteliğini tartışmaktan ziyade, temel verilerden hareketle tahmin edilen betanın (fundamental beta) ile tarihi verilere dayanarak tahmin edilen betanın (historical beta) karşılaştırılması ve birbirlerine göre üstünlük ve zayıflıklarının ortaya konulması, çalışmamızın amacı bakımından daha yararlı olacaktır. Tarihi verilere dayanarak tahmin edilen betanın (historical beta) piyasadaki hareketlere karşı, her bir hisse senedinin ayrı ayrı tepkisini ölçmesi bir üstün yönü olarak sayılmasına karşın, şirketin gerek toplam aktif büyüklüğündeki değişiklikleri, gerekse de önemli şirket karakteristiklerindeki değişiklikleri, uzun bir dönem geçtikten sonra, sistematik risk göstergesi olarak yansıtması, zayıf yönü olarak görülmektedir (Elton and Gruber,1989:130). Diğer yandan temel verilere dayanarak tahmin edilen sistematik risk ölçütü beta (fundamental beta), tarihi verilere dayanarak tahmin edilen sistematik risk ölçütü betanın (historical beta) bu dezavantajını taşımamaktadır. Çünkü şirketin önemli karakteristiklerindeki değişiklikler veya şirketin temel verilerindeki değişiklikler, uzun bir dönem sonunda değil, hemen, temel verilere dayanarak tahmin edilen sistematik risk ölçütü betada (fundamental beta) yansıtılmaktadır (Elton and Gruber,1989:130). Temel verilere dayanarak tahmin edilen sistematik risk ölçütü betanın (fundamental beta) belirli bir temel veri veya değişken karşısında, betanın etkilenme veya değişme derecesini, analize katılan tüm şirketler için, tarihi betanın tersine, sabit kabul etmesi ise temel verilere dayanarak tahmin edilen sistematik risk ölçütü betanın (fundamental beta) zayıf bir yönü olarak ifade edilmektedir (Elton and Gruber,1989:130).

Finansal yönetim ve şirket değerlendirme literatüründe son yıllarda ön plana çıkmış olan Damodaran, sistematik risk ölçütü beta katsayısının temel olarak üç değişkenin etkisiyle belirlendiği öne sürmektedir. Bunlar, şirketin faaliyet konusunu oluşturan işin özelliği, şirketin faaliyet kaldırıcı ve şirketin finansal kaldırıcıdır (Damodaran,2002:192).

Bir şirketin faaliyet konusunu oluşturan işin özelliği, piyasa koşullarına bağlı olarak şirketin betasını etkilemektedir (Damodaran,2002:193). Mevsimsel iş yapan şirketler, diğer faktörler aynı olmak koşuluyla, mevsimsel iş yapmayan şirketlere oranla daha yüksek beta katsayısına sahiptirler (Damodaran,2002:193).Örneğin otomobil ve konut sektöründeki şirketlerin beta katsayıları, yiyecek ve sigara sektöründeki şirketlerin beta katsayılarından daha yüksektir (Damodaran,2002:193).

Damodaran'a göre bir şirketin faaliyet kaldırıcı, o şirketin betasını belirleyen bir diğer faktördür. Bir şirketin faaliyet kaldırıcı derecesi, o şirketin maliyet yapısının bir fonksiyonudur ve sabit maliyetler ile toplam maliyetler arasındaki ilişki esas alınarak tanımlanmaktadır (Damodaran,2002:193).Toplam maliyetleri içerisinde sabit maliyetleri oransal olarak daha yüksek olan şirketler, daha yüksek faaliyet kaldırıcısına sahip olacaklar ve yüksek faaliyet kaldırıcısına sahip şirketlerin faaliyet karlarında daha fazla değişkenlik görülecektir (Damodaran,2002:193).Diğer faktörler aynı olması koşuluyla yüksek faaliyet kaldırıcı derecesine sahip şirketlerin beta katsayıları, düşük faaliyet kaldırıcı derecesine sahip şirketlerin beta katsayılarından yüksek olacaktır (Damodaran,2002:193).Faaliyet kaldırıcı ile ilgili olarak içinde bulunan ekonomik ortamın durumunu ilişkilendirirsek; emek yoğun şirketler, yani toplam maliyet yapıları içerisinde sabit maliyetleri düşük olan şirketler, ekonominin durgunluk dönemlerinde daha az riskli, ekonominin refah dönemlerinde ise daha çok riskli olacaklardır. Sermaye yoğun şirketler ise, yani toplam maliyet yapıları içerisinde sabit maliyetleri yüksek olan şirketler ise, ekonominin durgunluk dönemlerinde daha çok riskli, ekonominin refah dönemlerinde ise daha az riskli olacaklardır. Burada risk düzeyini ortaya koyan temel etken, sabit maliyetler tutarına bağlı ve satış düzeyi belirleyici olarak, şirketin başabaş noktasına ne ölçüde ulaşıp ulaşamadığıdır.Faaliyet kaldırıcı derecesi aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır (İvgen,2003:83) :

$$\text{Faaliyet Kaldırıcı Derecesi} = \frac{\Delta \text{FK} \%}{\Delta \text{S} \%}$$

Bu formülde, $\Delta \text{FK} \%$ faaliyet karlarındaki yüzde değişimi, $\Delta \text{S} \%$ ise satışlardaki yüzde değişimi ifade etmektedir.

Yüksek faaliyet kaldırıcı derecesine sahip şirketlerin faaliyet karları, yüzde olarak, satışlardaki yüzde değişime oranla, daha fazla değişkenlik gösterecektir (Damodaran,2002:193).Faaliyet kaldırıcı derecesi ile ilgili son olarak belirtilmesi gereken, faaliyet kaldırıcı derecesini belirleyen unsurlar ile borç kullanmayan şirketin kaldırıcısız betası (β_u , unleveraged beta) arasındaki matematiksel ilişkinin altının çizilmesi gereğidir. Bu matematiksel ilişki, borç kullanmayan şirketin kaldırıcısız betasının (β_u ,unleveraged beta), şirket satışlarındaki yüzde değişim ile piyasa portföyü getirisi arasındaki kovaryansın ve şirket maliyetlerinin yapısının bir fonksiyonu olduğudur (Patterson,1995:219). Bunu matematiksel olarak ifade edelim :

$$\beta_U = f [\text{Cov} (\Delta S , R_m) , FC / TC]$$

Bu fonksiyonel ilişkide ;

β_U : Kaldıraçsız betayı,

f : Fonksiyon notasyonunu,

Cov : Kovaryans notasyonunu,

ΔS : Satışlardaki yüzde değişimi,

R_m : Piyasa portföyünün getiri oranını,

FC : Sabit maliyetler tutarını,

TC : Toplam maliyetler tutarını ifade etmektedir.

Damodaran Yaklaşımı'nda şirket betalarını etkileyen üçüncü faktör, şirketin finansal kaldıraçtır. Göreceli olarak daha yüksek borç/özkaynak oranına sahip şirketler, yani finansal kaldıraç yüksek şirketler, diğer faktörler aynı olmak koşuluyla, daha yüksek beta katsayısına sahiptir (İvgen,2003:84). Finansal kaldıraç derecesi, faiz ve vergi öncesi karlarda meydana gelen % değişimin, net karlarda meydana getireceği % değişimi ifade eder. Bu ifade, aşağıda matematiksel olarak gösterilmiştir(Patterson,1995:218) :

$$\text{Finansal Kaldıraç Derecesi} = \frac{\Delta \text{Net Kar} \%}{\Delta \text{FVÖ Kar} \%}$$

Finansal kaldıraç derecesi ile ilgili olarak içinde bulunulan ekonomik ortamın durumunu ilişkilendirirsek; özkaynak yoğun şirketler, yani borç / özkaynak oranı düşük şirketler veya bir başka ifadeyle finansal kaldıraç düşük şirketler, ekonominin durgunluk dönemlerinde daha az riskli, ekonominin refah dönemlerinde ise daha çok riskli olacaklardır. Diğer yandan, yabancı kaynak yoğun şirketler, yani borç/özkaynak oranı yüksek şirketler veya bir başka ifadeyle finansal kaldıraç yüksek şirketler, ekonominin durgunluk dönemlerinde daha çok riskli, ekonominin refah dönemlerinde ise daha az riskli olacaklardır. Burada risk düzeyini ortaya koyan temel etken, yabancı kaynak (borç) maliyetleri tutarına bağlı olarak ve satış düzeyi belirleyici olarak, şirketin borç yükünü ne ölçüde karşılayıp karşılayamadığıdır.

Burada finansal kaldıraç ile ilgili saptamalar belirtildikten sonra, kaldıraçlı beta(leveraged beta) ve kaldıraçsız beta(unleveraged beta) kavramlarının açıklanıp, matematiksel olarak ilişkilendirilmesi, çalışmanın konusu ve amacı bakımından yararlı olacaktır.Kaldıraçlı beta ve kaldıraçsız beta terimlerindeki kaldıraç kavramı, finansal kaldıraçtaki kaldıraç kavramıyla aynı anlamdadır: Yani şirketin borç(yabancı kaynak) kullanımı ile ilgilidir.Kaldıraçlı beta terimi, borç(yabancı kaynak) kullanan şirketlerin sistematik risk göstergesi betasını ifade etmek için kullanılır. Kaldıraçsız beta terimi ise borç(yabancı kaynak) kullanmayan veya kullanmadığı varsayılan, bir başka ifadeyle borç yükü olmayan veya olmadığı varsayılan şirketlerin sistematik risk göstergesi betasını ifade etmek için kullanılır. Bir şirketin kaldıraçlı betası, kaldıraçsız betanın ve borç/özkaynak oranının bir fonksiyonu olarak, borcun sistematik riskinin sıfır olduğu varsayımıyla aşağıdaki gibi formüle edilir (Damodaran,2002:194) :

$$\beta_L = \beta_U [1 + (1-t) D/E]$$

Bu eşitlikte;

β_L : Kaldıraçlı betayı (leverage beta),

β_U : Kaldıraçsız betayı (unleverage beta, borcu olmayan şirketin betasını)

t : Vergi oranını,

D/E : Piyasa değerleri esas alınarak hesaplanan borç/öz kaynak oranını ifade etmektedir.

Formülden de görülebileceği gibi, beta, şirketin kaldıraçıyla doğru orantılıdır : Kaldıraçın artması, şirketin betasını yükseltirken, azalması düşürecektir (İvgen,2003:85). Yukarıdaki formül, borçların sistematik riskinin sıfır olduğu varsayımıyla yazılmıştır. Borçların sistematik riskinin olduğu varsayılırsa, formül aşağıdaki şekli alır (Damodaran,2002:194) :

$$\beta_L = \beta_U [1 + (1-t) D/E] - \beta_D (1-t) D/E$$

Bu formülde, β_D , borcun betasını ifade etmektedir. Özkaynaklarla ilgili beta, hisse senetlerinin cari değerinde meydana gelen değişimi ifade ettiği gibi, borç betası da borçların cari değerinde meydana gelebilecek dalgalanmalar nedeniyle ortaya çıkan riski göstermektedir (Aksöyek,1994:136).

2.3. Karşılaştırılabilir, Benzer Halka Açık Şirket Beta Katsayıları Yoluyla Halka Açık Olmayan Şirketlerin Beta Katsayısının Tahmin Edilmesi

Bu yöntemde halka açık olmayan şirketin faaliyet gösterdiği sektörde halka açık olmayan şirketle faaliyet kaldıraç, finansal kaldıraç ve iş riski bakımından benzerlik gösteren halka açık şirketlerin beta katsayıları esas alınarak halka açık olmayan şirketin beta katsayısı tahmin edilmektedir (Damodaran'dan aktaran Yalıtı,2000:54). Bu yöntemde halka açık olmayan şirketin beta katsayısını belirlemek için şu adımlar izlenir (Cornell,1993:232 ; Damodaran, <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>) :

I. Halka açık olmayan şirketle benzer, karşılaştırılabilir halka açık şirketler belirlenir. Bu halka açık şirketlerin, sistematik risk ölçütü beta katsayısının tahmin edileceği halka açık olmayan şirketle aynı sektörde yer almasına ve aynı veya benzer ekonomik faktörler tarafından etkileniyor olmasına dikkat edilir.

Burada, halka açık şirketlerin doğru olarak belirlenip belirlenmediği konusunda, basit bir test yapılabilir. Seçilen halka açık şirketlerin ve sistematik risk ölçütü beta katsayısının tahmin edileceği halka açık olmayan şirketin, faaliyet karları veya net karları kolerasyon analizine tabi tutulur. Eğer kolerasyon analizi sonucu belirlenen kolerasyon katsayısı, pozitif ve yüksek ise, test olumlu sonuçlanmış olur ve halka açık olmayan şirketle benzer, karşılaştırılabilir halka açık şirketler sağlıklı bir şekilde seçilmiş kabul edilir.

II. İkinci aşamada, birinci aşamada seçilmiş halka açık olmayan şirketle benzer, karşılaştırılabilir halka açık şirketlerin beta katsayıları tahmin edilir ve bu beta katsayılarının ortalaması alınır. Bu betalar, borç kullanan şirketlerin sahip

olduğu kaldıraçlı beta (leveraged beta)lardır. Bu aşamada bulunan ortalama kaldıraçlı beta değerinden sonra bir sonraki aşamaya geçilir.

III. İkinci aşamada bulunan ortalama kaldıraçlı beta (leveraged beta) değeri, halka açık olmayan şirketle benzer, karşılaştırılabilir olarak seçilen şirketlerin sermaye yapıları (borç/özkaynak oranları) dikkate alınarak, aşağıdaki, daha önce belirtilen eşitlik yardımıyla ortalama kaldıraçsız beta (unleveraged beta) değerine dönüştürülür. Bu eşitlikteki borç/özkaynak oranı (D/E oranı) için de ortalama değer hesaplanmalıdır.

$$\beta_L = \beta_U [1 + (1-t) D/E]$$

IV. Dördüncü aşamada sistematik risk ölçütü beta katsayısının tahmin edilmeye çalışıldığı halka açık olmayan şirketin borç/özkaynak oranı (D/E oranı) hesap edilir.

V. Beşinci ve son aşamada, üçüncü aşamada halka açık şirketler için tahmin edilmiş ortalama kaldıraçsız beta değeri ve dördüncü aşamada hesaplanmış sistematik risk ölçütü beta katsayısının tahmin edilmeye çalışıldığı halka açık olmayan şirketin borç/özkaynak oranı veri alınarak, yukarıdaki eşitlik yardımıyla, halka açık olmayan şirketin sistematik risk ölçütü kaldıraçlı betası tahmin edilir. Böylece halka açık olmayan şirketin sistematik risk ölçütü beta katsayısı, karşılaştırılabilir, benzer halka açık şirket beta katsayılarından faydalanılarak elde edilmiş olur.

Yapılan ampirik çalışmalarda görülmüştür ki karşılaştırılabilir, benzer halka açık şirket beta katsayıları yoluyla halka açık olmayan şirketlerin beta katsayısının tahmin edilmesi yönteminde veya İngilizce literatürdeki karşılığıyla “Pure-Play Technique” yaklaşımında uygulamaya ilişkin bazı sakıncalar doğmaktadır (Patterson, 1995:223) : Bu sakıncalardan ilki karşılaştırılabilir, benzer şirketlerin bulunmasında yaşanan zorluklardır. Bir diğer sakınca da karşılaştırılabilir, benzer şirketlerin betalarının hesaplanmasında tarihi verilerin baz alınmamasıdır. Daha önce, tarihi verilerin baz alınarak tahmin edilen beta (historical beta) için belirtilen çekinceler, burada da geçerlidir.

Halka açık olmayan şirketlerin sistematik risk ölçütü beta katsayılarının tahmin edilmesine yönelik olarak, çalışmamızda bütün yönleriyle ortaya konan ve değerlendirilen yöntemler veya yaklaşımların, uygulamaya yönelik nasıl kullanılacağı konusundaki önerilerimiz çalışmanın aşağıdaki sonuç bölümünde vurgulanacaktır.

Sonuç

Finansal piyasalarda işlem gören menkul kıymetlerle ilgili iki taraf söz konusudur. Bu taraflar, ilgili menkul kıymeti çıkaran şirket ve bu menkul kıymete yatırım yapan tasarruf sahibi yatırımcılardır. Bir menkul kıymet, yatırımcı açısından bir getiri ifade ederken; çıkaran şirket açısından da özkaynak maliyeti içermektedir. Gerek yatırımcıların menkul kıymetlere yatırım yaparken risk ve getiri arasında ilişki kurması, gerekse de şirketlerin sermaye maliyeti hesaplamalarında özkaynak maliyetinin bilinmesi gereği, menkul kıymetlere ait risklerin sağlıklı ve doğru bir şekilde ölçülmesini kaçınılmaz kılmaktadır.

Bir menkul kıymete ilişkin risk, sistemik ve sistemik olmayan risklerle ifade edilir ve ölçülür. Portföy çeşitlendirilmesi ile azaltılamayan, tüm finansal piyasaları ve bu piyasalarda işlem gören finansal varlıkları etkileyen sistemik risk, beta katsayısı ile ölçülmektedir. Sistemik risk ölçütü olan beta katsayısının tahmin edilmesi, ilgili menkul kıymeti çıkaran şirketin halka açık veya halka açık olmamasına göre farklılaşmaktadır. Halka açık şirketlerin, sistemik risk ölçütü beta katsayılarının tahmin edilmesinde, bu menkul kıymetlerin geçmiş getiri oranları ile piyasa portföyü getiri oranları arasında bir regresyon ilişkisi kurulmakta ve basit regresyon modeli yardımıyla, sistemik risk ölçütü olan beta katsayısı tahmin edilmektedir. Halka açık olmayan şirketler için piyasada oluşan fiyat bilgileri mevcut olmadığından, halka açık olmayan şirketlerin sistemik risk ölçütü beta katsayılarının hesaplanmasında zorlukla karşılaşmaktadır.

Halka açık olmayan şirketlerin beta katsayıları, halka açık şirketlerin beta katsayılarından farklı olarak, muhasebe betaları, temel verilerden hareketle ve karşılaştırılabilir, benzer şirket betaları yoluyla tahmin edilmektedir. Ayrıntılarıyla açıklanan bu yöntemler veya yaklaşımlar, halka açık olmayan şirketlerin sistemik risk ölçütü beta katsayılarını tahmin etmek isteyen uygulamacılar tarafından kullanılmaktadır. Ancak uygulamada yapılan hata, genellikle, bu yöntemlerden elde edilen verilere göre hesaplama kolaylığı olan bir tanesinin seçilmesidir. Birbirlerine göre ve tarihi veriler baz alınarak tahmin edilen beta (historical beta) ya göre zayıflıkları ve üstünlükleri olan bu yöntemlerin, üçünün de tahmin edilecek sistemik risk ölçütü beta katsayısına ulaşmada, bir arada kullanılması, sağlıklı sonuçlar üretebilmeleri açısından önerimizdir. Halka açık olmayan şirketlerin sistemik risk ölçütü beta katsayılarının tahmininde söz konusu bu üç yöntem ayrı ayrı uygulanmalı, elde edilen sonuçlar korelasyon analizine tabi tutulmalı ve tahmin edilen beta değerlerinin, korelasyon analizi sonucuna göre, ağırlıklı veya aritmetik ortalamaları hesap edilerek ; yapılan analizlerde ve değerlendirmelerde, bu ortalama değerler baz alınmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akerson, C.B., **The Appraiser's Workbook**, Appraisal Institute, Chicago, 1996.
- Akgüç, Öztin, **Finansal Yönetim**, Yenilenmiş 7. Baskı, Muhasebe Enstitüsü Yayın No : 65, Avcıol Basım-Yayın, İstanbul, 1998.
- Akmüt, Özdemir, Aktaş, Ramazan ve Binay, H. Soner, **Öngörü Teknikleri ve Finans Uygulamaları**, Siyasal Kitabevi, Ankara, 1999.
- Aksöyek, İsmet, **Halka Açılan İşletmelerde Firma Değerinin Belirlenmesine Yönelik Yaklaşımların Mukayeseli Olarak İncelenmesi**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe – Finansman Anabilim Dalı, Ankara, 1994.
- Beaver, W., Kettler, P. and Scholes, M., "The Association Between Market Determined and Accounting Determined Risk Measures", **The Accounting Review**, October 1970.
- Bradbury, F. Michael, Ferguson, Jason and Berkman, Hank, "The Accuracy of Price-Earnings and Discounted Cash Flow Methods of IPO Equity Valuation", **Journal of International Financial Management and Accounting**, Vol. : 1, No. : 2, Summer, 2000.
- Bozkurt, Ünal, **Menkul Değer Yatırımlarının Yönetimi**, İktisat Bankası Eğitim Yayınları No : 4, İstanbul, 1988.

- Ceylan, Ali ve Korkmaz, Turhan, **Sermaye Piyasası ve Menkul Değer Analizi**, Ekin Kitabevi, Bursa, 2000.
- Copeland, Tom, Koller, Tim and Murrin, Jack, **Valuation : Measuring and Managing The Value of Companies**, Second Edition, John Wiley & Sons, New York, 1996.
- Cornell, Bradford, **Corporate Valuation : Tools For Effective Appraisal and Decision Making**, Irwin Professional Publishing Inc., New York, 1993.
- Cuthbertson, Keith, **Quantitative Financial Economics : Stocks, Bonds and Foreign Exchange**, John Wiley & Sons, West Sussex, England, 1996.
- Damodaran, Aswath, **Investment Valuation : Tools and Techniques for determining The Value of Any Asset**, Second Edition, John Wiley & Sons, New York, 2002.
- Damodaran, Aswath, <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>
- Delice, Güven, “Uluslararası Finansal Sermaye Akımlarını Belirleyen Faktörler” , **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Ocak-Mart 2000.
- Ehrhardt, Michael C., **The Search For Value : Measuring The Company’s Cost of Capital**, Harvard Business School Press, Massachusetts, 1994.
- Elton, Edwin J. and Gruber, Martin J, **Modern Portfolio Theory and Investment Analysis**, Second Edition, John Wiley & Sons, New York, 1989.
- Ercan, Metin Kamil, Öztürk, M. Şarana ve Demirgüneş, Kartal, **Değere Dayalı Yönetim ve Entellektüel Sermaye**, Gazi Kitabevi, Ankara, 2003.
- Gitman , L.,J. and Joehnk, M.,D., **Fundamentals of Investing**, Third Edition, Harper & Row Publishers, New York , 1988.
- İvgen, Hünkar, **Şirket Değerleme**, Finnet Yayınları Borsa Dizisi : 1, İstanbul, 2003.
- Kayalıdere, U.A. Koray, **1995-2000 Döneminde İMKB’de İşlem Gören Hisse Senetlerinin Piyasa Değeri ve Fiyat/Kazanç Oranına Göre Oluşturulan Portföylerinin Performanslarının İncelenmesi**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi İşletme Bölümü Muhasebe-Finansman Anabilim Dalı, Manisa, 2002.
- Kırlı, Mustafa, **Şirket Değerlemesi ve İndirgenmiş Nakit Akımları Yönteminin Determinist Bir Yaklaşımla Uygulanması**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara, 2004.
- Kocaman, Berna, **Yatırım Teorisinde Modern Gelişmeler ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda Bazı Değerlendirme ve Gözlemler**, İ.M.K.B. Araştırma Yayınları No : 5, Ankara, 1995.
- Lintner, John, “Security Prices, Risk and Maximal Gains from Diversification”, **The Journal of Finance**, Vol. : 20, No. : 4, December 1965.
- Maruca, Regina Fazio, “The Cost of Capital : What is the Best Estimate?”, **Harvard Business Review**, September – October 1996.
- Mossin, Jan, “Equilibrium in a Capital Asset Market”, **Econometrica** 39, No. : 4, December 1966.
- Patterson, Cleveland S., **The Cost of Capital : Theory and Estimation**, Quorum Books, Connecticut, 1995.
- Peterson, Renno L., “A Guide To Valuing The Closely Held Business”, **The Practical Accountant**, V. 22 N. 4, April 1989.
- Pratt, Shannon P., Reilley, Robert F. and Schweihs, Robert P., **Valuing A Business**, The McGRAW-Hill Companies, Inc., New York, 1996.
- Rosenberg, Barr and Marathe, Vinay , **The Prediction of Investment Risk : Systematic and Residual Risk** , Berkeley Working Paper Series.
- Sharp, William F., “Capital Asset Pricing : A Theory of Market Equilibrium Under Conditions of Risk”, **Journal of Finance** , September 1964.
- Thompson II, Donald, “Sources of Systematic Risk in Common Stocks” , **Journal of Business** , April 1978.
- Yaltı, Onur, **Bankaların Şirket Birleşme ve Devralmalarında Verdikleri Danışmanlık Hizmetleri ve Kullandıkları Şirket Değerleme Yöntemleri**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü Sermaye Piyasası ve Borsa Anabilim Dalı, İstanbul, 2000.

M. Kırılı/ Halka Açık Olmayan Şirketlerde Sistemik Risk Ölçütü Beta Katsayısının Tahmin Edilmesi

Yılgör, Ayşe Gül, **İşletme Değerlemesi ve Ereğli Demir Çelik İşletmeleri T.A.Ş. Üzerine Bir Uygulama**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara, 1998.

Ahlaki Liderliğin Kavramsallaştırılması ve Ahlaki Yönetimde Liderliğin Rolü

Doç. Dr. Semra GÜNEY

Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, ANKARA

ÖZET

Bu çalışmanın amacı liderliğin ahlaki yönü üzerinde betimleyici bir analiz yapmak, literatürde yer alan değişik görüşleri ifade etmektir. Bu çalışmada, ayrıca, ahlaki bir işyeri ortamının yaratılmasında ve yönetilmesinde liderliğin önemi ve sorumluluğu da tartışılacaktır.

Anahtar Sözcükler: Lider-yönetici, iş ahlakı, ahlaki yönetim, ahlaki kodlar

Conceptualization of Moral Leadership and The Role of Leadership In The Moral Management

ABSTRACT

The aim of this study is to make a descriptive analysis on the moral side of leadership and point out diverse perspectives on the moral leadership literature. In this study, the importance and responsibility of leadership in creating and managing an ethical workplace also will be under discussion.

Key Words: Leader -manager, ethics, moral management, ethical codes

Giriş

Son yıllarda, yöneticilerin bazı gayri-ahlaki uygulamalar nedeniyle şirketlerini büyük zararlara uğrattıkları gözlenmiş ve 20.yy'ın son yıllarında, Amerika'daki bazı şirketlerde bu tür uygulamalar nedeniyle yüzlerce milyar dolarlık kayıplar meydana gelmiştir. Örneğin WorldCom ve Enron 'da, üst düzey yöneticilerin, işgörenlere hisse senedi almalarını önerirken, kendi ellerindeki hisseleri olabildiğince hızlı bir biçimde elden çıkarmaya çalışmış olmaları gayri-ahlaki yönetim uygulamalarının bir örneğidir, çünkü, bu şirketlerin yöneticileri, kendi çıkarlarını düşünmek ve korumak adına şirket çalışanlarını zarara uğratmış ve bir anlamda suistimal etmişlerdir (May vd., 2003:247).

İşletme yöneticilerinin diğer bazı gayri-ahlaki davranışlarını haksız ve aşırı kar elde etmek, devlete karşı vergi ve diğer yasal sorumlulukları zamanında yerine getirmemek ya da hiç yerine getirmemek, işe alma ve terfide adil davranmamak, çalışanların hukuki haklarına saygı göstermemek, kişisel çıkarlar için şirketin maddi imkanlarını ve çalışanlarını suistimal etmek, şirketin sırlarını rakiplere satmak, çalışanların sağlığını ve yaşamını tehlikeye atmak, bilgiyi yanlış kullanmak, çalışanlar arasında düşmanlık ve güvensizlik gibi olumsuz duygular yaratmak, çevreyi korumaya önem vermemek şeklinde örneklendirmek mümkündür.

Şirketlerdeki yöneticilerin bu tür uygulamalara yönelmemesi ya da ortaya çıkan ahlaki sorunlarla daha iyi başa çıkabilmelerinin ilk şartı, herşeyden önce kişinin kendi ahlaki kapasitelerini yükseltmesidir. Ancak yüksek düzeyde bir

ahlaki kapasiteye sahip yöneticilerin sorumlu oldukları kişi ve gruplara karşı ahlaki sorumluluklarını yerine getirmeleri, ahlaki sorunları tanıyıp değerlendirmeleri ve bu sorunlara, sorundan etkilenecek tüm tarafların çıkarlarını maksimize edecek çözümler bulma yönünde yetenek geliştirmeleri mümkün olabilecektir.

Bununla birlikte, bir yöneticinin gerçekleştirdiği uygulamalardan dolayı ahlaki anlamda sorumlu tutulabilmesi için öncelikle, diğer insanlar için olumlu ya da olumsuz sonuçlar yaratacak faaliyetlere ilişkin olarak bir karar-verme özgürlüğüne sahip olması gerekmektedir.

Yukarıda ifade edilen gayri-ahlaki uygulamalar işletmenin imajını olumsuz etkileyecek ve işletmenin sorumlu olduğu kişi ve kurumları hayal kırıklığına uğratacaktır. Gerek çalışanlarına, gerekse devlete ve çevreye karşı tüm toplumsal sorumluluklarını başarıyla yerine getiren ve ahlaki uygulamalarla yönetilen işletmeler, kar sağlama ve yaşamı sürekli kılma amaçlarına ulaşmada da daha etkili olacaktır. Bu nedenle, işletmelerin ahlaki kurallara uygun bir biçimde yönetilmeleri, son derece rekabetçi bir ortamda faaliyet gösteren işletmelerin gelecekteki başarılarının da anahtarı olacaktır. Günümüz tüketicileri için artık, işletmenin bir malı kaliteli bir biçimde üretilip ucuz fiyata satması o işletmenin başarılı olarak değerlendirilmesi için yeterli görülmemekte ve işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamalarına duyarlı olması beklenmektedir. Bu bağlamda, gerek Türkiye’de ve gerekse tüm dünya ülkelerinde, çevreye duyarlı, kadınların, çocukların, engellilerin ve azınlıkların haklarına saygı duyan, hayvanlar üzerinde test ve araştırma yapmayan, devlete karşı vergi gibi yasal sorumluluklarını zamanında ve eksiksiz olarak yerine getiren, çalışanlarının ahlaki sorumluluklarına önem veren, sanata ve kültüre duyarlı olan ve gönüllü etkinlikleri düşünen ve gerçekleştiren işletmeler tercih edilmekte ve saygı görmektedir.

Bu makalede öncelikle lider, liderlik ve lider-yönetici kavramları tanıtılıp bir organizasyonda lider-yöneticiliğe gereksinim duyma nedenleri kısaca belirtilecek, daha sonra da, ahlak, iş ahlakı kavramları tanımlanarak, ahlaki liderliğin genel anlamda kavramsallaştırılmasına çalışılacaktır. Ahlaki liderlik konusunda değişik yazarların görüş ve düşüncelerine yer verildikten sonra, çalışmanın son bölümünde ahlaki uygulamaların hüküm sürdüğü, ahlaki kuralların geniş ölçüde kabul gördüğü bir işyeri ortamının yaratılması ve ahlaki uygulamaların gerçekleştirilmesinde atılabilecek adımlardan söz edilecek ve bu bağlamda üst düzey yöneticilerin sorumluluğuna değinilecektir.

I. Lider Kavramı

Liderlik, yirminci yüzyılda yönetim alanında yoğun bilimsel araştırmaların yapıldığı ve onlarca teorisyenin tanımlamaya çalıştığı bir kavram olmuştur. Bu çabalar liderlik alanına yaklaşık 5000’den fazla çalışma, 350’den fazla da tanım kazandırmıştır. Bu tanımlardan bazıları aşağıda yer almaktadır (Erçetin, 2000: 3):

Liderlik, sosyal hareketlerin kontrol edilmesi sürecinde grupta bir kişinin ön plana çıkmasıdır.

Liderlik, grup üyelerinin gereksinimlerini ve isteklerini farkederek; enerjilerini, bu gereksinimleri ve istekleri karşılamaya yöneltmektir.

Liderlik, ortak bir amacı başarmak için insanları etkilemektir.

Liderlik, tüm potansiyelleri ve isteklilikleriyle amaca ulaşma çabası sarfetmek için insanları etkileme sürecidir.

Bu çalışmada kullanılan lider kavramı, liderlik özellikleri gösteren, başka bir ifadeyle, astlarını örgütsel amaçları gerçekleştirme doğrultusunda harekete geçirmeyi başarabilen üst düzey yöneticileri ifade etmek üzere kullanılan bir kavramdır. Çalışmanın ilerleyen aşamalarında kullanılacak *lider* kelimesi, örgütsel stratejileri belirleme sorumluluğu üstlenmiş bulunan lider-yöneticileri kapsayan bir kavram olarak anlaşılmalıdır.

Buraya kadar değişik tanımları verilen liderlik kavramı, kar amacı gütsün ya da gütmesin bütün organizasyonlar için önemli ve gereklidir. Bir organizasyonda lider-yöneticiye gereksinim duyulma nedenlerini aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür (Güney, 2000:499; Can, 2002:209):

Günümüzde sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik alanlarda meydana gelen hızlı ve sürekli değişimler işletmeleri de etkilemekte ve toplumlarda ve işletmelerde meydana gelen bu değişmeler, liderlik özelliklerine sahip yöneticilere duyulan ihtiyacı daha da artırmaktadır. Bir organizasyonda lider-yöneticilere gereksinim duyulmasının en önemli nedenlerinden birisi, yukarıda da ifade edildiği üzere, işletmelerin çok değişken bir çevre içerisinde yaşamaları ve işletmelerin değişen şartlara uyum sağlama zorunluluğudur. Gerçekten de rakipleri ile mücadele etmek ve yaşam sürdürme amacını gerçekleştirmek isteyen işletmeler teknolojik, sosyal, ekonomik, kültürel ve yapısal değişimlere uyum sağlamak zorunluluğundadır ve bu değişimlerin gerçekleştirilebilmesi ve yönetilmesi başarılı liderlik uygulamalarını gerekli kılmaktadır. Bir işletmede lider-yöneticiye gereksinim duyulmasının bir başka nedeni ise örgütlerdeki insan doğasının karmaşıklığı ile ilişkilidir. Liderler, astlarının birbirinden farklı kişilik özelliklerine sahip olduğunu ve farklı ihtiyaçlar ile harekete geçtiklerini bilmek ve anlamak durumundadır. Astların ihtiyaçlarının birbirinden farklı olması ise astlara uygulanan motivasyon tekniklerinde ve sergilenecek liderlik tarzlarında farklılaşmaları gerekli kılacaktır. Bir organizasyonda insan unsuruna ilişkin sorunları anlamak ve bu sorunların üstesinden gelmek için etkili bir liderlik kaçınılmaz bir ihtiyaç olarak ortaya çıkacaktır. Organizasyonlarda lider-yöneticiliğin önemini vurgulayan bir diğer unsur, örgütsel planların hiçbir zaman tam ve eksiksiz olamamaları ile ilgilidir. Değişen çevresel koşullar ve her an meydana gelebilecek krizler, hazırlanan planları yetersiz hale getirebilecektir. Örgütsel planların her detayı ve gerçekleşme olasılığı bulunan her durumu kapsamaması mümkün olmadığından, yeni şartlara uyum ve krizlerle başa çıkabilme yine etkili bir liderliği gerekli kılacaktır. Yukarıda ifade edilen bu gerekliliklere ek olarak lider-yöneticiler, örgüt ve çevresi arasında iletişimi sağlayan ve bilgi alış-verişini kolaylaştıran kişiler olarak da düşünülmelidir. Örgütlerdeki

çalışanlar, çevrelerinde meydana gelen pekçok değişimi yöneticileri aracılığı ile izler ve öğrenirler. Bir organizasyonda lider-yöneticiliğe gerek duyulma nedenlerini daha da artırmak mümkündür.

Lider-yönetici kavramını tanımlayıp, bir organizasyonda liderliğe gerek duyulma nedenlerini ifade ettikten sonra, çalışma ile ilgili diğer bazı temel kavramları kısaca tanımlamak anlamlı olacaktır.

II. Ahlak ve İş Ahlakı Kavramları

Son yıllarda, lider-yönetici kavramı gibi, yönetim literatüründe çok ilgi çeken ve araştırılan bir diğer konu ise ahlakbilim ya da ahlak felsefesi şeklinde Türkçeleştirilebilecek olan ethics kavramıdır.

Batı dillerinde ethics olarak bilinen ve felsefenin bir alt dalı olan disiplin, dilimizde yakın zamanlara kadar ahlak ya da ahlakbilimi olarak adlandırılmıştır. Bazıları tarafından ahlakın sadece uygulamada geçerli olan ahlak (cari ahlak) anlamına gelen (morality) terimine denk geldiği ileri sürülse de ahlak teriminin hem morality hem de ethics anlamını taşıdığı aşikardır. Eğer morality ile ethics arasında mutlaka bir ayrım yapmak gerekiyorsa morality karşılığında ahlak, ethics karşılığında da ahlakbilim ya da ahlak felsefesi terimlerini kullanabiliriz. Nitekim felsefeci Bedia Akarsu (1984) ethics kavramını ahlak bilimi ve felsefesi olarak tanımlamakta ahlak terimini bu anlamda kullanmaktadır (Arslan, 2001: 6-7). Ethics'in Yunanca "gelenek, örf-adet" anlamına gelen "ethos" kelimesinden türetildiği kabul edilmekle birlikte "swedhethos" kavramından oluşturulduğu düşünülmektedir. Swedhethos kavramında bireysel ahlak ile davranışsal alışkanlıklar birbirleri ile ilişkilidir. Batılı yazarların çoğu, Yunan felsefeciler Sokrat (469-399 İ.Ö), Plato (427-347 İ.Ö) ve Aristo'nun (384-322 İ.Ö) ilk yazılarını etiksel kavramlar üzerine dayandırdıklarını ifade etmektedirler. Bununla birlikte, ahlaki kodlar ve kanunlara ilişkin daha eski yazıları Judaizm (1800 İ.Ö) ve Hinduizm'de (1500 İ.Ö) bulabilmek mümkündür (Hisrich ve Peters ,2002:23).Gündelik konuşma sırasında etik ve ahlak kavramı birbirinin yerine kullanılsa da gerçekte bu sözcüklerin anlamı farklıdır. Ahlak insanın, "doğru ve yanlış, olumlu ve olumsuz umursamazlık, vicdan ve nihayet iyi ve kötü olarak nitelendirilen davranışları"yla ilgilidir. Etik ise, "ahlak felsefesi"dir. Ahlak, insan ilişkilerinin toplumsal yaşama yansımaları ve davranışların düşünsel bütünü ile ilgilidir. Etik ise, bir tür ahlak felsefesi olarak, ahlaki davranışların eleştiri sürecini geliştirmek ve davranışlara yön vermek amacını gütmektedir (Şimşek vd., 2003:398). Bu farklılıklara rağmen, etik ve ahlak kavramlarının gerek günlük konuşma dilinde ve gerekse çalışmalarda eş anlamlı olarak kullanılmasında ciddi bir sakınca yaratmayacağını söylemek mümkündür.

İş ahlakı kavramı da, son yıllarda geniş ölçüde araştırılan konulardan birisi haline gelmiştir. İş ahlakı, uygulamalı bir ahlak bilgisidir ve iş hayatında karşılaşılan tüm ahlaki sorunları inceler. İş ahlakı (business ethics) çalışma ahlakından (work ethic) daha geniş bir kavramdır ve çalışma ahlakını da içerir (Arslan, 2001: 32). Sosyal sorumluluk kavramı ile çok yakından ilişkili olan iş

ahlaki, iş dünyasında hüküm süren doğru ve yanlış davranışlar olarak da tanımlanabilir (Mc.Hugh, 1992:11).

III. Ahlaki Liderliğin Genel Anlamda Kavramsallaştırılması

İşletmelerin kar elde etme, topluma hizmet etme ve işletmenin yaşamını sürekli kılma şeklinde ifade edilebilecek üç genel amacı bulunmaktadır (Can vd., 2003:20-25). İşletmeler bu üç genel amacı birarada gerçekleştirmek üzere çaba harcamalı, birini diğerlerine tercih etme eğilimi içerisine girmemelidir. Özellikle kar sağlama amacını ön plana çıkararak, topluma hizmet etme amacına gereken önemi vermeyen, başka bir deyişle sosyal sorumluluk bilincine sahip olmayan işletmelerin uzun vadede yaşam sürdürme amacını gerçekleştiremeyecekleri ve bu konuda büyük duyarlılığa sahip rakipleri ile başarılı bir biçimde rekabet edemeyecekleri son derece açıktır. Çünkü günümüzde tüketiciler, işletmelerin sosyal sorumluluğa hakettiği önemi vermesini ve bu konuda yeterli bir duyarlılığa sahip olmasını beklemekte ve bu konudaki uygulamaları yakından izlemektedirler.

Sosyal sorumluluk, bir işletmenin toplumun refahını geliştirme, hiç değilse zedelememe sorumluluğu olarak tanımlanabilir (Can,2002:63). Hodgetts ve Kuratko'ya (1991:670) göre işletmelerin *çevre* (ör: kirlilik kontrolü, doğal kaynakları koruma), *enerji* (ör: koruma ve geliştirme), *işletme uygulamalarında adalet* (ör: kadınların ve azınlıkların geliştirilmesi, özürülülere destek verme), *insan kaynakları* (ör: işgören sağlığı ve güvenliğini artırma, eğitim), *toplum* (ör: kamu sağlığı projelerine destek verme, eğitime ve sanata destek verme) ve *mamul* (ör: mamul güvenliğini artırma, ambalaj ve etiketlemede gelişmeler) gibi konularda sosyal sorumlulukları bulunmaktadır. Drafke ve Kossen ise sosyal sorumluluk alanlarını işgörenlere karşı sorumluluk, tüketicilere karşı sorumluluk, çevreye karşı sorumluluk, bilgi sağlama sorumluluğu, küçük işletmelere yardımcı olma sorumluluğu şeklinde ifade etmektedir (1998:448).

Sosyal sorumluluğun kapsamı ele alınırken, bu yönde geliştirilen “*sosyal sorumluluk piramidi*” genel bir bilgi verebilir. Piramitte birbirleri ile ilişkili dört kategori vardır (Şimşek vd., 2003:380):

- a) Gönüllü sorumluluk: gönüllü etkinlikler yapıp, yaşam kalitesini artırmak.
- b) Ahlaki sorumluluk: Doğru, dürüst ve adil olmak, zarar vermekten kaçınmak.
- c) Yasal sorumluluk: Kanunlara ve kurallara uygun davranmak. Oyunu kurallarına göre oynamak.
- d) Ekonomik sorumluluk: Kar amacı gütmek. Bu sorumluluk diğer sorumlulukların dayanak noktasıdır.

Ahlaki liderlik, çok sayıda farklı unsurdan oluşan oldukça belirsiz ve karmaşık bir yapıdır. Bu anlamda, birey olarak lider-yöneticinin iş ahlakı anlayışı ile örgütün kabul ettiği ahlak düzeyleri arasında farklılıklar olabileceği gerçeğini gözardı etmemek gerektiğini vurgulamak yerinde olacaktır. Örneğin işe alkollü gelen bir işgöreni, yönetici, kendi değerlendirmelerine göre, gayri-ahlaki görmeyebilir. Bununla birlikte, “işe alkollü gelme” eylemi işletme açısından iş

ahlakına son derece aykırı bir tutum olarak kabul edilebilir (Arıkan, 1995: 173-174).

Bir işletmede ortaya çıkabilecek ahlaki sorunlar, diğer insanlara zarar verebilecek sorunlardır (May vd., 2003: 251). İş ahlakına uygun faaliyetlerin gerçekleştirilmesi üst düzey yöneticinin bireysel kararı ya da tercihi olarak düşünülmemeli, örgütsel bir zorunluluk olarak ele alınmalıdır. Bununla birlikte, ahlaki kararlar veren lider-yöneticinin bireysel düşünce ve değerlendirmelerinin de karar verme sürecini derinden etkileyeceğini düşünmek yanlış olmayacaktır.

Bovet, organizasyonlarda bir yöneticinin iş ahlakı ile ilgili olarak karşılaşılabileceği sorunları cinsel taciz, ayrımcılık, yanlış bilgilendirme veya yanlış bilginin yayınlanması, kamu hakları aleyhinde propoganda, fonların yanlış kullanımı, güvenli olmayan, tüketilmesi zararlı mamül üretimi, doğal kaynakların tahrip edilmesi, çevre kirliliği şeklinde ifade etmektedir (1993:24):

Şüphesiz ki yönetici, bu tür ahlaki sorunlarla karşı karşıya geldiği zaman kendi değerlerinden, bilinçli niyetlerinden ve bulunduğu ahlaki gelişim aşaması düzeyinden geniş ölçüde etkilenecektir. Ayrıca yöneticilerin yaşadığı toplum ile o toplumun kültürü de liderin ahlaki kararlarını etkileyebilecek değişkenler olarak karşımıza çıkacaktır. Batı toplumlarında gayri-ahlaki olduğu düşünülen ve bilgiyi tahrip etmek, işletmeye ait varlıkları kişisel kullanım amacıyla çalmak, kişinin kendi yaptığı hatalardan dolayı başkalarını suçlaması, işletmede gereksiz yere düşmanlık yaratma, çalışanlar arasında güvensizliği yayma, işletmenin sırlarını rakiplere satma, rüşvete itibar etme ve diğerlerine acı vermek şeklinde örneklendirilebilecek bazı davranışların bütün dünyada gayri-ahlaki olarak kabul gördüğünü söylemek mümkün değildir (Yukl, 2002: 402). Örneğin rüşvet vermek ve almak, bazı toplumlar için son derece normal olarak algılanan bir davranıştır. Japonya'da birbirleri ile iş ilişkisi içerisinde bulunan kişi ve şirketlerin birbirlerine maddi değeri yüksek hediyeler vermesi hoş karşılanırken, aynı davranış Amerika'da "rüşvet alma- rüşvet verme" şeklinde düşünülür ve hiç de ahlaki olarak kabul görmez. Değişik teorisyenler ahlaki liderlik konusunda farklı görüş açıları getirmiş ve çeşitli araştırmalar gerçekleştirmişlerdir. Bu konudaki çalışmaların bazıları şu şekilde özetlenebilir:

IV. Ahlaki Liderlik Konusunda Farklı Bakış Açıları

Ahlaki liderlik konusundaki son görüşlerin çoğu liderliğe geniş açıdan bakan bazı teorisyenlerin düşüncelerinin etkisi ile şekillenmiştir. Aşağıda bu görüşlerden bazıları yer almaktadır (Yukl, 2002: 402-404):

Burns: James McGregor Burns (1978) politik liderler üzerine yapılan betimleyici bir araştırmadan bir dönüşümsel liderlik teorisi formüle etmiştir. Burns'e göre, bir liderin temel rolü ahlaki konu ve sorunlara ilişkin farkındalığı artırmak ve insanlara birbiriyle çatışma halinde bulunan değerleri analiz etme konusunda yardımcı olmaktır. Burns dönüşümsel liderliği " lider ve izleyenlerinin, birbirlerinin ahlak ve motivasyon düzeylerini artırdıkları bir süreç" olarak tanımlamaktadır. Bu liderler, korku, açgözlülük, kıskançlık ya da kin gibi olumsuz duygular yerine, özgürlük, eşitlik, adalet, barış ve hümanizm gibi

idealler ve ahlaki değerler yolu ile astlarının bilinç düzeylerini yükseltmeye çalışır.

Heifetz: Ronald Heifetz (1994), “Leadership Without Easy Answers” adlı kitabında liderlerin temel rolünü, astlarına, çatışmaları çözme ve yönetmede yardımcı olma ve verimli çözümler geliştirme şeklinde tanımlamıştır. Burns gibi Heifetz’de liderliği iki yönlü ve ortaklaşa bir süreç olarak tanımlamıştır. Liderin etkileme türü rasyonellik ve değerlere başvurmanın yanı sıra biçimsel bir otoriteyi de kapsar. Liderler otoritelerini dikkatleri problemlere yöneltme, sorunların çerçevesini çizme, karar süreçlerini yapılandırma, çatışmalarla ilgilenme, problem çözmeyi destekleyecek şekilde kaynak tahsisatı yapma ve bireylere veya gruplara belirli sorumluluklar verme şeklinde ifade edilebilecek yollarla kullanabilirler. Bununla birlikte, ahlaki liderlik için biçimsel yetki gerekli değildir. Heifetz’e göre anlamlı değişimler “paylaşılan bir liderlik” gerektirir ve tek bir birey bu işin üstesinden gelemez.

Greenleaf: Robert Greenleaf 1970 yılında “hizmet-edici liderlik” (servant leadership) kavramını ortaya atmıştır. Greenleaf’a göre liderin temel sorumluluğu astlara hizmet etmektir ve bu kavram ahlaki liderliğin temelini oluşturmaktadır. Buradaki “hizmet etme” kavramından anlaşılması gereken, astların geliştirilmesi, savunulması ve yetki ile güçlendirilmeleridir. Hizmet eden bir lider astlarının ihtiyaçlarına duyarlı olmalı ve daha sağlıklı, daha mahir ve sorumluluk almaya daha fazla istekli hale gelebilmeleri için onlara yardımcı olmalıdır. Bu tür bir lider, organizasyonun finansal çıkarına uygun olmasa bile, iyiyi ve doğruluğu temsil etmeli ve gerektiğinde sosyal anlamdaki adaletsizliklere ve eşitsizliklere karşı gelebilmelidir. Greenleaf’a göre, toplumdaki zayıf ve marjinal kişilere de saygı duyulmalıdır. İşgörenlere anlamlı bir iş sağlamak, müşterilere kaliteli mal ya da hizmet sunmak kadar önemlidir. Organizasyonlar sosyal sorumluluğu temel bir amaç olarak kabul etmeli ve yönetim kurulu üyeleri bu amaca ulaşmadaki gelişme ve ilerlemeleri sık sık değerlendirmelidir. Lider astları güç kullanarak yönetmek yerine yetki ile güçlendirmelidir. Greenleaf’a göre bir organizasyonda güven tesis etmenin yolu dürüst ve açık olma, değerlerle tutarlı eylemler gerçekleştirmek ve astlara güvenmekten geçer. Bu tür bir liderliğin sonucu ise toplumda ahlak ajanı olarak hizmet edecek insan sayısının artması olacaktır.

Bilindiği gibi *etkileşimsel* liderlikte liderler, rol ve görevleri açıklayarak, astlarını örgütsel amaçlara ulaşma konusunda motive eden ve onlara yol gösteren liderlerdir. Etkileşimsel liderler astlarını yönetirken daha çok bürokratik otoriteyi ve biçimselliği kullanırlar (Tracey ve Hinkin, 1998:220). Etkileşimsel liderlikte lider ve izleyenler arasında bir değiş-tokuş vardır. Astlar, liderin arzu ve isteklerine uygun davrandıkları takdirde ücret ve saygınlık gibi bazı değerli sonuçları elde edeceklerdir (Hartog vd.,1977:19). *Dönüşümsel liderlik* ise günümüzün belirsiz ve çalkantılı ortamındaki değişimlere uyum sağlamakta gerek duyulan bazı özellikleri kapsayan bir liderlik tarzıdır. Bu tarzı sergileyen lider, şirket kültürü yolu ile stratejik bir vizyon yaratır. Dönüşümsel liderler, ayrıca, karizmatik davranışlarıyla astlarını ekiler, tüm işgörenlerin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışır ve onları zihinsel yönden uyararak sonuçlara ulaşır (Bass,

1990:20). Burns, Heifetz ve Greenleaf'in görüşlerine ek olarak, ahlaki liderlik ile ilgili literatür inceleğinde Bass ve Steidlmeier tarafından yazılan bir makalede, yukarıda kısaca tanımlanan etkileşimsel ve dönüşümsel liderliğin her ikisinin de bazı ahlaki unsurlar taşıdığı ifade edilmiştir. Bu makaleye göre etkileşimsel liderlikteki ahlaki unsurlar arasında, yapılacak işin ahlaki anlamda biçimsel bir biçimde yapılması, gerçeğin söylenmesi, verilen sözlerin tutulması, çatışmaların ve şikayetlerin çözümlenmesinde tarafsız süreçlerin kullanılması vb. uygulamalardan söz etmek mümkündür. Yazarlara göre, dönüşümsel liderler ise, özgürlük alanını, vicdan ufkunu ve fedakarlık alanını genişletmeye çalışır ve dönüşümsel liderlerin faaliyetleri iyi sonuçlar, biçimsel araçlar ve adil sonuçlar elde etmeye dönüktür (1999: 184-211).

Ahlaki liderlik konusunda yapılan araştırmaların bazıları ise değişik ülkelerdeki yöneticilerin iş ahlakı bağlamındaki farklılıklarını tespit etmeye çalışmıştır. Örneğin, Clarke ve Aram (1997:561-563) tarafından yazılan bir makalede Amerikalı yöneticilerin iş ahlakına ilişkin sorunlara daha duyarlı oldukları ve Amerikalılar ile Avrupalılar arasında iş ahlakı anlamında bazı farklılıkların söz konusu olduğu ileri sürülmektedir. Bu makaleye göre Amerikalı yöneticiler ahlaki kararları bireysel değerlere, Avrupalı yöneticiler ise toplumsal kurallara dayalı olarak vermektedirler. Aynı çalışma, İsrail'li yöneticilerin iş ahlakı konusundaki inanç ve davranışlarının Amerikalı yöneticilerinkine benzer olduğunu ifade etmektedir. Söz konusu makale Becker ve Fritzche tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, iş ahlakına ilişkin sorunlarda Fransız yöneticilerin idealist, Alman yöneticilerin karamsar ve Amerikalı yöneticilerin ise oldukça gerçekçi olduklarını bulmuştur. Burke ve Black'in yaptıkları araştırmanın sonucuna göre toplumun ahlaki iklimi, ahlaki davranışı şekillendiren en güçlü faktördür. Dees ve Starr ise, ahlaki dilemmalara, farklı kültürde yaşayan insanların farklı yanıtlar verdiklerini yani verilen yanıtların kültürden etkilendiği sonucuna ulaşmıştır. Ahlaki yönetim konusu, bazı yazarlar tarafından çeşitli değişkenler itibarıyla analiz edilmiştir. Aşağıda, ahlaki yönetimin başka yönetim tarzlarından farklılığını vurgulayan ve bu farklılığı değişik unsurlar temelinde ortaya koyan bir çalışmanın özeti yer almaktadır:

V. Carroll'un Ahlaki Yönetim Anlayışı

Carroll, daha çok girişimcilerin ahlaki durumları ile ilgili olarak bazı örgütsel özelliklerin analiz edilebileceği gerçeğinden hareketle *gayri-ahlaki yönetim* (immoral management), *herhangi bir ahlaki bir yönelimi olmayan yönetim* (amoral management) ve *ahlaki yönetim* (moral management) tarzlarını *etiksel normlar, güdüler, amaçlar, hukuka yönelim* ve *strateji* temelinde incelemiş ve gayri-ahlaki ya da herhangi bir ahlaki yönelimi olmayan bir yönetimden ahlaki yönetime geçmenin bazı kişisel çabalar gerektireceğini ifade etmiştir. Örneğin, işgörenleri iş ahlakı konusunda eğitmek, ahlaki kodlar (prensipler) yayınlamak ya da daha sıkı kontroller gerçekleştirmek şeklindeki uygulamalar, bir girişimcinin bu anlamdaki çabalarının örneği olabilecektir. Aşağıda bu üç yönetim anlayışı

etiksel normlar, güdüler, amaçlar, hukuka yönelim ve strateji gibi örgütsel özellikler temelinde analiz edilecektir (Kuratko ve Hodhett, 1995: 623- 627):

Tablo- 1: Gayri-ahlaki yönetimde etiksel normlar, güdüler, amaçlar, hukuka yönelim ve strateji

GAYRİ-AHLAKİ YÖNETİM	
Etiksel Normlar	• Yönetimin kararları, eylemleri ve davranışları ahlaka aykırıdır. Kararlar kabul edilen ahlaki ilkelerle uyumsuzdur.
Güdüler	• Yönetim sadece kendisinin ya da şirketin kazançları ile ilgilenir, yani bencildir.
Amaçlar	• Her ne pahasına olursa olsun karlılık ve örgütsel başarı hedeflenir.
Hukuka Yönelim	• Kanuni standartlar yönetimin isteklerine ulaşmasında birer engel olarak kabul edilir.
Strateji	• Şirket kazançlarını artırmak için sömürücü fırsatlar aranır.

Tablo- 2: Herhangi bir ahlaki yönelimi olmayan yönetimde etiksel normlar, güdüler, amaçlar, hukuka yönelim ve strateji

AHLAKİ BİR YÖNELİMİ OLMAYAN YÖNETİM	
Etiksel Normlar	• Yönetim ne ahlaki ne de ahlak dışıdır. Yönetim faaliyeti, belirli bir ahlaki kod düzeninin dışındadır. Etiksel algı ve ahlaki farkındalık açısından eksiklik sözkonusu olabilir.
Güdüler	• İyi niyetli, ancak bencilce güdüler vardır ve diğer insanların nasıl etkilendiğine fazla önem verilmez.
Amaçlar	• Karlılık dışında diğer amaçlar düşünülmez.
Hukuka Yönelim	• Kanunlar etiksel rehberlerdir. Temel soru, kanuni olarak neyi yapabileceğimizdir.
Strateji	• Yöneticilere serbestçe idare etme yetkisi verilir.

Tablo- 3: Ahlaki yönetimde etiksel normlar, güdüler, amaçlar, hukuka yönelim ve strateji

AHLAKİ YÖNETİM	
Etiksel Normlar	• Yönetimin faaliyetleri etiksel standartta ya da doğru davranışa uyumludur. Profesyonel standartlara uyum vardır. Etiksel liderlik olağan hale gelmiştir.
Güdüler	• Yönetim eşitlik, adalet vb. gibi etiksel yönelimler içerisinde başarıya ulaşmak ister.
Amaçlar	• Kanuni ve etiksel standartlar içerisinde karlılık amaçlanır.
Hukuka Yönelim	• Hukuka ve hukukun ruhuna itaat sözkonusudur.
Strateji	• Yöneticiler yönetimi etiksel standartlarla gerçekleştirirler.

VI. Ahlaki Yönetimin Faydaları

Her ne kadar ahlaki yönetimin diğer yönetim tarzlarına göre üstün bir tarz olduğu kabul edilse de, gerek girişimciler gerekse yöneticilerin arasında ahlaki yönetimin şirket karını olumsuz yönde ekileyebileceği konusunda yaygın bir inanış mevcuttur. Gerçekten de işletmenin etik ile bağdaşmayacağı düşüncesinde olanların sayısı azımsanamayacak kadar çoktur. Bu görüşü savunanlar, işletmede karın önceliği olduğunu öne sürmektedirler. Buna göre, işletmelerin kendilerine özgü amaç ve kuralları bulunmakta; etikle ilgili kavramlar, standartlar ve yargılar, işletmenin şartları ile uyumlu bulunmamaktadır. Bu, üzerinde tartışılması gereken bir görüştür. İşletme, ekonomik bir kuruluştur. Ancak, tıpkı ekonomide olduğu gibi, bir moral temele sahiptir. İşletmelerin amacının karlılık olduğu bilinmektedir. Fakat kar yapmak, moral açıdan yansız bir eylem değildir. Geleneksel olarak işletmelerin karlılık peşinde olmaları cesaretlendirilmiştir. Çünkü-doğru ya da yanlış- karlılık arayışı içinde olmanın, bir bütün olarak toplum

için en iyisi olduğu ve herhangi bir hakkı zedelemeyeceği düşünüle gelmiştir. İşte bu yaygın kanaat, işletmelerin meşruluklarının kaynağını oluşturmaktadır. Ancak, şu son yirmi yıllık sürede, işletmelerin genel refaha yaptıkları katkıların tamamen olumlu yönde olup olmadıkları sorgulanmaya başlanmıştır. Bunun sonucunda, işletmelerin etik standartlarının toplumun etik standartlarının altında gibi düşünülmesi ve güvensizliklerin artması kaçınılmaz görünmektedir (Ergeneli,1996:100).

Günümüzde organizasyonlar devlete olan vergilerini ödemek, fabrikalarında çevre kirliliğini önlemek amacıyla yatırım yapmak, toplumda azınlıklara, kadınlara ya da özürllülere istihdam olanağı sağlamak, kültür-sanat faaliyetlerini desteklemek şeklinde örneklendirilebilecek uygulamaların karlarını azaltacağını düşünerek, bu tür faaliyetlere pek de sıcak bakmamaktadırlar. Unutulmaması gereken bir gerçek, ahlaki ve toplumsal sorumluluklarını yerine getirmekten kaçınan işletmelerin, kısa dönemde yüksek karlılığa ulaşsalar bile, uzun vadede daha ciddi maliyetlere katlanmak durumunda olacaklardır. Her ne kadar kar, bir işletme için bir başarı göstergesi ya da prestij kaynağı ise de, unutulmamalıdır ki, toplumsal sorumluluklarından kaçınmayan girişimciler ya da yöneticiler halkın daha fazla takdirini kazanacaklardır. Bu nedenle ahlaki yönetim, yukarıda da ifade edildiği üzere, bir işletme için faydalı bir yönetsel tarzı ifade etmektedir.

Ahlaki yönetimin faydalarını şu şekilde ifade etmek mümkündür (Zimmerer ve Scarborough,1998:488-490): Ahlaki kurallara uygun olarak yönetilen bir işletme, herşeyden önce, ahlak-dışı uygulamalarla yönetilen bir işletmenin sahip olduğu kötü ünün zararlarından korunmuş olacaktır. İşletmenin ahlaka aykırı davranışlar sergileyerek karlılığını artırması sadece kısa vadede bir fayda sağlayacaktır. Ancak işletme uzun vadede bu tür uygulamalardan zarar görecektir. İkinci olarak, ahlaki anlamda temeli sağlam bir biçimde oluşturulmuş işletmelerin farklı taleplere yanıt vermesi çok daha kolay olacaktır. Ahlaki yönetimin üçüncü faydası, ahlaki yönetimin sözkonusu olduğu işletmelerin iki önemli grubun yani müşterilerin ve işgörenlerin saygısını kazanması iken, dördüncü ve son fayda, ahlaki davranışları keşfeden şirketlerin, yukarıda ifade edilen çelişkinin aksine, kazançlarını artırma şansını yakalayabilecek olmalarıdır.

VII. Organizasyonda Ahlaki Uygulamaların Güçlendirilmesinde Liderliğin Rolü

Ahlak konusu yönetim uygulamalarının çok önemli bir parçasıdır. Ahlaki yönetim uygulamalarının bazı alanlarda işletmenin sağlığını artırdığını söylemek mümkündür: Bu alanlar, işletmenin sorumlu olduğu kişi ve gruplarla ilişkiler, verimlilik ve hükümet düzenlemeleri olarak ifade edilebilir. Bu alanları kısaca açıklamak faydalı olacaktır (Certo, 2003:64-65):

Bir işletmenin çalışanları, yönetimin her türlü uygulamalarından doğrudan etkilenen bir gruptur. Yönetim, işgörenlerle ilgili sorunları ahlaki bir yaklaşımla çözümlendiğinde, şüphesiz ki işgörenler, bu yaklaşımdan olumlu olarak etkilenecektir. Örneğin işletme, iş ahlakı gereğince, işgörenlerin sağlığını ve

refahının sağlanması amacıyla özel bir çabanın gösterilmesinin gerektiğine karar verir ve bu bağlamda, ailesel, mali ve kanuni problemlerini, zihinsel hastalıklarını ya da madde bağımlılığı gibi sorunlarını çözmekte işgörenlerine yardımcı olacak bir danışma programı oluşturursa işgören verimliliğini artırmaya katkıda bulunacaktır. Örneğin Control Data adlı bir şirkette uygulanmış olan bu tür bir programın sağlık giderlerini ve hastalık izni kullanma eğilimini azalttığı ve dolayısıyla verimliliği artırdığı bulunmuştur. Ahlaki yönetim uygulamalarının, müşteriler ve tedarikçiler şeklinde örneklendirilebilecek kişi ve grupları olumlu olarak etkileme yoluyla da şirket sağlığını artırabileceği bilinen bir gerçektir. Halk üzerinde olumlu bir imaj yaratma, bu tür bir imaja önem veren müşterileri cezbedebilir. Örneğin, dünyadaki en büyük sağlık- bakım ürünleri üreticilerinden birisi olan Johnson& Johnson'a, 50 yıldan daha uzun bir süre önce, Robert Wood Johnson tarafından, şirketin işgörenlerine, hissedarlarına ve toplumdaki üyelere hitaben yazılmış "ahlaki kodlar" rehberlik etmektedir. Bu kodların bazı örnekleri şu şekilde ifade edilebilir:

-İlk sorumluluğumuzun doktorlara, hemşirelere, hastalara, annelere ve ürün ve hizmetlerimizi kullanan diğer kişilere yönelik olduğuna inanıyoruz.

-Onların ihtiyaçlarını karşılarken herşeyi en yüksek kalitede gerçekleştirmek zorundayız.

-Müşteri siparişleri düzgün bir biçimde ve eksiksiz olarak karşılanmalıdır.

-Tedarikçilerimiz ve dağıtım işlerimizi gerçekleştirenler, adil bir kar elde etme fırsatına sahip olmalıdır.

-Tüm dünyada bizimle birlikte çalışan kadın ve erkek herkese ve işgörenlerimize karşı sorumluyuz.

-Herkes bir birey olarak düşünölmelidir.

Ahlaki yönetim uygulamalarının işletme sağlığını artırabileceği üçüncü bir alan ise hükümet düzenlemelerini azaltmasıdır. Eğer bir toplumda halk, şirketlerin ahlak-dışı davrandığına inanıyorsa iş hayatını düzenlemek ve mevcut düzenlemeleri güçlendirmek adına daha fazla baskı yaratma yoluna gidecektir. Bununla birlikte, ahlaki esaslara göre yönetilen işletmelerin mal ve hizmetlerini talep edenler böylesine bir baskı yaratma yolunu tercih etmeyecektir.

Sosyal sorumluluğa duyarlı olan işletmeler çalışma yaşamlarını ahlaki yönetim uygulamalarına ve kurallara önem vererek sürdüren işletmelerdir. Bu tür işletmelerde yöneticiler, sadece ahlaki anlamda doğru olanı yapmaya çabalamakla yetinmez, aynı zamanda tüketiciler ve işgörelere yönelik olarak etiksel uygulamaların önemsendiğine ilişkin bir imaj yaratarak rekabetçi bir avantaj kazanmaya gayret eder, başka bir deyişle, ahlaki bir işyeri (ethical workplace) oluşturmaya çalışırlar. Çalışmanın son bölümünde ahlaki bir işyeri ortamının yaratılması ve ahlaki uygulamaların gerçekleştirilmesinde atılabilecek adımlardan kısaca söz etmek yerinde olacaktır (Dessler, 2001:75-78; Certo, 2003:65-66):

Bir organizasyonda ahlaki uygulamaların gerçekleştirilmesinde bütün çalışanların ve farklı yönetsel düzeylerdeki liderlerin rolü olmakla birlikte, üst düzey yönetimin etkisi tartışılmazdır. Gerçektende üst düzey yöneticilerin davranışları ahlaki karar verme sürecini etkileyen önemli bir faktördür. Üst

kademe yönetimin görmezden geldiği gayri-ahlaki uygulamalar daha alt düzeydeki yönetsel pozisyonlardaki yöneticiler tarafından kolaylıkla gerçekleştirilebilecektir. Örneğin çalışanlara, her ne pahasına olursa olsun sonuçlara ulaşılması gerektiğini söyleyen, işler kötü gittiğinde arayış içine girebilen ya da en iyi performansı gösteren çalışanlara işi bitirmelerini sağlamak amacıyla aşırı derecede iş yükleyen üst düzey yöneticiler, bilerek ya da bilmeyerek, astlarının ahlak-dışı uygulamalar gerçekleştirmesine yol açabilirler. Bir organizasyonda sonuçlara ulaşabilmek için üst düzey yöneticiler ahlaki davranışlara hem açık olmalı, hem de güçlü bir biçimde bağlı olmalıdır. Bir organizasyonda liderin yüksek düzeyde ahlaki uygulamalar sergilemesi ve astlarından da ahlaki standartlara uygun davranmalarını beklmeleri kadar önemli bir diğer unsur da ahlaki kodların, başka bir deyişle, bütün organizasyonda uygulanacak yazılı ahlaki davranış prensipleri setinin oluşturulması ve bu prensiplerin bütün organizasyonda etkili bir şekilde duyurulmasıdır. Bu kodlar sayesinde işletmedeki insanlar, ahlaki anlamda nasıl davranmaları ve karar vermeleri gerektiğine ilişkin bir anlayış edinirler. Ahlaki karar vermenin daha etkin ve etkili hale getirilmesi ve kodların daha anlaşılır ve kullanışlı şekle dönüştürülmesi için, yöneticilerin bu kodları belirli zamanlarda değerlendirmesi ve daha rafine hale getirmesi gerekmektedir. Ahlaki bir işyerinin yaratılmasında atılabilecek bir diğer adım organizasyonun ahlaki uygulamalar gerçekleştirmesinden sorumlu olacak resmi bir ofis ya da departman oluşturmaktır. İşletme içerisinde resmi olarak kurulacak bu tür bir birim, çalışanlara, yönetimin ahlaki uygulamaları ve kuralları ne denli ciddiye aldığına bir göstergesi olmakla kalmayıp, şirketin, ahlaki kural, ilke ve uygulamalarına titizlikle uyulması konusundaki beklentisinin ifadesi olacaktır. Bir organizasyonda ahlaki uygulamaların güçlendirilmesinde kullanılacak diğer bir yol, işgören bulma ve işe almada organizasyonun değerlerine ve ahlak kurallarına önem vermek, hizmet- içi eğitimde şirket etiğini vurgulamak, işgörenleri bilgilendirip motive edecek iletişim programları oluşturmak şeklinde örneklendirilebilecek bazı uyum mekanizmaları oluşturmaktır. Örneğin General Dynamics, McDonnell Douglas ve America Can Company gibi kuruluşlar organizasyon içerisindeki ahlaki uygulamaları teşvik edecek eğitim programları düzenlemektedir. Bu tür eğitimlerin amacı yöneticilere neyin ahlaki ya da etik olduğunu öğretmek değil, ahlaki bir eylemin nasıl olabileceğini belirlemelerine yardımcı olmaktır. Ahlaka ilişkin uygulamalar, yukarıda da ifade edildiği üzere, sadece üst düzey yönetimi ilgilendiren bir konu değildir. Bu nedenle her düzeydeki personelin, ahlaki uygulamaların belirlenmesi ve güçlendirilmesi konusundaki faaliyetlere katılımının sağlanması önemli ve gereklidir. Son olarak gerçekleştirilen uygulamaların sonuçları sürekli olarak ölçülmeli ve yönetim kurulu üyeleri ile işgörenler arasında tartışılmalıdır .

Sonuç

İşletmeler son derece dinamik yapılar olarak, hergün bazı değişimlere uğramaktadır. Bunun yanı sıra, globalleşme eğilimleri, gerçekten de dünyayı

küçük bir köy haline getirmiş, ulaşım ve iletişim olanaklarının gelişmesi ve bunların, hemen her düzeydeki insan tarafından kullanımının eskiye oranla daha kolay hale gelmiş olması, dünyanın herhangi bir ülkesinde meydana gelen teknolojik bir buluşun ya da yeni bir ürün veya hizmetin, çok uzak ülkelerdeki insanlar tarafından öğrenilmesine, satın alınmasına ve kullanılmasına imkan tanımıştır. Değişik ülkelerde yaşayan insanların birbirlerinden öğrendikleri sadece yeni bir ürün ya da hizmet ile sınırlı değildir. Günümüzde değişik yönetim anlayışları, modern pazarlama teknikleri ya da yeni finansal uygulamalar ya da araçlar da hiçbir sınır tanımaksızın, farklı kültürlere mensup kişiler tarafından çok kısa sürede öğrenilmekte ve benimsenmektedir. Böylesine dinamik bir ortamda faaliyet gösteren işletmeler için, son yıllarda, önemli bir rekabet avantajı olarak ortaya çıkan kavramlardan birisi sosyal sorumluluk kavramıdır. Sosyal sorumluluk kavramına sadece bir zorunluluk olarak bakmak ise işletmeleri uzun vadede başarısızlıklara götürecek bir eğilimin kaynağını teşkil etmektedir. İşletmeler için *sosyal sorumluluk* kavramını, hem işletmenin, hem de toplumun refahını bir bütün olarak koruyacak ve geliştirecek faaliyetleri gerçekleştirmek konusunda yöneticilerin üstlendikleri sorumluluklar olarak tanımlamak mümkündür. Sosyal sorumluluk ile yakından ilişkili olan *iş ahlakı* ise, en basit tanımıyla, iş dünyasındaki doğru ve yanlış davranışları ifade etmek üzere kullanılan bir kavramı ifade etmektedir. Ahlaki uygulama ve anlayışlar sadece yönetim ya da işletmecilik disiplini için değil, tıp, spor, basın, eğitim gibi örneklendirilebilecek alanlar için de büyük önem taşımaktadır. Günümüz işletmeleri ancak ahlaki yönetim anlayışını benimsemiş lider-yöneticilerin önderliğinde ve sosyal sorumluluk bilinci ile kar sağlama ve yaşamı sürekli kılma amaçlarına ulaşabilecektir. Çevreye, çalışanlara, hayır kurumlarının faaliyetlerine, özürlülere, kadınlara, azınlıklara, hissedarlarına, topluma, vergi gibi yasal sorumluluklara, sanata ve kültüre duyarlı olmayan liderlerin yönettiği işletmeler kısa vadede karlılıklarını artırsalar bile, uzun vadede önemli sorunlarla karşı karşıya kalacaklardır. İşletmelerde ahlaki bir iklimin oluşturulmasında yöneticilere ve özellikle de üst düzey yönetime çok önemli görevler düşmektedir. Yöneticiler etik kodları oluşturma, hizmet-içi eğitimlerle işgörenlerdeki bilinç düzeyini artırma, ahlaki uygulamaların önemine dikkat çekmek ve ahlaki uygulamaların daha etkili bir biçimde gerçekleştirilmesi ve denetlenmesini sağlamak amacıyla resmi bir departman oluşturma, her düzeydeki personelin, etik konusundaki tartışma ve araştırmalara katılımını sağlama ve bu tür uygulamaları yakından denetleme şeklinde örneklendirilebilecek yollarla işletmenin ahlaki standartlara uygun bir biçimde yönetilmesine büyük katkılar verebilirler. Bir işletmenin ahlaki ilke ve kurallara uygun olarak yönetilmesinde yöneticilere büyük görevler düştüğü kabul edilmesi gereken bir gerçektir. Ancak işletme genelinde, bu tür uygulamaların başarısı için işgören desteği ve bağlılığı da vazgeçilmez bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Arkan, S. (2002), Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Arkan, S. (1997), Kadın Yöneticilerin Liderlik Davranışları, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Arkan, S. (1995), “İşletmelerde Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı”, Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 13, 171-180.
- Arslan, M. (2001), İş ve Meslek Ahlakı, 1. Basım, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Arslan, M. (2001), Yönetim ve Organizasyon, (Editör: Salih Güney), Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Bass, B.M. (1990), “From Transactional to Transformational Leadership: Learning to Share the Vision”, *Organizational Dynamics*, 18, 20.
- Bass, B.M. ve P. Steidlmeier (1999), “Ethics, Character, and Authentic Transformational Leadership Behavior”, *Leadership Quarterly*, 10, 181-217.
- Bovet, S.(1993), “ The Burning Questions of Ethics”, *Public Relations Journal*, November.
- Can, H., Tuncer, D. ve D.Y. Ayhan (2003), Genel İşletmecilik Bilgileri, 14. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Can, H. (2002), Organizasyon ve Yönetim, 6. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Certo, S.C.(2003), *Modern Management*, Ninth Edition, Prentice Hall, USA.
- Clarke, R. ve J.Aram (1997), “Universal Values, Behavioral Ethics and Entrepreneurship”, *Journal of Business Ethics*, 16, 561-572.
- Dessler, G. (2001) *Management Leading People and Organizations in the 21st Century*, Second Edition, Prentice Hall, USA .
- Drafke, M.W. ve S. Kossen (1998), *The Human Side of Organizations*, Seventh Edition, Addison Wesley, USA.
- Erçetin, Ş. (2000), *Lider Sarmalında Vizyon*, 2.Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Ergeneli, A.(1996), “İşletme Etiği:İşletme Öğreniminde Olması Gereken Bir Ders”, Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 14 (1), 99-107.
- Güney, S. (2000), *Davranış Bilimleri, Genişletilmiş 2.Baskı*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Hartog, D.N, MuijenJ.J.V. ve P.L. Koopman.(1997), “ Transactional versus Transformational Leadership: An Analysis of the MLQ”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70.
- Hisrich, R.D. ve M.P. Peters (2002), *Entrepreneurship*, Fifth Edition, Mc Graw Hill, The International Edition, NewYork.
- Hodgetts, R. ve D.F. Kuratko (1991), *Management*, Harcourt Brace Jovanovich Inc.
- Kuratko, D.F. ve R.M. Hodgetts (1995), *Entrepreneurship A Contemporary Approach*, Third Edition, The Dryden Press, USA.
- May, D.R., Hodges, T.D, Chan, A.Y.L ve B.J. Avolio (2003), “Developing the Moral Component of Authentic Leadership”, *Organizational Dynamics*, 32, 247-260.
- McHugh, F. (1992), *Ethics*, Yayın No:Tusiad-T/ 92, İstanbul.
- Robbins, S.P. ve D.A. DeCenzo (1998), *Fundamentals of Management*, Second Edition, Prentice Hall, USA.
- Şimşek,Ş., Akgemci, T. ve A.Çelik (2003), *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütsel Davranış*, 3. Baskı, Adım Matbaacılık ve Ofset, Konya.
- Tracey, J.B.ve T.R. Hinkin (1998), “ Transformational Leadership or Effective Managerial Practices?”, *Group & Organization Management*, 23, 220.
- Yukl, G. (2002), *Leadership in Organizations*, Fifth Edition, Prentice Hall-International Edition, USA.

KOBİ Niteliğindeki Tekstil ve Hazır Giyim İşletmelerinin Uluslararası Pazarlara Açılmasında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Etkisi

Doç. Dr. Turan ATILGAN

Ege Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Tekstil Mühendisliği Bölümü, İZMİR

ÖZET

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ), dünya ekonomik ve sosyal yapısı içerisinde yer alan ilk işletmecilik modeli olmasına rağmen gereken ilgiyi ve önemi maalesef hiçbir zaman alamamıştır. Bununla beraber 1973 yılından itibaren üzerine ciddi çalışmaların yapıldığı ve gittikçe artan oranlarda önemleri vurgulanan KOBİ'lerin desteklenmeleri konusunda ciddi çalışmalar yapılmaktadır. Uluslararası pazarlamada ülkelerin dışa açılmasında önemli modellerden olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri (SDTŞ) önemlerini ve etkinliklerini hızla artırmaktadır. Sayıları 25'i bulan ülkemizdeki SDTŞ'lerinin 11 tanesi tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet göstermekte olup hem sektöre hem de ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu çalışmada tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren ve ihracat konusunda özel bir statüye sahip olan KOBİ niteliğindeki Sektörel Dış Ticaret İşletmelerimiz ve bunların Türk ekonomisine ve tekstil sektörüne etkileri incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler : Küçük Ve Orta Büyüklükte İşletmeler, Sektörel Dış Ticaret İşletmeleri, Ekonomik kalkınma ve büyüme, ekonomik ve sosyal yapı

The Effect of Sectoral Foreign Trade Companies In Opening Up of Textile and Ready-Made Clothing SMES To The International Markets

ABSTRACT

Although small and and medium size enterprises (SMES) are the first models of management involved in the economic and social structure of the world they have unfortunately never received the necessary attention and importance. A German Economist Dr. E.F. Schumacher's publication of "Small is Beautiful" in 1973, it was understood that they were economically and social organizations and since that date many researches important studied on them. SMES, not only by their economical attributes but also by their social aspects are among the most important factors in development and growth of a society. Besides, SMES undertake very significant roles in economical development of the society they are also economical and social influencing on a number of issues, such as resolving the employment problem, promoting the entrepreneurship and providing the economical and social justice. Today, in almost all of the countries 95-99 % of total enterprises comprises of SMES. In our country, while quantitatively SMES comprise 98 % of all enterprises, they also make considerable contributions to the employment, export and GNP. This study investigates the Turkish Sectoral Foreign Trade Enterprises considered as SMES and their effects on the Turkish economy and particularly on the textile industry .

Key Words : Small And Medium Size Enterprises (SMES), Sectoral Foreign Trade Enterprises, economic development and growth ,economic and social structure

1. GİRİŞ

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ), dünya ekonomik ve sosyal yapısı içerisinde yer alan ilk işletmecilik modeli olmasına rağmen gereken ilgiyi ve önemi maalesef hiçbir zaman alamamıştır. 1973 yılında Alman ekonomist Dr. E.F.Schumacher'ın yazdığı “Küçük Güzeldir” (Small Is Beautiful) kitabından sonra üzerinde düşünölmeye, araştırmaya ve desteklenmeye değer bir ekonomik ve sosyal kurumlar olduğu anlaşılmış ve bu tarihten sonra üzerinde araştırmalar yapılmış, bunlara ilişkin pek çok kurum ve kuruluşlar oluşturulmuştur. KOBİ'ler sadece ekonomik nitelikleri ile değil aynı zamanda sosyal yönleriyle de bir toplumun kalkınmasının ve büyümesinin en önemli araçlarından birisi niteliğindedir. KOBİ'ler bir toplumun ekonomik olarak kalkınmasında çok önemli roller üstlenirlerken diğer yandan da istihdam sorununun çözümünde, girişimciliğim gelişmesinde ve ekonomik ve sosyal adaletin sağlanması gibi pek çok konuda önemli etkileri olan bir ekonomik ve sosyal yapıdır. Bu gün hemen hemen bütün ölkelerde toplam işletmelerin %95-%99'u KOBİ'lerden oluşmaktadır. Ölkemizde de KOBİ'ler sayı olarak toplam işletmelerin %98'ini oluştururken, istihdama, ihracata, GSMH'ya büyük katkılar sağlamaktadır. İmalat sanayi istihdamının yaklaşık %20'sini toplam istihdamın %10'unu, GSMH'nın %9'unu ihracatın %28'ini oluşturan Tekstil ve hazır giyim sektörü ölkede ekonomisinde çok özel bir öneme sahiptir. Türkiye'nin dışı açılmasında da ilk ve en önemli lokomotif sektör olma özelliğini de üzerinde taşıyan sektörün, ölkede ekonomisinin başarı ya da başarısızlığı üzerinde de çok büyük etkileri bulunmaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren yaklaşık 40.000 işletmenin %97'si de KOBİ niteliğinde olan işletmelerden oluşmaktadır. Bu işletmelerin dış ticarete başarılı olabilmeleri etkin bir şekilde örgütlenmelerine bağlıdır. Bu anlamda bu işletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi (SDTŞ) modeli çerçevesinde örgütlenerek dış pazarlarda daha etkin olabilmeleri mümkün olabilmektedir. Nitekim ölkemizdeki SDTŞ'nin yaklaşık yarısı tekstil ve hazır giyim işletmelerinin oluşturduğu şirketlerden meydana gelmektedir. Bu yapılanma tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracatta ölkeden en başarılı ve öncü sektörü olmasının da bir nedenidir. Bu başarının sürdürülebilir olması SDTŞ modelinin geliştirilmesine ve devletin sağladığı teşviklerin korunup geliştirilmesine bağlıdır. Son yıllarda hızla artan küreselleşme hareketi işletmeleri sadece üretimde değil aynı zamanda da pazarlamada da etkin yöntemler izlemeye zorlamakta, bu konularda gerekli iyileştirmeyi yapamayan işletmelerin silinip gitmelerine neden olmaktadır. Bu da sadece işletmelerin değil aynı zamanda ölkelerin de rekabet avantajını olumsuz yönde etkilemektedir. Uluslar arası rekabetin hızla artması işletmelerin daha proaktif pazarlama tekniklerini uygulamalarını zorunlu kılmaktadır. SDTŞ de bu proaktif uluslar arası pazarlama tekniklerini uygulayabilecek dış ticarete uzmanlaşmış işletme yapılarının ortaya çıkmasını sağlayabilecek çok önemli bir örgütlenme modeli olarak karşımıza çıkmaktadır.

2. KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER

Küreselleşen dünyanın ya da kısaca bütünleşen dünyanın dışında kalmamak, sürekli büyüyen pazardan ya da dünya ticaretinden pay alabilmek için fırsat ve avantajlardan yararlanmak, ülkeler için öncelikli amaçlardan olmuştur. Küreselleşen dünya ile bütünleşmede ve dış pazarlara açılmada KOBİ'ler ön plana çıkmaktadır. 21. yüzyılın eşliğinde küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ), tüm ülkelerde rekabetin korunması, istihdam yaratma, girişimciliği geliştirme ve bölgesel kalkınma aracı olarak önemli işlevler üstlenmektedir.

Sanayi Devrimi'nin başladığı 18.yüzyıl'ın ikinci yarısından 1970'lerin başlarına kadar devam eden süreçte sosyal, ekonomik, politik ve özellikle üretim teknolojisindeki hızlı değişimler, işletmeleri başta finansman ve insan kaynağı olmak üzere çeşitli rekabet sorunlarıyla karşı karşıya bırakmıştır. Dünya genelinde yaşanan bu gelişmeler, işletme ölçeklerinin esneklik gücünün yeniden gözden geçirilmesini gündeme getirmiş, özellikle iletişim, bilgisayar gibi alanlardaki değişme ve gelişmelere büyük ölçekli işletmelerin uyumda zorlanması, ekonomik ve siyasi konjonktürdeki değişimler karşısında hareket kabiliyetlerinin sınırlı olması ile büyük işletmelerin "ekonomik gelişmenin dinamosu olduğu" düşüncesi yavaş yavaş önemini kaybetmiş, başarılı yenilikler yapmada üstün sayılan ve mülkiyetin tabana yayılmasına, sosyal yapıdaki istikrarın ve demokratik sürekliliğin sağlanmasına büyük katkısı olduğu vurgulanan küçük ve orta ölçekli işletmelerin önem kazanmasına neden olmuştur. Çünkü serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde, gerek ulusal pazarlarda gerekse uluslararası pazarlarda etkin bir rekabetin sürdürülmesine büyük katkısı olan KOBİ'ler endüstriyel yapının vazgeçilmez bir parçası olmaktadır.

2.1 KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

Ülke ekonomisindeki yeri ve önemi açısından, işyeri sayısı, çalışanlar sayısı ve katma değer olmak üzere üç önemli göstergeye bakıldığında KOBİ'lerin gerek sosyal, gerekse ekonomik açıdan önemli bir yer işgal ettiği görülmektedir. Aşağıda KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayileri Geliştirme Başkanlığı) tarafından çıkarılan rakamsal oranlar bulunmaktadır.

- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin % 99.5'ini oluşturmaktadır.
- İmalat sanayindeki istihdamın % 61.1 KOBİ'lerde yer almaktadır.
- Yaratılan katma değerde ise KOBİ'lerin payı % 27.3'tür.

Rakamlardan da görüldüğü gibi istihdamın % 61.1'ini sağlayan KOBİ'ler, katma değerde ancak % 27.3'lük bir oran yakalayabilmektedirler. Bunun anlamı bu işletmelerin verimsiz ve ekonomikliği düşük olan işletmeler olduğudur.

2.2 KOBİ'lerin Tanımı ve Özellikleri

KOBİ'lere ilişkin literatür tarandığında, KOBİ kavramına ilişkin üzerinde birleşilen kesin bir tanımın olmadığı görülmektedir. KOBİ tanımı; ülkeden ülkeye ve hatta bir ülkenin çeşitli kurumları arasında dahi değişmektedir. KOBİ'lerin tanımında, çalışan sayısı ölçme ve karşılaştırma kolaylığı açısından en fazla kullanılan ölçüt olmaktadır.

AB ülkelerinde, Dünya Bankasında ve ülkemizde farklı kuruluşlar tarafından KOBİ tanımları şöyle yapılmaktadır.

Avrupa Birliği ülkelerinde genelde; 50-250 işçi çalıştıran orta büyüklükte işletme, 1-50 işçi çalıştıran küçük işletme olarak sınıflandırılmaktadır.

Dünya Bankası, 1-50 işçi çalıştıranları küçük işletme, 51-200 işçi çalıştıranları orta ölçekli işletme, 200'den çok işçi çalıştıran işletmeleri büyük işletme olarak tanımlamaktadır.

Tablo 1: Çeşitli Ülkelerdeki KOBİ sınıflandırması Kriterleri

Ülkeler	İşçi Sayısı	Yatırılan Sermaye	Yıllık Satış Miktarı
<u>A.B.D.</u>			
Küçük	x<100		x<1 Milyon USD
Orta	100<x<500		
<u>AB</u>			
Küçük	x<50		x<10 Milyon EURO
Orta	50<x<250		x<50 Milyon EURO
<u>Japonya</u>			
Küçük	x<20		x<100 Milyar Yen
Orta	20<x<300		x<1 Milyar Yen

Kaynak : www.die.gov.tr

Ülkemizde ise farklı kuruluşlar tarafından farklı tanımlar yapılmaktadır. KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), 1-50 işçi çalıştıranları küçük ölçekli işletme, 51-150 kişi arasında işçi çalıştıran işletmeleri ise orta ölçekli işletme olarak tanımlamaktadır. TOBB, 1-150, Dış Ticaret Müsteşarlığı ve TOSYÖV (Türkiye Orta Ölçekli Sanayi Mensupları ve Yöneticileri Vakfı), 1-200; Eximbank, 1-250 arasında işçi çalıştıran işletmeleri KOBİ olarak nitelendirmektedir.

2.3 Değişen Rekabetçi Ortamlar ve KOBİ'ler

Dünyadaki hızlı gelişim ve küreselleşme ülkeler ve bu bağlamda firmalar için yeni fırsatlar getirmenin yanında yeni sorunlar da getirebilmektedir. 1980'li yıllarda başlayan önemli değişiklikler şöyle sıralanmaktadır:

- Dünya ekonomisinin küreselleşmesi,
- Küresel iletişim ve küresel rekabetin artması,
- Ekonomik bloklar ve serbest ticaret bölgeleri yoluyla ya da gümrük birlikleri biçiminde ortaya çıkan uluslararası ekonomik gelişmeler,
- Dünya pazarlarında yeni ekonomik güçlerin ortaya çıkması,
- Dış rekabete karşı "korumacılık" akımının önemini artırması,
- Gelişmekte olan ülkelerin önemli boyutlara varan dış borç yükleri,
- Global tüketim davranışının, global ürünlerin ve markaların giderek yaygınlaşması,
- Serbest piyasa ekonomisine geçiş,
- Yeni pazar olanaklarının ortaya çıkması (Doğu Avrupa ve Rusya pazarı gibi),

- Uluslararası ulaşım, iletişim, finansal yapı ve tekniklerdeki hızlı değişimler,
- Pek çok ülkede kamu işletmelerinin “özelleştirilmesi” hareketinin hız kazanması.
- Yukarıda kısaca değinilen değişimler bütün ülkeleri ve firmaları etkilemiştir ve hala da etkilemektedir. Küreselleşen dünya ile bütünleşmede ve dış pazarlara açılmada KOBİ’ler ön plana çıkmaktadır.

3. KOBİ’LERİN İHRACATTA ÖRGÜTLENME NEDENLERİ

Birbirleriyle rekabet etmeyen, aynı üretim dalında faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin, bir kuruluş çatısı altında işbirliğine giderek ihracat yapmaları mümkündür. Bu tür organizasyonlarda üretim dışında oluşturulacak tedarik, pazarlama, finansman gibi birimler kanalıyla Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler daha verimli ve rasyonel çalışma düzenine kavuşmuş olacaktır. Bu nedenle KOBİ’lerin;

- İhracatta tek başlarına kalıcı bir başarı sağlamalarının, iyi bir organizasyon, birikim, sermaye ve kadro gerektirmesi,
- Yurt dışında proje ve pazar araştırması yapacak finansmana ve personele sahip olamamaları,
- KOBİ’lerin yurt dışında yeter düzeyde bir referansa sahip olamamaları,
- Yeterli sayıda ve kalitede malın üretiminin yanında, modern pazarlama yöntemlerinden de yararlanmak gerektiği, bu işlemlerin de KOBİ’ler için hem güç hem de pahalı olması, bu faktörlerin de KOBİ’ler tarafından tek başlarına sağlanmasının pek mümkün olmaması,
- gibi olumsuzlukların yanında ihracatta örgütlenmenin;
- İşletmelere olan döviz getirisini artırması,
- İşletmelerde yeni istihdam alanlarının açılmasına ve üretimin kalitesinin yükseltilmesine yardımcı olması,
- İşletmeyi ulusallık boyutundan uluslararası boyuta taşıyarak, firmanın optimum üretime, kaliteye ve etkin pazarlamaya yönelmesi, dolayısıyla tüketiciler arasında firma ürünlerine karşı olumlu bir prestij oluşmasını temin etmesi,
- İşletmenin teknolojik olarak yenilenmesini ve pazarlama teknikleri açısından da uzmanlaşmasını sağlaması,
- İşletmede atıl kapasitenin kullanılmasına, dolayısıyla verimliliğin artmasına neden olması,
- İşletmenin iç piyasalardaki mevcut ekonomik dalgalanmalardan, enflasyonist baskılardan, yoğunlaşmış risk ortamından kurtulmasına yardımcı olması yönünde yararlar sağlaması,
- Pazarlık gücünün elde edilmesiyle daha karlı satışlar yapılabilmesi,
- Endüstri genelinde sesini duyurabilme fırsatlarının tanınması,
- İhracat giderlerinin paylaşılmasıyla daha az finans ve kaynak tahsis edilmesi,
- Birlikte hareket edebilme kabiliyetinin kazanılması,

- Uzun dönemli yatırım ve üretim planlaması yapabilmesi,
- Büyük miktarlarda olan siparişlerin şirket aracılığıyla kolaylıkla karşılanabilmesi,
- Birim üretimde ve dağıtım harcamalarında azalma sağlanması,
- İhracatta bilgi birikiminin artmasına katkı sağlanması,
- Devlet- sanayi arasında etkili bir iletişim sağlanması,
- Rekabetçi stratejiler oluşturmaya zemin hazırlamasının yanında,
- Büyüme ve gelişme stratejilerinin geliştirilmesine ve uygulanmasına imkan vermesi,

gibi yararları KOBİ' lerin dünya pazarlarına açılmalarını ve bu açılmayı sağlayabilmek için de güçlerini bir "kooperatifçilik" mantığı içerisinde bir araya getirmelerini zorunlu kılıyordu. Bunun doğal sonucunda ise KOBİ' ler için kurtuluş; yurt dışına açılmak ve yurt içinde rakip iken yurt dışında tek bir güç olarak davranmaktı.

3.1 Türkiye'de İhracatta Örgütlenmeye Yönelik Uygulamalar

Türkiye'de 1980'lerin başından sonra benimsenen "dışa açık büyüme modeli" çerçevesinde istikrar ve sürekliliğin sağlanması için ülke ekonomisinin rekabet gücünün uluslararası piyasaların rekabet ortamına uygun olmasını temin etmek gerekiyordu. Çünkü ihracatçılarımızın dış piyasalarda eşit şartlarda rekabet edebilmesi, büyümenin lokomotif gücü olarak kabul edilen ihracatımız açısından çok önemli bir durum olmaktadır. Özellikle de 1980'li ve 1990'lı yıllarda Türk ekonomisinde yaşanan yapısal sorunlar ve bu sorunların başlarında gelen "ihracatın ithalat karşısında devamlı açık vermesi" sorunu siyasi otoriteyi ve işletmelerimizi yeni ihracat modelleri arayışları içine itmiştir.

Bu nedenle ilk olarak ihracatta örgütlenme modeli olarak (başta Japonya'da uygulanmakta olan "Sogo Şoşo" (Genel Dış Ticaret Şirketleri)) tüm dünyada uygulanan "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri" (DTSS) modeli kurulmuş, ihracatımız bu şirketler aracılığıyla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

Bu şekilde 1981-1989 yılları arasında dış ticaret sermaye şirketleri ihracat işlemlerinde ve pazarların bulunmasında başarılı olarak görülmüş, bu şirketlerin ülke toplam ihracatı içindeki payı ise ortalama %45 dolaylarına ulaşmıştır. Bunda DTSS' lerine devlet tarafından sağlanan yüksek düzeydeki avantaj ve ayrıcalıkların payı da oldukça büyük olmuştur. Fakat bu örgütlenme modelinin Türkiye'de daha çok büyük sermaye gruplarının öncülüğünde oluşturulması ve KOBİ' lerimize pek yararının olmaması, ülke ihracatının DTSS'lerinin etkinlikleri nedeniyle mi, yoksa gerçekçi döviz kur politikaları, iç talebin kısılması, reel faiz oranları politikası gibi makro ekonomik önlemler nedeniyle mi arttığına anlaşılamaması sonucu DTSS'lerinin Türkiye'nin ihracatına ne sağladıkları net olarak anlaşılamamış, daha sonra 1990' lı yılların başlarında da ülke ihracatındaki paylarının önemli ölçüde azalmış olması ve de DTSS'lerine verilen devlet desteğinin kaldırılması bu modelin önemini yitirmesine neden olmuştur. Kısacası DTSS'lerinin Türk dış ticaretinin geliştirilmesinde alternatif bir model oluşturamayacağı anlaşılmıştır.

Ancak ihracatta örgütlenme çalışmaları bu şekilde son bulmamış ve 14.02.1992 Tarih ve 21142 Sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 92/2 sayılı tebliğ ile imalat ve ihracat sektörünün sürükleyici ve dinamik gücü olan ve sanayimizin de %98’ini oluşturan KOBİ’lerin bir araya gelmesi ile oluşturulan ve AET, Japonya ve ABD de başarılı örnekleri bulunan “Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri” (ÇOŞ) modeli Türkiye için yeni bir ihracat modeli önerisi olarak sunulmuş ancak bu modelde de beklenen gelişmelerin sağlanamaması ve ülke ihracatının 1994 yılında bir krizle karşı karşıya kalması gibi nedenler de Sektörel Dış Ticaret Şirketleri’nin kuruluş ve işleyişini belirleyen yeni düzenlemelere gidilmesine yol açmıştır.

KOBİ’lerin ihracatta yeni bir örgütlenme modeli olan “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri” (SDŞ), Gümrük Birliği çerçevesinde aynı üretim dalındaki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerimizin (KOBİ) ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmalarını, dış ticarete uzmanlaşmalarını ve bu suretle özellikle Avrupa Birliği KOBİ’leri ile yurt içinde ve yurt dışında rekabet şanslarını artırarak daha etkin faaliyet göstermelerini sağlamak amacıyla kurulmuş olan şirketlerdir.

Bu şirketler ilk olarak 18 Mayıs 1995 tarih ve 22287 Sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ” (ihracat 95/4) ile düzenlenmişlerdir. Bu şirketlere ilişkin ikinci düzenleme 06.01.1996 tarih ve 22515 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ" (ihracat 96/5)’dir. Bu tebliğ ile KOBİ'lere Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca "Sektörel Dış Ticaret Şirketi" (SDŞ) Statüsü verilmesi, geri alınması ve bu şirketin sorumlulukları düzenlenmiştir.

Yine SDŞ ile ilgili son düzenleme 26 Aralık 1996 tarih ve 22859 Sayılı “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ” (ihracat 96/39)’dir. Bu tebliğ ile 27 Eylül 1996 tarih ve 22770 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan “Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin İhracat 96/32” Sayılı Tebliğ bu Tebliğin yürürlüğe girmesi ile yürürlükten kaldırılmıştır.

4. İHRACATTA ÖRGÜTLENMEYE YENİ BİR MODEL : SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİ (SDŞ)

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; normal yörelerde, 1-200 arasında işçi istihdam eden, aynı üretim dalında faaliyette bulunan, asgari 10 küçük ve orta büyüklükteki (kalkınmada öncelikli yörelerde 5) işletme’nin bir araya gelmesiyle, en az 10 (kalkınmada öncelikli yörelerde 5) milyar ödenmiş sermayeli anonim şirket olarak kurulması gereken şirketlerdir. Bu şirketler ihracatta da devlet yardımlarının hedef grubunu oluşturmakta olup bu yardımlardan öncelikle yararlanırlar.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri’nde hiç bir ortağın sermaye payı, toplam şirket sermayesinin, normal yörelerde %10 ve kalkınmada öncelikli yörelerde %20 sinden fazla olamaz.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, şirketin kurulması ve gelişmesinde yardımcı olmak amacıyla “ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10

unu aşmamak kaydıyla” şu unsurlardan en fazla ikisini bünyelerinde bulundurabilirler;

- Kurucu ortak olarak, 200 den fazla işçi istihdam eden şirketleri,
- Şirkette profesyonel yönetici olarak çalışmak şartıyla gerçek kişileri,
- SDS'nin faaliyette bulunduğu üretim dalına mal, ekipman ve hizmet sağlayan şirketleri,
- Kooperatif, birlik, vakıf ve mesleki federasyon gibi kuruluşları.

Bu şartlara sahip olan işletmelerin “Sektörel Dış Ticaret Şirketi” olabilmeleri için 96/39 sayılı tebliğe ekli müracaat formunu doldurarak istenilen belgelerle birlikte Dış Ticaret Müsteşarlığı'na (İhracat Genel Müdürlüğü) müracaat etmeleri gerekmektedir. Yapılan inceleme sonunda, gerekli şartlara sahip olarak görülen şirketlere “Sektörel Dış Ticaret Şirketi” Statüsü verilerek Resmi Gazete’de yayımlanır.

SDŞ'ler ancak normal yörelerde ve yurt dışında, sadece hizmet, kalkınmada öncelikli yörelerde ise, hem üretim hem de hizmet sektöründe faaliyette bulunmak üzere kurulan şirketlere iştirak edebilirler.

SDŞ'ler ortaklarının faaliyette bulunduğu üretim dalına ait hammadde tedarikinde imalatçı olarak değerlendirilirler

SDŞ'ler, aynı sektörde faaliyette bulunmak kaydıyla, SDS ortağının ait olduğu grubun diğer şirketleri ile bunların kurduğu ortaklıkların ihracatına aracılık edebilmelerinin yanında, bu şirketler gerek SDS statüsünü aldıkları yılda ve gerekse takip eden yıl içinde, aynı sektörde faaliyette bulunan ve KOBİ özelliğini taşıyan, fakat ortak olmayan işletmelerin ihracatına da aracılık edebilirler.

SDŞ' ler “kendi nam ve hesabına” yurt içinden satın alarak yaptıkları her türlü ihracat işlemlerindeki yükümlülüklerden doğrudan ve münhasıran sorumludurlar. Ancak SDS' ler ile imalatçı arasındaki anlaşma sonucu gerçekleştirilen ihracatta ise sözleşmede aksine bir hüküm bulunmadığı takdirde her türlü ihracat işlemlerinden doğacak yükümlülüklerden imalatçı firma sorumludur.

Bütün bunların yanında SDS'lerin kuruldukları yıl hariç takip eden her yıl içinde, ait oldukları üretim dalında en az 5 (kalkınmada öncelikli yörelerde 2.5) milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri, ortakların hak ve menfaatlerine aykırı hareket etmeleri hallerinde ise SDS statüsü, Dış Ticaret Müsteşarlığınca geri alınabilir.

4.1. KOBİ' lere ve SDS' lere Yönelik Yardım ve Destekler

SDŞ statüsü oluşturmanın en büyük amacı, KOBİ'lerin ihracat sektörü içerisinde tam olarak desteklenmesini sağlamaktır. Buradan hareketle teknolojinin hızla yenilediği, uluslararası pazarlamanın elektronik ortamda yapıldığı, bankacılık hizmetlerinin bireyselleştiği, ekonomilerin küreselleştiği 21'nci yüzyılın başında, ihracatçılarımızın dünya pazarlarında geri kalmamaları ve rekabet edilmeleri amacıyla devlet tarafından bazı desteklerin verilmesi konusu ekonominin gündeminde öncelikli olarak yer almıştır.

AB ve GATT normlarına uygun olarak 1 Haziran 1995 tarih ve 22300 Sayılı Resmi Gazetede yayımlanan, Fransa'da örneği görülen ve ana sanayi-yan sanayi, diğer bir deyişle, büyük firma -küçük firmalar arası ilişkileri geliştirmeyi amaçlayan ve ana hatlarıyla aşağıda belirtilecek olan, bölgeler arası farklılıklardan kaynaklanan ekonomik ve sosyal dengesizliklerin ortadan kaldırılmasına, yeni eğitim fırsatlarının sağlanarak istihdamın artırılmasına, özellikle yeni ürün, üretim sistemi ve teknoloji kullanan sektörlerde araştırma ve geliştirme programlarının uygulanmasına, aynı üretim dalında faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin örgütlenmelerine, çevre sorunlarının önlenmesi için sanayinin yeniden yapılanmasına, tarım ürünlerimizin desteklenmesine, ürünlerimizin uluslararası alanlarda tanıtımına ve pazarlanmasına ilişkin "İhracatta Devlet Yardımları" şu başlıklar altında toplanmaktadır;

- Araştırma-Geliştirme Yardımları
- AR-GE Faaliyetlerinde Bulunan Kuruluşların Proje Bazında Desteklenmesi
- Ürün Geliştirme ve Stratejik Odak Konuları Projelerine Sermaye Desteği
- Ürün Geliştirme Projelerine Sermaye Desteği
- Stratejik Odak Konuları Projelerine Sermaye Desteği
- Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi
- Pazar Araştırması Desteği
- Yurt Dışı Ofis Ve Mağaza İşletme Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi
- Yurt Dışında Düzenlenen Fuar ve Sergilere Milli Düzeyde Veya Bireysel Katılımın Desteklenmesi
- Uluslararası Nitelikteki Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi
- Dahilde İşleme Rejimi (DİR)
- SDŞ'lere Bürokratik İşlemlerin Azaltılmasına Yönelik Gümrük Müsteşarlığı'nın Tebliği (27.09.1995 tarih ve 22417 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Gümrük Genel Tebliği)

4.2. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Yararları

KOBİ' lere, ihracatta yeni bir örgütlenme modeli olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin sağlayacağı bazı yararlar vardır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz.

- Aktif dış pazarlama faaliyetleri ile yurt dışı temsilcilikleri ve oluşturulan müşteri portföyü sayesinde, yurtdışında yeni pazarlar bulunmasına aracılık eder.
- Dış ticarete, ortakların her türlü ithalat ve ihracat işlemlerinde kolaylık sağlayarak onlardan bu yükü kaldırır.
- Dış pazar araştırması yaparak ortakların her türlü ithalat ve ihracat işlemlerinde ve uygulamalarında Know-How hizmeti sağlayarak onlardan bu yükü kaldırır.
- Kredi konusunda kolaylıklar sağlayarak ortaklarına her türlü kredinin, yardım ve desteğin kısa sürede sağlanmasında ve dağıtılmasında en uygun şartları oluşturur.

- İhracatta hızlı KDV geri ödemesi ile, SDŞ üzerinden gerçekleştirilecek olan ihracat işlemlerinde KDV işlemleri çok kısa sürede yapılmakta ve imalatçı ortaklara aktarılmaktadır.

- Ortaklarının her türlü sigorta, gümrükleme ve taşıma işlemlerini kısa sürede ve en düşük maliyet düzeyinde gerçekleştirme imkanını sunmasının yanında, yurtdışı işletmelerden gelen teklifleri değerlendirerek, kendisini oluşturan işletmelere ulaştırmakta ve onlara ucuz “yatırım danışmanlığı” hizmetleri vermektedir.

- Yurt dışı fuarlara katılım organizasyonu yaparak stand bazında veya sadece ziyaretçi olarak katılmak isteyen ortaklarına bu imkanları sağlamaktadır.

- Ürünlerin Avrupa standartlarına uygunluğunun belgelenmesi işlemleri ile Avrupa ülkelerine yapılacak ihracat işlemlerinde bazı ürünlerin satışı için gerekebilecek uygunluk belgelerinin (CE) alınması çalışmaları çok hızlı ve ekonomik bir şekilde sağlanmaktadır.

- Ortaklar imalatla uğraşırken, SDŞ onların pazarlarını, müşterilerini, kredilerini ve ihtiyaç duydukları hammaddeyi temin ederek zamandan tasarruf sağlamaktadır.

- SDŞ’ yi oluşturan ortakların devlet tarafından verilen desteklerden SDŞ aracılığı ile çok daha büyük oranlarda yararlanmaları mümkün olmaktadır.

- Ortak sayısının fazla olması nedeniyle küçük sermayelerin birleştirilmesi ile büyük sermaye birikiminin oluşturulmasına ve kullanılmasına katkıda bulunur.

5. TÜRKİYE’DE MEVCUT DURUM VE TÜRK TEKSTİL VE KONFEKSİYON SEKTÖRÜ

Bugün itibariyle kurulu bulunan sektörel dış ticaret şirketlerinin sayısı 25’dir. SDŞ üyelerinin faaliyet gösterdiği sektörler tekstil ve konfeksiyon, deri, ayakkabı, gıda, tarımsal ürünler, kesme çiçek, mobilya, inşaat yan sanayi, yazılım, plastik işleme, otomotiv ve otomotiv yan sanayi, makine ve makine yan sanayiidir. Toplam 25 SDŞ’nin deri ve halı sektörüyle birlikte 13 tanesi tekstil ve hazır giyim alanında faaliyet göstermektedir. Türk ekonomisinde çok önemli payı olan bu sektörün SDŞ içerisinde de önemli bir paya sahip olması normal olarak değerlendirilmelidir. Toplam ihracatımız içerisinde Tekstil ve Hazır Giyim sektörü 19 milyar \$ ile %27’lük bir pay almaktadır. Özellikle hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmaların yapıları nedeniyle %98.6’sının KOBİ niteliğinde oldukları dikkate alındığında bu işletmelerin uluslararası piyasalarda faaliyet gösterebilmeleri ve kalıcı olabilmelerinde SDŞ şeklinde örgütlenmelerinin ve uzmanlaşmalarının önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Uluslar arası fuarlara ve sergiler katılımda, Pazar bulmada, uluslararası finans sistemlerini etkin bir şekilde uygulama ile pazarlama organizasyonlarını etkin kullanmada örgütlenme sorumluluğu kendisini ciddi bir şekilde hissettirmektedir. Bu işletmelerin bir yandan profesyonel yönetici istihdamında diğer yandan da dış ticaret konusunda bürokrasiyi aşmada SDŞ’ leri bir ihtiyaçtan çok bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Sektör temsilcileri de bunu iyi anlamış ve bu

örgütlenmeyi etkin bir şekilde uygulamaktadırlar. SDŞ'lerinin hazır giyim sektöründe ilke örneğini Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGS) yapmış ve faaliyet gösterdiği dönemlerde ülkemizin ihracat şampiyonu olmuştur. Ancak EGS şuanda SDŞ ünvanını kaybetmiştir. Türkiye'nin gümrük birliğine girişiyle birlikte SDŞ'lerinin hem sayısı ve hem de etkinlikleri artmıştır. SDŞ'leri bir yandan KOBİ'lerin dış ticaret sorunlarını çözümüne yardımcı olurken diğer yandan da bu işletmelerin üretim,pazarlama ve finansman yapılarını güçlendirerek, gelişmelerini ve daha sağlıklı bir yapıya ulaşmalarına katkı sağlamaktadır. Türk Tekstil ve Hazır Giyim sektörünün 1990'lı yıllarla birlikte gösterdiği ihracat artışında SDŞ'lerinin katkısı inkar edilemez. SDŞ'lerinin tekstil ve hazır giyim sektöründeki varlığının nedenlerini aşağıdaki şekilde özetleyebiliriz ;

- Sektörde çok sayıda KOBİ 'nin varlığı,
- Etkin pazarlama faaliyeti yürütmek ihtiyacı,
- İhracat pazarlamasında bilgi eksikliğinin giderilmesi,
- Pazar araştırmaların yürütülmesi ihtiyacı,
- Dış pazar eğilimlerinin takip edilmesi ihtiyacı,
- Mevcut pazarların yerine yeni pazarların bulunması,
- Kaybedilen pazarların yerine yeni pazarların bulunması,
- Yeni pazarların yaratılması,
- Dış piyasaların takibi amacıyla ofis açma ihtiyacı,
- Yurt dışında depo kiralama ihtiyacı,
- Tanıtım ihtiyacı,
- Finansman ihtiyacı,
- Ortak pazarlama stratejisi geliştirme ihtiyacı,
- Nakliye sorununu çözümlenmek ,
- ÜR-GE ve adaptasyon ihtiyacı,
- Kalite ve çevreye duyarlı standart üretime yönelmesi,
- Ortak bir ürün markası yaratma,
- Hammadde ara madde ve teknoloji ihtiyacının daha ucuz temin edilmesi,
- İhracatçı firmalar arası rekabetin önlenmesi,
- Mesleki eğitim imkanlarının yaratılması

Tüm bu nedenler aynı zamanda KOBİ'lerin temel özelliklerini de yansıtmaktadır. SDŞ'leri bu anlamda sadece tekstil ve hazır giyim işletmelerinin sorunlarına değil aynı zaman da değişik alanlarda faaliyet gösteren KOBİ'lerin sorunlarına çözümde önemli açılımlar sağlayabilmekte ve bir araç olarak kullanılabilirlerdir.

Tablo 2: Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Dağılımı

Sıra No	Tebliğ No/Karar R.G. Tarih ve No	FİRMA	ADRES	TEL/FAKS	SERMAYE	SEKTÖR	ORTAK SAYISI
1	96/25 21.5.1996 22642	GBS Gaziantep Birleşik Sanayiciler Dış.Tic.A.Ş.	Gazimuhtarpaşa Bulvarı No: 28/C GAZİANTEP	0.342- 2202358 0.342- 220 23 59 0.342- 232 12 98	165 Milyar	Makine Halısı, Halı İpliği ve Dokuma	30
2	97/3 19.2.1997 22910	AGS Ankara Giyim Sanayicileri Dış Tic. A.Ş.	Mahatma Gandhi Cad. No: 102/2 G.O.P/ANKARA	0.312-447 50 10 (3hat) 0.312-447 50 13	100 Milyar	Tekstil - Konfeksiyon	35
3	97/25 10.10.1997 23136	UFE Birleşik Çiçek İhracatçıları Sanay ve Dış Ticaret A.Ş.	Özgürlük Bulvarı Fener Mahallesi Dikmen Apt. K:1 D:3 Antalya	0.242-324 15 60 0.242-324 15 61 0.242-324 15 62	11 Milyar	Kesme Yaş Çiçek	11
4	97/29 03.12.1997 23186	ÇİÇEKÇİLER BİRLİĞİ DİŞ TİCARET A.Ş.	Kızıltoprak Mah. Ali Çetinkaya Cad. 127/6 Murat apt. ANTALYA	0.242-312 26 28-29 0.242-312 26 30	10 Milyar	Kesme Çiçek	20
5	97/33 25.12.1997 23211	OSP Ostim İş Makinaları ve Yedek Parça Dış Tic. A.Ş.	Cevat Dünder Cad. No: 70 Ostim/ANKARA	0.312- 385 67 00 0.312- 385 67 03	11 Milyar	İş Makinaları ve yedek parçaları	21
6	98/8 15.04.1998 23314	GTS Güneydoğu Tekstil ve Giyim Sanayicileri Dış Tic. A.Ş. *Kalkınmada Öncelikli Yöre	İnaloğlu Cad. Ebru Apt. No: 6 DİYARBAKIR	0.412 255 00 55 0.412 255 07 19 Ank. İrt. Bürosu: 0.312 440 65 76 0.312 441 01 81	100 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	6
7	13.01.1999 23582 (Karar)	DSD Deri Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş.	Telsiz Mahallesi 71. Sok. No:22 34760 Zeytinburnu/ İstanbul	0.212-546 06 76 0.212-546 52 56 0.212-546 03 08	1 Trilyon 668 Milyar	Deri ve Deri Mamülleri	176
8	23.03.1999 23648 (Karar)	KSP İpek Yolu Otomotiv Yan Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş.	Hazım Uluşahin İş Merkezi B Blok Kat: 3 No:315 Selçuklu/Konya	0332-238 14 35 0332-238 14 38	40 Milyar	Otomotiv Yan Sanayi	13

9	23.03.1999 23648 (Karar)	LGS Laleli Giyim Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş.	Mesihpaşa Mah. Laleli Cad. No: 25-27 Laleli/İstanbul	0212-516 90 41 (3 Hat) 0212-516 90 60	180 Milyar	Tekstil- Konfeksiyon ve Deri	36
10	18.05.1999 23699 (Karar)	ÇORUM YUMURTA ÜRETİM PAZARLAMA A.Ş. *Kalkınmada Öncelikli Yöre	Ankara Asfaltı 4. Km. Çorum	0.364 - 235 01 63 0.364-235 01 70	7 Milyar 600 Milyon	Tarımsal Ürünler	163
11	15.09.1999 23817 (Karar)	ASD Ayakkabı Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş.	General Ali Rıza Gürcan Cad. Metropol Center No: 32 Kat: 10 D: Merter/İstanbul	0.212-551 09 50 0.212-551 09 77	163 Milyar	Ayakkabı Sanayi	43 firma
12	10.11.1999 23872 (Karar)	TRAKYA TEKSTİL VE GIYİM SANAYİCİLERİ DIŞ TİCARET A.Ş.	Konaklar Mah. Akasyalı Sok. No:12 Giriş Kat 80620 4. Levent /İstanbul	0.212-268 67 58 0.212-264 33 21	50 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	13
13	12.01.2000 23931 (Karar)	GURUP TEKSTİL KONF. VE DERİ SANAYİCİLERİ DIŞ TİC. A.Ş.	Ferah Mah. Sondurak Coruklar İş Merkezi No:2/4 B. Çamlıca İstanbul	0.216-461 50 01 0.216-412 74 11	10 Milyar	Tekstil	10
14	12.01.2000 23931 (Karar)	GENESİS DIŞ TİC. A.Ş. *KÖY	İnönü Cad. No: 34/B Çorum	0.364-254 96 81 0.364-254 92 09	5 Milyar	İnşaat ve Yan Sanayi	5
15	21.02.2000 23971 (Karar)	TGS Tekstil Giyim Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş.	Mustafa Kemal Paşa Mahallesi İstiklal Cad. No:112-3 Avcılar/İstanbul	0.216-423 63 15 0.216-423 63 08	30 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	14
16	07.04.2000 24013 (Karar)	İZDER DIŞ TİCARET A.Ş.	1370 Sokak No:42 Kat:8 Yalay İş Merkezi Montrö/İzmir	0.232-425 46 88 0.232-425 49 51 0.232-489 23 68 0.232-489 30 92 0.232-425 95 71	207 Milyar	Tekstil, konfeksiyon, deri, kösele ve bunlardan mamül eşya	33
17	08.12.2000 24254 (Karar)	ANAGOLD DIŞ TİCARET A.Ş.	Nuruosmaniye Cad. Benice Han No:54 Eminönü/İstanbul	0.212-520 27 00 9 Hat 0.212-520 27 09	212 Milyar	Metal ve Kıymetli Taştan Mamül Takı ve Hediyelek Eşya	53
18	25.01.2001 24298 (Karar)	ELİT Tarımsal Ür. Tekstil Ağaç Ür.	Özkan Apartmanı B Blok Kat:1 Daire:2	0.482-212 23 48 0.482-212	75 Milyar	Tekstil, orman ürünleri,	

*T. Atılgan/ KOBİ Niteliğindeki Tekstil ve Hazır Giyim İşletmelerinin Uluslararası Pazarlara Açılmasında
Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Etkisi*

		San. Petrol Ür. ve Taşımacılık Dış Tic. A.Ş. *Kalkınmada Öncelikli Yöre	Yenişehir/Mardin	22 95 0.482-212 33 78		tarım ürünleri, petrol ürünleri, uluslararası taşımacılık	6
19	03.02.2001 24307 (Karar)	F.A. Dış Ticaret A.Ş.	Yalıboyu Cad. No:9 Ayşehanım Apt. Kat:1 Daire:3 Arnavutköy-İst	0.212-287 40 37 0.212-287 40 38	75 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	12
20	25.04.2001 24383 (Karar)	BİG Birleşik Gıda Sanayicileri İç ve Dış Ticaret A.Ş.	Cumhuriyet Bulvarı No:82/502 Pasaport/Izmir	0.232-441 08 08 0.232-446 88 58	100 Milyar	Gıda	48
21	27.04.2001 24385 (Karar)	MALATYA Dış Ticaret A.Ş. *Kalkınmada Öncelikli Yöre	İsmetiyeye Mah. Bölükemini Sok. No: 7/4 Malatya	0.422-326 30 12 0.422-324 91 06 0.422-323 68 76	24 Milyar 500 Milyon	İnşaat, Turizm, Gıda, Mimari, Petrol, Mobilya, Nakliye v.b.	13
22	18.08.2001 24497 (Karar)	DFT Diyarbakır Dış Ticaret A.Ş. *Kalkınmada Öncelikli Yöre	Ali Emiri 4. Sok. No:14/B Şengül 4 Apt. Kat:3 Daire:10 Yenişehir-21100 Diyarbakır	0.412-224 05 80 0.412-224 91 07 0.412-224 16 30 0.412-224 95 50 0.412-224 67 43	14 Milyar 400 Milyon	Mermer, mutfak ekipman imal., pvc boru, mak. halısı, hazır giyim, çelik apı, inş. ve san.boyaları	12
23	24.11.2001 24593 (Karar)	KONSAD Dış Ticaret ve Pazarlama A.Ş.	Cihangir Mahallesi Defne Sok. No:2 Avcılar/Istanbul	0.212.694 04 14-15-17 0.212.694 04 16	95 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	19
24	06.09.2002 24868 (Karar)	İSTANBUL Dış Ticaret Hizmetleri A.Ş.	Merter Meridyen İş Merkezi Ali Rıza Gürcan Cad. Çırpıcı Yolu No.1 Kat 5 34010 Merter/İstanbul	0.212-481 68 00-01 0.212-481 55 54	150 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	12
25	01.03.2003 25035 (Karar)	BGS Boğaziçi Giyim Sanayicileri Dış Ticaret A.Ş.	Şirinevler Mah. Mithatpaşa Cad. Aker Plaza No:1 Kat:4 Bahçelievler-İSTANBUL	0.212.452 00 70 0.212.452 0093 0.212.452 00 61	25 Milyar	Tekstil ve Konfeksiyon	10

Kaynak : <http://www.foreigntrade.gov.tr/IHR/sds/sds-yeniliste.doc>

Tablo 3: SDŞ ve Ortaklarının Sektörel Dağılımı

SEKTÖR	SDŞ SAYISI	ORTAK SAYISI
Tekstil-Konfeksiyon	11	190
Gıda	1	48
Otomotiv Yan Sanayi	1	13
Halı, halı ipliği	1	30
Kesme Çiçekçilik	2	31
Tarımsal Ürünler	1	163
İş Makinaları ve Yedek Parçaları	1	21
Deri Mamulleri ve Yan Sanayi Ürünleri	1	176
Ayakkabı Sanayi	1	43
İnşaat ve Yan Sanayi	1	5
Metal ve kıymetli taştan mamül takı ve hed. Eşya	1	53
Genel (KÖY)	3	31
TOPLAM	25	814

Kaynak : <http://www.foreigntrade.gov.tr/IHR/sds/sds-il-sektor-liste.doc>

Tablo 4: SDŞ'lerin İllere Göre Dağılımı

İLİ	SDŞ SAYISI	ORTAK SAYISI
İSTANBUL	11	388
İZMİR	2	81
ANKARA	2	56
GAZİANTEP	1	30
ANTALYA	2	31
DİYARBAKIR	2	18
KONYA	1	13
ÇORUM	2	168
MARDİN	1	6
MALATYA	1	13
TOPLAM	25	814

Kaynak : <http://www.foreigntrade.gov.tr/IHR/sds/sds-il-sektor-liste.doc>

Sonuç ve Öneriler

Türk ekonomisinin bel kemiği sektörü olan tekstil ve konfeksiyon alanında faaliyet gösteren ve SDŞ kurmak isteyen KOBİ'lere yönelik önerileri şu şekilde sıralayabiliriz:

- Her şeyden önce kurucularının ihracat işlemlerinde şirketlerine güvenmeleri ve inanmaları gerekmektedir.
- SDŞ' yi kuracak olan KOBİ sayısının mümkün olduğunca fazla olması çok daha iyi sonuçlar verebilir.

- Sermaye ödemelerinin kısa sürede yapılması gibi bir anlayış her şeyden önce çok sağlam bir finansal yapıyla başlamak için SDSŞ'lere büyük avantajlar sağlayacaktır.

- Ortakların ihracata yönelik ürünlerinin üretimini SDSŞ'lerin pazarlama yapacağı ülkelerin standartlarına uygun olması ve söz konusu firmanın'da bu konuda istekli ve samimi olması gerekmektedir.

- SDSŞ kurmaya çalışan işletmelerin her şeyden önce ihracat ve ilgili sektör konusunda bilgi ve deneyim sahibi olan kişileri bulması ve yetiştirmesi gerekmektedir.

- Birleşmeye karar verildiği andan itibaren öncelikle SDSŞ' yi yönetecek profesyonel kişilerin ve kadroların hemen oluşması, ortaklar arasında çıkabilecek muhtemel potansiyel çatışmaları engelleyici bir davranış tarzı olabilir.

- SDSŞ'lerin yapacağı her türlü faaliyetlerin tüm ortaklar tarafından desteklenebilmesi için onlara gerekli bilgilerin periyodik raporlar ve toplantılarla bildirilmesi ortakların şirkete olan güvenini artırarak ilişkilerini olumlu yönde geliştirir.

- Diğer SDSŞ'lerle iletişime geçilerek biran önce SDSŞ'ler koordinasyonu ve SDSŞ'ler üst birliği kurulmalıdır.

- SDSŞ'lerce gerek kendi personeline gerekse ortaklarının personeline yönelik çok yönlü eğitim programları uygulanmalıdır. Çünkü ekonomik büyüme sorunlarının sermaye formasyonu yetersizliğinden kaynaklanan sıkıntıları küçük sermayelerin birleştirilip akılcı bir yöntemle, verimli alanlarda işletilmesiyle yok edilmesi mümkün olabilmekte ve bunları sağlayabilmek için de iyi bir eğitim görmüş yönetici ve personele ihtiyaç duyulmaktadır.

- Şirket kültürünün oluşturulması yönünde çalışmalar yapılmalıdır.

-SDSŞ merkezine alınacak her türlü araç ve gereçlerin başlangıç aşamasında ortaklardan sağlanması ile şirketin ilk aylardaki masraflarının bir bölümü azaltılarak bu yönde azda olsa rahatlaması sağlanabilir.

- SDSŞ ve onu oluşturan ortaklar ile ilgili bir tanıtım programı uygulanarak (afiş, broşür, gazete, el kitabı, film, kurs, seminer vb) ortaklar ile diğer kişi ve kuruluşlara bu yönde bilgi verilmelidir.

- SDSŞ'lerin ortaklarına dünya fiyatlarına uygun finansal destek sağlamak için çok boyutlu çalışmalar yapılmalı ve bunlara süreklilik kazandırılmalıdır.

- SDSŞ ve çalışma alanı ile ilgili her türlü bilimsel çalışmalara destek verilmelidir. Böyle bir davranış hem şirkete hem ilgili sektöre hem de Türk bilimine önemli ölçüde katkılar sağlayacaktır. Üniversite çevrelerinin SDSŞ'lere yönelmesi iyi bir kamuoyu oluşturma bakımından anlamlı sonuçlar doğurabilir.

- SDSŞ'lere uygulanan yardım ve desteklerin artırılması yönündeki girişimler her seviyede devamlı yapılmalıdır.

- Bir çok çevre tarafından tartışma konusu yapılan, SDSŞ kurmak için gerekli olan normal yörelerde en az 10, kalkınmada öncelikli yörelerde en az 5 kurucu ortak olmalıdır, düşüncesi tam olarak anlatılmalıdır. Çünkü, bir çok çevre bu işi 2,3 ... işletme bir araya gelerek de yapabileceklerini ileri sürmektedirler.

- SDŞ'lerin denetim sorununu ortadan kaldıracı yasal çalışmalar biran önce yapılmalıdır.

- SDŞ'lere kuruluş aşamasında ortaklarının mamullerini kolaylıkla pazarlayabilmesi için, devletin ilgili kuruluşları tarafından pazarlama konu ve tekniği ile pazar bulma mevzularında yeter düzeyde destek verilmelidir.

- Gümrük Birliği'ne uyum mevzuatları, Gümrük Kanunu ve Rekabet Kanunu'nun eksikleri hızlı bir şekilde giderilmeli ve bir an önce ilgili kuruluşlar tarafından bütün SDŞ'leri içine alacak şekilde kapsamlı bir SDŞ'ler Kanunu hazırlanarak uygulamaya geçirilmelidir.

- SDŞ' lerimizin çeşitli ülkelerdeki benzerleri ile iletişim sağlanmasında gerekli girişimler yapılmalıdır.

- KOBİ' lerimizin, AB standartlarından ve GB mevzuatlarından habersiz olma sorunları SDŞ bünyesinde yapılacak çalışmalarla giderilmelidir.

- Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarının AB'nin kredilerinden yararlanmaları için projeler üreterek onlara bu yönde çok olumlu yardımlar sağlayabilir. Bu projeler örneğin, KOBİ'lerimizin AB ile boy ölçüşmesinde önemli bir yer tutan teknoloji yenileme konusunda olabilir.

- Yine işletmelerin gelecekte ayakta kalabilmesi, başka işletmeler ya da işletme gruplarıyla ortak girişimlerde bulunmalarına bağlı olmaktadır. Bu nedenle de birleşmeyen böyle bir örgüt çatısı altında faaliyet göstermeyen işletmeleri gelecekte zor günlerin beklemesi kaçınılmazdır.

Anlaşılan şudur ki, ihracatımızda önemli bir sıçrama yapabilmek ancak KOBİ'lerimizin ihracata yönlendirilmesi ile mümkün olmaktadır. Bu nedenle KOBİ'lerimizin dış pazarlar konusunda bilgilendirilmesi ve özellikle finansal açıdan desteklenmesi çok önemli bir konudur. Bu bakımdan öncelikle SDŞ'ye sağlanan destek ve teşvikler daha cazip hale getirilmeli ve KOBİ'lerimizin bir araya gelerek bu tür şirketler kurmaları desteklenmelidir. Ayrıca, ihracata yeni başlayan ve ihracat potansiyeli olan KOBİ'lerimizin ürün geliştirme ve teknoloji yenilemeye yönelik yatırımları, her türlü teşvik edilmelidir.

KAYNAKÇA

BAYKAL Cevdet; "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" Vakıfbank Araştırma Dizisi 6, Ankara 1996

"Sermayelerini Birleştirip Büyüyenler Çoğalıyor" Ekonomist Yıl:7, Sayı:7, Şubat 1997

KOBİ'lerin İhracatta Örgütlenmesine Yönelik Yeni Bir Model; "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri"
TOBB Bilgilendirme Serisi No: 8

BAYKAL Cevdet, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) İhracatta örgütlenmelerine Bir Model: "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" Küçük İşletme, Antalya Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği (AESOB) Yayın Organı Yıl: 2,Sayı 7,Antalya Temmuz 1996

AYDEMİR Nilgün, Kasım EREN, 2000'li Yıllara Doğru Türkiye'nin Önde Gelen Sorunlarına Yaklaşımlar: XII-Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ), TÜGİAD

ÇOLAKOĞLU Mustafa H, ; KOBİ'ler ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, KOSGEB, Ankara Eylül 1996

DEMİR Musa, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin KOBİ'ler Açısından Önemi, İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi (İGEME), Kayseri Ticaret Odası (KTO), AİB, Dış Ticaret Eğitim Programı, Kayseri 17-21 Haziran 1996

- SARIASLAN Halil; **Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Büyüklükteki Sanayi İşletmeleri (İmalat Sanayi İşletmelerinin Sorunları ve Stratejiler)**, TOBB Yay., Ankara: 1996.
- YALÇIN İbrahim; **“Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Olarak Örgütlenmeleri,”** Dış Ticaret Dergisi, DTM yayını, Ocak 1997.
- Başbakanlık DTM, **“Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine İlişkin Tebliğ,”** Resmi Gazete, 29 Nisan 1994, Sayı: 219419.
- KOZLU Cem, **SOGO-SOŞA: Dışa Açılmada Bir Japon Dersi**, Bilkom Yayınları, İstanbul: 1992.
- YILMAM, Memiş, **Birleşen KOBİ’ler İhracatın Yeni Gözdesi Oldu**, Necip OKUR İle Söyleşi, BUSİAD’dan Bakış, Mart- Nisan 1997
- TÜMEN. Kubilay ; **“KOBİ’ler İhracat Çıkmazını Aşıyorlar”**, Dünya Gazetesi, 20.10.1996
- YILMAZ, Ayfer ; **“İhracata Yönelik Devlet Yardımları ve Kalkınmada Öncelikli Yörelere”** ASOMEDYA, Mart 1997,
- www.danismend.com
www.lasiad.net
www.dtm.gov.tr

“İş Ahlakı” Cinsiyetler Arasındaki Farklılıklar Açısından Literatür İncelemesi Dr. Uğur ZEL

T.C. Genel Kurmay Başkanlığı, ANKARA

ÖZET

Tanımı ve kapsamı üzerinde özellikle son 20 yıldır yapılan araştırmalara rağmen “iş ahlakı” kavramı henüz literatürde “aydınlatılabilmiş” kavramlar arasında yerini alamamıştır. Bunun birçok sebebi olmasına karşılık en belirgin sebeplerden birisi olarak cinsiyet farklılığı gösterilebilir.

Kadın yöneticilerin iş gücündeki artan oranı önemli bir eğilimdir ve bu eğilim “ahlaki karar verme” konusundaki ilgiyi de uyandırmaktadır (Dawson, 1995:61). Araştırmacıların bir çoğuna göre ahlaki konulardaki problemlerin çözümünde kadın ve erkekler birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Genel bir sonuç olarak, erkekler ahlaki konuları daha çok adalet, kurallar ve bireysel haklar olarak algılamak, kadınlar ilişkiler, ilgi gösterme ve merhamet kavramlarıyla ilişkilendirerek algılamaktadırlar.

Bu makalede, konu ile ilgili bazı araştırmaların sonuçları paylaşmakta ve karşılaştırılmaktadır. Araştırma sonuçları genel olarak, kadın çalışanların hem algılamaları hem de davranışlarının erkek çalışanlardan farklı olduğunu göstermektedir. Fakat bu araştırma sonuçlarının kültürel ve sektörel farklılıklardan etkilenebileceği yönünde bir takım sınırlamaların da bulunduğu göz önüne alınmalıdır.

Anahtar kelimeler: İş Ahlakı, Cinsiyet Farklılığı, Algılama.

Business Ethics: Literature Survey On Gender Differences

ABSTRACT

Business ethics has not yet taken its place among the “defined” and “clear” concepts in the literature despite the numerous researches made in the last two decades. Gender difference is one the main reasons of this ambivalence.

The increased participation of women in the work force is an important trend and this trend has generated research interest in "ethical decision making". For the majority of researchers, men and women differ in how they solve moral dilemmas. As a general result, men are likely to consider moral issues in terms of justice, rules and individual rights. Women, on the other hand, tend to consider such issues in terms of relationship, caring and compassion.

In this article, the results of some researches made on this issue are shared and compared. These researches' results generally show that both perceptions and behaviors of female employees differ from males'. But also, there are some limitations, which force us to think that these differences between genders may change as of cultural and sectoral differences.

Key words: Business Ethics, Gender Differences, Perception.

I. Giriş

İş ahlakı, “toplumda genel kabul görmüş normlara uygun, işletme ortamındaki doğru davranışlar” olarak tanımlanmaktadır (Aydın, 2002:6, White ve Dooley, 1993:644). Bu tanım beraberinde bir çok soruyu da aklımıza

getirmektedir; Doğru davranışlar nelerdir ve bu hareketleri davranışlarımıza nasıl yansıtabiliriz? Yöneticiler, toplumda kabul görmüş doğru davranışları nasıl bilebilirler? Bu normlar ne dereceye kadar yönetsel davranışları etkileyebilirler? Örgütlerde gittikçe sayıları artan kadın yöneticilerin varlığını düşünürsek, kadın ve erkek yöneticiler, doğru davranışları ve toplumsal normları nasıl algılamaktadırlar? Değişik kültürlerden gelen insanları yönetirken hangi ortak ahlaki değerler esas alınmalıdır? Yöneticilerin iş ahlakını farklı algılamaları neticesinde, bu farklılık örgüt verimliliğine nasıl yansımaktadır? Görüldüğü üzere "iş ahlakı" oldukça derin ve bir o kadar da durumsal değişken içermektedir. Dolayısıyla, konu üzerinde yapılan araştırmaların bulguları da değişik kültürlerde değişen zamanlarda yapıldığından ortak paydaların sayısı azalmaktadır.

İş ahlakının net bir şekilde tanımlanabilmesi için, yukarıdaki sorulara ek olarak öncelikle şu konuların açığa çıkarılması gerekmektedir (Evans, 1991:126);

1. Değerler (Codes of Ethics) ve ilkeler
2. Ahlaki (morally) doğru davranışlar,
3. Doğruluk (integrity),
4. Durumlar.

Bu kategorilere ek olarak bir başka araştırmacı (Lewis, 1985:377) iş ahlakını şu terimlerle tanımlamaya çalışmıştır; Sosyal sorumluluk, dürüstlük, adaletli olma, altın kurallar, dini inançlar, vicdanlı çalışma, belirgin kişisel çıkarlar, iyi-kötü karşılaştırması, vicdan, hukuk, sosyal adalet, namuslu olma, olması gerekenler, fazilet, liderlik, karakter, fani olma, tanrı, mahremiyet ve topluma ait olma.

İş ahlakını cinsiyet farklılığı açısından ele alan birbirinden bağımsız iki ayrı araştırma (Harris, 1989; Kidwell, 1987), bu tanım belirsizliğini, ilk paragraftaki soruların cevaplarından yola çıkarak azaltmayı amaçlamıştır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre, namuslu olma ve dürüstlük, cinsiyete göre farklılık göstermezken, bunların temelini teşkil eden değerlerde farklılıklar tespit edilmiştir. Örneğin, ahlaki konularda alınan kararlarda kadınlar "toplum-merkezli", erkekler "ben-merkezli" yaklaşımlarda bulunmaktadır. Bir başka araştırmaya göre (Gilligan, 1982, 1986), kadın yöneticiler, insanlara yardım etme konusunda daha duyarlı davranırken, erkek yöneticiler, daha çok gelir ve büyüme konularına yönelmektedirler. Kadın yöneticilerin iş ahlakına aykırı durumlardaki toleranslarının erkek yöneticilere kıyasla daha az olduğuna benzer yorumlar başka araştırmalarla da desteklenmektedir (Chris ve Jordan 2002; Statham, 1987; Keys, 1985; Shann 1983; Brenner ve Tomkiewicz, 1979;).

Kadın yöneticilerin iş gücündeki artan oranı önemli bir eğilimdir ve bu eğilim "ahlaki karar verme" konusundaki ilgiyi de uyandırmaktadır (Dawson, 1995:61). Araştırmacıların birçoğuna göre ahlaki konulardaki problemlerin çözümünde kadın ve erkekler birbirlerinden ayrılmaktadırlar (Peterson ve diğerleri 2001:225, Loe ve Weeks 2000:243). Bu ayrımı ortaya koymaya çalışan

iki temel yaklaşım ileri sürülmektedir (Markham 1985, Feldberg ve Glenn 1979, Kanter 1977):

1. Yapısal yaklaşım
2. Cinsiyet sosyalizasyonu yaklaşımı.

Her iki yaklaşım da kadınların, besleyici, toplum-merkezli ve işbirlikçi bir yapıya, erkeklerin ise saldırgan, ben-merkezli ve rekabetçi bir yapıya sahip olduklarını kabul etmektedirler. Yapısal yaklaşımçılar, cinsiyet farklılığının eski sosyalizasyon geleneğinden kaynaklandığı ve bundan dolayı farklı ve belirgin rol gereklerinin ortaya çıktığı görüşündedirler. Onlara göre, kadınlar kız evlat, eş ve anne olmak için, erkekler ise, erkek evlat, koca ve baba olmak için eğitilmektedirler. Kadın ve erkeğe yüklenen bu rollerin iş ortamına yansımaları sonucunda doğal bir farklılığın ortaya çıktığı ve bu farklılığın azaltılması için örgütsel mekanizmaların (istihdam, terfi, ödüllendirme politikaları vb.) kullanılması gerektiği ifade edilmektedir (Betz 1989:322).

Yapısal yaklaşımçılara göre, insanlar çevreye uyum sağlayabilirler. Bu anlayışla, cinsiyet farklılığı da örgüt içinde ödül ve terfi uygulamalarıyla ortadan kaldırılabılır ve böylece kadın erkek eşit olur. Örgütsel normların çoğu erkekler tarafından ortaya çıkarıldığından, örgütün başarıya ulaşabilmesi için kadınların erkeklerin normlarına uyum sağlamaları gerekmektedir. Buna karşılık, "Cinsiyet sosyalizasyonu" yaklaşımını benimseyenler, cinsiyet ayrımının kalıtsal değerlerden doğduğunu savunmaktadırlar. Bu kalıtsal değerlerdeki farklılıklar, iş ortamından kaynaklanmayan davranış ve tutum farklılıklarına neden olmaktadır.

Sonuç olarak, "yapısal yaklaşımçılar", cinsiyet ayrımının ortadan kaldırılabileceğini, "cinsiyet sosyalizasyonu" yaklaşımçıları ise, bu ayrımın ilelebet varolacağını savunmaktadırlar.

II. Erkek ve Kadın Yöneticilerin Algılama Farklılıkları Üzerine İki Geniş Çaplı Araştırma:

A. Evans'ın "Algılama Farklılıkları" Araştırması

Kadın ve erkek yöneticilerin "iş ahlakı" konusundaki algılama farklılıklarını ortaya koymak amacıyla yapılan geniş çaplı bir araştırma (Evans, 1991:125) kapsamında, Fortune dergisinin belirlediği en iyi 500 firmadaki 654 erkek ve kadın yöneticiye anket gönderilmiş ve şu üç açık uçlu soru sorulmuştur;

- "İş ahlakını tanımlayınız",
- "İş ahlakıyla ilgili olduğuna inandığınız somut veya soyut örnekler veriniz",
- "Verdiğiniz örneklerin neden iş ahlakıyla ilgili olduğunu düşünüyorsunuz?".

Anketlerden elde edilen veriler "içerik analizi" yöntemiyle dört kişiden oluşan bir jüri tarafından incelenmiş ve tespit edilen kavramlar listelenerek birkaç kategoriye ayrılmıştır. Bu kavramlardan birbiri ile yakın ilişkili olanlar elenerek, bu sayı 31'e kadar indirilmiştir (Tablo-1). Ankette sorulan 3 soruya verilen yanıtların uzunluğu birkaç kelimedenden 151 kelimelik yanıtlara kadar değişmektedir. Ortalama yanıt uzunluğu her soru için 25 kelimedir. Tablo, aynı zamanda bu kavramları yanıtlarında kullanan erkek ve kadın yöneticilerin oranlarını da göstermektedir.

1, 2 ve 3ncü sıradaki kavramlar, "ben-merkezli", 11, 15, 17 ve 19ncü sıradaki kavramlar ise "toplum-merkezli" yaklaşımları ifade etmektedir. Ben-merkezli kavramlarda erkek yöneticilerin oranı % 44, kadın yöneticilerin oranı ise % 1'dir. Toplum-merkezli kavramlarda ise, erkek yöneticilerin oranı % 5, kadın yöneticilerin oranı ise % 45'tir. 10ncü sıradaki "eşitlik ve adalet" kavramı, 11, 15 ve 17nci kavramlardaki oranlara eklendiğinde, kadınların oranı % 55'e çıkarken, erkeklerin oranı ancak % 7'ye ulaşmaktadır.

Tablo-1: Kadın ve Erkek Yöneticilerin İş Ahlakı Tanımlamalarında Kullandıkları Kavramlar

KATEGORİ	CEVAP ORANI (%)	
	ERKEK (N=530)	KADIN (N=124)
İstek ve kişisel çıkar, başkalarına menfaat sağlar.	18	0
Bir kimsenin idealist olması başkalarına da yarar.	1	0
Başarı için sorumluluk duymak bireysel çabadır.	10	1
Kişisel değerler	9	2
Durumsal davranışlar	5	7
Çok çalışma ve gayretli olma	5	1
Altın kural	3	1
Doğru/yanlış prensipleri	3	1
İşletmenin ahlak değerleri	3	1
Adalet ve eşitlik	2	9
Sosyal sorumluluk	2	7
Yalın rekabet	2	1
Doğru/yanlış kuralları	3	0
İş kalitesi, iyi yapılmış bir iş	2	6
Başkalarına karşı sorumluluk ve yardım etme	1	13
İyi liderlik	1	1
Başkaları için iyi işler yapmak	1	7
Doğru şeyi yapmak	1	3
Toplum yararına çalışmak	1	12
Yapmak zorunda olduğumuzu yapmak	1	2
Adalet	1	1
Doğru sözlü olmak	1	3
İyi davranış	1	3
Dürüstlük	1	3
Kanunlara uymak	1	1
Doğruluk	1	2
Dini inançlar	1	1
Davranışların etkisi ve sonuçları	1	1
Fazilet	1	1
Özü sözü bir olmak	1	4
Güvenilir olmak	1	5

* (Kaynak: Evans, 1991:125)

22, 23, 24, 26, 29, 30 ve 31nci sıradaki kavramlar, "dürüstlük ve namuslu olma" kategorisini oluşturmaktadır. Tablo-2'de, bu kategorideki kavramları kullanan kadın yöneticilerin oranı % 21, erkek yöneticilerin oranı ise % 7 olarak görülmektedir. 4, 6 ve 8nci maddeler, "kişisel değerler" kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategoriye verilen cevapların oranı, erkeklerde % 17, kadınlarda ise % 4'tür. 7, 9, 12 ve 13ncü sıradaki kavramlar, "kurallar ve değerler" kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategoriye verilen cevapların oranı erkeklerde % 11, kadınlarda ise % 3'tür. 10 ve 21nci sıradaki kavramlar, "adalet ve eşitlik" kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategoriye verilen yanıtların oranı erkeklerde % 3, kadınlarda ise % 10'dur.

Tablo-2: Kadın ve Erkeklerin İş Ahlakı Tanımlarında Kullandıkları Kavramların Kategorilere Göre Oranları

KATEGORİ	CEVAP ORANI (%)	
	ERKEK	KADIN
1. İstek, kendini düşünme, kendini yüceltme, başarı bireysel bir sorumluluktur	44	1
2. Kişisel değerler, prensipler	17	4
3. Kurallar, değerler	11	3
4. Durumsal davranış	5	7
5. Dürüstlük, doğruluk, fazilet, doğru sözlülük, iyilik	7	21
6. Başkalarına yardım etme, toplum yararına çalışma, müşteriler için çalışmak	7	45
7. Hissedarların menfaatine çalışmak	1	3
8. Eşitlik ve adalet	3	10
9. Diğer	5	6
TOPLAM	100	100

*(Kaynak: Evans, 1991:125)

Aşağıda yer alan Tablo-3'te, verilen yanıtların erkek ve kadınların yönetim kademelerine göre oranları görülmektedir. Yönetim kademelerine göre her iki grupta da farklılıklar olduğu dikkat çekmektedir.

Tablo-3: Kavram Kategorilerinin Erkek Ve Kadın Yöneticilerin Kademelerine Göre Oranları

KATEGORİ NO.	CEVAP ORANI					
	ÜST KADEME		ORTA KADEME		ALT KADEME	
	ERKEK (152)	KADIN (0)	ERKEK (236)	KADIN (51)	ERKEK (142)	KADIN (73)
1.	9	0	18	1	17	0
2.	4	0	6	2	7	2
3.	1	0	5	1	5	2
4.	4	0	1	4	0	3
5.	3	0	1	10	3	11
6.	3	0	1	22	3	23
7.	0	0	0	1	1	2
8.	3	0	1	4	0	6
9.	3	0	1	2	1	4

* (Kaynak: Evans, 1991:125)

Bu araştırma sonucunda, cinsiyetler arasında üç farklılık ortaya çıkarılmıştır. Erkek yöneticilerin yarısına yakını (% 44), iş ahlakını "ben-merkezli" olarak tanımlarken, kadın yöneticilerin bu konudaki oranı % 1'de kalmıştır. Buna karşılık, kadın yöneticilerin % 45'i iş ahlakını, "toplum-merkezli" olarak tanımlarken, erkek yöneticilerin bu konudaki oranı % 7 olarak tespit edilmiştir.

Orta ve alt kademe erkek yöneticilerin % 10'u, "kurallar ve değerler" in iş ahlakını tanımladığına inanırken, üst kademe erkek yöneticilerde bu oran % 1'de kalmıştır.

Üst kademe erkek yöneticilerin % 4'ü, iş ahlakının "durumsal" olarak tanımlanabileceğine inanırken, bu oran orta ve alt kademedeki erkek yöneticilerde % 1 olmaktadır. Bu kategoride, orta kademedeki kadın yöneticilerin oranı % 4, alt kademedeki kadın yöneticilerde ise % 3 olarak tespit edilmiştir.

Ben-merkezli veya toplum-merkezli olma ile ilgili sonuçlar, önceden yapılmış birkaç araştırmanın sonuçlarıyla da aynı doğrultuda tespit edilmiştir (Dawson, 1995:61). Bu tespitlerden yola çıkarak, erkek yöneticilerin "ben-merkezli", kadın yöneticiler ise "toplum-merkezli" oldukları söylenebilir. İlave olarak, birkaç (Elsie 1996, Peterson ve diğerleri 2001) araştırmanın sonuçlarında, öğretmenler, iş arkadaşları ve anne-babalar, kadın yöneticileri erkeklere oranla daha "yardımsever", "empatik" ve "iyi niyetli" bulmaktadırlar.

B. Khazanchi'nin Araştırma Bulguları

Bir başka çalışmada (Khazanchi, 1995:741), erkek ve kadın yöneticiler, iş ahlakını "iş ortamındaki doğru davranışlar" olarak tanımlamışlardır. Bununla beraber, erkek yöneticiler doğru davranışları, kişisel çıkarlarına uygun davranışlar olarak yorumlarken, kadın yöneticiler doğru davranışları toplum çıkarlarına uygun davranışlar olarak yorumlamışlardır. Araştırma bulgularına göre, kadın ve erkeklerin iş ahlakına aykırı buldukları başlıca davranışlar şunlardır;

1. Şirkete ait gizli bilgilerin sızdırılması,
2. İşle ilgili konularda dürüst davranmama,
3. Menfaat çatışması; müşteri ve çalışanların menfaatlerini korumama,
4. Sosyal sorumluluk bilincine aykırı davranışlar,
5. Güvenilirlik; yetkisini kötüye kullanma,
6. Makamını ve bilgisini kişisel çıkarları için kullanma,
7. Kendini üstün görme.

1, 2 ve 3ncü sıradaki maddelerde yer alan davranışlarda, kadınlar ve erkeklerin görüşleri kadınların lehine yüksek, diğer konularda ise hemen hemen eşit ağırlıkta çıkmıştır.

Bu sonuçlar ışığında, araştırmacı şu sorulara yanıt aramaktadır; Kadınların erkeklere oranla daha toplum-merkezli düşündükleri gerçek midir? Kadınların başkalarına yardım etme ve şefkatli olma konularında yoğunlaşan farklı bir ahlaki yapıları olduğu doğru mudur? Merhametli olma ve toplum-merkezli olma liderlik özellikleri arasında yer almamaktadır; Buna göre, kadınlar üst kademelere doğru yükseldikçe, liderlik gerekleri değişme gösterecek midir? Örgütler, daha merhametli ve toplum-merkezli bir yapıya doğru değişime uğrayacaklar mıdır? Veya kadınlar mı değişeceklerdir?

Bu sorunların her biri için tek bir yanıt vermek mümkün değildir. Yapısal yaklaşımçılar, bireyin çevresine uyum sağlayacağı görüşünde olduklarından, onlara göre örgüt ortamındaki kurallar erkekler tarafından yapıldığı için, kadınlar zamanla erkekler gibi düşünecek ve davranacaklardır. Cinsiyet sosyalizasyonu yaklaşımını benimseyenler ise, örgütün birey üzerindeki etkisinin gayri-resmi yapılaşma sayesinde gittikçe azaldığını savunmaktadırlar. Yani, kadın ve erkek çalışanlar arasındaki örgütsel ilişkiler, zamanla kadın çalışanların lehine bir atmosfer yaratacaktır.

Kazanchi, iş ahlakı ile toplumsal normlar ve kültürel inançlar arasında ilişki olduğuna inanmaktadır. Bu görüşe göre, kültürel inançlar yelpazesinin bir tarafında Laissez-Faire tipi politika ve ekonomik muhafazakarlık diğer tarafta ise, içinde hükümetin de yer aldığı reformist liberalizm bulunmaktadır. Bir başka görüşe göre, Amerikanın büyümesinin sebebi, ekonomik kısıtlamaların en aza indirilmesidir. Bu görüşü benimseyenler, insanların eşitliğine dayanan demokrasiye inanırlar ve eşit paylaşma, sosyal ve ekonomik fırsatların, ekonomik

büyümenin sürdürülmesi için gerekli olduğunu savunurlar. Bu görüşleri John Locke ve J.J. Rausseau'nun kişilikleriyle özdeşleştirirsek, erkek yöneticiler, Locke'un temsil ettiği "bireysellik" görüşünü, kadın yöneticiler ise Rausseau'nun temsil ettiği "toplumculuk" görüşünü tercih edeceklerdir.

Bu araştırmada erkek yöneticilerin verdikleri cevaplarda direkt olarak kullanılmasa da "sosyal Darwinizm"den söz etmek gerekir. Bu görüşe göre, "hayat, sadece güçlü olanların yaşamlarını sürdürebildiği, herkesten uzak ve yalnız bir mücadeledir".

III. Sonuç ve Değerlendirme

Bu yorum ve bulgular ışığında, cevap bulunması gereken birkaç soru daha vardır; Bu fikirler, kültürün hangi boyutunda uygulanmaktadır?. Bu fikirler, yöneticilere nasıl sirayet etmektedir?. Bu fikirler bizi nasıl kontrol ediyor veya yönetiyorlar?. Eğer biz bu fikirlerin etkisindeyse, bu etkinin derecesi nedir?. Zıt değerlerin kültürlere sirayet ediyor olması nasıl engellenebilir?. Kadın ve erkekler, yönetim ortamında birbirlerinin davranışlarını ahlak-dışı olarak mı değerlendiriyorlar?. Erkekler, kadınların "toplum-merkezli" olmalarını saf ve yumuşak, yöneticiler için kabul edilemez ve örgüt başarısını tehdit eden bir olgu olarak mı görüyorlar?. Kadın yöneticiler, erkeklerin bireyselliğini kaba ve örgütün başarısını tehdit eden bir olgu olarak mı görüyorlar?. Her iki görüş için yönetsel etkililiği sınırlayıcı oldukları söylenebilir mi?.

İş ahlakı konusunda yapılan araştırmaların genelinde yaşanan ortak bazı sınırlamalar söz konusudur. Elde edilen bulguları ve bulgular ışığında yapılan değerlendirmeleri bu sınırlamalar kapsamında ele almak gerekir. Genel olarak sınırlamaları şu şekilde sıralamak mümkündür;

1. İş ahlakı konusunda yapılan araştırmalarda elde edilen bulguların sadece belli bir zaman aralığı için geçerli olduğu söylenebilir. Çünkü, bireylerin ihtiyaç ve beklentileri zaman içerisinde değişebilir.

2. Makalede incelen araştırmalardan Deepak Khazanchi'nin araştırması sadece belirli bir kültürdeki (A.B.D.) yöneticilerin görüşlerini yansıttığından, sonuçları "evrensel" nitelik taşımamaktadır.

3. Cinsiyetle ilgili farklılıkların araştırılmasında örgütsel ortam (örgüt iklimi ve örgüt kültürü), her iki cinsin de davranış ve düşüncelerini etkileyeceğinden, bireysel olarak ifadeleri gerçek anlamda yalın düşüncelerini sergilemeyecektir.

4. Genel olarak araştırma sonuçları çok genel ifadelerle ortaya çıkarılmıştır. Bunun yerine, hırsızlık, haksız kazanç, adam kayırma, toplum menfaatlerine uygun hareket etmeme, yalan beyanda bulunma, muhasebe

kayıtlarında tahrifat yapma gibi konularda spesifik örnekler ve bu konulardaki istatistiki sonuçlara yer verilmelidir.

5. Araştırmalarda yer alan yöneticilerin kademeleri ve sayıları arasında dengeli bir oranın bulunmaması, anket sonuçlarının dengeli çıkıp çıkmadığı konusunda bir şüphe yaratmaktadır.

İş arenasındaki cinsiyet farklılıkları çok değişik yönleriyle özellikle son 20 yılda incelenmektedir. Gerek bu makalede yer alan gerekse de konu ile ilgili yapılan diğer araştırmalar göstermektedir ki, iş ahlakı konusunda cinsiyetler arasında değişik algılamalar ve bu algı farklılıkları neticesinde de değişik tepkiler söz konusudur. Kadın çalışanların erkek çalışanlara kıyasla yapısal farklılıkları nedeniyle organizasyonel süreçlerde değişik davranışsal tepkiler vermektedirler. Bu tepkiler, genel olarak, kadın çalışanların iş ahlakına aykırı durumlarda erkek çalışanlara kıyasla “daha az tolerans gösterdikleri” şeklinde özetlenebilir.

KAYNAKÇA

- AYDIN, İnalet Pehlivan, (2002), *Yönetmel, Mesleki ve Örgütsel Etik*, Pegem A Yayıncılık , Ankara.
- BETZ, Michael, Lenehan O'Connell ve John Shepard, (1989), “Gender Differences In Proclivity For Unethical Behavior”, *Journal of Business Ethics*, 8, 321-324.
- BRENNER, Otto ve Joseph Tomkiewicz, (1979), “Job Orientation Of Males And Females: Are Sex Differences Declining?”, *Personnel Psychology*, 32, 741-750.
- CHRIS, Perryer and Catherine Jordan, (2002), “The Influence of Gender, Age, Culture and other Factors on Ethical Beliefs: A Comparative Study in Australia and Singapore”, *Public Administration and Management*, 7, (4), 367-382.
- DAWSON, Leslie (1995), "Women and Men, Morality And Ethics", *Business Horizons*, Temmuz-Ağustos, 61-69.
- ELSIE, Coker, Daryl Guffey ve Jeffrey McMillan, (1996), “Gender Differences In Determining The Ethical Sensitivity Of Future Accounting Professionals”, *Journal of Business Ethics*, 15, (5), 591-597.
- EVANS, James (1991), “Defining Business Ethics : Gender Comparison of Fortune 500 Executives”, *Contemporary Issues In Business Ethics and Politics*, New York, 125-151.
- FELDBERG, Roslyn ve Evelyn Glenn, (1979), “Male And Female: Job Versus Gender Models In The Sociology Of Work”, *Social Problems*, 26, 524-538.
- GILLIGAN Carol, (1982), *A Different Voice; Psychological Theory And Woman's Development*, Harvard University Press.
- GILLIGAN, Carol, (1986), "Signs", *Journal Of Women In Culture And Society*, 11, (2), 324-333.
- HARRIS, James, (1989), “Ethical Values And Decision Process Of Male And Female Business Students”, *Journal Of Education For Business*, Şubat, 234-238.
- KANTER, Rosabeth Moss, (1977), *Men And Women Of The Corporation*, New York, Basic Books.
- KEYS, Deborah, (1985), "Gender, Sex Role, And Career Decision Making Of Certified Management Accountants", *Sex Roles*, 13, 33-46.
- KIDWELL, Jeaneen, (1987), "Differences In Ethical Perceptions Between Male And Female Managers, Myth Or Reality", *Journal Of Business Ethics*, 6, 489-493.
- KHAZANCHI, Deepak, (1995), "Unethical Behavior In Information Systems ; The Gender Factor", *Journal Of Business Ethics*, 14, 741-750.
- LEWIS, Phillip, (1985), "Defining Business Ethics; Like Nailing Jello To A Wall", *Journal Of Business Ethics*, 4, 377-383.

- LOE, Terry ve William Weeks, (2000), "An Experimental Investigation Of Efforts To Improve Sales Students' Moral Reasoning", *The Journal of Personal Selling & Sales Management*, 20, 243-251.
- MARKHAM, William, (1985), "Gender Dominant Professions", *Journal Of Vocational Behavior*, 22, 129-150.
- PETERSON, Dane, Angela Rhoads, ve Bobby Vaught, (2001). "Ethical Beliefs Of Business Professionals: A Study Of Gender, Age And External Factors", *Journal of Business Ethics*, 31, 225-232.
- SHANN, Marry, (1983), "Career Plans Of Men And Women In Gender Dominant Professions", *Journal Of Vocational Behavior*, 22, 343-356.
- STATHAM, Anne, (1987), "The Gender Model Revisited: Differences In The Management Styles Of Men And Women", *Sex Roles*, 16, 409-429.
- WHITE, Charles, Robert Dooley, (1993), "Ethical or Practical: An Empirical Study of Students' Choices in Simulated Business Scenarios", *Journal of Business Ethics*, 12, 643-651.

Yabancı Sermaye Yatırımlarının Verimlilik ve Kalkınmaya Etkilerinin Ekonometrik İncelemesi

Yrd. Doç. Dr. Y.Yüksel Ayvaz

Celal Bayar Üniversitesi, Köprübaşı M.Y.O., MANİSA

Yrd. Doç. Dr. Ercan BALDEMİR

Muğla Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, MUĞLA

Araş. Gör. Serap ÜRÜT

Muğla Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, MUĞLA

ÖZET

Bu çalışmada, yabancı sermaye yatırımlarının verimlilik ve kalkınma üzerindeki etkileri araştırılmakta, sermaye verimliliği ve işgücü verimliliği arasındaki ilişkiler gölge değişkenli regresyon tekniği kullanılarak incelenmektedir. İnceleme yabancı, yerel ve devlet mülkiyetli firmalar için yapılacaktır. Sermayenin toplam işgücü verimliliği üzerinde etkisini göstermek için KL değişkeni kullanılmıştır. Yapılan analizde yabancı sermayenin etkisi pozitif dışsallığı doğrulamaktadır.

***Anahtar Kelimeler:** Dolaysız Yabancı Sermaye Yatırımları; Verimlilik; Gölge değişkenlerle regresyon*

Econometric Analysis Of Foreign Capital Investment's Productivity And Contributions To Growth

ABSTRACT

This study investigates the effects of foreign direct investments on Labor productivity and analyzes the relation between capital efficiency and labor productivity using dummy variables regression model. This investigation includes foreign-, local-, and state-owned firms. In order to measure the impact of capital on total labor productivity, KL variable is employed in the model. Having found that KL is statistically significant, the analyze shows a positive spillover of foreign capital on labor productivity.

***Key Words:** Foreign direct investment; Productivity; Dummy variables*

Giriş

Yabancı sermaye kalkınmanın finansmanında, özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra gündemde olan bir dış finansman kaynağı olmuştur. Yabancı sermaye konusunda bugüne kadar çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. 1977 yılında IMF'in yaptığı ve büyük ölçüde kabul gören bir tanıma göre yabancı sermaye, yatırımcının kendi ülkesi dışında faaliyet gösteren bir kuruluşun işletmesinde etkin söz sahibi olmak ve sürekli bir çıkar sağlamak amacıyla yaptığı yatırımlardır (Subaşı, 2000; 60). Yabancı sermaye, dolaysız yabancı sermaye yatırımları ve portföy yatırımları olarak ikiye ayrılabilir. Dolaysız yabancı sermaye yatırımları, bir şirketin üretimini, kurulu bulunduğu ülkenin sınırlarının ötesine yaymak üzere ana merkezinin dışındaki ülkelerde üretim tesisi kurması veya mevcut üretim tesislerini satın alması şeklinde tanımlanabilir (Seyidoğlu, 2001; 626). Portföy yatırımları ise yabancı yatırımcının faiz geliri ve kâr payı elde etmek için

uluslararası sermaye piyasalarında değerli kağıtlar satın alması şeklinde gerçekleşmektedir.

Dolaysız yabancı sermaye yatırımları düşük faiz ve üretim maliyetleri nedeniyle kârlılık oranları yüksek, büyüme dinamizmi olan, makro dengeleri oturmuş, iç talebin canlı ve eğitilmiş işgücünün yüksek bulunduğu ekonomileri tercih eder. Bu şekilde ülkeye çekilen yabancı sermayenin ekonomiye kazançları sadece finansman kaynağı sağlamaz. Ayrıca know-how, yönetim bilgileri, pazarlama teknikleri, yeni teknoloji, patent-lisans gibi mali olmayan olanaklar da yaratır.

Portföy yatırımları ise içerdikleri araçların likiditesinin yüksek menkul kıymetlerden oluşması nedeniyle, yatırım yapılan ülkeyi her an terk edebilmektedir. Bu nedenle kalkınmanın finansmanına katkıda bulunabildikleri gibi, ülke ekonomisinde enflasyon baskısı, ulusal paranın aşırı değerlenmesi ve cari işlemler dengesinin kötüleşmesi şeklinde olumsuz etkiler de yaratabilmektedirler (Alp, 2000; 180-199). Bu nedenlerden dolayı, bir ülke ekonomisinin kalkınmasına yardımcı olabilecek yabancı sermayenin, dolaysız yabancı sermaye yatırımları olduğu söylenebilir.

1980'li yılların başlarında dünya ölçeğinde dolaysız yabancı sermaye akımlarında önemli artışlar yaşanmıştır. Dolaysız yabancı sermaye yatırımlarındaki bu artışlar, çokuluslu şirketlerin uluslararası üretimlerini genişletmelerinin temel dayanak noktası olmuştur (Mallampally ve Sauvant, 1999;34). Birleşmiş Milletlerin verilerine göre, dünya ekonomisinde 1989–1994 yılları arasında, yıllık ortalama 200 milyar Dolar olan dolaysız yabancı sermaye yatırımları 2000 yılında 1.3 trilyon Dolar düzeyine yükselmiştir. Türkiye'nin aldığı pay ise ancak 1 milyar Dolar düzeyindedir (UNCTAD, 2001).

Çalışmamızda yabancı sermaye ile dolaysız yabancı sermaye yatırımları ifade edilecektir. Bununla birlikte, Türkiye'deki sermaye hareketlerinin gelişimi de özetlenecektir.

Bu çalışma 6 bölüme ayrılmıştır. Bölüm 2'de yabancı sermaye yatırımlarına yönelik literatür gözden geçirilmektedir. Bölüm 3'de, Türkiye'de dolaysız yabancı sermaye yatırımları genel olarak incelenmiş ve yabancı sermaye yatırımlarının büyümeye olan etkileri iktisadi olarak vurgulanmıştır. Bölüm 4, veri, model ve metodolojiyi tanımlamaktadır. Ampirik sonuçlar kısmı Bölüm 5'de sunulmuştur ve son olarak bölüm 6'da çalışmanın genel hatları ile bir özeti sonuç şeklinde yazılmıştır.

1. Literatüre Bir Bakış

Dolaysız yabancı sermaye yatırımları, özellikle II. Dünya Savaşından sonra, dünya ekonomisinde hızlı bir artış göstermesi ile birlikte gittikçe artan bir öneme sahip olmuştur. Dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının etkileri üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Caves (1974), Avustralya imalatının verimliliği üzerinde dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının etkilerini, sermaye yoğunluğu, emek kalitesi ve dolaysız yabancı sermaye yatırımlarını kapsayan genişletilmiş bir

üretim fonksiyonu kullanarak test etmiştir. Bu çalışmayı takiben, dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının etkileri üzerine daha farklı çalışmalar da yapılmıştır. Kanada için Globerman (1979); Meksika için Blomstrom ve Person (1983), Blomstorm (1986), Blomstorm ve Wolff (1994) ve Kokko (1994;1996); Venezuela için Aitken ve Harrison (1999); Fas için Haddad ve Harrison (1993); Uruguay için Kokko (1996) ve İngiltere için Liu (2000)'nun yaptığı çalışmalar bunlardan bazılarıdır (Li, Liu ve Parker, 2001;305). Li, Liu ve Parker (2001), yerel ve yabancı firmalar arasındaki rekabet ve dolaysız yabancı sermayeden kaynaklanan verimlilik dışsallıklarını Çin için test etmişlerdir.

Caves (1974), rekabet baskısı ve çeşitli piyasa aksaklıklarından dolayı çokuluslu firmaların, üretim faaliyetlerini geliştirmekte olan ülkelere taşıdıklarında, sadece kendilerinin karlı çıkmadığına, yarattıkları olumlu dışsallıklar ile aynı zamanda yerli firmaların verimlilik ve karlılığının artmasına katkıda bulunabileceklerine dikkat çekmektedir. Bunu üç şekilde vurgulamaktadır. İlk olarak, dışsallıklar, çokuluslu firmaların kaynak dağılımını geliştirilmesiyle yerel mülkiyetli firmalar arasındaki verimlilik düzeylerini artırdıkları zaman meydana gelmektedir. İkincisi, aksak rekabet piyasalarında faaliyet gösteren firmaların ya çokuluslu firmaların rekabet gücü ya da gösteriş etkisi ile yüksek bir teknoloji düzeyinde üretim için teşvik edilebileceğidir. Sonuncusu ise, endüstrideki çokuluslu yavru şirketlerin ilerlemeyi hızlandırabileceği ya da teknoloji transferi maliyetini düşürebileceğidir (Li, Liu ve Parker, 2001; 306).

Yabancı sermayeli yatırımların gösteriş ve yayılma etkilerini test eden ampirik çalışmalarda yerel firmalar için bir üretim fonksiyonu hesaplanmaktadır. Yerel verimlilikler üzerinde pozitif bir etkiye sahip olup olmadığının anlaşılması için endüstrideki yabancı payı, açıklayıcı bir değişken olarak üretim fonksiyonuna dahil edilmektedir. Ancak literatürde farklı durumlar karşımıza çıkmaktadır. Caves (1974), Globerman (1979), Blomstrom ve Persson (1983) ve Liu (2000) dışsallıkların pozitif olduğuna dair kanıtlar sunarken, Haddad ve Harrison (1993) bunun tam tersi sonuçlara ulaşımlardır. Kokko (1996) ise, daha önce yapılmış ampirik testlerin, gösteriş ve yayılma etkileri ile yabancı ve yerel firmalar arasındaki rekabetin etkilerini birbirinden ayırmadıklarını savunmaktadır. Kokko'nun basit eş zamanlı modelinde, yabancı firmaların verimliliği dışsal bir değişken olarak görünmekte ve yabancı ve yerel firmaların emek verimlilikleri rekabet nedeniyle eş anlı olarak belirlenmektedir. Ortaya çıkan dışsallıklar ile yabancıların varlığı arasında tamamen doğru bir orantı ise söz konusu değildir.

Erdal ve Tatoğlu (2002), gelişen piyasa ekonomilerinde, Türkiye örneği alınarak, dolaysız yabancı sermayenin bölgesel belirleyicilerini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda piyasa büyüklüğü, altyapı, ekonomi serbestisi ve piyasa cazibesine sahip bulunmasına karşın, döviz kurunda ve ekonomide istikrarın bulunmaması nedeniyle, Türkiye'nin aldığı yabancı sermaye miktarının olabileceğinden daha az olduğu sonucuna varılmıştır (Erdal ve Tatoğlu, 2002). Ögütçü (2002) ise, yabancı sermaye ve bölgesel kalkınma arasındaki ilişkiyi incelemiştir. İncelemede Brezilya, Rusya, Çin ve Türkiye'de yaşanan

deneyimlerden yola çıkılmış ve dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının bölgesel kalkınmada önemli bir unsur olduğu ortaya konulmuştur. Ancak başarılı kalkınmanın anahtarının, iç makroekonomik ve yapısal politikalar, dengeli ve etkili iç tasarruf ve yatırımlar ile nitelikli beşeri sermaye olduğuna dikkat çekilmiştir. Bunlar gerçekleştirildikten sonra dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının daha etkin olacağı vurgulanmıştır (Öğütçü, 2002).

1978-1980 yılları arasında Türkiye'deki değişik yatırım faktörlerinin nispi önemini ortaya koyan bir çalışmada imalat sanayinde çalışan 43 yabancı firma incelenmiştir. Bir başka çalışmada, Türkiye'deki yabancı sermayeli şirketlere yönelik bir inceleme yapılmış ve bu şirketlerin yapısal karakteristikleri, firmaların dolaysız yabancı sermaye girişleri, firma performanslarının değerlendirilmesi, teknolojik performanslarının değerlendirilmesi, yabancı yatırımcıların sektörel ve ülke değerlendirmeleri hakkında yargılara varılmıştır (Erden, 1996; 193-213).

2. Türkiye'de Dolaysız Yabancı Sermaye Yatırımları

24 Ocak 1980 kararlarıyla birlikte Türkiye, ekonomik, politik ve sosyal yönden bir değişim sürecine girmiştir. Yeni politikalar ve programlar üç temel hedef içermekte idi: müdahalelerin minimize edilmesi, serbest piyasa ekonomisinin oluşturulması ve dünya ekonomik sistemi ile entegrasyon. Bu üç hedefin başarılması için, yabancı yatırım kanunu liberal ve esnek bir yapıya kavuşturulmuştur (Etkin, Helms, Türkkan and Morris, 2000; 64). Ülke ekonomisinin liberal politikalar izlemesi üzerine yabancı sermaye yatırımlarına oldukça ağırlık verilmiştir. Dış pazarlarda yer bulabilmek için sınai üretimin daha düşük maliyetlerle üretilmesi gerekmektedir. Bu amaca ulaşmanın başlıca koşulları da büyük ölçek, maliyet düşürücü öğelerle çalışma ve pazarlama olanaklarını geliştirmektir. Günümüzde yabancı sermaye ile işbirliğinde en çok önem verilen konular bunlar olmakta ve ulusal devletin de yabancı sermaye girişini daha da özendirilmesi istenmektedir (Altıntaş, 1986; 136).

Türkiye, 1990'lı yıllar boyunca yıllık ortalama 1 milyar Dolar düzeyinde yabancı sermaye girişi yaşamıştır. Ancak dünya ekonomisinde 1,3 trilyon Dolar gibi bir yabancı sermaye yatırımı olduğu göz önüne alındığında bu rakamın oldukça azdır. Türkiye'ye gelen yabancı sermayeli firmaların ağırlıklı olarak tercih ettikleri sektör imalat sanayidir. 1980-2001 dönemi dikkate alındığında, yapılan yatırımların %54'ünün imalat sanayi alanında olduğu görülmektedir. İkinci popüler sektör ise hizmetler sektörüdür. Tarım ve madencilik sektörü ise cüzi oranda yatırım almaktadır.

Makroekonomik teori açısından büyüme ile yatırımlar arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Yatırımlar ülkenin üretim gücüne ve stoklarına yapılan ilavelerdir. Bu ilavelerin yapılabilmesi için tasarruf yapılması kaçınılmaz bir gerekliliktir. Yatırım tasarruf açısından aşağıdaki ilke her ekonomi için geçerlidir. "Özel yatırımların üç tasarruf kaynağına eşit olması (tanımı gereği doğru olan) bir muhasebe eşitliğidir. Özel yatırımlar özel tasarruflara, devlet tasarruflarına ve diğer ülkelere gelen net sermaye girişlerine eşit olmak

zorundadır”(Krugman, 2001; 124-125). Bunun nedeni, bir ekonomideki yatırım miktarının ülke içi tasarruflarla ülke dışı tasarruflara eşit olması gerekliliğidir.

$$I + X = S + M \quad ; \quad I = S + (M - X)$$

Burada I toplam yatırımları, S yurt içi tasarrufları (M - X) de dış kaynakları (tasarrufları) ifade etmektedir. Bunun anlamı da, ulusal gelir dengesi için, iç tasarruflarla dış kaynakların, yurt içi yatırımların toplamına eşit olmasıdır.

Dış kaynakların ülkede bulunan döviz boşluğunu giderme etkisi söz konusudur. Yapılan tasarrufların yatırıma dönüştürülmesi için dövizin önemli bir etkisinin olduğu söylenebilir. Ülke, ürettiği mal ve hizmetlerin bir bölümünü ihracata yöneltir ve kazandığı döviz gelirleriyle gereksinimi olan diğer malları dışarıdan getirir. Yatırım için gerekli araç gereci üretmeyen ve yeterli bir döviz rezervine sahip olmayan ülkelerde yeni yatırımlar yapılamaz, hammadde ve ara malları ithal edilemediğinden mevcut tesisler tam kapasite ile çalışamaz (Seyidoğlu, 2001; 490).

Dış kaynak girişlerinin olduğu yıllarda ekonomi reel olarak büyümüştür. Aşağıdaki tablodan da net bir şekilde görüldüğü üzere Türkiye ekonomisi dışarıdan kaynak bulabildiği sürece reel olarak büyümüştür. Dış kaynak girişinin 1994'deki kriz nedeniyle tersine dönmesi sonucu ekonomi %6.1 oranında daralmıştır. 1999 yılındaki daralmanın nedeni olarak da, uygulanan sıkı istikrar politikası, yüksek reel faizler ve dış dünyadaki daralma gibi faktörler sayılabilir. Dolayısıyla Uygur'un da belirttiği üzere dış kaynak girişinin pozitif olduğu yıllarda Türkiye ekonomisi büyümüştür (Uygur, 1999; 30-50). Büyüme açısından en olumlu olan sermaye biçimi dolaysız yatırımlar olduğuna göre Türkiye ve benzeri ülkelerin kalkınmasında dolaysız yatırımların rolü daha da önem kazanmaktadır.

Tablo- 1: Dış Kaynak ve GSMH Değişimi

Yıllar	Dış Kaynak/GSMH(%)	Top.Dış Borç(Milyar\$)	Özel Dış Borç(milyar\$)	Büyüme Oranı
1990	3,1	4,9	10,4	9,4
1991	2,1	50,5	10,8	0,3
1992	2	55,6	15,3	6,4
1993	5	67,7	23,8	8,1
1994	-1,5	65,6	16,6	-6,1
1995	3,2	73,3	22,3	8
1996	4,8	84,7	31,9	7,1
1997	3,8	92,2	40,3	8,3
1998	1	101	49	3,9
1999	1,6	120	70	-6
2000	6	118,6	70,3	6,1
2001	-2,5	113,6	66,8	-9,4
2002	-1	130,2	73,7	7,9
2003	1	145,3	79,8	5,9
2004	3,5	161,8	88,9	9,9

Kaynak: Ercan Uygur, "98 İlkbaharında İstikrar Arayışları", *İktisat-İşletme Finans Dergisi*, Nisan 1999, s.35. TCMB, *Yıllık Raporlar 1996-2004*, www.tcmb.gov.tr (16.11.2005).

Tablo 3’de, finansal serbestleşmeye bağlı olarak Türkiye’ye gelen yabancı sermayenin boyutları görülmektedir. Görüldüğü gibi dolaysız yatırımların 1990’daki 700 milyon dolarlık payı, 1999’da 138 milyon Dolar’a inmiştir. Gerekli kurumsal düzenlemeler yapılsa bile ekonomik ve siyasal yapının krize açık ve istikrarsız olması, Türkiye’yi dolaysız yatırımlar için cazip bir ülke olma konumundan uzaklaştırmıştır. Fakat bu düzenlemelerden sonra ülkemize önemli miktarda kısa vadeli sermaye girişi olmuştur. Bu sermaye girişleri ekonomiyi rahatlatmıştır.¹ Türkiye’ye kaynak veya tasarruf yetersizliğini kısa vadeli borçlanarak finanse etme imkanı vermiştir. Kısa vadeli sermaye hareketleri ile sadece cari açıkların finanse edilmediğinin en güzel göstergesi, cari işlemlerdeki açık ile kısa vadeli sermaye arasındaki oranın 1’e 3 olmasıdır. Bu oran 1999’da 1’e 8 düzeyine ulaşmıştır. Eğer kısa vadeli sermaye akımlarının içine portföy yatırımları dahil edilirse bu oran 1’e 16’ya çıkmaktadır. Kısa süreli sermaye hareketleri, cari açıkların kısa süreli finansmanında kullanılacak bir yol iken ekonominin kaynak yaratmadaki yetersizliğini giderir hale geldiği Tablo 1’e bakılarak söylenebilir.

Tablo- 2: Türkiye Sermaye Akımları ve Cari İşlemler Dengesi (milyon Dolar)

Yıllar	Cari İşl. Deng.	Dolaysız Yat.	UV Diğ. Ser.Har.	KV Ser. Har.	Portföy	Rezerv (Brüt)
1990	-2625	700	-547	3000	547	5758
1991	250	783	-635	-3020	623	4812
1992	-974	779	-938	1396	2411	6106
1993	-6433	622	1370	3054	3917	6277
1994	2631	559	-784	-5127	1158	6905
1995	-2339	772	-79	3713	237	12042
1996	-2437	612	1636	5945	570	16386
1997	-2638	554	4667	1761	1634	18609
1998	1984	573	3985	1313	-6711	19718
1999	-1344	138	344	1024	3429	23177
2000	-9819	112	4276	5200	1022	25097
2001	3390	2769	-1131	-11321	-4515	77524
2002	-1522	888	2315	-133	-593	104631
2003	-8037	1254	-956	3559	2465	105527
2004	-15660	1906	6121	6758	8023	108376

Kaynak: TCMB, *Yıllık Raporlar 1996-2005*, www.tcmb.gov.tr (16.11.2005).

Kısa vadeli sermaye akımlarının sektörlere göre dağılımı incelendiğinde, bunların sadece kamu açıklarını finanse etmediği de daha net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Finansal serbestleşme sonucu giderek artan faiz hadleri firmaların iç piyasalardan kaynak sağlama maliyetini artırmıştır. Maliyetlerin arttığı bir

¹ Teorik olarak sermaye hareketlerinin ekonomideki çıktı miktarını artırdığı, ücretleri yükselttiği ve kurları bastırdığı kabul edilmektedir. Bkz. Hasan Kirmanoğlu ve Ömer Özçiçek, 1999; ss.28-30.

ortamda varlıklarını devam ettirebilmek için üretici firmalar yabancı kaynak kullanımına yönelmiştir. Böylelikle reel kesim asli fonksiyonu olan üretime devam edebilir iken kısa vadeli yüksek faizlerden de kamuya borç vererek kendisi için de yeni bir finansman imkanı yaratmıştır.

Bu çalışmada, %100 yabancı mülkiyetli firmaların, %100 yerel ve %100 devlet mülkiyetli firmaların işgücü ve sermaye verimliliği etkileri üzerinde dışsallıklarının olup olmadığı araştırılmaktadır.

3. Yöntem

Bu çalışmada kullanılan veriler, İstanbul Sanayi Odası'nın Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu çalışmasının 2001 yılı sayısından alınmıştır. Bu veriler imalat sanayi sektörünü kapsamaktadır. Veriler alınırken, 500 Büyük Firma içindeki %100 yabancı mülkiyetli 19 kuruluş, %100 yerel mülkiyetli 159 kuruluş ve %100 devlet mülkiyetli 21 kuruluş ele alınmıştır.

VAL değeri emek verimliliğini göstermektedir. Bu değer, brüt katma değer in işçi sayısına oranlanması ile elde edilmiştir.

KL değerleri ortalama sermaye yoğunluklarıdır. Her bir firmanın brüt katma değerinin net aktiflerine oranlanması ile elde edilmiştir.

Bilindiği üzere üretimi gerçekleştirebilmek için sermaye ve emek gibi iki faktöre ihtiyaç duyulmaktadır. Sermaye faktörü ne kadar bol ise, emeğin verimliliği de o kadar yüksek olmaktadır. Örneğin Cobb-Douglas (CD) tipi bir fonksiyonda emeğin marjinal ürününün sermayeye göre çapraz türevi $d(VA)/d(KL) > 0$ dır (Bulmuş, 1994; 136). Bunun yanında örgütlenme, işgücü ve sermaye kalitesinde meydana gelecek olan değişmelerin, VAL'in ve KL'nin üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır. Yabancı, yerel ve devlet firmaları arasında farklılık olup olmadığını anlamak için, Gölge Değişkenli Regresyon Yöntemi kullanılmıştır. Bilindiği gibi gölge değişkenler sayısallaştırılamayan ama bağımlı değişkenin davranışını etkileyebilen değişkenleri regresyon modeline katma aracıdır (Gujarati 1999 s.497).

$$Y_i = a_1 + a_2 D_i + b X_i + u_i \quad (1)$$

şeklindeki bir gölge değişkenli regresyona "Ortak Varyans Çözümlemesi (Orçöz) Modelleri" denilmektedir. Eğer ortak eğim varsayımı geçerli ise a_1 ve $a_1 + a_2$ nin aynı değeri olup olmadıkları t testiyle sınanabilir. Tahminlenen a_2 kukla değişken katsayısı anlamlı bulunursa a_1 ve $a_1 + a_2$ nin aynı değeri olduğu hipotezi reddedilir. Dolayısıyla a_2 katsayısı sabit terim farkıdır ve bir değerini alan şıkkın sabit teriminin sıfır değerini alan şıkkın sabit terim katsayısından ne kadar farklı olduğunu gösterir (Gujarati 1999 s.505). Modelde birden fazla kukla değişken yer alırsa o zaman anlamlılık testi VARÇÖZ tekniği ile gösterilen F sınamasıyla yapılabilir.

Çalışmamızda;

Yerkuk = 1 Yerel sermayeli firmalar için

= 0 Diğer

Yabkuk = 1 Yabancı sermayeli firmalar için

= 0 Diğer

olmak üzere iki kukla değişken kullanılmıştır.

4. Uygulama Sonuçları

VAL, KL, YERKUK ve YABKUK değişkenleri kullanılarak bağımsız değişkenlerin etkileri gölge değişkenli regresyon modeliyle araştırılmış ve aşağıdaki ampirik sonuçlara ulaşılmıştır.

$$VAL = -73880.9 + 195234.3 KL + 52809.95 YERKUK + 85680.78 YABKUK$$

Std. Hata	(19374.34)	(4040.927)	(20567.71)	(28327.91)
Prob.	(0.0002)	(0)	(0.011)	(0.0028)

$$R^2 = 0.922402 \quad \text{Prob(F-statistic)} = 0.000000 \quad \text{F-statistic} = 780.5791$$
$$DW = 2.036913$$

Yukarıda da görüldüğü üzere, yerli ve yabancı sermayenin işgücü verimliliği üzerine etkisini ölçen YERKUK ve YABKUK kukla değişkenleri istatistiksel açıdan %1 düzeyinde anlamlıdır. Dolayısıyla dışsallık etkisi açısından yerli ve yabancı firmalar arasında bir fark bulunmamaktadır. Hem yerel hem de yabancı mülkiyetli firmalar toplam işgücü verimliliği üzerinde pozitif bir dışsallık etkisine sahiptirler. Yabancı sermayenin toplam işgücü verimliliği üzerindeki pozitif etkisini $85680.78 - 73880.9 = 11799.88$ değeri göstermektedir. Yabancı firmaların işgücü verimliliği üzerine etkisinin yüksek olması, bu firmaların sahip oldukları sermaye donanımına, nitelikli işgücüne ve mali altyapılarının sağlam olmasına dayandırılabilir. KL değişkeninin katsayısı istatistiksel açıdan %1 anlam düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Sermayedeki 1 birimlik artış işgücü verimliliği üzerinde 195234 birim artış sağlayacaktır. Seçilen denklemin belirlilik katsayısı bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin %92'sini açıklayabilmektedir. Durbin-Watson değeri de otokorelasyon olmadığını göstermektedir. Denklemin genel uygunluğunu sınanan F istatistiği de oldukça yüksek ve anlamlıdır.

Sonuç

Çalışmamızda Türk imalat sanayinden seçilen 19 yabancı, 21 devlet ve 159 yerel firma baz alınarak yabancı sermayeli firmaların toplam işgücü verimliliği üzerine yapabilecekleri dışsal ekonomik etki araştırılmıştır. Bu araştırmada, yabancı firmaların verimlilik üzerine yarattıkları dışsal etkilerin toplam işgücü verimliliği üzerinde pozitif bir etkisinin olup olmadığı gölge değişkenler kullanılarak en küçük kareler yardımı ile test edilmiştir. Ampirik sonuçlar bize, dışsallık etkisi açısından yerel ve yabancı mülkiyetli firmalar arasında bir fark bulunmadığını göstermektedir. Yabancı sermayenin ya da kısaca sermayenin işgücü verimliliği üzerine etkisini iktisadi olarak açıklamak bu

noktada bir gerekliliktir. Bilindiği üzere sermaye miktarı ve sermaye yatırımları arttıkça emek ve sermaye faktörlerinin birbirini tamamlama derecesi de artar. Bu ise verimliliğin artmasını sağlar. İktisat teorisinde üretim faktörlerinden biri diğerine göre daha hızlı bir şekilde arttığında kendi verimi azalsa dahi tamamladığı faktörün verimini artırır. Bu durum literatürde çapraz üretim etkisi olarak adlandırılır. Bu çalışmada elde edilen bulgularda teorik çıkarılamayı doğrulamaktadır. Sermaye miktarındaki 1 birimlik artış verimlilik değişkeni üzerinde 195234'lük artış yaratmaktadır. Yabancı sermayenin işgücü verimliliği üzerindeki etkisi, KL ve Yerkuk değişkenleri sıfır olarak değerlendirildiğinde şu sonuca ulaşılmıştır. Yabancı sermayenin toplam işgücü verimliliği üzerindeki etkisi $85680-73880=11779$ olarak bulunmuştur ki bu da yabancı sermayenin Türk imalat sanayisi üzerinde pozitif bir dışsallık etkisine sahip olduğunu göstermektedir. Bu noktada, yerel firmaların da yabancı firmalarla rekabet edebilme gücünü artırmak için gerek sermaye gerek işgücü bakımından kaynaklarını geliştirmeleri gerektiği söylenebilir.

KAYNAKÇA

- AITKEN, B., HARRISON, A., "Do domestic firms benefit from direct foreign investment? Evidence from Venezuela.", *Am.Econ.Rev.* Vol.89. 1999.
- ALP Ali (2000), "Finansın Uluslararasılaşması", *İstanbul: Yapı Kredi Yayınları*
- ALTINTAŞ Mustafa (1986), "Yabancı Sermaye ve Büyüme Üzerine", Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:2, Sayı:1-2.
- BLOMSTROM, M., PERSSON, H., "Foreign investment and spillover efficiency in an underdeveloped economy: evidence from the Mexican manufacturing industry." *World Dev.*, Vol. 11, 1983.
- BLOMSTROM, M., WOLFF, E., "Multinational corporations and productivity convergence in Mexico.", *Oxford University Press*, Oxford, 1994.
- BULMUŞ İsmail (1994), "Mikroiktisat", *Ankara: Eğitim Yayınları*.
- CAVES, R.E., "Multinational firms competition and productivity in host-country markets." *Economica*, volume 41, 1974.
- COŞKUN Recai (2001), "Determinants of Direct Foreign Investments in Turkey", *European Business Review*, Volume:13, Number: 4.
- ERDAL Fuat and TATOĞLU Ekrem (2002), "Locational Determinants of Foreign Direct Investment in an Emerging Market Economy: Evidence From Turkey", *Multinational Business Review*, Volume:10, Number:1, <http://www.econturk.org/Turkey2002.html> ,(07.03.2003).
- ERDEN Deniz (1996), "A Survey of Foreign Direct Investment", İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- ETKİN LAWRENCE P., HELMS MARILYN M., TÜRKKAN Ümit and GLOBERMAN, S., "Foreign direct investment and spillover efficiency benefits in Canadian manufacturing industries.", *Can.j.Econ.* Vol.12, 1979.
- GUAJARATI Domador N.(1999), "Temel Ekonometri", Çev:Ümit Şenesen, Gülay Günlük Şenesen, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- HADDAD, M., HARRISON, A., "Are there positive spillovers from direct foreign investment? Evidence from panel data for Morocco." *J.Dev.Econ.* Vol. 42, 1993.
- Hazine Müsteşarlığı (2001), "Yabancı Sermaye Raporu", www.hazine.gov.tr (12.02.2003).
- İstanbul Sanayi Odası, "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu 2001", *İSO Dergisi "Özel Sayı"*, Sayı:437, Ağustos 2002.

- KİRMANOĞLU Hasan ve ÖZÇİÇEK Ömer (1.06.1999), “The Effect of Short-Term Capital Inflow On the Turkish Economy”, *Yapı Kredi Economic Review*.
- KOKKO Ari (1994), “Technology, market characteristics, and spillovers.”, *J. Dev.Econ.*, Vol.43.
- KOKKO Ari (1996), “Productivity Spillovers from Competition Between Local Firms and Foreign Affiliates”, *Journal International Developments*, Volume: 8.
- KRUGMAN Paul (2001), “Politika Taşeronları ve Önemsizleşen Refah”, Çev: Neşe Nur Domaniç, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- LI Xiaoying, LIU Xiaming ve PARKER David (2001), “Foreign Direct Investment and Productivity Spillovers in the Chinese Manufacturing Sector”, *Economic Systems*, Volume: 25, www.elsevier.com/locate/ecosys (15.03.2003).
- MALLAMPALLY Padma ve SAUVANT Karl P. March 1999, “Foreign Direct Investment in Developing Countries”, *Finance&Development*, Volume:36, Number:1.
- MORRIS Daniel (2000), “The Economic Emergence of Turkey”, *European Business Review*, Volume:12, Number:2.
- ÖGÜTÇÜ Mehmet (12-13 December 2002), “Foreign Direct Investment and Regional Development: SHARING experiences FROM BRAZIL, CHINA, RUSSIA and TURKEY”, *International Conference on Regional Development and Foreign Investment in Brazil*, www.oecd.org (08.03.2003).
- SEYİDOĞLU Halil (2001), “Uluslararası İktisat”, 13. Baskı, İstanbul: Güzem Yayınları.
- SUBAŞI-Ertekin Meriç (2000), “Doğrudan Dış Yatırımların Yatırımcı Ülke Ekonomisi Üzerine Etkileri”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı:1, Eskişehir.
- TCMB, *Yıllık Raporlar 1996-2000*, www.tcmb.gov.tr (12.08.2002).
- UNCTAD, *World Investment Report 2001*, www.unctad.org/en/docs (10.04.2003).
- UYGUR Ercan (Nisan 1999), “1998 İlk Baharında İstikrar Arayışları”, *İktisat-İşletme Finans Dergisi*.