

ISSN : 1304-8120



T.C.
KAHRAMANMARAŞ
SÜTÇÜ İMAM
ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Dergisi

Journal of Social Sciences

CİLT / VOLUME

1

SAYI / NUMBER

2

YIL / YEAR

2004

**T.C.
KAHRAMANMARAŞ
SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ**

Sosyal Bilimler Dergisi
Journal of Social Sciences

Sahibi:

Prof. Dr. A. Nafi BAYTORUN
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Rektörü

Editörler Kurulu

Prof. Dr. H. Çetin BEDESTENCİ

Dr. İ. Ethem TAŞ

Yrd. Doç. Dr. Cem ENGİN

Yayın Kurulu

Prof. Dr. H. Çetin BEDESTENCİ

Prof. Dr. Ahmet H. AYDIN

Prof. Dr. Mehmet ÖZKARCI

Yrd. Doç. Dr. İbrahim KIR

Yrd. Doç. Dr. Haluk ALKAN

Adres: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Yayın Komisyonu Başkanlığı- KSÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü
AVŞAR KAMPUSU-KAHRAMANMARAŞ
E-mail: ksusbd@ksu.edu.tr

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinin ilgi alanlarına giren, çok yönlü olarak tartışma, araştırma ya da uygulamalar sonucunda üretilen bilimsel çalışmaları ve çözümleri içeren “**hakeimli**” bir dergidir. Dergi Yılda iki kez yayımlanır.

Kapak Tasarım

Okt. Arif GÜRLER

Baskı

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Basımevi

T.C.
KAHRAMANMARAŞ
SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Dergisi
Journal of Social Sciences

DANIŞMA KURULU	
Prof. Dr. H. Çetin BEDESTENCİ	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Nihat KÜÇÜKSAVAŞ	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. M. Şerif ŞİMŞEK	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Tayfur ÖZŞEN	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. İ. Hakkı ÖZSABUNCUOĞLU	Gaziantep Üniversitesi

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Hakem Kurulu

Prof. Dr. Ahmet H. AYDIN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Ali AKTAN	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Ali AKYILDIZ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Ali ÖZGÜVEN	İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Dursun ARIKBOĞA	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Emine G. NASKALI	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Erdinç TÖKGÖZ	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Erdoğan ALKİN	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Erinç YELDAN	Bilkent Üniversitesi
Prof. Dr. Erişah ARICAN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Erol MANİSALI	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. H. Avni EGELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. İhsan DAĞI	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Kerem ALKİN	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Prof. Dr. Merih PAYA	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa PİRİLİ	Harran Üniversitesi
Prof. Dr. Nazan GÜNAY	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet ÖZTÜRK	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Neşe KUMRAL	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Niyazi BERK	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Nuray ALTUĞ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Oguz ESEN	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Osman AYDOĞUŞ	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Osman KÜÇÜKAHMETOĞLU	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Osman Z. ORHAN	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Rezzan TATLIDİL	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Salim KOCA	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Suat OKTAR	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman BEYOĞLU	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Tiğınç OKTAR	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Zafer TUNCA	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Asuman ALTAY	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşen KAYA	Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Belkıs KÜMBETLİOĞLU	Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Beril DEDEOĞLU	Galatasaray Üniversitesi
Doç. Dr. Ercan GEGEZ	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Erhan ARSLANOĞLU	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Fuat ERDAL	Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Gülden AYMAN	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Gülden ÜLGİN	İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Haluk ALKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Doç. Dr. Haluk SOYUER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. İlhan ERDEM	Ankara Üniversitesi
Doç. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet TÜRKAY	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Muhsin KAR	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa KİBAROĞLU	Bilkent Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa ÖZER	Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. Münevver ÇETİN	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Serdar PİRTİNİ	Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Uğur YILDIRIM	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Doç. Dr. Utku UTKULU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Zekai ÖZDEMİR	İstanbul Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ayşegül KİBAROĞLU	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Burak ATAMTÜRK	İstanbul Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Bülent BALI	Işık Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Cem SAATÇIOĞLU	İstanbul Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Deniz BÖRÜ	Marmara Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Enver DÖŞYILMAZ	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Ertuğrul KIZILKAYA	İstanbul Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Harun ARIKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Mehmet ŞİŞMAN	Marmara Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Metin MERİÇ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Nuri ADIYEKE	Mersin Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Özgür TONUS	Anadolu Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Recep BOZTEMUR	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Yrd. Doç. Dr. Sevilay KAHRAMAN	Orta Doğu Teknik Üniversitesi

Not: Hakem isimleri unvan ve alfabetik sıraya göre dizilmiştir.

İÇİNDEKİLER

CONTENTS

1. **Mehmet MELEMEN, Gökhan GÜLHAN**..... 1
Bavul Ticaretinin Karşılaştığı Engeller Ve Çözüm Önerileri
The Obstacles that Shuttle Trade Faces and Solutions
2. **Emel BAHAR** 8
Markalaşmanın Dinamikleri
The Dynamics of Branding
3. **Mehmet ŞİŞMAN** 16
Kalkınma Dinamiği Ve Kuzey Güney İlişkileri: -Güney Kore Örneklemesiyle- Eşitsiz Değişim Ve Dış Borç Çelişkisi (1990-2004)
Development Dynamic and North South Relations: Unequal Exchange and the Dilemma of Foreign Debt in Relation to South Korea Sampling (1990-2004)
4. **Mehmet Akif İÇKE** 21
Avrupa Birliği'nin Finansal Entegrasyon Süreci
Financial Integration Process of the European Union
5. **İsmail KÜÇÜKAKSOY** 30
Hazar Enerji Havzası Potansiyeli Ve Bölgedeki Aktör Ülke Stratejileri
Otantial of the Caspian Energy Region and the Strategies of the Countries
6. **Ahmet Can BAKKALCI, Cem ENGİN, Haluk TANDIRCIÖĞLU** 37
Türkiye'de Teşvik Politikalarının Bilgiye Dayalı Ekonomi Üzerine Etkileri
Inducement Policy Impacts on Knowledge Economics in Turkey
7. **Münevver ÇETİN, Özlem KURNAZ** 50
Örgütsel Yapı Özellikleri Ve Yüksek Öğretimde Bir Uygulama
The Characteristics of Organizational Structure and its Application to Higher Education
8. **Lütfi ALICI**..... 56
Tezkirelere Göre Kahraman Maraşlı Divan Şairleri
Divan Poets of Kahraman Maraş According to Tezkires

Bavul Ticaretinin Karşılaştığı Engeller Ve Çözüm Önerileri

Mehmet MELEMEN¹ Gökhan GÜLHAN²

¹ Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO Dış Ticaret Öğretim Üyesi, İstanbul

² Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İşletmecilik Yüksel Lisans Öğrencisi, İstanbul

ÖZET: Türkiye ekonomisine yıllık 10 milyar dolarlık katkı sağlayan bavul ticaretinin karşılaştığı engeller ve bu engellerin ortadan kaldırılması yönündeki çözümler bu çalışmada ele alınmıştır. Çalışmanın teorik kısmı ile beraber yapılan bir saha araştırması ile konunun uygulamada ki hali de gözler önüne serilmiştir. Son yıllarda Türkiye açısından bavul ticaretine taraf olan ülkelerdeki ticari kısıtlamalar bu ticaretin karşılaştığı en büyük sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca bu ticaretin daha çok kayıt dışı olarak icra edilmesi ekonomik büyüklüğünün ölçülmesi ve alınması gereken tedbirlerin çeşidi konusunda zorluklar çıkarmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bavul ticareti, Kayıt Dışı Ekonomi, Laleli Piyasası

The Obstacles that Shuttle Trade Faces and Solutions

ABSTRACT: In this study, the "Shuttle Trade", which creates a contribution of about US\$ 10 billion to the Turkish Economy yearly, and the obstacles that it faces and the solutions to eradicate these obstacles are analyzed. Along with the theoretical side of the study, a 'Real Life Case Study' is conducted to better present the situation in its application side. The commercial preventions and the limitations that are put recently by the countries which take part in "Shuttle Trade", appear to be the biggest problem that this trade experiences. In addition, the fact that this trade is mostly exercised as underground creates problems in estimating and measuring its size and determining the variety of precautions which are needed to be taken.

Key Words: Shuttle Trade, Unrecorded Economy, Laleli Bazaar

GİRİŞ

Globalleşme ile beraber uluslararası ticarette bağımsız ilişkiler ortaya çıkmıştır. Ticaretin yapısı belirli kalıpların dışına çıkmış, insanların özgürlüklerine kavuşmaları ile daha önce zorlu olarak ulaşamadıkları ihtiyaçlarını karşılamak yoluna gittiği görülmüştür. Özellikle dışa yeni açılan Eski Sovyet Cumhuriyetleri vatandaşları coğrafi olarak en yakın ülke olan Türkiye ile ticari ilişkiler girerek yeni bir kavramın ortaya çıkmasının yolunu açmışlardır. Bu gün itibarı ile Türkiye ekonomisine yaklaşık 10 milyar dolarlık yıllık döviz girişi sağlayan bu ticaretin ismi literatürde bazen de "Bavul Ticareti (Shuttle Trade)" bazen "Laleli Piyasası (Laleli Bazaar)" olarak yer almaktadır. Kuralları ve uygulaması kendi çerçevesinde gelişen bu ticaret şekli gerek Türkiye ekonomisine gerekse ticaret partneri diğer ülke ekonomilerine küçümsenemeyecek katkılar sağlamaktadır. Bu çalışmada bavul ticaretinin hacminin ölçülmesi, bavul ticaretinde karşılaşılan sorunların tespiti ve çözüm önerilerine yer verilmiştir. Özellikle Rusya'nın bu ticareti kısıtlamak istemesi ile ortaya çıkan yeni durumda hangi çözüm önerilerinin uygulanabileceğinin üzerinde durulmaya çalışılmıştır.

BAVUL TİCARETİ KAVRAMI VE TÜRKİYE EKONOMİSİNE KATKISI

"Bavul Ticareti" (ya da Mekik Ticaret) kavramı, 1992 yılında sonra Hazar ve Karadeniz bölgesinde ülkelerin ekonomileri için önemli hale gelen genellikle düzensiz ve kayıt dışı ticareti tanımlamak için kullanılmaktadır. Bu bölgedeki değişik ülkeler arasında gelişen bu ticari ağ, özellikle Rusya ve Türkiye arasındaki hacmi ve doğası itibarı ile dikkat çekmektedir. Ticaretin gelişimi ulusal olmasına rağmen, Rusya'daki Türk mallarının gelişimi büyük hacimlerde olmakta ve bu ticaret daha çok İstanbul'un tarihi merkezi olan Laleli'de odaklanmaktadır. Laleli, ticareti yapan bir tarafın finansal krize girdiğinde diğerini nasıl etkilediğinin görülebildiği, aynı zamanda gayri resmi ticaretin ve finansmanın nasıl organize ve reorganize edildiğinin çok iyi görülebildiği bir laboratuardır. Laleli pazarından Rus turistler tekstil, giyim eşyaları, hafif tüketim ürünleri ve deri giyim eşyaları satın almaktadırlar. Türkiye'nin Karadeniz kıyısındaki pazarları olan Trabzon ve Hopa'da ki geçici yasaklamalar ticaretin merkezinin İstanbul kaymasına sebep olmuştur. Gerçekte bu ticaret ismi ile uygun olarak yapılmamakta, mallar, otobüsler, gemiler ve uçaklar ile taşınmaktadır. 1995 yılında bu ticaretin hacminin 10 milyar dolara ulaştığı tahmin edilmektedir (Eder vd., 2003: 2).

Türkiye'de ikamet etmeyen yabancıların veya yurt dışında oturma müsaadesi bulunan Türk vatandaşlarının ülkemizden satın aldıkları malları beraberinde yurt dışına çıkarmalarına **Bavul Ticareti** adı verilmektedir. Bazı hallerde, yolcuların satın aldıkları mallar, ülkeyi terk ettikten sonra arkalarından kargo ile de gönderilebilmektedir. Bu uygulama mevzuatta da yerini

almaktadır. Yanlarında götürecekleri mallar için belirli ağırlığı geçmesi durumunda hem taşıma aracına daha fazla navlun hem de gümrükte daha fazla vergi ödemeleri söz konusu olabilmektedir.

Söz konusu ticaret şekli, 1970'li yılların ortalarından itibaren özellikle Polonya, Macaristan, Yugoslavya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Romanya ve Bulgaristan vatandaşları tarafından başlatılmıştır. Giderek gelişen bu ticaret, 1990 yılından itibaren başta Rusya Federasyonu olmak üzere, Beyaz Rusya, Ukrayna, Estonya, Letonya, Makedonya, Moldavya ve Türk Cumhuriyetleri'nde katılmasıyla yıllık 13-15 milyar dolar seviyesine ulaşmış bulunmaktadır. Bu ülkelerin dışında bazı Arap ülkeleri de ticaret yapan ülkeler arasına girmiştir. Başta tekstil ve tekstil ürünleri olmak üzere, deri mamulleri, gıda maddeleri, her türlü plastik ve madeni eşya ve inşaat malzemeleri gibi ülkemizde üretimi yapılan her türlü mal, bavul ticareti kapsamına girmektedir (lasiad.net, 2005, 1).

Türkiye'nin Bavul Ticareti Gelirleri

1996	8.842 Milyar dolar
1997	5.849 "
1998	3.689 "
1999	2.255 "
2000	2.944 "
2001	3.040 "
2002	4.068 "
2003	3.953 "
2004	3.880 "

Kaynak : www.hazine.gov.tr, 30.04.2005.

Yukarıdaki rakamlar resmi kayıtlardan geçen bavul ticareti rakamları olup, fiili olarak yapılan bavul ticaretinin rakamlarını yansıtmamaktadır. Alıcının daha az vergi ödemesini sağlamak, satıcının KDV işlemleri ile uğraşmasını önlemek için kesilen faturalar bazen gerçek değere göre oldukça düşük oranda olabilmektedir. Bu yüzden istatistiklere yansıyan rakamlar fiili ihracat rakamlarına göre oldukça düşük gözükülebilmektedir. Devlet Planlama Teşkilatı 2005 yılında Bavul Ticaretinin 5 milyar dolarlık bir hacme ulaşacağını tahmin etmektedir.

Laleli piyasasının Türkiye ekonomisi için önemi büyüktür. Aynı zamanda Rusya ekonomisi için de önemlidir. Yaklaşık 30 milyon Rus vatandaşının Türkiye ile bu ticareti yaptığı tahmin edilmektedir. 1997 yılındaki Rusya'daki finansal kriz sonucunda Türkiye'den mal alıp Rusya pazarında satmak isteyenler yapılan devalüasyon sebebi ile önemli ölçüde zarara uğramışlardır. Pazara gelen alıcı sayısı azalmış, fiyatlar düşmüştür (Bayramlı, 2005)

BAVUL TİCARETİNİN MEVZUATTAKİ YERİ

Söz konusu ticaretinin mevzuattaki yeri incelendiğinde; konunun bedelsiz ihracat kapsamında olduğu görülmektedir. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bedelsiz ihracat ilişkin tebliğinde; yurtdışında yerleşik tüzel kişiler, yabancı turistler ve yurtdışında ikamet eden Türk vatandaşlarının beraberinde götürecekleri, gönderecekleri veya adlarına gönderilecek eşya ve taşıtlar bedelsiz ihraç edilecek mallar içerisinde sayılmakta ve bu çerçevede yapılacak ihracata doğrudan gümrüklerce müsaade edileceği ancak, yolcu beraberinde götürülmeip, önce veya sonra gönderilmesi halinde, Türkiye'den satın alındığının belgelenmesinin gerektiği bildirilmektedir. Dolayısıyla Bavul Ticareti'ne konu olan mallar boyutları ne olursa olsun "yolcu beraberisi" olduğu sürece gümrük açısından herhangi bir sınırlamaya veya belgeye konu olmamakta, bu nedenle kaynağı gümrük verileri olan dış ticaret verilerine dahil edilmemektedir (Turkish Time, 2003 :2).

Yolcu beraberinde götürülen malların / eşyaların genellikle gerçek değerlerinin bilinmemesi ve vergiden muaf tutulması ticarete konu olan ülkede ekonomik kayıplara yol açtığı gibi ihracatın yapıldığı ülkede de istatistiklerin sağlıklı takip edilememesine sebep olmaktadır. Vergi kayıplarını önlemek için ticaret yapılan ülkelerin zamanla bazı kısıtlamalar getirmeleri bu ticaretin yaşadığı sorunların başında gelmektedir. Bu sorunlara çözüm arayan bavul ticareti yapılış itibarı ile kabuk değişimi ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu kısıtlamaların yanında global ticareti etkileyen Çin tehdidi bu değişimi biraz da hızlandırmıştır.

BAVUL TİCARETİNDE KARŞILAŞILAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ : LALELİ PİYASASINDA BİR ARAŞTIRMA

Laleli'de üretim yapılmamaktadır. Ülkemizin çeşitli illerinde ve başta İstanbul'da üretilen ürünler "Laleli Vitrininde" müşterilerin beğenisine sunulmaktadır. Bir mağazanın vitrinin müşteriyi çekmede ne kadar etkisi olduğu aşikardır. Ülkemizin vitrini konumundaki laleli ciddi ve önemli sorunlar ile karşı karşıyadır. Bu sorunlar (Lasiad.net, 2005, 2);

- a) Mevzuat problemleri
 - 1- Ticarete konu olan ülkelere kaynaklanan sorunlar,
 - 2- Karşılıklı gümrüklerde yaşanan sorunlar,
 - 3- Vergi mevzuatları,
- b) Ülkemizden kaynaklanan sorunlar
 - 1- Emniyet ve asayişten kaynaklanan sorunlar,
 - 2- Trafik sorunu,
 - 3- Belediye hizmetlerinin yetersizliği,
 - 4- Konaklama sorunları,
 - 5- Ulaşım sorunları,

- 6- Kargo hizmetlerinin düzensizliği,
- 7- Tanıtım hizmetlerinin yetersizliği,
- 8- Esnafın tutumu.

Lalelide işlemlerin çoğu kayıt dışıdır, satış yapılan yerler / dükkanlar ilgili yerlere tescilli değildir ve istihdam edilenlerin çoğu resmi kayıtlara girmez. Yapılan ticaretin çoğu vergilendirilememektedir. Yapılan ödemeler peşin olarak yapılmakta ve banka sistemi nadiren kullanılmaktadır. Büyük paraları yanlarında taşımak zorunda kalan ticaret yapanlar her zaman yankesici ve hırsızların saldırısına açık hale gelmektedirler. Devlet bu piyasada yapılan işlemlerin gayri resmiliğini görmezlikten gelmektedir (Yüksek, 2004 : 5).

Son zamanlarda bu piyasanın karşılaştığı en büyük sorun Rusya gümrüğünün yolcu beraberli eşyalar için getirdiği kısıtlamalardır. Bu kısıtlamalar Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olmak isteyen Rusya'nın bu ticaret türünün ticaret kurallarının dışında olduğunu belirtmesinden kaynaklanmaktadır.

Gerçek şahıslardan, Rusya Federasyonu'na beraberinde olan / olmayan toplam değeri 65000 rubleyi (2100 doları) ve toplam ağırlığı 50 kg'ı geçmeyen mallar için gümrük vergisi alınmaz. Gerçek şahısların beraberinde olan/olmayan, ağırlığı 50-200 kg veya bedeli 650.000 Rubleyi (yaklaşık olarak 21.000 ABD Doları) aşmayan eşyanın (nakil vasıtaları hariç), 50 kg. ve 65.000 Rubleyi aşan kısmı için en az 4 Euro/kg olmak üzere eşyanın gümrük değeri üzerinden % 30 oranında tek gümrük vergi alınacaktır. (Tek Gümrük Vergisi, gümrük vergisi, KDV, bandrol vergisi ve diğer vergileri kapsamaktadır. Malın menşe ülkesi veya çeşidi dikkate alınmamaktadır.) Eşya değerinin 650.000 Rubleyi ve/veya ağırlığının 200 kg.'ı geçmesi durumunda, eşyalar yürürlükteki genel gümrük rejimine tabi olacaktır. Yani dış ticaret faaliyeti ile işteğ edenler için uygulanan genel gümrük tarife ve vergilendirmesi esas alınacaktır .29 Kasım 2003 tarihli ve 718 No'lu kararname 1 Ocak 2004 de yürürlüğe girmiştir. Bu kararnameden sonra 08.12.2004 tarihinde Rusya'ya bavul / kargo ticareti ile getirilen malların kontrolleri için yeni bir talimatname yayınlanmıştır. 15 Ocak 2005 tarihinde itibaren yürürlüğe giren bu talimatname ile (e-rusya.da.ru, 2005 : 1-2.);

-Her bir koli içinde bulunan ürünlerin sayısı ve cinsi ile ilgili olarak koli listesi, koli tasnif listesi, nakliye evraklarının ibraz edilmesi,

-Rusya Federasyonu Gümrük Kanunu'nun 359. maddesinin 2.bendinde yer alan "gümrük kontrolünü yapmaya yetkili görevliler, yukarıdaki hususlara riayet edilmemesi durumunda, malların gümrük kontrolü süresini uzatmak ve malların ürün kategorilerine göre

tasnif edilmesini talep etmekle yetkili kılınmışlardır" maddesi uyarınca malların çeşidine ve / veya kalemine göre tasnif edilmesi,

-Mallara ilişkin evrakların gümrük yetkililerinin bilmediği yabancı bir dilde ibraz edilmesi halinde, Gümrük Kanunu'nun 72.maddesinin 4.bendinde yer alan kuralın uygulanması şarttır.

Bu kararname ile bavul ticareti kontrol edilmeye çalışılmaktadır. Bavul ticareti ile getirilen eşya / malların içeriğinin tam olarak denetlenememesi hem vergi kaybına hem de kalite / standart konusunda zaafiyet oluşturmaktadır. Rusya Federasyonu Hükümeti tarafından özellikle 2001 yılı başında artırılan kontroller ile bavul ticareti her geçen gün güçleştirilmektedir. Aslında, Rusya Federasyonu'nun üyelik çalışmalarını sürdürdüğü Dünya Ticaret Örgütü kuralları arasında ve uluslararası ticaret normlarına uygun tatbikatlarda bavul ticaretinin yeri bulunmamaktadır. Bu nedenle Rus Makamları çeşitli vesilelerle bavul ticareti uygulamasının kaldırılacağını açıklamışlardır. Ancak bavul ticareti, piyasalarda yarattığı arz bolluğu, fiyat kontrolü ve istihdam imkanları gibi nedenlere bağlı olarak şimdilik kaldırılmamaktadır. Bavul ticareti yapanlar ise işlemlerini resmi kayıtlar çerçevesinde ve Gümrük Beyannamesi düzenleyerek yapmaları sonucuna doğru hareket etmelidirler. Ya da hedef pazarda üretim tesisi kurma, ofis açma ya da ortaklıklar yoluna gitmelidirler.

Son yıllarda bavul ticareti ile işteğ eden kesimler tarafından bavul ticaretinin Türk ve Rus tarafından kaynaklanan bazı nedenlerle az olsa bir gerileme sürecine girdiği ve bu gerilemenin durdurulması için çözümler aranması gerektiği gündeme getirilmeye başlanmıştır. Bavul ticaretindeki gerilemenin arkasında yatan başlıca sebepler şunlardır (deik.org.tr, 2005, 16-17);

-Rusların Türkiye yerine Çin, Polonya, Birleşik Arap Emirlikleri gibi diğer bir takım pazarlara yönelmeleri ve bu ülkelerin görece ucuz mallarının artan bir rekabet ortamı meydana getirmesi,

-Rus Hükümeti'nin IMF, DTÖ ve diğer uluslararası kuruluşlarla müzakereler çerçevesinde kayıt dışı ekonomi ve bavul ticareti konusunda sınırlamalara gitmesi,

-Rusya'da yerli üreticilerin güçlenmesi ve güçlü Batılı firmaların pazara girmesiyle birlikte bavul ticaretine karşı kampanyaların başlaması,

-Rusya Hükümeti tarafından uygulanmaya başlanan ithal ikameci politikalar çerçevesinde bavul ticaretine konu olan çok sayıda malın ülke içerisinde üretilmeye başlanması,

-Bavul ticareti kapsamında alışverişi yapılan ürünlerin kalitesi konusunda ortaya çıkan şüpheler,

-Birçok yabancı girişimcinin Moskova'da mağaza açarak faaliyet göstermeye başlamasıyla birlikte talebin gerilemesi,

-Kur hareketlerinde yaşanan dalgalanma,

Araştırmanın Amacı

Laleli piyasasında bavul ticareti yapan işletmelerin Rusya Federasyonu tarafından uygulamaya konulan ve bavul ticareti kısıtlayan karamameler sonucunda hangi problemler ile karşılaştıklarının tespit edilmesi ve bununla bağlantılı olarak çözüm önerilerinin ortaya konulmasıdır. Bu pazarda faaliyette bulunanların bavul ticareti esnasında karşılaştıkları problemlerine çözüm önerileri getirmektedir.

Araştırmanın Kapsamı

Araştırma kapsamına sadece Laleli piyasasında faaliyette bulunan ve Laleli Sanayici ve İşadamları Derneğine (LASİAD) kayıtlı işletmeler dahil edilmiştir. Bu piyasada bulunan 75 işletme sektör farkı gözetilmeksizin araştırma kapsamına alınmıştır. Bavul ticareti ile özdeşleşen bu pazardaki 75 işletme araştırma kapsamına alınmıştır.

Araştırmanın Sınırları

Araştırma kapsamına sadece Laleli piyasasında faaliyette bulunan ve kayıtlı olan işletmeler alınmıştır. Faaliyette bulunduğu halde resmi kayıtlara girmemiş işletmeler araştırmaya dahil edilmemiştir.

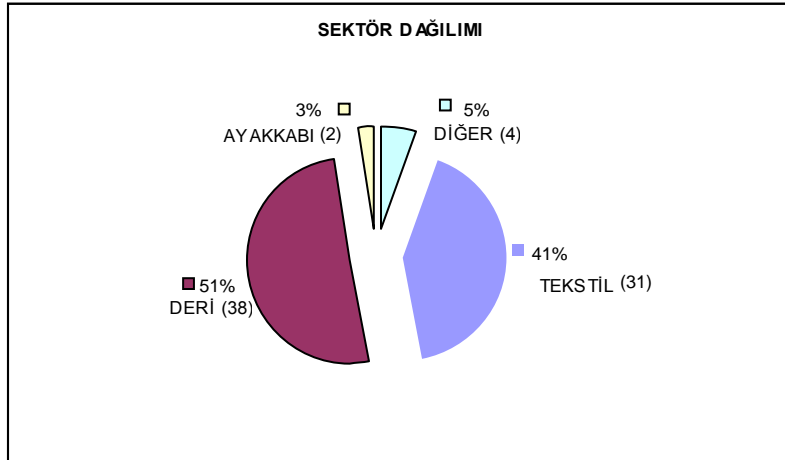
Araştırmanın Yöntemi

Bu piyasadaki faaliyette bulunan işletmelere 7 sorudan oluşan bir anket yüz yüze görüşme ile yöneltilmiş ve cevaplar yazılı olarak alınmıştır. Kayıtlı işletmelerden 75 tanesine ulaşılmıştır. Bu piyasada faaliyette bulunan ve aynı zamanda LASİAD'a kayıtlı işletme sayısı 400'dür. Çalışma kapsamında işletmelerin sayısı LASİAD'a kayıtlı işletmelerin % 18'ine karşılık gelmektedir.

Araştırma Bulguları

Firmanız Hangi Sektörde Faaliyette Bulunmaktadır ?

Şekil 1' de de görülebileceği gibi Laleli piyasasının genel yapısına uygun şekilde tekstil (iç giyim, hazır giyim, spor giyim v.b.) ve deri giyim firmaları faaliyet göstermektedir. Ayrıca ayakkabı, deri aksesuarları, inşaat malzemeleri, bijuteri ve kozmetik firmalarının da bu piyasada yer aldığı gözlenmiştir. Firmaların faaliyet alanları homojenlik göstermeyip değişik sektörlerden firmaları görmek mümkün olmaktadır.



Şekil 1

Kaç Yıldır İhracat Yapıyorsunuz?

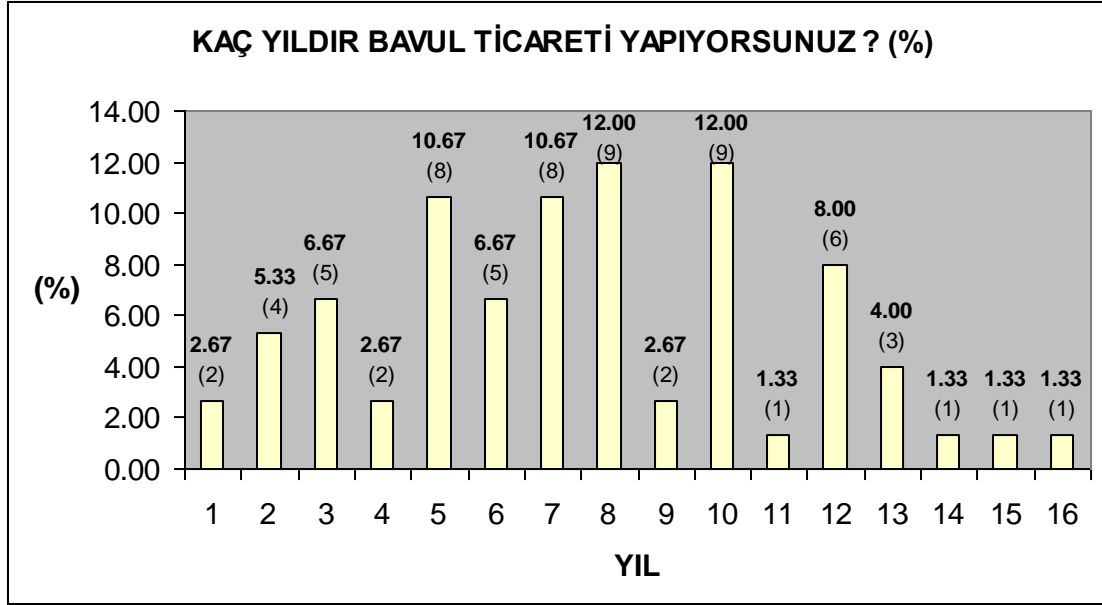
Uygulamaya firmaların kayıtlı olarak ihracat yapmadığı saptanmıştır. Hatırlanmalıdır ki, 1993 yılında yeni yeni oluşmaya başlayan bu piyasa, temel olarak resmi yapıya sahip olmamakla birlikte, arz – talep dengesi de buna uygun olarak şekillenmiştir. Bununla birlikte oluşan piyasa şartları altında zorunlu olarak dış pazarlarda kalıcılığı hedefleyen yenilikçi yapıya sahip

Kaç Yıldır Bavul Ticareti (Yabancılara Özel Faturalı Satış) Yapıyorsunuz ?

Verilen cevaplarda kaydedilen zaman aralığı şekil 2' de de görülebileceği gibi 3 – 12 yıl arasında

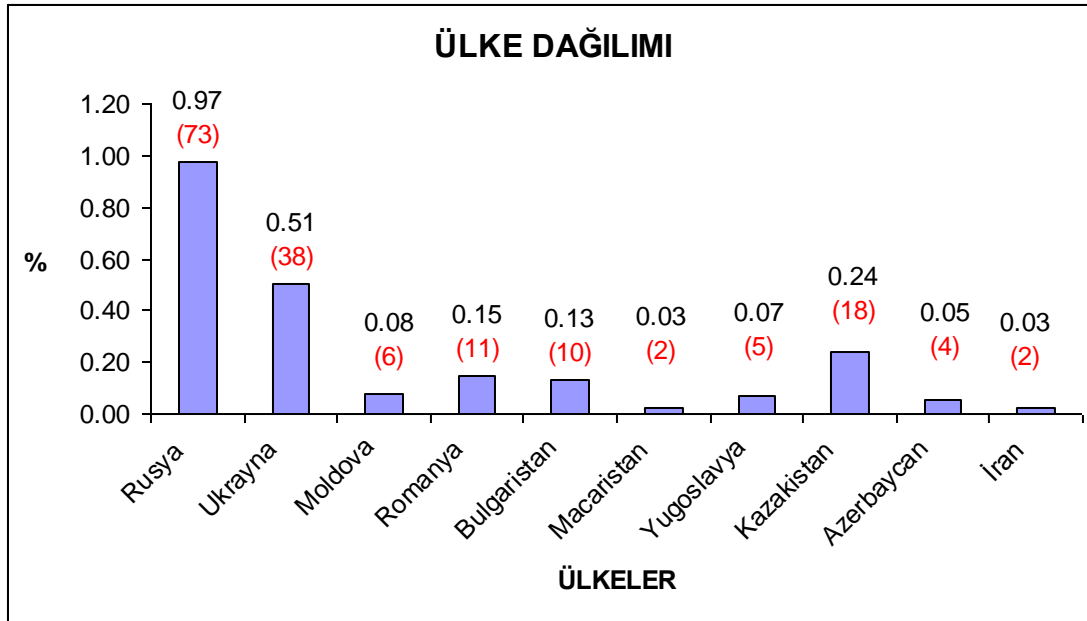
bazı firmaların Laleli piyasasının yaşadığı krizleri aşmak ve değişen global ticarete adapte olabilmek için ihracata yöneldiği söylenebilir. Yapılan ihracatlar / satışlar daha çok kayıt dışı olduğu için resmi ihracat prosedürlerinde olduğu gibi gerçek rakamlar belgelerde gözükmediği gibi normal ihracat işlemlerinde kullanılan gümrük beyannamesi de düzenlenmemektedir.

yoğunlaşmaktadır. Bu da göstermektedir ki Laleli piyasasında günümüzde, piyasanın kurulduğu günden bugüne faaliyet gösteren firmalar olduğu gibi yeni firmalarda açılmış ve piyasadaki yerlerini almışlardır.



Şekil 2

Hangi Ülkelere Bavul Ticareti Yolu İle İhracat Yapıyorsunuz ?



Şekil 3

Şekil 3' de görülebileceği gibi Laleli piyasası özellikle eski ve yeni Rusya ülkelerine yönelik bavul ticareti yolu ile ihracat yapmaktadır. Özellikle Ukrayna, Kazakistan, Azerbaycan, Beyaz Rusya bu ülkelerin

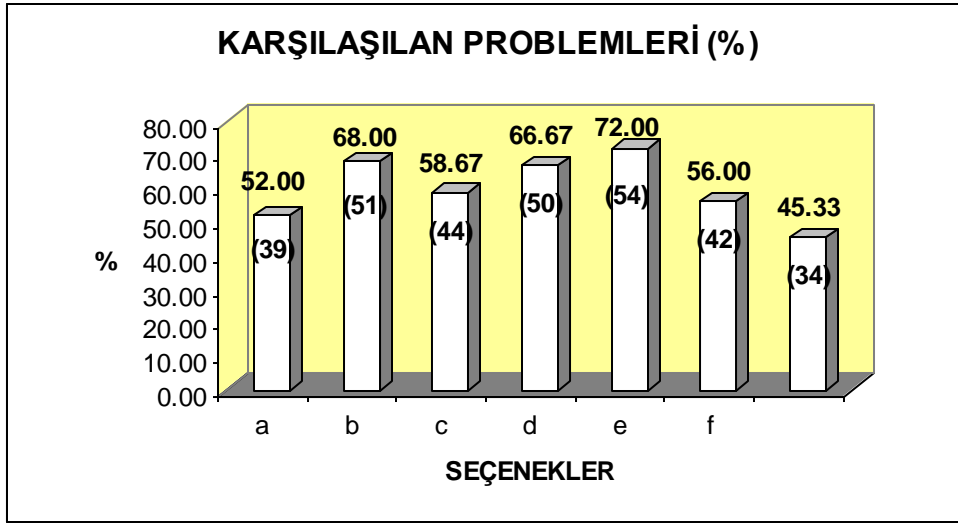
başını çekmektedir. Ancak dikkat edilmesi gereken önemli nokta ise Laleli piyasasının Yunanistan, Polonya ve Çek Cumhuriyeti gibi AB üyesi ülkelere Bulgaristan gibi AB'ne aday ülkelere de yönelik satışlarının

olmasıdır. Ayrıca adı geçen ülkeler dışında İran, Irak, Suriye, Bosna – Hersek, Makedonya ve Arnavutluk gibi yeni yeni dünya ticaretine entegre olmak isteyen ülkelerle de ticaretin başlamış olması Laleli piyasasının geleceği hakkında az da olsa bilgi vermektedir.

Bavul Ticareti Esnasında Karşılaşılan Sorunlar Nelerdir ?

Yapılan bu tespitlerin ardından katılımcılara bavul ticaretinin sorunları hakkında çoktan seçmeli soru sorulduğunda; katılımcıların %72'sinin kargo

şirketlerinin düzenli taşıma yapamamasından, %68'inin ise sektördeki yoğun rekabetten, % 66,67'lik kesimin ise alıcı ülke gümrüğünde firmaların karşılaştığı giriş engellerinden (sınırlamalardan) şikayetçi olmuşlardır. Benzer şekilde ankete tabii firmaların % 58,67'si sektörde taklit markaların bulunmasının kendileri için önemli bir sorun teşkil ettiğini belirtmişlerdir. Benzer şekilde % 56 oranında ise para transferinde sorunlar yaşandığı saptanmıştır. Ayrıca bu sorunlar dışında firma yetkilileri Türkiye'deki gümrüklerden çıkış işlemlerini güçlükle yapabildiklerini ve devlet teşviklerinden yararlanamadıklarını belirtmişlerdir.



Şekil 4

(a) Türkiye'deki gümrüklerden çıkış işlemlerinin güçlükle yapılabilmesi

(b) Sektördeki yoğun rekabet

(c) Sektörde taklit markaların bulunması

(d) Alıcı ülke gümrüğünde giriş engelleri (sınırlamalar)

(e) Kargo şirketleri düzenli taşıma yapamaması

(f) Para transferindeki zorluklar

(g) Teşviklerden yararlanamama (KDV v.s.)

(a) Ülkeler arasındaki ilişkiler geliştirilerek

(b) Düzenli – profesyonel ihracatçı olarak

(c) Alıcı pazarda ofis – mağaza – fabrika açarak

(d) Markalaşarak

(e) Bavul ticaretine özel teşvikler vererek

(f) Türkiye'de ticaret merkezleri açarak

(g) Tanıtım faaliyetlerini yoğunlaştırarak

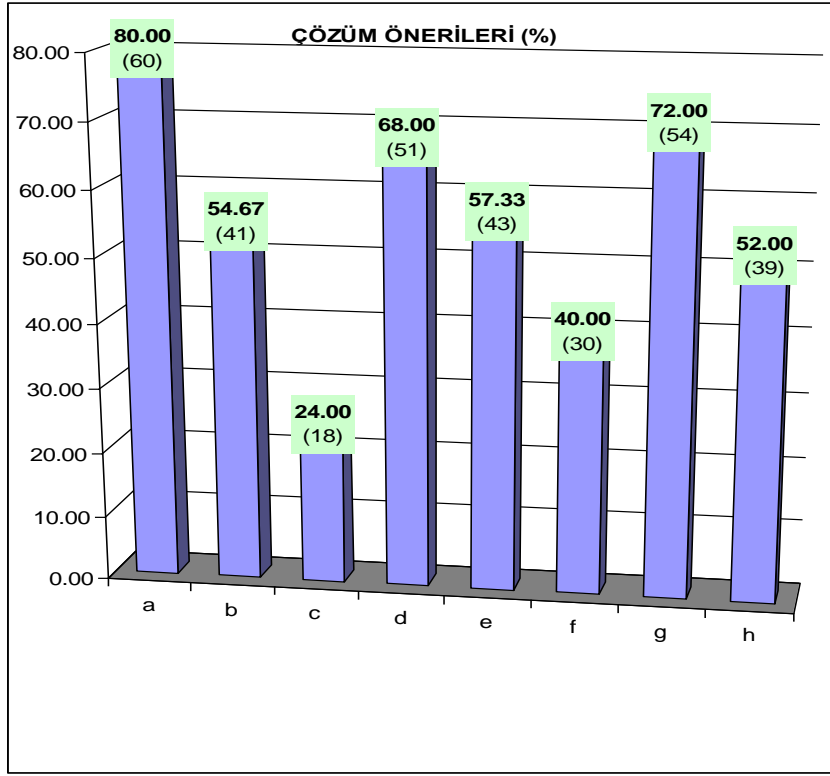
(h) Bavul ticareti için serbest bölgeler oluşturarak

Karşılaşılan Bu Problemler Nasıl Çözülebilir ?

Sorunlar konusunda tüm firmaların aynı konular üzerinde odaklanmalarının yanında sorunların çözümü konusunda da benzer sonuçlarla karşılaşılmıştır. Aynı şekilde çoktan seçmeli olarak yöneltilen bu soruda % 80' lik bir kitle ülkeler arasındaki ilişkilerin geliştirilerek sorunların aşılabileceğini ifade etmişlerdir. % 72' lik kesim tanıtım faaliyetlerinin yoğunlaştırılmasını, % 68'i ise markalaşmayı önermiştir. Ancak markalaşma ve tanıtım konularında firma yöneticilerine bugüne kadar yaptıkları ve ya yapacakları sorulduğunda ise hemen hemen hiçbirinin resmi ya da gayri resmi girişimde bulunmadıkları saptanmıştır.

Şekil 5'de görülebileceği gibi % 57,33'lük kesimin devletten bavul ticaretine özel teşvikler beklediği, % 54,67'lik kesimin ise düzenli ihracatçı olmanın piyasanın yaşadığı sorunları aşmanın yöntemi olarak belirtmişlerdir. Ayrıca yukarıda belirtilen çözüm yolları dışında alıcı pazarda ofis – mağaza – fabrika açmayı, Türkiye'de ticaret merkezleri açmayı ve bavul ticareti için serbest bölgeler oluşturmanın sorunlara çözüm olacağı katılımcılarca belirtilmiştir. Bu konularda özellikle belediyenin ve Laleli piyasası derneklerinin ortak çalışmaları sonucu Laleli semtinde çevre düzenlemelerinin yapıldığı ve sürekli emniyet mensuplarının mobilize olarak bölgede bulundurulmasıyla, piyasanın sahip olduğu kötü imajın

değiştirilmeye çalışıldığı ayrıca dikkat edilmesi gereken önemli bir noktadır.



Şekil 5

SONUÇ

Bavul ticaretinin büyük oranda yapıldığı bir ülke olan Rusya Federasyonu bavul / kargo ticaretini normal ihracat ve ithalat kapsamında (gümrük beyannamesi ile) yapılmasını şart koşacaktır. Bavul ticareti yolu ile yapılan ticaret ticaret ülkesi tarafından yeterince denetlenmemektedir. Ticareti yapılan malların istatistiki değerler taraf ülkelerce yeterince tespit edilememektedir. Firmalarımızın şimdiden bu yönde tedbirlerini almalarında büyük fayda bulunmaktadır. Esasen, bavul / kargo ticareti yoluyla Rusya'ya getirilen ürünlerin hemen hemen tamamı, bu ticarete konulan engeller sebebi ile yakın bir gelecekte Rusya'da üretilebilecektir. Rusya pazarını ciddiye alan girişimcilerimizin biran önce kalıcı bağlantılarını / alt yapılarını oluşturmaları ve bizzat Rusya' da üretim yapma konusunda araştırma içinde olmalarında büyük fayda bulunmaktadır. Bu ticaret şekli alıcı ülkede yerleşik kişilerin ve firmaların ihtiyaçlarını karşılarken ülkelerin vergi ve istihdam (özellikle alıcı ülkeler için) kaybına sebep olabilmektedir. Vergi kayıplarının yanında ihraç edilen ürünlerin kalitesinin denetlenememesi ülkelerin kalite ve marka imajı için olumsuz sonuçların çıkmasına sebep olmaktadır. Büyük zorluklar ile girilen pazarlar bu ticaretin olumsuz etkisi ile kaybedilebilmektedir. İstatistikler doğru hesaplanmadığı için bu ticaretin hacmi ölçülememekte ve alınacak önlemler aynı oranda belirlenememektedir.

Bu pazarda faaliyette bulunanlar yeni duruma uyum sağlayıp profesyonel ihracatçı olma yolunda çaba göstermelidirler.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Eder, M-Yakovlev A-Çarkoğlu A (2003) **Suitcase Trade Between Turkey and Russia : Microeconomics and Institutional Structure**, Working Paper, Moscow State University, Moscow, (32 p.).
[http :// www.hazine.gov.tr/](http://www.hazine.gov.tr/) / Türkiye'nin bavul ticareti gelirleri (30.04.2005)
 Turkish Time, **Bavul Ticareti Nedir ?**, Turkish Time, 15 Temmuz-15 Ağustos 2003, s.1-2.
 Bayramlı, Gökalp (2005) “**Turkey : Decrease In ‘ Suitcase Trading’ Plays Part In Economic Slump**”, [http : www.b-info.com /news view](http://www.b-info.com/) (01.05.2005).
 Yüksek, Deniz (2004), “**Emmeding” Trust in a Transnational Trade Network : Capitalism, The Market and Socialism**, The John Hopkins University, Working Paper, , p.4-5.
<http://www.e-rusya.da.ru/>Bavul / Kargo Ticareti (01.05.2005)
[http:// www.lasiad.net/bticareti-nedir.html](http://www.lasiad.net/bticareti-nedir.html) (26.06.2005)
[http :// www.deik.org.tr/bultenler /](http://www.deik.org.tr/bultenler/) 200511711124 Rusya-Ocak 2005.pdf (24.06.2005)

Markalaşmanın Dinamikleri

Emel BAHAR¹

¹Dr., Mersin Üniversitesi, Tarsus Meslek Yüksekokulu, Mersin

ÖZET: *Günlük hayatımızın her alanında markalarla beraberiz. Marka bazen bir tarzı; bazen de bir hayat standardını bazen de belli bir gruba ait olmayı ifade eder. Bazı markalar bağlılık yaratır, bazıları ise prestij göstergesi olarak kullanılır. Ülkelerin ekonomik gücü dünyaya kabul ettirdikleri lokomotif markaları ile ölçülür.*

Yaşamın giderek küreselleştiği bir dünyada marka yapılandırmak, dinamikleri doğru organize etmek kolay başarılacak bir konu değildir. Günümüzde markalaşma süreçleri, küreselleşmenin ve buna bağlı medya ortamlarının gelişimiyle birlikte hız kazanmaktadır. Türlü endüstrilerdeki uluslar arası kuruluşlar, sürekli biçimde kârlılığı korumanın ve ölçek ekonomisinden yararlanarak işlerini geliştirmenin formülünü markalar geliştirmek suretiyle çözebilmektedirler.

Anahtar Sözcükler: Marka, Markalaşma Stratejileri, Marka Kararları

The Dynamics of Branding

ABSTRACT: Brands constitute an important dimension in our lives. Sometimes, they are associated with prestige or membership to a certain group. The economic power of countries is measured on the basis of the brands that they have been able to introduce into the international arena.

It is not easy to achieve that to constitute a brand and organise its dynamics in our globalised world. The process of branding has accelerated with development of media canals and globalisation. International firms have created strong brands in order to protect their profitableness and improve their business.

Key words: Brand, Branding Strategies, Brand Decisions

GİRİŞ

Günümüzdeki ağır rekabet koşulları ve ürünler arasındaki somut ve açık farkların azalması, ürünün somut, fiziksel niteliklerinin farklılaştırıcı bir unsur olmasını zorlaştırmaktadır. Marka günümüzde üründen daha fazla bir anlama ve içeriğe sahiptir. Bu nedenle daha boyutlu ve çok yönlü bir çerçeve içinde incelenmek zorundadır. Artık, ürün işlevsel bir yarar sunan somut bir niteliğe; marka ise bu işlevselliğin ötesinde ürünün değerini artıran bir isim, sembol, tasarım ya da işaretin yarattığı anlam ile soyut bir niteliğe sahiptir. Rekabetin ürünler arasından markalar arasına kayması da bu süreci özetlemektedir. Tüketici hedefli işlerin en önemli varlığı markalardır ve işletmenin hem geçmişini, hem de geleceğini temsil ederler. Tüketici hedefli işletmenin başarılı olması için marka yaratmak, büyümek ve markalara yatırım yapmaktan başka seçeneği yoktur. Markalar talebi yanıtlamaları nedeniyle tüketici açısından da büyük değer taşırlar. Burada, daha fazla güven duygusu ve kesinlik öne çıkmaktadır. Markalar tüketicilere daha kolay ve zamanın etkin kullanıldığı bir alışveriş sunar (Bartle, 2001: 33). Kişi hergün yüzlerce karar alır, bunu yaparken, dikkat çekmek için birbiriyle yarışan sayısız ürün ve iletiyle kuşatılmıştır. Yaşamını ve karar verme sürecini kolaylaştırabilmek için en kestirme yolu arar. Bunlardan en önemlisi, başarısı kanıtlanmış markaları satın almak gibi alışkanlıklara güvenmektir.

Markanın en önemli işlevi, bir işletmenin mal ve hizmetlerini diğerlerinininkinden ayırmak olduğuna göre; marka, ürünler arasındaki farkı ortaya

çıkarak tüketicinin ürün seçimini sağlıklı yapabilmesine imkan tanır. Bu noktada markanın rekabeti artırıcı fonksiyonu ortaya çıkmaktadır. Markanın ürünler arasındaki farkı ortaya çıkarma fonksiyonu nedeniyle, üreticiler daha kaliteli ürünler üreterek markalarını aranan, talep edilen marka haline getirme yönünde gayret göstereceklerdir (bilgiyönetimi.org, 2004). Peki bunu nasıl yapacaklar? Üretim, yatırım ve kalite yaratma konularını aşan günümüz iş dünyasındaki işletmelerin üzerinde en çok uğraştıkları konu da bu zaten; başarılı marka yaratmak ve bunu korumak.

MARKA KARARLARI

Bir markanın gücü, satın alma davranışını etkileme yeteneğinde yatar. Ancak bir paketin üstündeki marka ismi ile zihindeki marka ismi aynı şey değildir.

Önceleri ürünlerin egemenliği vardı. Diğerlerinden farklı ürünler sunan, fiyat avantajı yaratan, rekabet avantajı elde etmekteydi. 1990'lı yıllarda birçok ürünün kalite, fiyat ve fonksiyonellik açısından birbirinden farkı kalmadı. Üretim süreci değerini kaybederek yerini "pazarlama"ya bıraktı. Artık "marka olmak", "marka kalmak" ve markayı dünyanın geri kalanına yaymak her şeyden önemliydi. Özellikle 1990'lı yıllarda hızlı bir gelişme gösteren bilgi ve iletişim teknolojileri üretiminde verimliliğin artması; talebin ivmelenmesine, bilişim firmaları sayısında artışa ve beraberinde önemli

bir rekabete yol açmıştır. Markalanmış bir ürünün geliştirilmesi, bilhassa reklam, promosyon ve paketleme için uzun vadeli büyük bir yatırım gerektirmektedir. Bu yüzden marka yönelikli pek çok şirket, ürünlerini az gelişmiş ülkelerdeki ucuz işgücüne ürettirirken, bütçelerinden pazarlamaya ve onun bir parçası olan marka yönetimine ayırdıkları payı da giderek artırmaya başladılar. Çünkü bir marka ancak tüketicisiyle ve diğer sosyal paydaşlarıyla meşru ve benzersiz bir ilişki kurabildiği ölçüde hayatta kalma şansına sahip olabilir. Dünyada güçlü ve para kazanan firmalara bakıldığında markalaşmanın önemi tartışmasız kendini göstermektedir.

Japon ve Güney Koreli şirketler Sony, Toyota, Goldstar ve Samsung gibi isimleri yerleştirmek için büyük bütçeler ayırmışlardır ancak, bu şirketler bile, kendi ürünlerini kendi ülkelerinde üretmemektedirler. Dünyanın giyim-kuşam ve tüketici elektroniklerinin oldukça büyük bir kısmını Tayvanlı imalatçılar yaparsa da, Tayvan marka adlarını kullanmazlar. Kısa sürede kendilerini kabul ettiren Dell, Compaq gibi üreticiler, parçalarının neredeyse tamamını uzakdoğu veya işçiliğin ucuz olduğu diğer ülkelerde yaptırırken, yalnızca üzerinde çalıştıkları ve korudukları marka imajlarına yönelik pazarlama ile kârlılıklarını artırmaya devam etmektedirler. Michael Dell, bir marka oluşturmak için yola çıkarken binlerce PC üreticisinden hiçbir farkı yoktu, Jeff Bezos, Amazon ile markalaşmasaydı şimdi binlerce online satış yapan siteden pek bir farkı olmayacaktı. Ancak, onları sektöründeki tüm rakiplerinin üzerine çıkaran klasik hizmette yeni bir yaklaşım sergilemelerinin yanında bir marka imajı oluşturmanın ve bunu dolduracak kalitede hizmet vermenin bilincinde olmalarıydı (turkinternet.com, 2004). Swatch, Absolut, Gap, Nivea, Coca-Cola, Nike bunların hepsi çok bilinen, çok saygın markalardır ancak, hiçbiri olağanüstü teknoloji ürünü değildirlere. Hatta pazara baktığımızda her birinin fiziksel anlamda benzerlerini ve taklitlerini çok daha düşük fiyatlarla satıldıklarını görebilmekteyiz. Ama doğru stratejilerle yönetildikleri için bu markalar hiçbir zaman ciddi anlamda ucuz rekabetten etkilenmemekte ve sahiplerine milyon dolar kazandırmaya devam etmektedirler (tügiad.org.tr, 2004).

O halde, 'Marka yaratmanın ana kriterleri doğru pazarlama analizi, doğru hedef kitleyi tanıma, doğru konumlandırma, doğru satış kanalları ile doğru fiyatlandırma' diyebiliriz. Reklam ise kurum içi ve dışı itibarı geliştirmekte, markaya bilinirlik ve ün sağlamakta, tüketicinin kafasında marka imajının şekillendirilmesine ve kurumun marka yoluyla değerini artırmasına yardımcı olmaktadır (infomag.com.tr, 2004). Demek oluyor ki, bir ürünün markaya dönüşmesi sadece parasal yatırımla ilgili değildir. O markayı taşıyan ürünün kullanıcıya veya talep edene verdiği hizmet kalitesi ya da ürünün kalitatif değeriyle de doğru orantılıdır. Dolayısıyla bu bir bütündür ve bu bütün içinde ürünle ilgili değerler ne kadar olumluysa, markaya hizmet etmeye ve markanın olumlu

algılanmasına o kadar faydalı olmaktadır. Reklam ise, bu işin marka değeri kısmını farklı bir şekilde, uzun vadeli ele alır (turkishtime.org, 2004). Markalar, müşterinin duygusal ihtiyaçları ile ilişkilendirilerek konumlandırılmaktadır. Artık ürünü satmak, onun fonksiyonel faydalarını satmaktan çok, müşterilere duygusal fayda sağlamaktan geçmektedir. Marka iletişiminin içine duyguların girmiş olması, markalaşma sürecine daha önceden var olmayan riskleri de dahil etmiş durumdadır (aksiyon.com.tr, 2004).

MARKA İMAJI, KİŞİLİĞİ VE KİMLİĞİ

Tüketiciler, ürünleri ve markaları oluşturdukları imaja göre değerlendirirler ve ürünü değil imajı satın alırlar. Bu nedenle, marka imajı, tüketicilerin akılcı ya da duygusal temelde yaptıkları yorumlamalarla biçimlenen, geniş anlamda öznel ve algısal bir olgu olarak tanımlanabilir ya da tüketicinin zihninde yer alan markanın bütüncül bir resmidir (Howard, 1989: 32) şeklinde özetlenebilir.

Marka imajını oluşturan üç unsur vardır. Bunlar; özellikler, yararlar ve marka kişiliğidir. Ürün özellikleri üzerinden tanıtmı yapılması bir hata olabilir. Çünkü, alıcı, özelliklerle yararlar da olduğu kadar ilgili değildir. Özellikler rakiplerce çok kolay taklit edilebilir. Ayrıca halihazırda özellikler, daha sonraları pek talep edilir özellikler olmayabilir.

Marka kişiliği, markaya bir 'ruh' katmasından dolayı oldukça önemlidir. Ürünlerin çok fazla farklılaşmadığı kategorilerde -kahve gibi- marka kişiliği farklılaşmada tüketici tarafından kullanılan tek özellik olmaktadır. Marka kişiliği kavramı, "bir marka ile çağrıştılandırılmış insani özellikler" olarak çağdaş, genç, entelektüel, tutucu, yaşlı gibi sıfatların markalara taşınmasını açıklar (Aaker, 1996:141).

Marka imajı kavramı ile marka kişiliği kavramı arasında anlamsal açıdan bir karışıklık söz konusudur. Marka kişiliğinin temelinde şirketin iletişim çabalarının bir sonucu olduğu, marka imajının ise tüketicinin bu kişiliği algılama biçimi olduğu ileri sürülebilir.

Marka Kimliği, markanın bütüncül yapılandırılmasında/yönetilmesinde temel bir kavram olarak değerlendirilmelidir. Buna göre marka kimliği, marka için anlamı, yönelimi ve amacı belirlemeye yardımcı bir çerçevedir ve markanın sahip olduğu akılcı özelliklerin bir işlevidir. Marka kimliği, uzmanlarca, marka oluşturma ve yönetiminde stratejik bir araç olarak görülür. Güçlü bir marka yaratma, doğru ve etkin bir marka kimliği tasarımı ve yürütülmesi ile ilgilidir.

Kimlik, stratejik bir planlama aracı olarak imajı oluşturma çabasıdır. Buna göre, marka yönetimi

açısından, marka kimliği, imajın öncesine yerleştirilir. Pazarlama iletişimi sürecinde kaynak tarafından gönderilen tüm mesajlar (marka adı, görsel simgeler, ürün, reklam, sponsorluk vb) tüketicilerde marka imajını biçimlendiren mesajlardır. Marka kimliği -marka kişiliğinde de olduğu gibi- iletişim sürecinde kaynağın (pazarlama iletişimcileri), imaj ise tüketicilerin denetimindedir. Marka kişiliği, stratejik bir araç olarak marka kimliğinin farklılaştırılmasına katkı sağlayabilecek bir konumdur (Uztuğ, 2003:43-44). Kısaca marka kişiliği, marka kimliğinin bir parçasıdır.

Aaker'e göre, marka imajı, her ne kadar müşterilerin ve diğer insanların markayı nasıl algıladıkları bilgisini sağlamakta yararlı olsa da, marka imajını geçmişe yönelik ve edilgen kabul etmektedir. Karşıt olarak marka kimliği, etkin ve geleceğe yönelik olarak tanımlanmaktadır. Marka kimliği yaratma, müşterilerin ne istediklerini ya da ne algıladıklarını söylemelerinden daha boyutlu bir çerçeveyi gerektirmektedir. Marka kimliği, markanın ruhunu, vizyonunu ve ne başarmayı umduğunu yansıtmaktadır. Marka imajının taktik, marka kimliğinin ise stratejik araç olarak değerlendirilmesi gerekir (Aaker, 1996; 142).

Bir marka üç bileşenden oluşur.

- Markanın temel, çekirdek yeteneğidir; başka bir deyişle, şirketin uzmanlık alanıdır.
- Müşteriye sunulan yararlar ve özellikler,
- Şirketin kişiliği.

Bu üç unsur birleştiğinde, bir şirketin marka kimliğini meydana getirirler. Bu modelde, yararlar ve özellikler belli bir hedef pazara uyum sağlamak üzere değişebilirse de çekirdek yetenek ve kişilik sabit kalır.

Stratejik marka platformunun diğer yarısı ise konumlandırma'dır. Marka, ticari olarak, stratejik anlamını konumlandırma ile bulur. Ne kadar başarılı bir kimlik ve ürün çıkarırsak çıkaralım, eğer doğru konumlandıramıyorsak marka değerine ulaşamaz ve markalaşma başarısızlıkla son bulur.

Bunun için farklı, çarpıcı ve yaratıcı bir konumlandırma gereklidir. De Beers dünya pırlanta sektörünü elinde bulundurmaktadır. Marka kimliğini, "eşsiz ve ulaşılmaz" olarak tanımlamakta, bu nedenle de pazara pahalı ve eşsiz ürünler sunmaktadır. Konumlandırmasının da bu kimliğe ters düşmemesi gerekir. De Beers bu amaçla Avustralya'daki elmas yataklarının işletme hakkını çok büyük miktarlar ödeyerek satın almıştır, fakat madenleri işletmemektedir. Çünkü, bu yataklardan çıkarılan elmaslar fiyatları düşürecek, elmasının eşsizliği, pahalılığı ortadan kalkacak ve bir anlamda De Beers efsanesini sona erdirecektir. İşte bu, stratejik bir konumlandırma bakışı ve uygulamasıdır (Elitok, 2003:82).

MARKA BAĞLILIĞI

Bir markanın değeri geçmişteki performansı ile değil, yalnız gelecekteki potansiyeline bağlıdır. Bağlı müşteri sayısının artması işletmenin yönetimini kolaylaştırır. Günümüzde her işletme, sahip olduğu markaya uzun dönemli sadık tüketici yaratmak amacını taşımaktadır. Her yıl pazara giren binlerce yeni ürün, bir tür "felce" neden olmakta, tüketicilerin bildiği ve güvendiği markalara daha sıkı bağlanması için olumlu değerlendirilebilecek bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu değerlendirme, risk almada düşüş ve tutuculuk eğiliminin gözlenmesine dayandırılır (Aaker, 1996b:108). Başarılı markalar güçlü müşteri bağlılığı yaratır. Başarısız ya da yeni markaların öncelikle müşteriyi çekmesi gerekmektedir. Bu da kârlılığı olumsuz yönde etkiler, çünkü reklam, promosyon ve satışla yeni bir müşteri kazanmak, tatmin olmuş mevcut bir tüketiciyi elde tutmaktan daha pahalıdır. Bir çalışmada yeni müşteri kazanmanın mevcut müşteriyi elde tutmanın 6 kat fazlasına mal olduğu öne sürülmüştür (Doyle, 2001:9).

Müşteri bağlılığının yararları direkt bilançoya kadar izlenebilir. Bağlılık düzeyleri markanın hem bugünkü, hem de uzun dönemli sağlığının bir ölçüsüdür. Bu, sadece pazarlamacılar için değil, işletme için de önem taşıyan bir konudur. Marka bağlılığı yaratıldığında, pazarlama çabaları başarılı bir şekilde uygulanmış demektir. Artık bütün çabalar bunun devamına yönelik olmalıdır diye düşünülebilir. Ancak bu her zaman kolay olmayabilir. Çünkü, bağlılık karmaşık bir konudur. İnsanlar hayatlarının hiçbir alanında bağlı olmaya yatkın değildir ve marka kullanımında da durum farklıdır. Markalar sadece tüketicilerin zihninde var olduğu gibi, gerçek bağlılık da sadece davranışın değil, aynı zamanda duyguların sonucudur. Bir marka ile ürün arasındaki önemli fark, insanların markaya ilişkin birçok inanç ve duyguya sahip olmasıdır. Sık sık söylendiği gibi, markalar raflarda değil, insanların zihnindedir. O halde gerçek bağlılık davranışsal bağlılığın ötesinde bir şeydir. Müşterilerin markalara veya firmalara karşı ne derecede yakınlık ve çekim duyduğunun bir ölçüsüdür.

Aslına bakılırsa, pazar güçleri, bağlılık gerektirmeyen, gevşek marka ilişkilerini ödüllendirir ve teşvik eder. Sonuçta, pazarlamacı zamanını kendi müşterileri arasında bağlılığı artırmaya çalışmakla, diğer markaların müşterileri arasında ise kararsızlığı özendirmeyle çalışmakla geçirir. Bağlılık, bazen, gerçek veya algılanan marka yararı yerine bir fiyat meselesine veya satış teşvik mekaniğine indirgenir. Bunun tehlikesi, piyasaların marka değeri yönelimli değil, satış teşviki yönelimli hale gelmesidir. Markaların iyi olup olmadığı, içtiğimiz son fincan çayın lezzetiyle değil, son ürüne bantlanan armağanla ölçülür hale gelebilmektedir (Crostwaite, 2001:265).

Marka bağlılığı bir anlamda ürüne ve işletmeye duyulan güvenin göstergesi olduğuna göre, işletmenin kimliği, yaşı, ürünü ilk sunan olması ya da piyasada lider olması vb. artı değerler bağlılık yaratmada çoğunlukla etkin olmaktadır.

YA Ş ÖNEMLİ Mİ?

İşletmenin yaşı, gerek makro çevresel faktörlere, gerekse rekabet ve teknolojideki değişimlere ayak uydurarak marka bağlılığı sağlamada avantaj yaratmaktadır. Ülkemizde Hacı Şakir, Piyale, Sana gibi örneklere baktığımızda, bunların pazara ilk girenler olduğunu görmekteyiz. Bunlar, pazarda ilk olmanın avantajını kullanarak tüm ürün grubunu tanımlayan jenerik isim olmuşlardır. Markanın yaşı, tüketicinin algılama biçimi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Genellikle yaşlı marka köklü değerlere sahiptir. Genel olarak kamuoyunda, özel olarak da hedef kitlesi içinde genel kabul görmesi avantajlardan biridir. Tüketicilerin yeni ürünlere yönelik mesafeli duruşu, soru işaretleri bunlarda yoktur, önyargılar aşılmış ve markaya yönelik müşteri kabulü sağlanmış, güven duygusu oluşmuştur. Çünkü, uzun süreli kullanım sonucunda, belli tüketici gruplarında alışkanlıklar oluşur, bu da marka bağlılığı yaratır. Hal böyle olunca da, belirli bir pazar payını elinde tutuyor olma avantajı sağlar ve daha düşük pazarlama ve tanıtım bütçelerine ihtiyaç duyulur.

Elbette ki yaşlı bir marka ancak iyi yönetildiği, pazardaki hareket ve gelişmelere sürekli uyum sağladığı sürece olumlu bir algılama biçimi yaratır. Nokia 1865, GE 1876, Mercedes Benz 1886, Ford 1896 doğumlu, Coca Cola 116 yaşında, Citibank 190 yıllık tarihe sahiptir. Ülkemizde ise Kuru Kahveci Mehmet Efendi 133 yaşında, Komili 126, Hacı Şakir 115 yaşında. Bu ürünler zaman içinde birçok kez yenilendi, 50 yılı aşkın süredir margarinde jenerik isim olan Sana, yakın zamanlarda Sana Ekmeküstü, Sana Creme Bonjour ile pazardaki yenilenme sürecini devam ettirmektedir (Fırat, 2004a).

Geliştirilen, değişen köklü markaların sürdürülebilir bir tanınırlığa ulaştığı bilinmekle beraber, atılan bilinçli adımlarla çok yıllık geçmişleri olmayan markaların da bilinirliğinin yüksek kılınabildiğini gösteren örnekler de mevcuttur. Cola Turka, Süttaş, Polaris, Mavi Jeans, Vestel, T-box vb. Türkiye gibi gençlerin ağırlıkta olduğu toplumlarda genç tüketicilerin yenilik arayışları yaşlı markaları etkileyebilmektedir.

“EN” YA DA “İLK” OLMA

Al Ries'e göre “en iyi yol ‘ilk’ olmaktır”. Böylece şirketlerin, özellikle de markaların tanıtım ve halka inmede büyük bir başarı sağlayacaklarını belirtmektedir. Gerard J.Telis ise, aslında pazara önce girmenin, girişimciye mutlak başarı getirmeyeceğini ileri sürmektedir. Ona göre, pazara ilk girmek, şirkete büyük bir rekabet üstünlüğü kazandırır. Ancak başarı, sürdürülebilir bir strateji ve doğru iş planı ile mümkündür. Telis'e göre “Pek çok girişimci bir pazara

ilk giren olmanın, onları her zaman avantajlı kılaçağını, böylelikle başarıyı garantileyebileceklerini düşünmekte, dolayısıyla da bu şekilde düşünen girişimciler, yeni ürünlere hücum etmektedirler” demiştir. Telis, 66 sektördü incelediğinde, pek çok durumda pazara ilk giren ve önceleri başarılı olanların, oldukça kısa süre sonra başarısız olduklarının görüldüğünü, bu nedenle pazara ilk giren olmanın başarıyı garantiemediğini belirtmiştir. Philip Kotler ise, “en” olmanın önemine dikkat çekmekte, ancak “en iyi” faktörünü önermektedir. Ona göre, şirketin geniş konumlandırılmadan uzaklaşıp, tüketiciye kendilerini daha iyi ifade etmeleri gerekir. “Tüketicilere, satın almak için daha somut neden ve yararlar ifade etmek gerekir” demektedir. Şirket ya da markanın önüne “en” koyarken, bir “konumlandırma” stratejisinden yararlanması gerektiğine dikkat çekiyor. Bunun ise, “nitelik”, “yarar”, “kullanım”, “rakip”, “kullanıcı”, “kategori” gibi özelliklere göre yapılabileceğini belirtmektedir. “En” ya da “ilk” olmak; şirket ve markalar açısından böyle bir özelliğe sahip olmanın arkasında “fark” yaratma hedefi vardır. Yönetim guruları, bazı durumlarda piyasada çok rakibi bulunan bir ürünün, başına “en” sıfatı koyarak ciddi bir rekabet avantajı yakalayabileceğine dikkat çekmektedirler. Onlara göre, marka enflasyonunun yaşandığı bir pazarda “en ucuz” tanımlaması, markayı bir anda farklı bir yere oturtabilir.

Google.com'un trafiği çok yüksektir, ama şirket bugüne kadar reklama para harcamamıştır. Çünkü, Google, bugüne kadar yapılmış “en hızlı” ve “en eksiksiz” arama motorudur. Turkcell, Türkiye'nin ilk iki GSM şebekesinden biridir. Ancak, bu alanda “ilk” olarak tanındı ve bu özelliğini başarıyla kullanarak hızla büyüdü. İletişimde “ilk” olmayı ve “en” faktörünü başarıyla hayata geçirmektedir. Arçelik, Türkiye'de “ilk” ve “en” özelliklerini bünyesinde barındıran şirketlerdendir. Türkiye'nin “ilk” beyaz eşya üreticisi olduğu gibi, aynı zamanda “ürünü en çok eve giren şirket” ünvanını da elinde bulundurmaktadır (Fırat, 2004a).

REKLAMIN KATKISI

20. Yüzyılın ortalarındaki reklamlar, insanlara yeni çıkan ürünleri duyurma, yani bir nevi haber niteliğindedir. Marka bazlı ilk ürünler, icatları duyuran reklamlarla aynı zamanda ortaya çıkmıştır. Kitlesel üretim yapılması, aynı çeşit ve esasında nitelik olarak birbirinden çok fazla ayrılmayan birden fazla ürünün piyasaya sürülmesi, bir farklılık yaratma gereğini doğurdu. Böylece reklamlar, ürüne ilişkin hem bilgilendirmede hem de duygusal bir bağ kurmada etkili bir unsur haline geldi.

Reklam, pazarlama karmasına başka hiçbir ögenin yapamayacağı biçimde duygusal değerler katabilir. Rakipler artık her zamankinden daha hızlı ve akıllıdır, bazı durumlarda ortak araştırma ve geliştirme etkinlikleri sonucunda teknik üstünlükler de kaybolmaya yüz tutmuştur. Sony, geçmişte yararlandığı

teknik üstünlüğün (örneğin walkman) artık yalnızca altı ay sürdüğünü belirtmektedir. Hızlı tüketim mallarının artık nasıl süratle toptancı/perakendeci markalarıyla rekabete girdiğini görmekteyiz (Bartle, 2001:35). Karmaşanın giderek yaygınlaştığı bir dünyada duygusal, elle tutulmaz değerlerin önemi artmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda öznel ya da psikolojik değer yaratmada güçlü bir etkiye sahip olan reklam ve diğer iletişim çabaları, ürünü farklılaştırıcı tüketici değer illüzyonu yaratmaya çabalamaktadır.

Ancak reklam, markanın dayanağı değildir. Pek çok uzman, reklamı farkındalık yaratan, markanın denemesini sağlayan ve kimlik oluşturan bir ele geçirme aracı olarak görme eğilimindedir. Reklam markanın iletişimini sağlar, onu konumlandırır, kısaca marka farkındalığını ve ilgi çekme sürecini hızlandırır. Markalar ender olarak reklamlar tarafından yaratılır. Reklam, farklılaşmış üstünlüğü yaratan diğer etkenler arasında daha fazla görünür olduğundan böyle bir yanlış kanı oluşmuştur. Örneğin, Marks&Spencer, yakın zamana kadar hiç reklama başvurmadan büyük bir marka yaratmıştır. Esas olarak pazarda var olmalarına, müşterinin marka deneyimine ve markanın ağızdan ağıza dolaşmasına güvenmişler, fakat, bugünün güçlü markasını yaratmak onların otuz yılını almıştır. En güçlü markalar kalıcıdır, reklam iyi kullanıldığında büyümlü etki yaratır ancak, mucizeler yaratmaz. İyi bir ürün olmadan, başarılı bir marka yaratmak olanaksızdır. Bill Bernbach 'kötü bir ürünü, iyi reklamdan daha çabuk öldürecek bir şey yoktur' demiştir (Bartle, 2001:41).

Öte yandan, hızlı gelişme gösteren bilgi ve iletişim teknolojileri, üretimde verimliliği arttırmakta, küreselleşme sonucunda çok uluslu şirketler kanalıyla bütün yabancı iletişim teknolojileri, know-how'ları, sistemleri, aletleri, yöntemleri aynı hızda yaygınlaşabilmektedir. Reklam sektörü de bu gelişimden yararlanmaktadır. Bir iletişim yöntemini ithal etmek, bir sanayi tesisini ithal etmekten haliyle daha kolaydır (turkishtime.org, 2004). İletişim dünyasının sağladığı bu avantajı lehine çevirip başarılı marka oluşturmak isteyen üreticilerin; doğru ürünü, doğru zamanda, doğru hedef kitleyle buluşturmak için doğru stratejiler geliştirmeleri zorunlu hale gelmiştir.

REFERANS STRATEJİSİ-VİRAL PAZARLAMA

İnsanlar eksik bilgi şartlarında hayatlarını devam ettirmektedirler. Basit olandan karmaşık olana, çoğu kararımızı verirken her zaman herşeyi bilemeyebiliriz. Eksik bilgi şartları altında kararımızı verirken daha iyi bilen ve tecrübeli birinden alacağımız bir referans kararımızı olumlu yönde etkiler. Çoğumuzun çevresinde karar verirken görüşlerine başvurduğumuz fikir liderleri veya referans grupları mevcuttur. Hatta bazen çevremizi izler, çoğunluğun eğilimine kapılırız.

Referans stratejisinin özü de "çoğunluğun referansına başvurma"dır. Bir marka, kategorisinde en çok satan ise, bunu kanıtlayarak algılara yön

verebiliyorsa bu strateji etkin bir şekilde kullanılabilir. Bir markanın çok satması, yani çoğunluk tarafından tercih edilmesi kalan çoğunluk için markanın iyi olduğu algısını yaratarak tercih edilme sebebi olacaktır.

Referans stratejisinin iletişimde nasıl kullanılacağı ise ayrı bir konudur. Yaratıcı strateji markanın çoğunluk tarafından tercih edildiğini kanıtlamalı ve güçlü bir algı oluşturabilmelidir. "Dünyanın 101 ülkesinde her iki saniyede bir Beko satılıyor" ifadesi Beko'nun çoğunluk tarafından tercih edildiği konusunda kuvvetli bir algı oluşturmaktadır.

Referans stratejisi, insanların eksik bilgi şartları altında başkalarının görüş ve düşüncelerine başvurma eğiliminin fark edilerek, bunun pazarlama stratejilerine taşınması ile oluşturulmuştur (marketingtürkiye.com, 2004).

İşletmeler için hedef pazarın bilgi toplama alışkanlıklarını tam olarak anlamak yaşamsal önem taşımaktadır. Doğru mecrayı seçip, çok iyi düşünülmüş stratejiler oluşturabiliyorlarsa ve de markalarının tavsiye yoluyla yayılmasını sağlayabiliyorlarsa, markalaşma konusunda önemli adımlar atılmış demektir. Çünkü başkalarının marka hakkında söyledikleri, işletmelerin söylediklerinden çok daha etkili olacaktır. Tüm marka mesajlarının en iyisi olarak kabul edilen tavsiye reklamı (word of mouth) ya da *viral pazarlama* olarak adlandırılan bu pazarlama iletişimi, pazarlamanın en çok bilinen sırlarından biridir. Marka yaratmanın belki de en önemli kurallarından biri de konuşkan kitleyi seçmektir. Seth Godin'in deyişiyle 'Fikir virüsü' yaymaktır. Godin, "Müşterilerinizi sınıflandırın, en konuşkan grubu bulun, bu grubu nasıl geliştireceğinizi, onlara nasıl reklam yapacağınızı ve onları nasıl ödüllendireceğinizi düşünün" demekte, "En güçlü hapşırıkçılar" ile konuşkan kitleyi kastetmektedir. Bu konuya ilişkin 3M örneğini vermekte ve şöyle demektedir: "3M bugün devrim olarak kabul edilen "Post-it" ürününü tanıtmak için çok büyük pazarlama harcamaları yapmadı, çok basit bir yöntem kullandı. Önceleri "Post-it" not kağıtlarını kimse satın almıyordu, 3M projesi tamamen rafa kaldırmak üzereydi. Derken ürünün marka müdürü Fortune 500 listesindeki diğer 499 şirketin başkan sekreterlerine birer kutu Post-it göndermeyi önerdi. Birdenbire, en güçlü şirketlerdeki en güçlü hapşırıkçılar, dört bir yana Post-it kağıtlarına yazılmış bilgi notları göndermeye başladı. Post-it'in başarılı bir iletişime dönüşmesi birkaç ay aldı". Bu örnek, dünyanın önde gelen şirketlerinden 3M'in "Post-it" adlı markasını pazarlamasının arkasındaki çok küçük, ancak başarılı bir stratejiyi anlatmaktadır. Ömer Baybars Tek de, "konuşkan ve benimseyici" tüketicilerin hem kanaat liderleri hem de kolay benimseyenler olduklarını söylemektedir. Ona göre, bu kişilerin ilişki ağları geniş ve etkilidir ve her sosyal sınıfta bulunabilirler.

“Bunlar tanınmış artist, şarkıcı, sporcu, yazar vb özetim grupları olabilirler. Tanınmış, vitrinde görünen yöneticiler gibi marka kişiler de bu sınıfa girebilir. Bunların işlevleri, bilgi verme, inandırıcılık ve onaylayıcılıktır” demektir (Fırat, 2004b).

Sonuç olarak şunu söyleyebiliriz; tavsiye reklamlarının maliyeti yok gibidir ve satıcı kaynaklı reklamlara göre inandırıcılıkları fazladır. Bu gibi kişilerin ürün ve hizmetle ilgili konuşmaları, hatta sıradan konuşmaları bile ilişki geliştirmede önemli rol oynar. Ayrıca, tavsiye paha biçilmez bir reklam sayılır.

MARKA GENİŞLETME

Marka genişletme, başarılı markanın adının şirketin sahip olduğu ek ürünlere aktarımı anlamına gelmektedir. Bu tür genişletmelerin kazanımı üç yönlüdür: (1) tüketiciyi yeni ürüne güven duyması konusunda cesaretlendirir; (2) reklam ve promosyonda ölçek ekonomisi yaratabilir; (3) dağıtım ve perakende kanallarını açar (Doyle, 2001:19).

Birçok firma kendi yapılandırdıkları başarılı markaları diğer ürünlerine de geçirerek genişletirler. Bu, varolan bir markanın ürün dizisine uyarlanmasıdır. Yeni bir ürünün açılış maliyetini düşürmek için üretici firmalar başarılı bir markayı yeni ürüne taşıyarak markayı ürün dizileri içinde genişletirler. 1987’den beri ABD’de 24 bin yeni ürünün %70’inin bu tür bir genişleme içinde yer aldığı gözlemlenmiştir. Şirket ile marka arasında ilişki kurulması, şirket için varolan çağrışımların (şirketin ünü, itibarı ve güvenilirliği vb) markaya taşınması sonucunu doğuracaktır. Bu anlamda üç temel stratejiden söz edilebilir. İlki, şirketlerin ürettikleri ürünlere özgün marka adları vermesidir. İkincisi şirketlerin ürettikleri tüm ürün ya da hizmetlerine kendi adlarını vermesi, üçüncüsü ise marka adları ile kurum adlarının birleştirilmesidir (Uztağ, 2003:56-57).

Bir büyüme stratejisi olarak marka genişletmenin yeniliğe ağır bastığı bir dünyada, bağlı müşteri çekirdeği daha büyük olan marka, hazır bir alıcı tabanı olması nedeniyle, yeni bir ürün çeşitlemesinin ya da ürün çizgisini genişletmenin hızla benimseneceği konusunda kendine daha fazla güven duyabilir. Bu, ürünün sınanmasında olduğu kadar hemen yatırım gerektirmeyen benimsenme hızı sayesinde, perakendecilerin güveninin kazanılmasında da önem taşır.

MARKA SATIN ALMA

Başarılı markaların önemi üstünde duranlar artık yalnızca pazarlama yöneticileri değildir. Markanın, bilançoya girmesiyle hissedar gelirlerini artırdığı, şirket kayıplarını azalttığı ve marka satın alınmanın büyümeyle kolaylaştırdığı görüldükten sonra, finans yöneticileri de marka olgusuna daha büyük şevkle yaklaşmaya başladı (Doyle, 2001:3). Bugün Coca-Cola ismi yaklaşık 70

milyar dolar, Microsoft 67 milyar dolardır. Böyle bir değere hangi marka ulaşmak istemez ki? (Elitok, 2003:3)

Günümüzde bir şirketin marka edinmesi için izleyebileceği iki yol bulunmaktadır. Şirket markayı oluşturur ve geliştirebilir veya markayı ya da markanın sahibi olan diğer şirketi satın alabilir. İlki, açıkça yüksek riskli, yavaş ve pahalı bir yoldur. Çalışmalar, sınanan ve pazara sunulan yeni markaların büyük bir çoğunluğunun başarısız olduğunu açık olarak göstermiştir. Bir markayı oluşturmak ve tüketicinin zihninde konumlamak zaman ve yatırım demektir. Buna karşılık, satın almak ise marka portföyüne sahip olmak için aldatici şekilde hızlı bir yoldur. Günümüzde daha çok İngiliz şirketleri tarafından bu yöntem sıkça kullanılmaktadır.

Markalara atfedilen sosyal değerler ve bu markaların hem coğrafi hem de beşeri anlamda etkinliği arttıkça parasal değerleri de artmaktadır. Bugün birçok markanın değeri, üretim yerleri, tesislerin değerinden kat be kat daha yüksek olabilmektedir. Marka gelişimi açısından en çarpıcı örnek, 1988 yılında Philip Morris’in, Kraft’ı kağıt üzerindeki değerinin 6 katına, yani 12.6 milyar dolara satın almasıydı. Aradaki fark ‘Kraft’ kelimesinin bedeliydi.

Genellikle, pazarlama amaçlı şirketler (‘sağ el şirketleri’) marka oluşturmayı seçer. Finans amaçlı şirketler ise (‘sol el şirketleri’) marka ya da markası olan şirket satın almaya yönelirler. Japon şirketleri örneğin fazlasıyla ilkinde yönelimlidir. Amaç pazar payıdır. Pazar payı elde etmenin en uygun yolunun müşteriye farklılaşmış üstünlük sunan güçlü markalar geliştirmek olduğuna inanırlar. Bu nedenle klasik pazarlama yaklaşımını benimser, hedef pazar dilimindeki müşterinin beklentilerini anlamaya ve bunları karşılamaya yönelirler. Müşteriye değer getiren ve rakipleri geçen markalar oluşturmaya çalışırlar. Japon şirketleri çok ender olarak marka satın alır, çünkü daha iyisini yapabilecek becerileri olduğuna inanırlar. O halde yüzyılım son çeyreğinde başarılı dünya markalarının çoğunun –Sony, Toyota, National Panasonic, Honda, Canon, Casio vb- Japon olması beklenen bir sonuçtur.

Daha çok mali yönelimli İngiliz şirketleri ise, markaların bilançoda yer verilmesi üzerine müşteri değeri yaratmaktan çok satın alma stratejileri üzerinde durmaktadırlar. Son on yılda İngiliz şirketleri tarafından çok az sayıda dünya markası geliştirilmiş, buna karşılık şirket ve marka satın almada dünya liderliği elde etmişlerdir (Doyle, 2001:18).

Ülkemizden de marka satın almaya ilişkin örnekler verilebilir. 68 yaşındaki Piyale, yıllar içinde markasını oluşturmuş, makama ile özdeşleşerek jenerik isim haline gelmiş ve makamada yüzde 30.2, unda ise yüzde 17’lik tanınırlık oranı ile kategorilerinin liderliğine ulaşmıştır. 1987’de Piyale, Dr.Oetker Gıda ile anlaşma yapmış, ardından 2002’de Sabancı Holding Piyale markasını üretim tesisleriyle birlikte satın almıştır. 2003’te ise markanın relansmanı ile yeni bir dönem

başlatılmıştır. Ambalajından, ürün dizisinin genişletilmesine kadar her açıdan gençleştirilmiş; marka, reklamlarındaki neşe ve hareketle bütünüleşerek yepyeni bir görünüm ve kimlik kazanmıştır. Uzmanlarca, başarılı bir yeniden konumlandırma ve gençleşme örneği olarak gösterilmektedir. Yine 1997'de Sek'i satın alan Koç Holding 1998'de değişim süreci başlatmış; yenilikçi ürünlerin ardından markada gençleşme ve canlılık sağlanmış ve bugünkü halini almıştır (Fırat, 2004c).

PERAKENDECİ MARKALARI

Markalaşma konusunda son yıllarda yükselişte olan ve artık yeni diyemeyeceğimiz trend, zincir marketlerin tüketilen ürünleri kendi adlarıyla ya da farklı isimlerle imal ettirip markalı ürünlerden ucuza satmalarıdır (infomag.com, 2004).

Bugün özellikle perakende pazarlarda faaliyet gösteren markaların işi, bundan on yıl öncesine göre daha da zorlaşmaktadır. Pazardaki rakip ürünlerin teknik özelliklerinin ve algılamalarının birbirine yakın olması, markalı ürünleri sıradanlaştırmaktadır. Süttaş, Mis, Pınar, Sek süt ürünlerinin teknik olarak birbirlerine radikal bir üstünlükleri olmayabilir. Raflardan seçilebilmesi için ise, bir şeyler yapıp bu ürünlerin farklılaştırılması ve rakiplerine üstünlük sağlaması gerekmektedir. Ayrıca, hiper marketlerin kendi markalarını taşıyan ürünleri raflara çıkarması da ayrı bir sıradanlaştırıcı etki yaratmaktadır. Migros, Şok, Tansaş, Kipa gibi perakendeciler kendi kurum markalarını; süt, meyve suyu, pirinç ve çok değişik tüketim malzemelerinin üstüne isimlerini koyarak tüketiciye "Süt süttür ya da meyve suyu meyve suyudur, biz sizin için uygun bir üreticiyle anlaştık, uygun kalitede ürettirdik, bizim markamızla daha uygun fiyata alabilirsiniz" demektedirler. Böylece, ne araştırma-geliştirme ne de bir pazarlama kampanyası yapmadan kendi marketlerine gelen müşterilere rahatlıkla ürünlerini satmaktadırlar. Bu arada marka yaratmak, ürün geliştirmek için milyonlarca dolar ve aylar harcayan işletmelerin farklılaşma ve tüketici isteklerini karşılama çabaları boşa gidebilmektedir (grupofis.com.tr, 2004).

Perakendeciler tarafından yaratılan bu özel markalar iki avantaj sağlar. *Birincisi* onlar daha fazla kar getirirler. Aracılar, kendi markalarını düşük bir masrafla üretecek ve elinde atıl kapasite bulunan imalatçıları ararlar. Araştırma ve geliştirme, reklam, satış promosyonu ve fiziki dağıtım gibi diğer masrafları da çok daha düşüktür. Bu, özel markası olan bir marketin düşük fiyatlar sunmasına rağmen yüksek kar marjı sağladığı anlamına gelmektedir. *İkincisi*, perakendeciler, kendilerini rakiplerinden ayırmak için, bilhassa kendi market markalarını geliştirirler. Pek çok tüketici de ulusal ve market markalarını birbirinden ayıramaz.

İngiltere'de iki büyük süpermarket zinciri, market markalı popüler kolalar geliştirmiştir. (Sainbury Cola ve Classic Cola). İngiltere'nin en büyük market zinciri Sainbury'nin sattığı malların

yüzde 50'si, kendi market markasını taşımakta ve satış hacmi, Amerikan perakendecilerin satış hacminin altı katıdır. Amerikan süpermarketlerinin sattıkları malların ortalama yüzde 19.7'si perakendeci markalarıdır (Kotler, 2001:408). Hatta market markasıyla başlayıp (Kanada-Loblaw's), bugün 1.700 mağazayı temsil eden 17 süpermarket zincirinde ürününü küresel bazda pazarlayan market örneğine de rastlanmaktadır

Geçtiğimiz yıllarda dünyada olduğu gibi Türkiye'de de özellikle ekonomik krizle beraber hızla büyüyen market markaları pazarının, markalı ürünleri bir hayli zorladığına tanık olmaktadır. Markalı ürünler yaptıkları kampanyalarla bu pazarın büyüme hızını kesmeye çalışmaktalar, ancak dünyada olduğu gibi ülkemizde de market markalarının payı hızla büyümektedir. ACNielsen'in 36 ülkede ve 80 kategoride paketli tüketim ürünlerini inceleyerek yaptığı araştırmada, tüketicilerin değer bazında toplam harcamalarının yüzde 15'ini market markalarına yaptıkları saptanmıştır. Araştırmaya göre market markası satışlarının yüzde 95'inden fazlası Avrupa ve Kuzey Amerika'da gerçekleştirilmektedir. Avrupa yüzde 22 ile en fazla payı alırken, Kuzey Amerika yüzde 16 ile ikinci sırada yer almaktadır. Market markası satışlarında en yüksek paya sahip ülke ise yüzde 38 ile İsviçre. Türkiye'de ise, 13 zincir mağaza toplamında market markalarının henüz yüzde 7'lik bir ticaret payına sahip olduğu belirlenmiştir. Market markaları önemli bir büyüme potansiyeline sahiptir. ACNielsen'in araştırmasında, market markalarının üretici markalardan ortalama yüzde 31 daha ucuz olduğu ölçülmüştür (infomag.com.tr, 2004).

REKABET-TAKLİT-TESCİL

Şirketlerin ürettikleri ürünleri markalama süreci, onları pazarda ürününü ve markasını korumak zorunda bırakmıştır. Markanın ticaret siciline geçirilmesi temelde bu yasal korumayı sağlamaktadır. Böylece "marka" üreticiler açısından yasal bir araç haline gelmektedir (Murphy, 1987: 1). Fakat, günümüz piyasalarında güçlü marka yaratmanın ve markalaşmanın önemi artarken 'marka koruma'nın önemi ve anlamı yeterince açıklığa kavuşmuş değildir. Bu nedenle, bugün büyük firmalar arasında kıyasıya bir isim ve yeni ürün mücadelesi yaşanmakta, mahkemelerde, firmaların birbirine karşı taklit ya da benzerlik nedeniyle açtığı haksız rekabet davalarına sıkça rastlanmaktadır

Daha çok lüks tüketim mallarının, elektronik aletlerin, giysilerin, kozmetik ve parfümlerin taklidi yapılmakta, bir başka ifadeyle markanın aranırılık oranına göre, taklit edilirligi de artmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler, sanayiinin gelişmesi adına taklit mallara izin verirken, gelişmiş ülkelerde de bu durumu önlemek için mücadele edildiği bilinen bir gerçektir.

Günümüzde rekabet nedeniyle, teknolojideki gelişmeler ya da ürün formülleri çabucak taklit

edilebilmektedir. Rakipler, bir sigara, bir meşrubat formülünü ya da PC özelliklerini çok çabuk taklit edebilir, fakat IBM, Coca-Cola, Sony'nin marka kimlikleri taklit edilemez (Doyle, 2001:10).

Hizmet belki de en çok sürdürülebilir farklılaşmış üstünlüktür. Ürünler, rakipler tarafından kolayca taklit edilebilirken, hizmet, kuruluşun kültürüne, çalışanların eğitim ve tutumlarına bağlı olduğu için kolay kolay taklit edilemez.

Belirlenen markanın tescil edilebilirliğini araştırmak ve tescil etmek tamamıyla firmanın 'risk yönetimi' kabiliyetiyle ilgilidir. Firmalar bu tip işleri en başta araştırıp fon ayırması ile sonradan başına gelebilecek kazaları önlemiş olacaktır. Geleceğe yönelik yatırım yapanlara, markanın tescil aşaması ile birlikte veya hemen sonrasında markanın taklit edilebilirliğini önlemek için kendi markasına benzer, taklit amaçlı piyasaya çıkabilecek markaları da araştırıp tescil etmesi önerilir (vizyon.cpm.com.tr, 2004).

SONUÇ

Başarılı bir marka oluşturmak için zaman, sürekli çaba, inanç, para ve istikrar gerekmektedir. Başarılı markalar, müşteri için sürdürülebilir farklılaşmış üstünlük yaratabilme arayışı ilkesiyle yaratılır. 'Farklılaşmış' üstünlük, tüketicilerin belli bir markayı rakip markalara tercih etmesi için bir nedeninin bulunması demektir. 'Sürdürülebilir' ise, rakiplerin kolayca taklit edemeyeceği üstünlük anlamına gelir. Bu noktadan hareketle, başarılı marka geliştirmeyi sağlayan dört kaldıraç; kalite, hizmet, yenilik ve farklılık olduğunu söyleyebiliriz.

Başarısını kanıtlamış markaların zamana karşı dayanıklılığı, onları hem firmalar, hem de tüketiciler için önemli ve değerli kılmaktadır. Eğer markalar beslenir, geliştirilir ve yeniliğe açık hale getirilirse o zaman yaşam döngüsü teorisi tamamen geçersiz hale gelir. Aslında bu teori ürünler için geçerlidir, markalar için değil.

Marka günümüzde finanssal bağlamda satılabilir bir değer olma özelliği kazanmıştır. Bir diğer önemli nokta da güçlü markaların tüketicilerde sadakat yaratmasıdır. Dağınık medya ortamında ve gittikçe ağırlaşan rekabet koşullarında marka sadakati yaratmak, şirketler için yaşamsal bir öneme kavuşmuştur. Ayrıca güçlü bir marka, şirketin yeni ürünleri için bir platform sağladığı gibi rekabetçi saldırılara karşı marka gücü ve dayanıklılığını da artırmaktadır.

Yaşamın giderek küreselleştiği bir dünyada marka yapılandırmak, dinamiklerini doğru organize etmek kolay başarılabilecek bir konu değildir. Günümüzde markalaşma süreçleri, küreselleşmenin ve buna bağlı medya ortamlarının gelişimiyle birlikte hız kazanmaktadır. Türü endüstrilerdeki uluslararası kuruluşlar, sürekli biçimde kârlılığı korumanın ve ölçek ekonomisinden yararlanarak işlerini geliştirmenin formülünü markalar geliştirmek suretiyle çözebilmektedirler.

Markalaşmasını istediğiniz şey bir üründen, uzman görüşleri bunun için en az beş yılın harcanması gerektiğini belirtmekte, ancak, istenilen bir ülkenin markasıysa, olayın seyri tamamen değişebilmektedir. Küresel marka olabilmek için önce o ülkenin kimliğinin dışarıdan nasıl görüldüğünü çözüp sonra ona göre stratejilerin geliştirilmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu konuda başarı göstermiş ülkeler mevcuttur. Örneğin Japonya; 1950'li yıllarda Japonya piyasaya sürdüğü kalitesiz ürünlerle tanınmaktaydı. Ancak sonraları, çok yeni ve iyi hamlelerle, kaliteyi ülkenin markası olarak sunmayı başarmıştır. Japonya'nın bu noktaya propagandayla değil, yanlışlarını düzelterek geldiği açıktır. Bugün ekonomik açıdan Türkiye'den pek de farklı olmayan hayat tarzı, yaşam felsefesi sunmayı başaran Brezilya, kahvesiyle, kamavallarıyla ve futboluyla bir dünya markası haline gelmiştir. Son yıllarda uluslararası turizmde tercih edilen Dubai, 'değer mühendisliği' adını verdikleri fark yaratan projeleriyle markalaşma çalışmalarına devam ettiklerini tüm dünyaya anlatmaktadırlar.

Günümüzde büyük üretici, imalatçı ve ihracatçılarımız yurtiçi satışlara ağırlık verip dünya pazarına yabancı markalar adına fason üretimler yapmaktadırlar. Bunun nedeni: firmaların henüz markalaşmanın anlamını tam olarak kavrayamamaları ve markalarına güvenmemeleridir. Oysa özellikle tekstil üretiminde Türkiye'nin küresel anlamda bir yere geldiği bilinmektedir. 48 Türk firması 100'ü aşkın dünyaca ünlü markaları fason olarak üretmektedir. Marka yaratamama sorunu yüzünden atölye ülkesi olmaktan öteye gidemediğimiz sıkça dile getirilmektedir. Bu durum, markalaşmanın *üretmekten çok yaratmakla* ilgili bir olgu olduğunu kanıtlamaktadır.

KA YNAKÇA

- Aaker, A.David. (1996), **Building Strong Brands**, New York: The Free Press.s.141-142
- Aaker, A. David. (1996b). **Measuring Brand Equity Across Products and Markets**, California Management Review, V:8, s.108.
- Bartle, John. (2001), 'Reklamın Katkısı', **Reklamda Mükemmelle Ulaşmak**, Reklamcılık Vakfı Yayınları, s.33,41. İstanbul.
- Crosthwaite, Andrew. (2001). 'Reklamın Marka Bağlılığı Yaratmadaki Rolü', **Reklamda Mükemmelle Ulaşmak**, Reklamcılık Vakfı Yayınları, s.265. İstanbul.
- Doyle, Peter. (2001) 'Başarılı Markalar Oluşturma', **Reklamda Mükemmelle Ulaşmak**, Reklamcılık Vakfı Yayınları,s.3,9-10,18-19. İstanbul.
- Elitok, Bülent. (2003), **Hadî Markalaşalım**, Sistem Yayıncılık. S.3,82. İstanbul.
- Fırat, Ebru. ('En ya da İlk Olma Stratejisi' <http://www.capital.com.tr/>, (10.07.2004a)
- Fırat, Ebru. 'En Konuşkan Kitleyi Seçin' <http://www.capital.com.tr/>, (10.07.2004b)
- Fırat, Ebru. 'Markanın Yaşlısı Olur mu?' <http://www.capital.com.tr/>, (10.07.2004c)

Howard, John. (1989), **A Consumer Behaviour in Marketing Strategy**, Printice Hall.Inc.s.32

Kotler, Philip. (2001), **Marketing Management**, The Millennium Edition, Printice-Hall, Inc.s.408. USA

Murphy, John. (1987), **What is Branding**, Hong Kong, McMillan.s.1

Uzluğ, Ferruh. (2003), **Markan Kadar Konuş, Marka İletişimi Stratejileri**, MediaCat Kitapları. 2.Baskı, s. 43-44, 56-57. İstanbul

http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=72 ‘Marka Hakkında’, (06.07.2004)

<http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=40914> ‘Bilgi Sektöründe Markalaşma’, (06.07.2004)

<http://www.tugiad.org.tr/tugiad.php?sayfa=yayin&id=161> ‘Uluslararası Markalaşma’ (12.07.2004)

<http://www.infomag.com.tr/v2/content>, (14.07.2007)

http://www.turkishtime.org/ocak/23_3_tr.htm

‘Marka Dedikleri Bir Algı’, (12.07.2004)

<http://www.aksiyon.com.tr/>, ‘Satın Alma Kararımızı İmgeler mi Yönetiyor?’, (07.07.2004)

<http://www.marketingturkiye.com/?sf=BilgiBankasi/Detay&no=190>. (10.07.2004)

<http://www.infomag.com.tr/v2/content/10507>

‘Market Markaları- nın Yükselişi’ (12.07.2004)

<http://www.grupofis.com.tr/haberler.asp>

(15.07.2004)

<http://vizyon.cpm.com.tr/sayi31/markalasma.htm>

(12.07.2004)

Kalkınma Dinamiği Ve Kuzey Güney İlişkileri: -Güney Kore Örneklemeyle- Eşitsiz Değişim Ve Dış Borç Çelişkisi (1990-2004)

Mehmet ŞİŞMAN¹

¹ Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, İktisat Bölümü, İstanbul

ÖZET: Bu çalışma; öncelikle kalkınma kavramının kendisinin Kuzey-Güney ilişkilerinin getirdiği sorunsal çerçevesinde incelenebileceği ön hipoteziyle hazırlanmıştır. Tarihsel olarak bakıldığında II.Savaş’dan bu yana süregelen ilişkiler içerisinde Kuzeyde üç ana alan ortaya çıkmıştır: Kuzey Amerika, Avrupa Birliği ve Japonya (Pasifik). 1970’li yıllarda kar oranlarının düşme eğilimi, petrol ve diğer hammaddelerdeki spekülasyonlarla birleşince, Güneydeki kar oranları Kuzeyin gereksinimlerine göre biçimlendi. Bu Eşitsiz değişim ilişkisi mali ve teknolojik sonuçlar içeren unsurları içine alarak 1990’larda değişik bir kulvara yaklaşmıştır. Ayrıca Kuzeyin doğrudan uluslar arası yatırımları Güneydeki belirli ülkelerde yoğunlaşırken (Doğu Asya ve Çin), mali hareketlilik tüm Güneyde gözlemlendi.1990’lı yıllarda Güneyin, geçiş ekonomileri ve sahra altı Afrika hariç, Dünya ticaret hacmindeki payı ortalama %8 civarı artmıştır. Çalışmada belirtilen Güney Kore örneklemeinden de anlaşılacağı gibi ticaretteki artış çift yönlüdür.Bugün bir çok Güney ülkesinde gözleneceği gibi ithalata bağımlı, katma değer yaratma kapasitesi düşük bir yapı oluşmuştur. Bu olgu da Kuzeyin kendi içinde olduğu kadar Güneyle arasındaki kutuplaşmayı artırmaktadır.

Anahtar sözcükler: Kuzey, Güney, Güney Kore, ihracatta katma değer,dış borçlar.

ABSTRACT: At this study, it is investigated economic relations between North-South in terms of development in the South. After the Second War, In the North, there have been appeared three main era: North America (USA), European Union and Japan

(Pasific). In the 1970s, After the North has been lived crises, there were two influences. One of them, USA (North America) has been superiority against EU and Japan in the 1990s. Besides, North has invested direct and indirect capital movement in the South. South has enhanced its foreign trade in the world. But, at this study, South Korea’s export which has been indicated a model for South, is dependent on import and decreasing value added in its export. The other South countries have also got same situation. Brasil, Mexico China, Turkey, India, Endonesia and South Korea have got indebted over 100 billion dolar in the 2000s. North polarizes with South and itself. Unequal Exchange and the dilemma of debt have determined on the North-south relations.

Key words: North and South, South Korea, added value in export, foreign debts, globalization, unequal exchange.

GİRİŞ: GELİŞME LİTERATÜRÜNDE, “KUZEY-GÜNEY” VE “EŞİTSİZ DEĞİŞİM” KAVRAMLARI

Dünya Ekonomisinde 1800-2000 yılları arasında en zengin ülkelerle en yoksul ülkeler arasındaki kişi

başına gelir farkı 12 kat artış göstermiştir. Yani 1800 yılında dünyanın en zengin ülkeleriyle en yoksul ülkeleri arasındaki kişi başı gelir farkı beş kat iken, 2000 yılında 60 kata çıktığı saptanmıştır. Bununla beraber son iki yüzyılda dünyada ortalama kişi

başına gelir 8 kat artmıştır (Pamuk, 2003; 383). Kişi başına gelirdeki artışların bir toplumda veya tek tek ülke ekonomilerinde gelir dağılımındaki bozulmayı göstermediği bilimsel bir gerçektir. Ancak, bu iki veri bize kapitalizmin dünya ölçeğinde yayılmasından günümüze eşitsiz gelir yaratmasıyla ilgili önemli bir fikir vermektedir. Hayatın bütün alanlarında izlerini görebileceğimiz bu gelişme farklılığı, bizatihi yeni eşitsizlikler getirecektir. Fakat bu eşitsizlik hep daha üst noktalarda referans noktalarına bakarak bulacağımız bir şey de olmayabilir. Örneğin günümüz küreselleşme çağında hala açlık çeken nüfusun -Afrika'daki 24 ülke nüfusunun önemli bir kısmı- tekrar gündeme gelmesi gibi. 2000'li yıllarda Dünyada yaşayan 6 milyar civarındaki nüfusun 1 milyarı yoksulluk sınırının altında yaşarken, 5 milyarı geçim sıkıntısı çeken yoksul ve ancak 1 milyarı kendi gereksinimlerini herhangi bir iktisadi sıkıntı olmadan sağlayabilecek durumdadır. Bu çerçevede, Kuzey ülkelerindeki işsizliğin de yeni bir olgu olmadığı sonuçları itibariyle tartışılmamaktadır. Genel gelişmişlik farkı; sınıflar arası ilişkilerin yanında Kuzey-Güney ülkeleri ayrımını zorunlu kılar kanısındayız. Bu olgu aslında kalkınma literatüründe ilk olarak bağımlılık okulunun metropol -uydu önermeleriyle gündeme gelmiştir. G. Myrdal'ın 'kutuplaşma' teorileri ve A.G. Frank'ın 'azgelişmişliğin gelişmesi' kavramları 1950 ve 1960'lı yıllardan itibaren Kuzey Güney çelişmesine ilk dikkati çeken tartışma noktaları olmuştur. Ancak günümüzde tartışma sürmektedir.

Kuzey-güney kavramına yön veren bir diğer kavram eşitsiz değişim kavramıdır. A. Emmanuel'e göre, 'eşitsiz değişim' artık değer oranlarının kurumsal olarak farklı olduğu bölgeler arasında karların eşitlenmesi sonucu oluşan denge fiyatları arasındaki orandır. Düşük ücret düzeylerine sahip azgelişmiş ülkelerden yüksek ücret düzeylerine sahip gelişmiş ülkelere, uluslar arasında oluşan üretim fiyatları aracılığıyla bir değer aktarımı söz konusudur. Gelişmiş ülkelerde işçilerin elde ettiği yüksek ücretler eşitsiz değişime dayandığı için, işçiler arasında dünya ölçeğinde bir dayanışmanın zemini bulunmamaktadır. Başlıca çelişki, zengin ülkelerle yoksul ülkeler (kuzey-güney) arasındadır. Bunun yanısıra gelişmenin itici gücü olarak da yüksek ücretler görülmektedir. Yüksek ücretler talebi, ve dolayısıyla yatırımları uyarılmaktadır. Ayrıca sermaye-yoğun tekniklerin kullanımını da özendirilmektedir. Ama azgelişmiş bir ülkede ücretler aniden birkaç kat arttırılamaz. Emmanuel, eşitsiz değişimin alternatifinin ücretleri aniden yükseltmek değil, otarşi olduğu kanısındadır. Bu ise tek tek ülkelerin yapacakları bir şey olmaktan ziyade, azgelişmiş ülkeler (güney) arasında bölgesel işbirliği olarak anlaşılmalıdır.

Zira ulus-devletler dünya ekonomi politikasında ya da sisteminde daha uzun süre varlığını sürdürecektir. Bu etki; kapitalizmin gelişmiş bölgelerinde (kuzey) başta belirttiğimiz gelir farklılığının derinleşmesinde (alt sınıfların yoksullaşması) ve kuzey-güney eşitsizliğinde yeniden üretilmekte, tazelenmektedir (Wood,2001 ;123). Sorun, Wood'un da yerinde saptadığı gibi, sadece ulus devletlerin bu sürece ayak diremelerinden ibaret değil, küresel kapitalizmin gereksinimiyle oluşmuş bir ulus devletler arası küreselleşmeyle karşı karşıya olunmasıyla bağlantılıdır. Dolayısıyla ulusal olarak örgütlenmiş küresel kapitalizmde hiçbir özgül ulusal politika (tek başına bir ülkede) kriz çıkarmadığı gibi, hiçbir ulusal strateji de bu krizlere tek başına çözüm olamayacaktır (Wood, 2001;125). Böyle bir "ulus-devlet küreselleşmesinin sisteme içkin" olduğu ve bu nedenle de sistemin "tüm hareket yasalarına kök saldığı" gerçeği bizi kuzey- güney ikilemine yani çelişmesine götürmektedir.

Kuzeyin G3, G5, G7 ve G8 örgütlenmelerinden ve bunun karşısında Güneyin G22, G77, G15 gibi örgütlenme çabalarından da anlaşılacağı gibi; Birleşmiş Milletlerin dışında geliştirilen yakınlıklar aslında Kuzey-kuzey ilişkilerine yön verirken bir yandan da güney-güney ilişkisini gündeme getirerek, kuzey-güney ilişkisini belirlemektedir. Aslında doğu batı ilişkisinin devamı anlamına gelecek kuzey güney ilişkisi; soğuk savaş sonrası yeni bir yörüngeye doğru yol almaktadır. Bundan sonraki alt başlıkta tarihsel olarak Kuzey – Güney çelişmesine yol açan gelişmeler ele alınacaktır.

KUZEY-GÜNEY EKONOMİ POLİTİĞİNİN TARİHSELLİĞİ: "EKLEMLENME VE DIŞLAMA"

Günümüz Kuzey-Güney çelişmesine yön veren gelişmelerin tarihi çok eskilere gitmekle beraber esas olarak ikinci Dünya savaşının bitişiyle başlamıştır. Avrupa kaynaklı modern dünya kapitalizmi ABD ve Japonya'nın kendi iktisadi egemenlik alanlarını oluşturacak koşulları hazırladı. Burada daha önceden gelen bilgi ve sermaye birikimi bu üç ana kuzey 'devlet'ini yeni ilişkilerle ortaya çıkardı. Daha fazla üretimde ölçeğe göre artan getiri -ki bu kar oranlarında sürekli artışa tekabül etmektedir- yanında hız ekonomileri de denen yüksek teknolojinin yüksek katma değer yaratarak üretim süreçlerini sıçratması, atağa geçirmesi sözkonusu oldu (Gill 1993; 86). Üretimdeki bu atak 1945-1967 arası hem kuzeyin kar oranlarını yükseltti hem de kendi aralarında güneye karşı işbirliğinin tohumlarını attı. Ancak, yine aynı dönemde, Almanya ve diğer Batı Avrupa ülkeleriyle, Pasifikte Japonya'nın emek verimliliği açısından ABD'nin önüne geçmeleri; aynı zamanda "ulusal ve bölgesel temelli" sermayeler arası rekabetin de biçimlendiğini göstermesi açısından ilginçtir (McNally, 2001;110). Yani tek bir dünya sermayesi, nasıl tek bir dünya emek gücü denemiyorsa henüz mümkün görünmemektedir. Bu tespit Kuzeyin kendi içinde yeknesak bir dermaye gücü olmadığı, önemli rekabet unsurlarını barındırdığı anlamında dikkate alınmalıdır.

İkinci Dünya savaşı sonrasında ABD gerek altın rezerviyle, gerekse teknolojik ve askeri yapısıyla hegemonik güçtü. Ardından 1960'lı yıllarda Almanya ve Japonya'nın yeniden çıkışı ve kendi bölgelerinde iktisadi güç haline gelmeleri Kuzey'deki rekabet potansiyelini göstermektedir. Aslında bu olgu tarihsel olarak tesadüf değildir. Zira 19.yüzyılı Birleşik Krallık dışında, sanayileşmiş olarak bitiren üç ülke yine adı geçen ülkelerdir. 1967'de kar oranlarındaki düşüş Kuzey'deki ülkeleri bir ikileme karşı karşıya bıraktı. Ya daha düşük kar oranlarına katlanılacak ve üretim artırılacak; ya da küresel düşünerek üretim reel ücretlerin daha düşük olduğu (eşitsiz değişim) yerlere kaydırılarak kar oranlarındaki düşüş, yani sermaye birikiminin gerilemesi engellenecekti. İkinci yol ağırlıklı bir uygulama gerçekleştiğinden, Kuzey'in işsizlik problemleri ve efektif talep yetersizliği aşırı birikim eğilimiyle birleşerek 1973 sonrası sorunların da başlangıç noktasını oluşturdu (Wallerstein, 2000; 62). Bu sorunlara 1974-75 ve 1979'daki petrol fiyatlarındaki artış ve diğer hammaddelerdeki spekülasyon dalgası eklenince sistemin hem Kuzey tarafını hem de Güney tarafını derinden etkileyen gelişmeler hızlandı. Burada kuşkusuz klasik iş çevrimlerinde belirtilen mekanizmanın tersine; aşırı birikim koşulları, Bretton Woods Sistemi'nin çöküşünden sonra atıl kalan para sermayenin ilksel malların (hammaddeler) kıtlığından yararlanarak, bu mallar üzerinden spekülasyona yapılmasına neden olmuştur. Dünya Ekonomisi'nde büyüme oranı düşerken petrol fiyatları artmıştır (Itoh ve Lapavitsas, 1999; 194). OPEC'in petrol fiyatlarını 1974-75 dört kat (varili 3 dolardan 12 dolara) 1979'da 2 kat artırması varolan sorunların Kuzey ve Güneydeki yapıları iki biçimde etkilemiştir: mali (finans) ve teknolojik açıdan.

Mali açıdan: Kuzey'de ABD dışında dolaşan dolar –eurodolar- bolluğuna OPEC ülkelerinden gelen petrol gelirleri –petrodolar- fazlası da eklenince aşırı kredi arzı yaratılmış oldu. Sözkonusu Eurodolarların bir kısmı Avrupa'nın yeniden inşasında kullanılan paralar, bir kısmı da o zamanki Doğu blokunda biriken dış ticaret fazlaların Batı Avrupa'daki bankalardaki dolar mevduatıdır. Bu para sermaye kitlesinin Kuzey'de yeniden yatırıma dönüşmesinden çok, kuzeyin Çokuluslu bankacılık faaliyetlerine girişmesine ve Güney ülkelerinde kredi talebine hizmet ettiğini söyleyebiliriz (Şişman, 2003: 53). Mali küreselleşmenin öncüsü sayılabilecek bu gelişmeler aynı zamanda 1990'lar boyunca ve 2000'lerin ilk yarısında Güneyde ortaya çıkan krizler için ilk sinyallerin alındığı yıllardır. 1982 Meksika, Arjantin ve Brezilya'da yaşanan dış borç krizinin başka güney ülkelerinde ve yine Latin Amerika ülkelerinde tekrarlandığı yılların başlangıcıdır. 1990'larda Kuzeyden Güneye akan sermaye 1970 ve 1980'lerden farklı biçimde ancak çok daha büyük miktarlara ulaşmıştır. Kuzeyden Güneye giden sermaye 1990-1993 arası üçe katlamıştır. 1993-1997 arası biçim değiştiren fonlar ağırlıklı olarak portföy yatırımları akışında altı katlık artış sağlamıştır. 1990'larda daha

önceki döneme göre farklı biçimde devlet borçlanmalarının yerini özel sektör borçlanmaları almıştır. 1970 ve 80'li yıllarda devlet borçlanmaları ağırlıklı olarak 1990'lardaki portföy yatırımlarından güneye giden fonların %60'ı özel sektöre kaymıştır (Lairson ve Skidmore, 2003; 394).

Öte yandan, 1970'li yıllarda Kuzeyden Güneye kaydırılan düşük **teknolojili** sanayi yatırımlarının sadece Uzakdoğu ve Latin Amerika 'daki bazı ülkelere gittiği gözlenmiştir. Bu bölgelerde emek gücü bol ve görece olarak ucuz olduğu ve iç pazarlara yakınlık tercih edildiği için kar oranları da tekrar yukarı doğru ivme kazanmaktaydı. Brezilya, Meksika, Güney Kore ve Tayvan gibi ayrıca jeostratejik öneme sahip ülkeler de "yeni sanayileşmiş ülkeler" (NICs) kategorisini oluşturdu. Bu ülkelerden Meksika 1995'de NAFTA'ya girerek Kuzey Amerika bölgesinin ucuz işgücü kaynağını devam ettirdi. Eşitsiz değişim ilişkisine bir örnek teşkil eden bu bölgedeki emek ABD'li işçinin sekizde biri civarında ücret alabilmektedir. 1980'lerde "dört kaplan" Güney Kore, Tayvan, Singapur ve Hong Kong Güneyin yeni sanayileşen ülkeleri oldular. Pasifikteki gelişmeler Japonya'nın da etkisiyle Tayland, Malezya, Endonezya, Filipinler, Vietnam ve Çin'i de içine alarak devam etmektedir. Bu olgu adı geçen ülkelerdeki doğrudan yatırımlar ve dış ticaret hacmindeki sıçramalardan gözlenebilir (UN/DESA, 2002: 97-98).

Adda'ya göre eklemleme (entegrasyon) ve dışlama (tecrit etme) olgularını kapitalist üretim tarzının çarpıcı biçimleridir. Hem ulusal hem de uluslar arası alanda geçerli olan bu biçime göre; "*küresel kapitalist dinamiğe yeni bölgelerin (mesela Uzakdoğu) ya da ulusların eklemleme, yaratacağı yeni rekabette, kendini yeni koşullara ayak uyduramayan eski sanayileşmiş bölgelerde kitlesel dışlamalara sebep olabilir*". **Eklemleme** örnek olarak güneyden adaylar Çin, G. Kore, Hindistan, Malezya, Tayvan, Singapur, Meksika Brezilya, Şili, Arjantin, Türkiye ve Tayland'dır. Bununla beraber, yine Güney'den sahra altı Afrika, Latin Amerika ve Ortadoğu'da bir çok bölgede "*eski sömürge döneminden kalan ve küresel talebe ayak uyduramayan bir uzmanlaşmada ısrar edilmesi sonucu hem uluslar arası planda dışlanma ve marjinalleşme hem de içeride yoksullaşma ve çözülme*" gözlenmektedir (Adda, 2003; 128).

Bu çözümler ve eklemleme küreselleşmeyle birlikte hız kazanmıştır. 20.yüzyıla nasıl Birleşik Krallık hegemonyasının dünya çapında gerileyişiyle girildiyse, 21. yüzyıla da ABD'nin hegemonyasındaki çatlaklarla girilmiştir. Ayrıca son 15 yılın gerileyen iktisadi gücü Japonya'nın gerek dünya para sermaye biriminin belirlenmesindeki etkisizliği (Mundell, 2002), gerekse ulusötesi şirketlerinin sayısındaki azalış dikkat çekmektedir. Bu arada Samir Amin'in belirttiği gibi, Çin'in ve G. Kore'nin rekabetçi yüzü onların Kuzey ülkesi olduğunu göstermemektedir. Örneğin Çin'de 1 milyar 300 milyon civarındaki insanın en azından 1 milyarın üstündeki bir kitle ortalama Kuzey

standartlarına ulaşmadıkça bu mümkün gözükmemektedir. Güney Doğu Asya krizinde (1997) Japonya'daki aşırı birikimin etkileri yadsınmaz. Bununla beraber, Çin'in 1990-2000 arası yıllık yaklaşık %10 büyümesi de Pasifikteki aşırı birikim ve rekabet unsurlarını ortaya koymasından ilginçtir (Sum, 2000; 156).

KUZEY-GÜNEY EKONOMİ POLİTİĞİNİ BELİRLEYEN YENİ BİLEŞENLER:

Güney ülkeleri Dünya Ekonomisi'nde aşırı birikimin etkilerini iki biçimde yaşadılar. Yeni sanayileşen ülkelerin de dahil olduğu bu etkileşimin birincisinde Güney'in ürettiği ve ihraç ettiği metallerin dünya piyasasındaki ederi (fiyat) giderek düşmüştür. Petrol dışındaki tüm hammaddeler ve orta ve düşük teknoloji metaller için geçerli olan bu olguyu, Güney ülkelerinin gerek ihraç etmek için ürettiği mallarda kullandığı ithal girdilerin gerekse finans maliyetlerinin artması izledi (Ertürk, 2003; 240). Aslında mali ve teknolojik nedenlerin iç içe geçtiği bu olguya göre; Güney bir yandan yüksek katma değerli malların üretimine zorlanırken diğer yandan bu tür üretimin getirdiği yüksek maliyetlerle karşılaşmaktadır. Zira doğal kaynağa dayanan düşük teknoloji imalat sanayilerinde katma değer, orta ve ileri teknoloji kullanan (makine imalatı gibi) sanayiden daha düşük seyretmektedir (Türel, 2003; 27). Dolayısıyla hem Güneyin kendi içinde hem Kuzeyin kendi içinde müthiş bir teknolojik rekabet yaşanmaktadır. Yüksek katma değer içeren ileri teknoloji üretimini ve mülkiyetini ulusötesi şirketler (TNC) aracılığıyla elinde bulunduran Kuzeyden Güneye teknoloji transferi; Güney için hem çok pahalıya mal olmakta hem de aynı cins (same generic) teknoloji birkaç firmadan değişik isimlerle ithal edilerek kaynak savurganlığına yol açmaktadır.

Ulusötesi şirketler gittikleri ülkenin özgün koşulları ve faktör donanımını dikkate almadıklarından, bu tür yatırımlar yerel ülkede ithalatın artışıyla sonuçlanmaktadır. İthal edilen teknolojiler yüksek finans maliyetlerine rağmen, gidilen güney ülkesinde ulusal araştırma ve teknoloji gelişimini sağlayamamaktadır. Üstelik bu geliştirme çabaları ve Güneyin ilgili maldan yaptığı ihracat artışı ulusötesi şirketlerin, hatta Dünya Bankası'nın sınırlamalarına tabi olarak gelişmek durumundadır (Martinussen, 1997; 119, 127). Kuzeyden teknoloji transferi 1990'larda reel sosyalist ülkelerin çoğunun kapitalizme geçişiyle yukarıda anlatılan biçimiyle bir ivme kazanmıştır. Ayrıca, gidilen ülkelerdeki yerel (subsidiaries) firmaların sermaye yeterliliği, düşük emek yoğunluğu, pazara yakınlık ve jeo-stratejik unsurlar teknoloji transferini etkilemektedir. Bütün bu gelişmeler birinci alt başlıkta belirtilen eşitsiz değişim ilişkisini öne çıkarmaktadır. Bu anlamda teknoloji transferinde örnek gösterilen ülkelere Güney Kore'deki mevcut durumu anlamak yararlı olabilir kanısındayız.

Güney Kore Örneğinde İhracat-Katma Değer İlişkisi:

Güney Kore 1970'li yıllardan itibaren, Dünya Ekonomisi'nde Güneye örnek gösterilen bir sermaye birikimi sağlayarak sanayileşmesini belirli noktalara taşımıştır. Doğu Asya içindeki dört kaplıdan biri olarak Güney Kore, 1970'li yıllarda ortaya koyduğu kalkınmacı devlet anlayışını 1990'larda farklılaştırarak finansallaşmaya ayak uydurmak istediği gözlenmektedir (Chang, 2002: 97). Bu elbette bir çok sorunu birlikte getirmektedir. Güney Kore Merkez Bankasının araştırmasına göre; son on yılda, ihracat 1 milyar Won arttığında bunun işyeri sayısında yarattığı artış (işyeri yaratma katsayısı), üçte bire düşmüştür. İhraç malları sermaye yoğun mallara yönelirken ithalata bağımlılık giderek artmaktadır. Bu çerçevede küçük ve orta ölçekli firmalar giderek daha fazla rekabet baskısıyla karşılaşmaktadır. İhracattaki artış devam ettiği halde bunun işyeri yaratma etkisi ve katma değerinin hızla düştüğü ortaya çıkmıştır. (<http://ucc.media.dau.m.net/uccmix/news/economic/industry/200407/>, 12 Temmuz 2004). Bu olgu Güney Kore'nin ihraç ettiği yarı iletken ve cep telefonu gibi sermaye yoğun mallar için giderek daha fazla ithalat yapmasından kaynaklanmaktadır. Halbuki daha önce ihraç mallarında kullanılan girdiler ağırlıklı olarak G. Kore'deki KOBİ'lerden sağlanıyordu.

Güney Kore'de örneğin, başlıca ihraç ürün olan elektronik ve elektrik sektörünün toplam ihracattaki payı 1995 yılında % 27.6 iken, 2000 yılında %30.5'e çıkarak % 2.9 artmıştır. Ancak aynı sektörün toplam ithalattaki payı aynı dönemde % 23.3'ten %32.4'e çıkarak % 9.1 artmıştır. Dolayısıyla 1 Won'luk ihracat için gereken ithalatı gösteren 'İthalat Yaratma Katsayısı'da 1990 yılında 0.308'ten 2000 yılında 0.367'ye çıkmıştır (<http://ucc.media.dau.m.net/uccmix/news/economic/industry/200407/>, 12 Temmuz 2004). Bu veri bize G. Kore'de sermaye-yoğun mallara dönük ihracatın bedelinin daha fazla ithal girdi gereksinimi olduğunu anlatması açısından önemlidir.

Yine Güney Kore'de İhracatın GSYİH üzerindeki katkısı da gittikçe azalmaktadır. KDI'n (Korea Development Institute) çıkardığı 'ihracatın katma değer yaratma etkisi' başlıklı rapora göre ihracattaki 1 Won'luk artışın GSYİH üzerindeki etkisini gösteren 'Katma değer yaratma katsayısı'nın 1993 yılında 0.711 iken, bu rakam 2003 yılında 0.582 olup % 18.1 azaldığı ortaya çıkmıştır. Bu veri şunu göstermektedir. Güney Kore'de 1993 yılında yapılan 1000 Won'luk ihracatın gelir üzerindeki katkısı 711 Won iken, 2003 yılında yine 100 Won'luk ihracatın yarattığı gelir 582 Won olmuştur. Bunun gibi ihracattaki katma değer düşüşünün nedenini bir KDI araştırmacısı şöyle açıklıyor: "G. Kore açısından Katma değeri yüksek olan Meşrubat-gıda, tekstil-hazır giyim ve madeni ürünlerde ihracat azaldı. Bunun yerine katma değeri düşük olan yarı iletken, enformasyon cihazları gibi ürünlerde ihracat arttı ve yan (parça) sanayileri rekabet gücünü

kaybetmiştir.” Örneğin yarı iletken sektöründe, sektörün katma değer yaratma katsayısı 1993 yılında 0.598 iken, 2000 yılında 0.497’ye düşmüştür. Bununla birlikte aynı dönemde söz konusu sektörün toplam ihracattaki payı %7.68’den %12.0’a yükselmiştir (<http://ucc.media.dau.m.net/uccmix/news/economic/industry/200407/>, 12 Temmuz 2004).

Tüm Güney ülkelerine örnek gösterilen Güney Kore’de İhracatın katma değer yaratma etkisi büyük ölçüde azalarak ihracattaki artış → Katma değerdeki artış → Yurt içi talepteki artış zincirinde kopukluğun ortaya çıktığı gözlenmektedir. Temelde olarak KOBİ rekabet gücünün artırılması gerçekleşmezse, bu tür yapısal sorunların bir süre daha devam etmesi beklenmektedir. Aslında tüm Güney ülkelerinde, gerek katma değerdeki artışların gerekse ihracattaki artışların GSYİH’da yarattığı büyümenin bir kısmı dış borç ödemelerine gitmektedir. Dolayısıyla Güneyde ihracatın ithalata bağımlı hale gelmesi, hem bir kriz anında dış borç ödemelerinin aksaması hem de bağımlılık ilişkisini derinleştiren bir unsur olarak eşitsiz değişim ilişkisini yeniden gündeme getirmektedir. Kuşkusuz bu gelişmeler Kuzey-Güney ilişkilerine yeni bir biçim vermektedir.

SONUÇ: DIŞ BORÇ ÇELİŞKİSİ VE EŞİTSİZ DEĞİŞİM

1990’lı yıllarda Kuzey neoliberal politikalar gereği sermaye akımlarını Güney ülkelerinde de serbestleştirmek için uygun ortamla karşılaşmıştır. Zira Güney ülkeleri önemli özelleştirmeler yaparak uyum sağlama konusunda kararlılıklarını göstermişlerdir. 1990-1997 arası Arjantin 27.9 milyar\$, Brezilya 34.3 milyar\$, Kolombiya 5 milyar\$, Hindistan 7.1 milyar\$, Endonezya 5.2 milyar\$, Malezya 10 milyar\$, Meksika 30.5 milyar\$, Pakistan 2 milyar\$, Peru 7.5 milyar\$, Singapur 1.9 milyar\$, South Afrika 2.5 milyar\$, Türkiye 3.6 milyar\$, Tayland 3.6 milyar\$) ve Venezuela 5.9 milyar\$’ı bulan özelleştirme gelirleri elde edilmiştir. Hala hazırda özelleştirme süreci devam etmektedir. (<http://www.southcentre.org/publications/competition/to.c.htm>, erişim tarihi 22 7.2004). Öte yandan Güney ülkelerinin Dünya dış ticaret hacmi içindeki payı, sahra altı Afrika ve geçiş ekonomileri (Doğu Avrupa) hariç giderek artmaktadır. Buna göre 1990’da Güney ülkelerinin Dünya ihracatı içindeki payı %23.9’ken 2000’de %32.0’ye yükselmiştir. Yine aynı biçimde Dünya ithalatı içinde de Güney’in payı artmaktadır. Bu oran da 1990’da %22.1’den 2000’de %29.1’e çıkmıştır (UNCTAD, 2002; 48). Bu olgu daha önce belirtildiği gibi Güney’in Kuzeyle top yekün eklemelenmesi yoluyla değil sahra altı Afrika gibi bölgelerin dışlanması olgusuyla birlikte gerçekleşmektedir. Üstelik Dünya Ekonomisi’ne daha fazla eklemelenen Güneydeki bölgelerde teknolojik sıçrama gözlenmektedir. Çalışmada örneklendiği üzere, Güney Kore’de teknolojik sıçramanın önemli göstergesi olan katma değer yaratma kapasitesi son on yılda düşmüştür. Ayrıca Schumpeter’in ortaya koyduğu ‘yaratıcı tahribat’;

ticaretteki gelişmelerin üretimdeki gelişmelerin üstüne çıkmasıyla gerçekleşmektedir. Zira, üretimde katma değer artışının zorlaştığına dönük olarak ve bunun bir sonucu olarak artan işsizlik eğilimleri; hem Kuzeyden hem Güneyden olumsuz işaretler olarak algılanmalıdır (UNCTAD, 2003; 49). Bu çerçevede çalışmada vurgulandığı gibi, eşitsiz değişim ilişkisinin kuzey güney iktisadi ilişkilerini belirlemeye devam ettiğini söylemek gerekmektedir. Güney ülkelerinin bu eşitsiz değişim ilişkisini kırmak için daha fazla yatırım malını, kendi aralarındaki işbirliğini artırarak üretmesi zorunluluk haline gelmiştir (Somel C., 577).

Öte yandan mali serbestleşme ya da kuralsızlaştırma uygulamalarıyla Kuzeyden Güneye akan sermaye hareketleri geri dönüş sürelerini kısaltarak ve tahribat yaratarak seyyaliyetini sürdürmektedir. Daha önceki dönemlere göre özel sektör borçlanmaları ağırlıklı ve portföy yatırımlarına kayan para sermaye akımları 1994 Türkiye ve Meksika, 1997 Güney doğu Asya’da, 1998 Rusya ve Brezilya krizlerinin çıkmasında baş etken olurken, 2001’de Türkiye ve 2002’de Arjantin’deki krizlerde önemli bir etken olmuşlardır. Ayrıca Kuzeyden Güneye Doğrudan yatırımlarda önemli sıçramalar gözlenmekle birlikte, bu yatırımlar da Çin ve diğer Doğu Asya ülkeleri ağırlıklıdır. Yani Güney ülkeleri arasında dengesiz bir dağılım gözlenmektedir. Güneydeki rekabetin artışı ve makro politikaları uygulamadaki bir başka zorluk artan sermaye hareketliliğinin de etkisiyle artan dış borçlanma eğilimidir. Bu sermaye hareketleri sonucu; Çin, Hindistan, Güney Kore, Türkiye, Rusya, Arjantin ve Brezilya gibi güney ülkelerinin dış borçları 2000’li yıllarda 100 milyar doları çoktan aşmıştır. Halbuki bu ülkelerin hiç biri 1990’a girerken bu kadar ciddi borçlanma konumunda değildi (DPT, 2003; 54).

Sonuç olarak, kapitalizmin 1990-2004 arası Dünya Ekonomisindeki işleyiş biçiminde Kuzey ülkeleri ile Güney ülkeleri arasındaki meta ticareti ve mali ve reel yatırımlarda önemli hareketlilik yaşanmasına rağmen; eşitsiz değişim ilişkisi ağır dış borçlanma yüküyle Güneyin katlandığı bir maliyet olarak sürmektedir. Bu olgu; hem Kuzeyin ve Güneyin kendi içinde hem de Güneyle Kuzey arasındaki kutuplaşmanın daha da artmasına neden olmaktadır.

KAYNAKLAR

- Adda J.** (2003), Ekonominin Küreselleşmesi, Çev.: Sevgi İnceci, İletişim.
- Chang Ha-Joon** (2002), Kalkınma Reçetelerinin Gerçek Yüzü, Çev: T. Akıncılar Onmuş, İletişim.
- DPT** (2003), uluslar arası ekonomik göstergeler, Ankara.
- Ertürk K.** (2003), “Parasal Kriz Teorisi Üzerine Notlar”, İktisadi Kalkınma, Kriz ve İstikrar –Oktar Türel’e armağan- içinde, İletişim.
- Gill S.** (1993), “Monetary Policy and cooperation among the group of seven, 1944-1992”, Finance and

- World Politics içinde, ed. By P. G. Cerny , Edward Elgar, Cambridge.
- Itoh M. , Lapavitsas C.** (1999), Political Economy of Money and Finance, McMillan, London .
- Lairson T. D., Skidmore D.** (2003)., International Political Economy, Third Edition, Thomson, Canada.
- Somel, C.** (2003), “Meta zincirleri, bağımlılık ve eşit olmayan gelişme”, İktisadi Kalkınma, Kriz ve İstikrar –Oktar Türel’e armağan- içinde, İletişim.
- Sum N-L.** (2001), “An Integral Approach to the Asian ‘Crisis’: The (Dis)Articulation of the Production and Financial (Dis-)Orders”, Capital and Class, Summer, Number: 74.
- Şişman M.** (2003), Mali Sermayenin Küreselleşmesi, Set yayımları, İstanbul.
- Pamuk Ş.** (2003), “Karşılaştırmalı açıdan Türkiye’de İktisadi Büyüme, 1880-2000”, Küresel Düzen: Birikim, Devlet ve Sınıflar –Korkut Boratav’a armağan- içinde, İletişim.
- Martinussen J.** (1997), Society State and Market –a guide to competing theories of development-, Zed Books, Canada.
- McNally D.** (2001), “Kapitalizm Üzerine Düşünceler”, cosmopolitik, Ekim, sayı:1.
- Mundell R.** (2002), Currency Areas, Exchange Rate Systems and International Monetary Reform (<http://www.columbia.edu/~ram15/ce/ma2000.html> içinde, erişim tarihi Mart2004.)
- Türel O.** (2003), “Dünyada sanayileşme deneyimi: geçmiş çeyrek yüzyıl (1975-2000) ve gelecek için beklentiler”, Küresel Düzen: Birikim, Devlet ve Sınıflar –Korkut Boratav’a armağan- içinde, İletişim.
- UNCTAD** (2003), *Handbook of Statistics, 2002; 48,49.*
- UN/DESA**, *Commodity Trade Statistics* database; World Bank, *World Development Indicators, 2002;* and Thomson Financial Datastream, 97-98.
- Wallerstein I.** (2000), *Bildiğimiz Dünyanın Sonu*, Çev.:Tuncay Birkan, Metis.
- Wood E. M.** (2001), “Ulus devlet dünyasında küresel kapitalizm”, cosmopolitik, Ekim, sayı:1. <http://ucc.media.daum.net/uccmix/news/economic/industry/200407/>, adlı siteden Türkçeye çeviren: No-Eung Park, erişim tarihi 12 Temmuz 2004. <http://www.southcentre.org/publications/competition/to.c.htm> erişim tarihi 22.7.2004.

Avrupa Birliği’nin Finansal Entegrasyon Süreci

Mehmet Akif İÇKE¹

¹ Dr., İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, İstanbul

ÖZET: Avrupa Birliği üyesi ülkeler, küreselleşen dünya ekonomisinin getirdiği sorunları aşmanın çözüm yolu olarak daha fazla bütünleşmeyi tercih etmektedirler. Reel ekonomik ve parasal entegrasyon alanında sağlanan başarılarla rağmen, finansal entegrasyonun ciddi anlamda gündeme gelmesi, ancak tek paraya geçiş sonrasında mümkün olmuştur. Oysa, diğer alanlarda sağlanan bütünleşmenin faydalarının tam anlamıyla ortaya çıkarılabilmesi için, bütünleşmiş bir finans piyasasına gereksinim duyulmaktadır. Avrupa Birliği ülkeleri de, bu doğrultuda finansal bütünleşmeyi engelleyen unsurları aşmaya yönelik adımları hızlandırmıştır. Hedeflenen, sermaye piyasalarına daha fazla odaklanmış, yenilikleri teşvik eden ve fonları kendisine çekebilen, bir finans piyasası oluşturarak uluslararası rekabet gücünü arttırmak ve daha yüksek ekonomik büyümeye ulaşmaktır.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Finansal Entegrasyon, Sermaye Piyasası Odaklı Finans Sistemi, Euro, Ekonomik Büyüme

Financial Integration Process of the European Union

ABSTRACT: Member countries of the European Union prefer to promote integration process in order to overcome the problems of the globalized world economy. Even the success of the real economic and monetary integration, the notion of financial integration became crucial after the transition to the single European currency. However, a unified financial market is needed to live the benefits of the integration. With this purpose, members of the European Union try to eliminate the obstacles that prevent financial integration. Thus the Union’s final aim is to create a capital-market based, innovation-encouraging and capital movement fostering and attracting financial system to be more competitive and to be able to reach higher economic growth rates.

Key Words: European Union, Euro-zone, Financial Integration, Capital Market-Based Financial Systems, Economic Growth.

GİRİŞ

Finans piyasalarının entegrasyonu kavramını entegrasyonun gerçekleştiği coğrafyada, ulusal paraların tam konvertibl olduğu ya da tek paranın kabul edildiği durumda, sınır ötesi sermaye hareketlerinin tamamen

serbestleştirilmesi vasıtası ile, tek finans piyasasının oluşturulması şeklinde tanımlamak mümkündür (Bender, 2001: 30). Bu anlamda, finansal entegrasyon Avrupa Birliği’nde (AB) belirli sayıda ve birbirinden

ayrı olarak işleyen finans piyasalarının birleştirilerek iç içe geçmesi sürecini kapsamaktadır.

Hiç kuşkusuz, tam anlamıyla entegre olmuş bir AB finans piyasasından söz edilebilmesi için, tüm potansiyel piyasa aktörlerinin aynı kurallara muhatap olması, arz edilen finansal ürünlerin aynı koşullarda talep edilebilmesi ve işlemlerin yürütülmesinde eşit uygulamaların geçerli olması gerekecektir (Europäische Zentralbank, 2003: 62). Bu, finans piyasası aktörlerinin menşelerine bakılmaksızın ulusal ya da bölgesel kısıtlamalardan etkilenmeden karar vermeleri ve piyasaya girişte eşit olanaklara sahip olmaları anlamına gelecektir (Baele vd., 2004: 6).

Ne var ki, AB tek finans iç pazarının sadece “negatif entegrasyon” anlamında, üye ülkeler arasındaki uluslararası sermaye hareketlerinin serbestleştirilmesi yoluyla kurulmasını beklemek, yeterli olmayacaktır. Bu amaca ulaşılabilmesi için, “pozitif entegrasyon” anlamında, AB genelinde yeni bir takım finansal düzenleme ve denetleme kurumlarının veya yasal düzenlemelerin devreye sokulması gerekebilecektir (Enquete Kommission, 2001: 89).

AB entegrasyonunun tarihsel gelişim sürecine baktığımızda, yakın zamana kadar finansal entegrasyon alanındaki ilerlemelerin, çok sınırlı kaldığı görülmektedir. 1957 Roma Anlaşmaları’nda, finansal hizmet piyasalarının bütünleşmesine ilişkin hükümler bulunmasına rağmen, bunların kağıt üzerinde kalması sözkonusu olmuştur (Breuer, 2001: 7). AB’de bütünleşmiş finansal hizmetler sektörünün ekonomik öneminin ciddi şekilde dikkate alınması, ancak Gümrük Birliği sonrasında mümkün olmuştur. Tek AB finansal iç pazarının oluşturulması için en belirleyici adım ise, 1986 yılında “Tek Avrupa Senedi”nin kabul edilmesi ile atılmıştır. Bu belge ile, AB’de sınırların serbest bir pazar için kaldırılarak mal, hizmet ve sermaye alanında serbest dolaşımın sağlanması ve ekonomik ve parasal Birliğin tamamlanması kabul edilmiştir (Karluk, 1996: 70). Ne var ki, finans iç pazarının oluşturulması için hedeflenen tarih olan 1993 yılının başında, finans piyasalarının çoğu alanda bölgesel karakterini koruduğu görülmüştür.

AB Komisyonu, küresel rekabetin giderek şiddetlenmesi, AB finans piyasalarının Amerika Birleşik Devletleri’nin (ABD) gerisinde kalması ve Euro’ya geçişin kabul edilmesi gibi gelişmelerin ışığında, 1998’deki Cardiff Zirvesi’nde, finans piyasalarının entegrasyonu için gerekli olan hedefleri açıklamıştır (Stark, 2003: 5-7).

1999 yılında “Finansal Hizmetler Eylem Planı (Financial Service Action Plan - FSAP)”, kabul edilmiş ve 2005 yılına kadar tamamlanması öngörülmüştür. FSAP, finansal hizmetler sektörünün entegre olması için gerekli olan düzenlemeleri içermekte ve sektörün büyük bir bölümünde varolan engellerin kaldırılmasını

öngörmektedir (Walter, 2003: 6). 2004 yılı sonunda FSAP’de öngörülen 42 düzenleme, üçü dışında tamamının uygulamaya konması sözkonusu olmuştur (Europäische Kommission, 2004: 6).

2000 yılında yapılan Lizbon Zirvesi’nde, “AB’nin 2010 yılına kadar dünyanın en rekabetçi ve dinamik bilgi temelli ekonomik bölgesi haline getirilmesi” stratejik bir hedef olarak benimsenmiştir. Bu çerçevede, FSAP’nin öngördüğü düzenlemelerin uygulamaya konma süreci hızlandırılmıştır (Schuster, 2004: 3). Diğer yandan, AB yasama sürecinin yavaş işleyişinin finansal entegrasyonu olumsuz etkilediği görülerek, 2002 yılında “Lamfalussy-Prosedürü” uygulamaya konmuştur. Bu prosedürle, AB hisse senedi piyasalarının düzenlenmesinde, piyasa katılımcılarının da dahil olduğu iki yeni danışma komisyonu kurularak, yasal sürecin hızlandırılmasına yönelik yeni ilkeler getirilmiştir (Europäische Kommission, 2001: 183).

Bazı finans piyasası uzmanları tarafından, Euro uygulamasının Avrupa finans piyasaları için, tarihsel olarak bir defa görülebilecek yapısal bir sıçrama olduğu ve bu gelişmenin “yaratıcı yıkım” sürecine yol açacağı gündeme getirilmiştir (Köhler, 1998: 37). Oysa, tek paraya geçilmesi olgusunun, AB finans piyasalarının tam anlamıyla entegre olması için gerekli, ancak yeterli olmayan bir koşul olarak yorumlanması gerekmektedir (Tumpel-Gugerell, 2004, 12).

Bilindiği gibi, Euro’ya geçiş, döviz kuru riskini ortadan kaldırmış ve yatırımcıların sınır ötesi finansal araçlara olan ilgisinde bir artışa neden olmuştur. Bu da, finans piyasalarının bölünmüş yapısından doğan maliyetlerden duyulan rahatsızlığı, iyice su yüzüne çıkarmıştır. Sözkonusu gelişmeler ışığında, finans piyasalarının entegrasyonunun AB reform programında öncelikli maddelerden biri haline gelmiştir (Walter, 2003: 4). Üzerinde ısrarla durulması gereken husus, finans piyasası aktörlerinin karar oluşturma süreçlerinde ulusal sınırların yasal ve fiili olarak tamamen ortadan kalkması anlamında, tek Avrupa finans piyasasının kurulmasında, henüz başarı sağladığını söylemenin mümkün olmamasıdır.

FİNANSAL ENTEGRASYON, FİNANSAL GELİŞİMİŞLİK VE EKONOMİK BÜYÜME

Finansal entegrasyon üzerinde bu kadar durulmasının altında, tek “AB Finans Sistemi”nin oluşmasının önemli ekonomik avantajlar doğuracağına yönelik beklentiler yatmaktadır. Ancak, finansal entegrasyonun ekonomik etkilerinin doğrudan ve nicel olarak belirlenmesinde zorluklar yaşanmaktadır. Bunların başında, finansal entegrasyonun derinleşmesinin makro ekonomik avantajlarının büyük bir kısmının, ancak dolaylı etkilerle ortaya konabilmesi gelmektedir. Bu nedenle, öncelikle finansal entegrasyonun hayata geçirilmesinin temel makro ekonomik büyüklükler üzerinde, hangi aktarım mekanizmalarıyla etkisini gösterdiğini ortaya koymak yerinde olacaktır.

Teorik ve ampirik çalışmalar, genelde finansal piyasaların gelişmişlik düzeyinin artması ile ekonomik büyüme performansı arasında, pozitif bir ilişki ortaya koyma eğilimi göstermektedir (Mooslechner, 2003: 113 ve Theurl, 2003: 512).¹ Bu ilişkinin tam anlamıyla ortaya konmasında ise, endojen büyüme teorisinin gelişmesinin baş rolü oynadığını söylemek mümkündür. Böylece, 90'lı yılların başından itibaren iktisat yazınında, finans piyasalarının gelişmişlik seviyesinin reel ekonomik büyüklükler üzerindeki etkileri konusundaki çalışmalar, giderek önem kazanmaya başlamıştır (Hügler, 2001: 41-42).

Finansal piyasaların, entegrasyonun sağlandığı bölgedeki makro ekonomik büyüme dinamiğini desteklemesi açısından işlevi, mevcut olan piyasa başarısızlıklarının en düşük maliyetle giderilmesi olarak ifade edilebilir. Finans sisteminin temel işlevlerini, tasarrufların mobilize edilmesi, risklerin çeşitlendirilmesi, kaynakların yeni yatırım projelerine dağıtılması ve kaynak tahsisi kararlarının denetimi şeklinde belirtmek mümkündür (Leahy vd., 2001: 5-6). Günümüz finans piyasalarının etkin piyasalar olmadığını, çoğu zaman kararların güvensizlik ortamında alındığını, işlem ve bilgi toplama maliyetlerinin var olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Bu çerçevede, finans piyasalarının kendisine yüklenen işlevleri, ne kadar düşük maliyetle ve yüksek etkinlikte yerine getirmesi söz konusu olur ise, ekonomik büyüme performansını pozitif etkileme gücünün de, o kadar artacağı varsayılmaktadır (Levine, 2004: 4).

AB'de finansal entegrasyonun öncelikle, bütünleşen bölgelerde finans sisteminin gelişmişlik düzeyini arttırarak, makro ekonomik performans olumlu etkileyeceği belirtilmektedir. Bu noktada, finansal entegrasyon ile finansal gelişmişlik arasındaki etkiler ölçek ve etkinlik etkileri olarak ikiye ayrılabilir. Ölçek etkileri, finansal entegrasyonla birlikte finansal aktivitedeki artışın ortaya çıkardığı etkileri ifade etmektedir. Etkinlik etkileri ise, finansal araçlar üzerindeki rekabet baskısının giderek artması gibi finans piyasası yapısına ilişkin etkileri belirtmektedir (Beckmann, 2001: 9).

Teorik olarak, iyi işleyen bir finans sisteminin tasarrufların yatırımlara dönüştürülmesinde ve yatırımların sonuçlarının iyileştirilmesinde etkinliği arttıracığı belirtilmektedir. Dolayısıyla, entegre olan bir finans sisteminin ekonomik büyüme üzerindeki en önemli etkilerinin, kaynak tahsisinde etkinliğin ve teknolojik ilerlemenin artmasında olacağı düşünülmektedir. Bu sonuçların ortaya çıkması için ise, finans sisteminde portföy çeşitlendirmesinin artması, daha nitelikli yatırım olanaklarının sağlanması ve uzun vadeli projelerin sayısının artması gerekmektedir (Europäische Kommission, 2001: 140-141).

Yukarıda ifade edildiği gibi, finansal entegrasyonun en önemli faydaları ölçek avantajlarının ortaya çıkması ile kendisini göstermektedir. Ölçek avantajları, finans piyasasındaki aktörlerin sayısında görülen artışla ortaya çıkmaktadır. Finans piyasalarında derinliğin ve genişliğin artmasıyla birlikte, finansal işlem maliyetlerinde bir düşüş beklenmektedir. Bu noktada, rekabetin artması fon talep edenlerin daha düşük sermaye maliyetleriyle ve yatırımcıların daha yüksek getiriyle karşılaşmasına yol açabilecektir (Europäische Kommission, 2001: 146). Gelişmiş bir finans sektörünün finansal araçlara, yatırım projeleri ve potansiyel yenilikçi firmalar hakkında daha fazla bilgi sağlaması söz konusu olacaktır. Buna ek olarak, entegrasyonun likit araçları artırması sayesinde, daha etkin bir risk yönetimi yapılabilir. Bu şekilde entegrasyon, uzun vadeli projeler gibi daha riskli ve daha yüksek uzmanlaşma gerektiren alanlara yatırım yapılmasını teşvik edebilecektir (Beckmann, 2001: 12).

Diğer yandan, teknolojik ilerlemenin giderek hız kazandığı dünyamızda, etkin bir finans sektörünün ülkelere, teknolojik ilerlemeleri daha yüksek ve sürdürülebilir ekonomik büyüme oranlarına dönüştürme fırsatları çıkaracağı düşünülmektedir. Bu açıdan, ABD sermaye piyasası yeni kurulan şirketlere ve yeni ekonomi şirketlerine risk sermayesinin sunulmasındaki zenginlik ve yeni işyerlerinin yaratılmasında sunulan finansal olanaklar açısından örnek gösterilmektedir. Son yıllarda ABD'nin daha yüksek büyüme performansı sergilemesi, büyük oranda teknolojik yeniliklerin finansmanında ABD sermaye piyasalarının sergilediği başarıya bağlanmakta, buna karşın AB'nin bölünmüş finansal yapısının ise büyümeyi daha az teşvik ettiği vurgulanmaktadır (Europäische Kommission, 2000: 143).

¹ Bknz. Aizenman, Joshua (2002), Financial Opening: Evidence and Policy Options, NBER Working Paper, Nr. 8900, London. ve Levine, Ross (1997), "Financial Development and Economic Growth: Views and Agenda", Journal of Economic Literature, Vol. 35, ss. 688-726 ve Edison, Hali J. - Levine, Ross - Ricci, Luca - Slok, Thorsten (2002), International Financial Integration and Economic Growth, NBER, Working Paper, Nr. 9164, Massachusetts.

Finansal entegrasyon, finansal araçlar arasındaki rekabetin giderek derinleşmesine ve böylece finansal aracılık hizmetlerinin daha etkin çalışmasına zemin hazırlayacaktır. Diğer yandan, artan rekabet finans kesiminde yeniliklerin

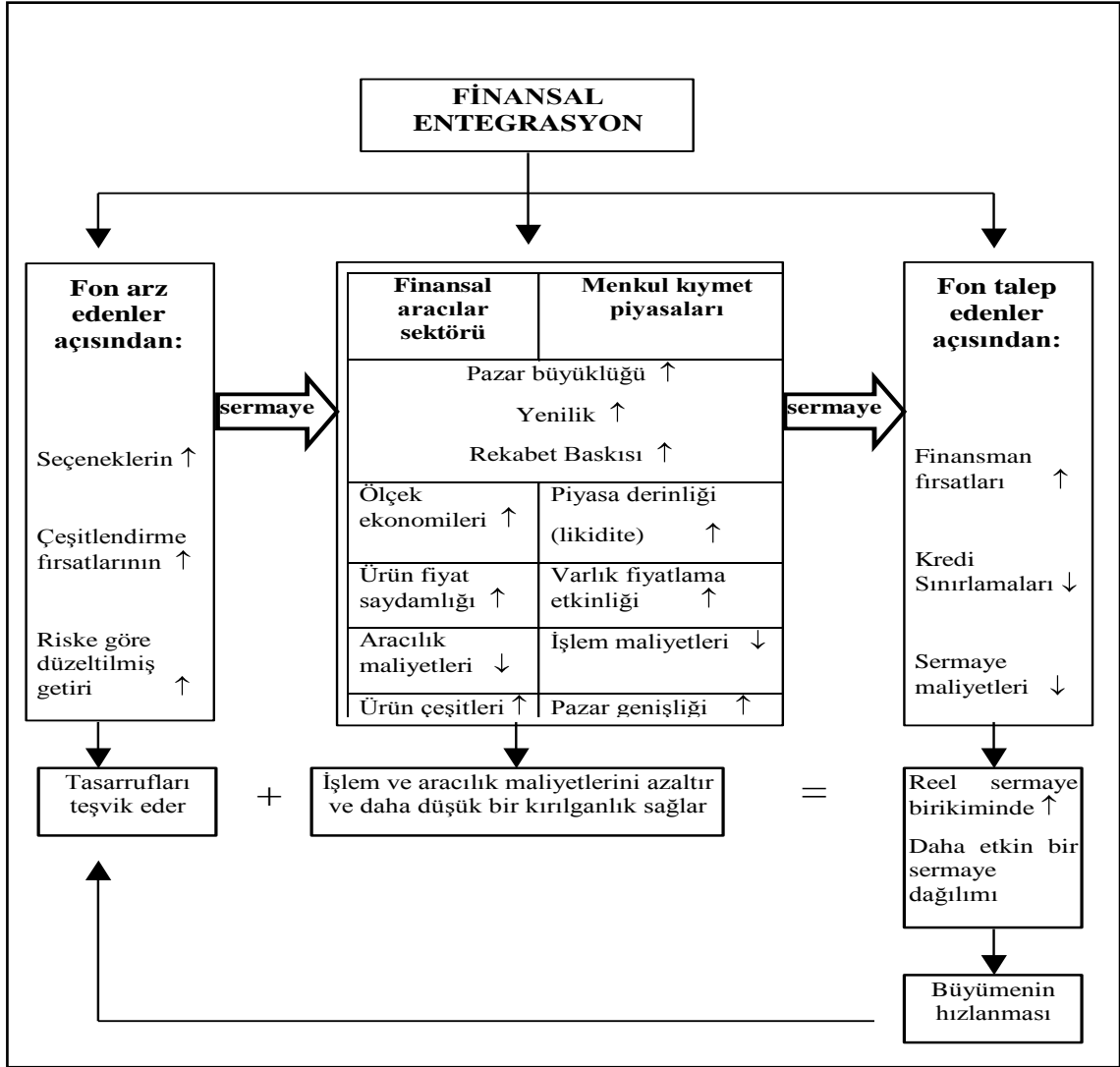
yapılmasını teşvik edecektir. Dolayısıyla finans piyasalarının likiditesi, etkinliği ve yeni finansal ürünlerin arzı artacaktır. Ayrıca, firmalar için yatırımlarını daha etkin şekilde finanse edebilecekleri, daha etkin risk yönetimi yapabilecekleri ve uluslararası piyasalara daha rahat girebilecekleri bir ortam yaratılabilecektir (Kappler ve Westerheide, 2003: 7). Bu gelişmelerden, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin olumlu etkilenmesi beklenebilir. Diğer yandan, finansal entegrasyonun tasarrufların tüm AB coğrafyasında serbestçe hareket edebilmesini kolaylaştırması nedeniyle, yatırımcıların ulusal sınırlara bakmaksızın en yüksek getiriyi elde edebilecekleri projelere yönelmesi mümkün olacaktır (Asmussen vd., 2004: 29). Böylece, tek finans piyasasında, teoride bir ülkedeki yerli yatırımcıların varlıklarının beklenenin üzerinde bir kısmını ulusal finansal varlıklara yönlendirmesi şeklinde ifade edilebilecek yurt içine odaklanma (home bias) olgusunun ortadan kalkması sözkonusu olacaktır (Kommission der Europäischen Gemeinschaften, 2003: 25).

Üzerinde durulması gereken bir nokta da, finansal entegrasyonun, fon talep edenler cephesinde, finansal araçlar üzerinde rekabetin artmasına neden olacaktır. Bunun sonucunda, entegrasyon firmalar açısından yönetim performansının artırılması, yeniliklerin hızlandırılması, ortaklara ve diğer çıkar gruplarına karşı sorumluluğun ve saydamlığın artırılması gibi etkilere yol açabilecektir. Böylece, finansal entegrasyonun teknolojik ilerlemeyi teşvik ederek, ekonomide yapısal dönüşümü hızlandırması ve girişimcilğe dayalı büyüme

için daha uygun koşulları doğurması da, sözkonusu olabilecektir (Europäische Kommission, 2001: 147).

Politik olarak AB finansal entegrasyonuna yönelik bir beklentide, sosyal güvenlik alanında gereksinim duyulan reformlar için, bireysel emekliliğin yaygınlaştırılması gibi sermaye piyasası odaklı finans sistemine özgü çözümlere zemin hazırlamaktır (Bieling, 2003: 5). Finansal entegrasyon vasıtasıyla, İngiltere ve Hollanda dışında AB'de hakim olan bankacılık odaklı finans sisteminin, sermaye piyasası odaklı sisteme dönüştürülmesi sürecinin de hızlandırılması hedeflenmektedir (Grütter, 2002: 38).

Son olarak, tek finans piyasasının Euro'nun uluslararası para sistemindeki rolüne yapacağı katkıya da değinmekte fayda bulunmaktadır. Bilindiği üzere, bir paranın uluslararası para sisteminde önem kazanmasının temel koşullarından biri, o ülkenin finans piyasalarının gelişmişlik derecesinin yüksek olmasıdır (Issing, 1997: 4). Başka bir ifadeyle, Euro'nun uluslararası piyasalarda daha aktif bir rol oynaması açısından, Euro alanı finans piyasalarının da daha gelişmiş olması gerekir ki, burada kilit faktör finans piyasalarının entegre olmasıdır. Finansal entegrasyonun derinleşmesi sayesinde, dışarıdan sermaye girişini teşvik edecek bir finansal cazibe merkezinin oluşturulması mümkün olabilecektir. Bu da, Euro'nun Amerikan Doları karşısında güçlenmesine katkıda bulunacak ve Euro'nun uluslararası para sistemindeki konumunu, özellikle uluslararası yatırım parası olması açısından, kuvvetlendirecektir (Deutsche Bundesbank, 2002: 17-18). Sonuç olarak, finansal entegrasyon ile ekonomik büyüme arasındaki en önemli aktarım mekanizmalarını, aşağıdaki tablo ile özetlemek olasıdır.



Tablo 1: Finansal Entegrasyon ve Ekonomik Büyüme

Kaynak: Heinemann vd., 2003: 22.

Kanaatimce, finansal entegrasyonun teorik açıklamalarla ortaya konan etkilerinin nicelleştirilmesi de, ayrı bir önem taşımaktadır. Finansal entegrasyonun ekonomik faydalarının, kantitatif sonuçlar üretebilecek modellerle analiz edilmesi, bir yandan politik karar alıcıların yasal süreci hızlandırabilmesi için dayanak olurken, diğer yandan da kamu oyununun tatmin edilmesini kolaylaştıracaktır. AB Komisyonu'nun da aynı fikirden hareketle, bu yöndeki çabaları desteklediği görülmektedir.

AB Komisyonu tarafından yaptırılan bir çalışma, AB hisse senedi ve tahvil piyasaları

entegrasyonunun, işlem maliyetleri ve finansman maliyetleri üzerindeki etkilerini araştırmış ve bunların yatırımlar, gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) ve istihdam üzerindeki etkilerini nicelleştirmeye çalışmıştır. Buna göre, uzun vadede (yaklaşık olarak gelecek 10 yıl içerisinde) AB genelindeki reel GSYİH'nin % 1,1 oranında ya da 2002 yılı fiyatlarıyla 130 Milyar Euro'luk bir artış göstermesi beklenmektedir. İstihdamda ise, % 0,5 düzeyinde bir artış tahmin edilmektedir. Diğer yandan, Gayri safi yatırımlarda % 6'ya ve özel tüketimde de % 0,8'e yakın bir artış beklenmektedir (London Economics, 2002: 5-6).

Yayınlanan diğer bir raporda da, finansal entegrasyonun sınır ötesi birleşme ve devirleri hızlandırması durumunda, işletme maliyetlerinde % 1,3'e varan bir düşüş beklenebileceği belirtilmektedir. Buna ek olarak, bankacılık sektöründe entegrasyonun doğuracağı etkinlik artışından kaynaklanan potansiyel kazançların, AB GS YİH'sinin % 1,6'sına kadar ulaşması beklenmektedir (Europäische Kommission, 2002: 3).

Diğer bir analizde de, AB'deki imalat sanayiinin ABD'deki gibi bir finans piyasasına girebilme olanağının bulunması durumunda, bu sektörde kalıcı olarak yılda % 0,94'e varan bir ek büyümenin ortaya çıkacağı tahmin edilmektedir. Ayrıca, AB ülkelerinin finansal gelişmişlik düzeyi ve sektörel yapı itibarıyla heterojen özellikler sergilemeleri sonucunda, büyüme etkilerinden farklı seviyede yararlanacakları belirtilmiştir. Buna ek olarak, finansal entegrasyonun Pareto etkinliği anlamında iyileştirici bir süreç olmayacağı ve ülkelerin içerisinde de kazanan ve kaybeden kesimler ortaya çıkabileceği ifade edilmektedir. Finans kesimi daha az gelişmiş ülkelerde bütünleşme, finans sektörünün piyasa payı ve kâr kaybına uğramasına yol açabilirken, sanayi sektörünün aynı süreçten kârlı çıkması sözkonusu olabilecektir. Finansal olarak daha gelişmiş ülkelerdeki durum ise, bunun tam tersi olacaktır (Giannetti, 2002: 52).

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE FİNANS PİYASALARINDA OLUŞAN GELİŞMELER

AB finans sistemlerinde son yıllarda ortaya çıkan değişimleri, finansal entegrasyon sürecinin hızlandırılmasına yönelik atılan adımların yanı sıra, finansal küreselleşmenin hızlanması, AB iç pazar projesinin uygulamaya konması, üye ülkelerin ulusal finans piyasalarını yeniden yapılandırma çalışmalarına yönelmeleri ve Euro'ya geçişe bağlamak mümkündür (Grahl vd., 2002: 7). Bu değişimlerin etkisiyle, 90'lı yılların başından itibaren Avrupa finans piyasaları belirli yapısal dönüşümler sergilemeye başlamıştır. Bunların en önemlilerini, aşağıdaki gibi özetlemek olasıdır (Röh, 2002: 152 ve Remsperger, 2003: 3):

- Finansal piyasaların önemi artmış ve sermaye piyasası odaklı yöntemlerin daha fazla ön plana çıkması sözkonusu olmuştur.
- Finansal aracı kurumların konsolidasyonu olgusu ortaya çıkmıştır.
- Bankacılık faaliyetlerinin ve finans piyasalarının uluslararasılaşması olgusu hızlanmış ve birlik içerisinde sınır ötesi finansal işlemlerde artış ortaya çıkmıştır.

- AB'de, ulusal ya da bölgesel borsalar, borsa dışı işlem platformları ve finans merkezleri arasında rekabetin giderek şiddetlenmesi sözkonusu olmuştur.

Dikkatimizi AB finans piyasalarının bütünleşme düzeyine yönelttiğimizde, genelde alt piyasalara göre farklılaşan bütünleşme düzeyleri ile karşılaşılmaktadır. Özellikle para, tahvil ve döviz piyasalarının önemli ölçüde entegre olduğunu söylemek mümkündür. Teminatsız para piyasasında Euro-alanı'nda bütünleşmenin tam olduğu görülürken, teminatlı para piyasası işlemlerinde entegrasyonun daha düşük seviyede kaldığı görülmektedir. Buna karşın, hane halkına yönelik küçük krediler pazarında ise, bütünleşme en alt seviyede kalmaktadır (Europäische Kommission, 2004: 4-5).

Hisse senedi piyasalarında ise, bütünleşme sürecinin çok daha yavaş seyrettiği görülmektedir. Endüstri sigortacılık alanı ve kurumsal yatırımcı fon ticareti alanında önemli entegrasyon aşamaları aşılmıştır. Piyasa engellerinin varlığını koruduğu alanlarda ise, entegrasyonun oldukça yavaş seyrettiği görülmektedir. Bu alanlar arasında özellikle, kredi teminatları ve repo piyasası, ipotek işlemleri, bankaların klasik mevduat ve kredi işlemleri ve bireysel müşteri piyasasında hayat sigortası ve fon işlemlerini saymak mümkündür. (Randzio-Plath, 2000: 94).

AB Tahvil piyasalarında, Euro'ya geçiş sonrasında bütünleşmede gelişmeler kaydedilmiş ve bu piyasaların derinlik ve genişlik kazanması söz konusu olmuştur. AB Tahvil piyasalarında değişik ülkelerdeki portföy bileşimlerinin ve faiz oranlarının giderek bir birine yakınlaşması sözkonusu olmuştur (Deutsche Bundesbank, 2004: 36). Emisyon hacmi son yıllarda artış göstermesine rağmen, Euro-alanı tahvil piyasalarının toplam tahvil hacminde, ABD piyasalarının oldukça gerisinde kalması sözkonusu olmuştur. Diğer yandan, ABD'de özel kesim tahvillerinin payının, AB'ye göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Tahvil emisyonunun bileşimine baktığımızda, devlet tahvilleri ilk sırada gelmekte, ancak 1999 yılından itibaren özel kesim tahvil ihracında bir artış ortaya çıktığı gözlemlenmektedir (Norddeutsche Landesbank, 2003: 5-7). Diğer yandan, Euro-alanı'na dahil ülkelerin bütçe açıklarının GS YİH'ye oranının % 3'ü geçmeyeceği şartını getiren "İstikrar ve Büyüme Paketi"na rağmen, devlet tahvillerinin piyasa payının ABD'ye göre biraz daha fazla olması dikkat çekmektedir (Grahl, 2002: 11). Bu noktadan hareketle, gelecekte AB'de devlet tahvillerinin payının giderek azalacağını söylemek yerinde olacaktır. Son yıllarda, AB'de hisse senedi piyasalarının göreceli öneminin giderek artmaya başlaması sözkonusu olmuştur. Diğer yandan, 2002 yılında ABD'de piyasa kapitalizasyonunun 15,432 Trilyon Euro ve piyasa kapitalizasyonunun GS YİH'ye oranının % 137 ve aynı verilerin Euro-alanı'nda sırasıyla 4,798 Trilyon Euro ve % 71 olduğu görülmektedir. Bu da, ABD'de hisse senedi piyasalarının makro

ekonomik öneminin Kıta Avrupasına göre çok daha fazla olduğunu göstermektedir (Norddeutsche Landesbank, 2003: 7).

AB'nin bölünmüş finansal yapısının en fazla göze çıktığı alan olarak, hisse senedi piyasaları öne çıkmaktadır. Bunun en önemli nedenlerini, menkul kıymet piyasalarında işlem, takas ve saklama sistemlerinde parçalanmışlığın sürmesinde aramak gerekmektedir. AB(15) coğrafyasında, hisse senedi işlemlerinin 30'un üzerinde ulusal borsada yapılması, menkul kıymet piyasalarındaki bütünleşme sürecinin ne kadar ağır işlediğini ortaya koymaktadır. ABD'de işlemlerin, New York Borsası'nda (% 81) yoğunlaşması söz konusu olurken, Euro-alanı'nda ise borsaların pazar paylarının, daha dağınık olduğu görülmektedir. En büyük pazar payı Amsterdam, Brüksel ve Paris borsalarının birleşmesi ile kurulan Euronext'te (% 44) olurken, bunu Frankfurt borsası (% 19) takip etmektedir (Norddeutsche Landesbank, 2003: 11).

Yeni bir Avrupa Hisse Senedi Endeksi'nin oluşturulması ise, menkul kıymet piyasalarının bütünleşmesi açısından olumlu bir adım olarak öne çıkmaktadır. Bu endeks sayesinde, AB borsalarında performans ölçümünün kolaylaşması ve AB genelinde çeşitlendirilmiş hisse senedi yatırımlarının belirgin şekilde artış göstermesi beklenmektedir (Becker, 2003: 17). Euro'ya geçişin de etkisiyle, yatırım kararlarının şekillendirilmesinde, özellikle kurumsal yatırımcıların öncülüğünde yurtiçine odaklanma olgusunun azalarak ulusal odaklı analizlerin, yerini giderek tüm AB coğrafyasını kapsayan sektörel bakış açısına bırakmaya başladığı görülmektedir (Deutsche Bundesbank, 2004: 36-37).

Euro-alanı'nda 21 ayrı takas ve saklama kurumunun faaliyet göstermesi, AB menkul kıymet piyasalarındaki bölünmüşlüğün diğer bir boyutunu gözler önüne sermektedir (Norddeutsche Landesbank, 2003: 10). Bunun sonucunda, AB'de sınır ötesi takas işlemlerinin etkinliğinin azalması, karmaşık hale gelmesi ve maliyetlerinin artması söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla, AB'de sınır ötesi menkul kıymet işlemlerinin artması ve bütünleşmenin hızlanması için, bütünleşmiş ve etkin bir takas ve saklama sisteminin oluşturulması kaçınılmaz görünmektedir (Kok, 2004: 31). Bu, AB sermaye piyasasının cazibesinin artırılabilmesi için, orta vadede takas ve saklama alanında geniş kapsamlı bir konsolidasyon sürecinin hayata geçirilmesi anlamına gelecektir (Jungmittag vd., 2002: 45).

Ne var ki, hisse senedi piyasalarında gerçekleşmesi düşünülen konsolidasyon sürecinin çok süratli bir şekilde yaşanmasını beklemek yerinde

olmayacaktır. Bununun başlıca nedeni, piyasa aktörlerinin daha küçük bölgesel işlem pazarlarını ve bunların sunduğu ürün yelpazesini tercih etmeye devam etmesidir. Diğer yandan, halka arz prospektüslerine ilişkin ulusal düzenlemelerdeki farklılıklar da, AB çapındaki öz sermaye teminini zorlaştırmaktadır. Hukuksal, denetsel ve vergisel düzenlemelerdeki farklılıklara ek olarak, yurtdışı borsalarda bilgi toplama maliyetinin daha yüksek olması da bu piyasaların entegre olması önünde engel teşkil etmektedir (Mcardle, 2003: 7).

Hisse senedi piyasalarının entegre olması için, kurumsal yönetim (corporate governance) alanında da reformların yapılması gerekli olmaktadır. AB'de farklı kurumsal yönetim sistemlerinin bulunması nedeniyle, AB genelinde ortak bir hareket tarzının getirebileceği yararlar konusunda farklı görüşler ortaya atılabilmektedir. Ancak, ekonomik açıdan bakıldığında Kıta Avrupası'nda firmaların sermaye piyasalarına daha fazla odaklanmasının ve ulusal kurumsal yönetim yapılarının modernizasyonunun, olumlu etkiler doğuracağı beklenmektedir. Bu bağlamda, AB'de şirket devralmalarına yönelik liberal bir yasal çerçevenin oluşturulmasının da faydalı olabileceği iddia edilmektedir (Thiel vd., 2003: 21).

AB finansal yapısında ortaya çıkan dönüşümlere rağmen, finans kesiminin mevcut durumuyla, genç firmaların veya yeni ekonomi firmalarının farklı finansal gereksinimlerine yeterli bir cevap vermesi mümkün olmamaktadır. Son yıllarda, AB'deki risk sermayesi piyasalarının belirgin bir büyüme sergilemesine rağmen, bunların başlangıç seviyesinin düşük olması nedeniyle ABD'nin gerisinde kaldığı görülmektedir. Özel kesim tahvil piyasasının büyüme eğilimi göstermesi ise, yenilikçi genç firmalara ek fırsatlar yaratması açısından önem kazanmaktadır (Europäische Kommission, 2000: 146-147). AB bu alandaki eksikliklerin giderilebilmesi amacıyla, 2003 yılında "Risk Sermayesi Eylem Planı (Risk Capital Action Plan – RCAP)"nı devreye sokmuştur. Plan, küçük ve orta ölçekli işletmeler için AB'de bütünleşmiş bir hisse senedi finansmanı piyasasının kurulabilmesi için, gerekli önlemler demetinden oluşmaktadır. Böylece, ortak risk sermayesi piyasasının oluşumunu kısıtlayan, yasal ve idari engellerin ortadan kaldırılması amaçlanmaktadır (Kommission der Europäischen Gemeinschaften, 2002: 3).

Sonuç olarak, AB sermaye piyasası araçlarının, talep ve arz yönünde genişleme eğilimi gösterdiği ve bütünleşmede belirgin ilerlemeler sağlandığı görülmektedir. Ne var ki, gerek tahvil ve hisse senedi piyasalarının büyüklük ve makro ekonomik önemi, gerekse yatırımcı davranışları açısından, AB sermaye piyasalarının gelişmişlik düzeyinin, ABD'nin gerisinde kaldığını söylemek yanlış

olmayacaktır. Zaten, AB finans piyasalarının kısa sürede, ABD modelini yakalamasını beklemek hatalı olacak, sürecin uzun zamana yayılması daha sağlıklı bir gelişmeye işaret edecektir.

Kuşkusuz, AB finans piyasalarının ABD'yi yakalayabilmesi önündeki en önemli kısıt olarak, entegrasyonun henüz tamamlanmamış olmasını saymak mümkündür. Teorik olarak, tamamen bütünleşmiş finans piyasalarında, tüm aktörlerin aynı bilgilere sahip olması ve fiyat oluşumunun ulusal emisyon yerine göre değil, finansal aracın özelliklerine göre belirlenmesi gerekmektedir. Oysa, pratikte AB gibi heterojen ve daha önce bölümlenmiş bir finansal yapıda, ABD'dekine benzer şekilde tam bir finansal entegrasyona ulaşılması, düşük bir olasılık olarak değerlendirilebilmektedir (Beckmann, 2001: 5). Bunun başlıca nedenleri olarak, AB üye ülkeleri arasında varolan kültürel farklılıkları, piyasa aktörlerinin tarihsel temellere dayanan davranış şekilleri, piyasa yapılarındaki farklılıklar ve tüm üye ülkelerin Euro kullanımına geçmesi gösterilmektedir (McArdle, 2003: 2).

Avrupa Komisyonu, finansal entegrasyon sürecindeki eksikliklerin ve yeniden düzenleme yapılması gereken alanların belirlenmesinde düzenli veriler sunmak amacı ile, finansal entegrasyon izleme göstergeleri oluşturmuş (Kommission der Europäischen Gemeinschaften, 2003: 7-9) ve düzenli olarak finans piyasalarının entegrasyonunu raporu yayınlamaya başlamıştır. Yayımlanan ilk rapora göre, finansal kurumlara ilişkin piyasalar en çok bütünleşen piyasalar olurken, bireysel yatırımcıların işlem yaptığı piyasalar bütünleşmenin en düşük olduğu alan olmaktadır. Finansal kurumlar, ortak altyapı (Target), ortak işlem platformları ve yeni işlem alt yapılarından (Euroclear - Clearstream) faydalanabilmekte ve bu firmaların toplam cirolarının önemli bir kısmı sınır ötesi işlemlerden sağlanmaktadır (Europäische Kommission, 2004: 12).

Finans kesimi dışında faaliyet gösteren firmaların ise, önceki yıllara göre daha geniş bir finansal araç yelpazesine sahip olduğu görülmektedir. Bu firmaların ürün yelpazesi, sektör tahvilleri, swap ve risk sermayesi gibi yeni ve AB genelinde sunulan araçlarla genişlemiştir. Diğer yandan, finans kesimi dışında faaliyet gösteren firmaların büyüklüğü arttığı ölçüde bunların, finansal kurumların sahip olduğu geniş olanaklardan faydalanması mümkün olmaktadır. Küçük ve orta ölçekli firmaların ise, bireysel yatırımcılara benzer koşullarla ve daha az bütünleşmiş yerel finans piyasası olanaklarıyla yetinmesi sözkonusu olmaktadır (European Central Bank, 2003: 5-6).

Tüm anlatılanlar ışığında, AB ve Euro-alanı finans sisteminin özellikle Euro'ya geçiş ile birlikte artan bir hızla değişim geçirmekte olduğu görülmektedir. Bu değişimler, bankacılık kesiminde konsantrasyonun giderek artması, sermaye

piyasalarında faaliyet gösteren firmalar arasında giderek kapsamı büyüyen stratejik ortaklıklar ve birleşmelerin yanı sıra özel emeklilik fonları ve risk sermayesi piyasaları gibi yeni finansal araçların doğması ve yayılması görünümünde kendisini ortaya koymaktadır. AB'deki bireysel yatırımcı davranışlarında beklenen dönüşümün de, daha uzun vadeli yatırımlara verilen önemin yükselmesi, daha riskli finansal araçlara plasman yapma eğiliminin artması ve portföylerinde dolaylı finansal varlık türlerine daha fazla yer verilmesi yönünde olması beklenmektedir (Bräuniger, 2001: 16).

SONUÇ

Uluslararası rekabet gücünde giderek kayıplara maruz kalan AB ekonomilerinin, tekrar dünyanın en rekabetçi ekonomik bölgesi haline gelmesinde AB finans piyasalarının en önemli unsurlardan biri olduğu düşünülmektedir. AB'nin hedefi ise, günümüzün en gelişmiş finans piyasalarına sahip olduğu tartışmasız kabul edilen ABD seviyesine ulaşılmasıdır. Dolayısıyla rekabet, önce fonların AB dışına kaçmasına engel olmak, sonrada AB'nin dünya üzerindeki fonları çekebilecek bir cazibe merkezi haline getirilmesi için yapılmaktadır.

AB küreselleşen dünya ekonomisinde ayakta kalma mücadelesinde çözümünü siyasi, ekonomik ve parasal entegrasyon sürecini geliştirmekte görmektedir. Başka bir ifadeyle, AB üyesi ülkeler karşılaştıkları sorunları bütünleşmeyi derinleştirerek ve genişleterek çözüme yolunu tercih etmektedirler. Dolayısıyla, ekonomik ve parasal entegrasyon süreci derinleştirilerek, uluslararası rekabet gücünü arttıracak yapısal dönüşümlerin hızlandırılmasına yönelik adımlar atılmaktadır.

Finansal entegrasyonun yakın zamana kadar, reel ekonomik ve parasal entegrasyon sürecinin çok arkasında kalması sözkonusu olmuştur. Oysa, tek paraya geçilmesi ile birlikte finansal entegrasyonun, reel ve parasal entegrasyonu tamamlayan üçüncü bir ayak olarak alınmasının gerekliliği kabul görmeye başlamıştır. Çünkü, finans piyasalarını bütünleştiremeyen bir AB'nin, diğer alanlarda sağlanan bütünleşme etkilerinden de tam anlamıyla yararlanması mümkün olmayacaktır. Zaten, yürütülen çalışmaların neredeyse tamamı, tek AB finans piyasasının oluşturulmasının ekonomik büyüme üzerindeki pozitif etkilerini ortaya koymaktadır. Üye ülkelerde, bunun bilincine vararak finansal entegrasyon sürecini AB stratejik ajandasının öncelikli maddeleri arasına sokmayı kabul etmiştir.

Özellikle, Euro'ya geçiş sonrasındaki gelişmeler göstermiştir ki, tek paranın dolanımında olması bu coğrafyada tek finans piyasasının oluşmasına yetmemektedir. Buna ek olarak, FSAP gibi AB genelinde düzenlemelerin yapılması dahi, bütünleşmeyi yavaşlatan hukuksal, yönetsel, kültürel ve vergi alanındaki engellerin tamamen aşılmasında yeterli olmayabilmektedir. Ülkelerin ulusal alandaki

düzenleme veya denetleme yetkilerinin, AB organlarına aktarılması gibi siyasi kararların alınmasında yaşanan aksamlar bütünleşme sürecini yavaşlatmaktadır. Bu açıdan, siyasi kararların alınmasında en önemli ikna unsurlarının başında, finansal entegrasyonun ekonomik faydalarının nicelleştirilmesi gelmektedir.

İngiltere'nin, gelişmiş sermaye piyasalarıyla ve sermaye piyasası odaklı finans sistemiyle Euro-alanı'nın dışında kalması, AB finansal entegrasyonunun tamamlanması önündeki engellerden birini oluşturmaktadır. Dolayısıyla, İngiltere'nin tek paraya geçmemesi hem Euro'nun uluslararası para sisteminde gücünü artırmasına mani olmakta, hem de döviz kuru riskinin varlığı nedeniyle AB finansal entegrasyonunun derinleşmesini yavaşlatmaktadır.

AB ekonomilerinin, giderek yaşlanmaya ve azalmaya başlayan nüfus gibi demografik sorunlar alanında ve sosyal güvenlik gibi diğer pek çok alanda yapısal dönüşümlere ihtiyacı bulunmaktadır. Ancak, reel ve finansal kesimde gerekli olan dönüşümlerin finansmanının, AB'deki bölünmüş finans piyasalarından ve dışarıdaki kaynakları AB'ye çekmeden sağlanması, önemli güçlükleri doğurabilecektir. Özellikle, sosyal güvenlik sistemleri ile ilgili sorunların, bireysel emeklilik sistemi ile çözülmesi düşünülmektedir. Bunun için ise, bütünleşerek derinliği ve likiditesi artmış bir sermaye piyasasının oluşturulması gerekecektir.

Diğer yandan, uygulamaya konan yapısal dönüşümlerin, sosyo-ekonomik gerilimleri arttırması da sözkonusu olabilecektir. Bu noktada, finansal entegrasyonun sağlıklı bir şekilde geliştirilerek, daha gelişmiş bir ortak finans piyasasının oluşturulması, yapısal dönüşümlerden kaynaklanabilecek gerilimlerin daha az hasarla atlatılabilmesinde yararlı olabilecektir.

Finansal küreselleşmenin etkisiyle, hemen hemen tüm ülkelerde sermaye piyasası araçlarının daha fazla ön plana çıkması sözkonusu olmaktadır. Finansal entegrasyon süreciyle, ağırlıklı olarak bankacılık odaklı olan AB finans sisteminin, sermaye piyasası odaklı sisteme dönüşümü hızlandırılmak istenmektedir. Böylece, AB ekonomik büyüme oranlarında geride kaldığı ABD'yi, finans piyasalarını bütünleştirerek teknolojik yeniliklerin ağırlıklı olarak sermaye piyasalarında finanse edilebildiği, dinamik bir finansal yapıya kavuşmayı hedeflemektedir. Bu sayede, teknoloji üreten küçük ve orta ölçekli firmaların risk sermayesi piyasaları gibi, sermaye piyasası olanaklarından daha fazla yararlanmaları mümkün olabilecektir.

KAYNAKLAR

Asmussen, Jörg – Mai, Stefan – Nawrath, Axel (2004), “Zur Weiterentwicklung der EU-Finanzmarktintegration”, **Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen**, Heft: 4., ss. 28-34.

Baele, Lieven - Ferrando, Annalisa - Hördahl, Peter - Krylova, Elizaveta - Monnet, Cyril (2004), **Measuring Financial Integration in the Euro**

Area, European Central Bank, Occasional Paper Series, No: 14, Frankfurt am Main.

Becker, Werner (2003), **Euro-Bilanz nach vier Jahren: Mehr Licht als Schatten**, Deutsche Bank Research : EWU-Monitor, Nr. 97. Frankfurt am Main.

Beckmann, Rainer – Eppendorfer, Carsten – Neimke, Markus, (2001), **Europäische Finanzmarktintegration und Wirtschaftswachstum**, Institut für Europäische Wirtschaft, Diskussionsbeiträge der Fakultät für Wirtschaftswissenschaft der Ruhr-Universität Bochum, Nr. 35.

Bender, Dieter (2001), **Theoretische und Institutionelle Grundlagen der Europäischen Integration**, Vorlesungsbeilage Teil I, www.uv.ruhr-uni-bochum.de.

Bieling, Hans-Jürgen (2003), **The New European Economy and Social Welfare Reform**, Seminar: Situation sozialer Sicherung in einigen EU-Staaten, Rosa-Luxemburg-Stiftung, Frankfurt am Main.

Breuer, Rolf E. (2001), **Mit dem Euro in der Hand**, Deutsche Bank Research, EWU-Monitor, Nr. 94, Frankfurt am Main.

Bräuniger, Dieter – Gräf, Bernhard – Speyerer, Helmut (2001), **Geldvermögen in Deutschland und Euroland: Impulse durch die Reform der Rentensysteme**, Deutsche Bank Research: Aktuelle Themen, Nr. 217, August, Frankfurt am Main.

Deutsche Bundesbank (2002), “Kapitalverkehr und Wechselkurs”, **Deutsche Bundesbank Monatsbericht**, Januar, ss. 15-27.

Deutsche Bundesbank (2004), “Zur Regulierung der europäischen Wertpapiermärkte”, **Deutsche Bundesbank Monatsbericht**, Juli, ss. 33-49.

Enquete Kommission (2001), **Globalisierung der Weltwirtschaft: Herausforderungen und Antworten**, Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft, Bonn.

Europäische Kommission (2002), **Finanzdienstleistungen - Erfüllung der Prioritäten von Barcelona und Ausblick: Umsetzung**, Siebenter Fortschrittsbericht, Dezember, Brüssel.

Europäische Kommission (2004), **Finanzdienstleistungen: Über den Berg; Vorbereitung für die nächste Phase der europäischen Kapitalmarktintegration**, Zehnter Fortschrittsbericht, Juni, Brüssel.

Europäische Kommission: Generaldirektion Wirtschaft und Finanzen (2001) “Die EU Wirtschaft: Jahresbilanz 2001 Investitionen in die Zukunft”, **Europäische Wirtschaft**, Nummer 73.

Europäische Kommission: Generaldirektion Wirtschaft und Finanzen (2000), “Die EU Wirtschaft: Jahresbilanz 2000”, **Europäische Wirtschaft**, Nummer 71.

- Europäische Zentralbank (2003), "Die Integration der europäischen Finanzmärkte", **Monatsbericht**, Oktober, ss. 61- 76.
- European Central Bank (2003), Money Market Study 2002, November. Frankfurt am Main.
- Giannetti, Mariassunta – Guiso, Luigi – Jappelli, Tullio – Padula, Mario – Pagano, Marco (2002), **Financial Market Integration, Corporate Financing and Economic Growth**, Final Report, European Economy: Economic Papers, November, European Commission, Brussel.
- Grahl, John – Huffschnid, Jörg – Philon, Dominique (2002), **Europäische Finanzmärkte: Struktur, Entwicklung, Politik, Probleme und Alternativen**, Böll & Fischher GbR, Brüssel.
- Grütter, Frank (2002), "Finanzdienstleistungspolitik der Europäischen Union – der Binnenmarkt für Finanzdienstleistungen", **Die Volkswirtschaft**, Juni, ss 38-41
- Heinemann, Friedrich – Schröder, Michael – Schüler, Martin – Stirböck, Claudia – Westerheide, Peter (2003), **Towards a Single European Market in Asset Management**, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim.
- Hügler, Wolfgang J. (2001), **Finanzsysteme, Wirtschaftliches Wachstum und Die Rolle des Staates: Ein Funktionaler Ansatz unter Berücksichtigung der Reformverfahren Lateinamerikanischer Länder**, TectumVerlag, Marburg.
- Issing, Otmar (1997), **Der Euro: Potential für eine Weltwährung?**, Schriftenreihe des Max-Planck Instituts zur Erforschung von Wirtschaftssystemen, Jena: Akademische Buchhandlung Jena.
- Jungmittag, Andre ve Untiedt, Gerhard (2002), "Kapitalmobilität in Europa aus empirischer Sicht", **Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik**, Band. 222/1, ss.42-63.
- Kappler, Markus ve Westerheide, Peter (2003), **Aktienmärkte und Beschäftigung: Eine Analyse aus makro- und mikroökonomischer Perspektive**, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung Research Paper, Deutsche Börse Ag, Mannheim.
- Karluk, Ridvan (1996), **Avrupa Birliği ve Türkiye**, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayınları: İstanbul.
- Kok, Wim (2004), **Die Herausforderung annehmen: Die Lissabon-Strategie für Wachstum und Beschäftigung**, Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften, Luxemburg.
- Köhler, Tim (1988), "Der Euro –ein Schritt in Richtung amerikanische Verhältnisse in Europa?", **Berichte**, 8. Jahrgang, Nr. 77, Dezember, ss. 37-53.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2002), **Umsetzung des Risikokapital-Aktions plans (RCAP)**, Brüssel.
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2003), **Beobachtung der Integration der Finanzmärkte in der EU**, Brüssel.
- Leahy, Michael – Schich, Sebastian – Wehinger, Gert – Pelgrin, Florian – Thorgeirsson, Thorsteinn (2001), **Contributions of Financial Systems to Growth in OECD Countries**, OECD Economics Department Working Papers, No. 280, Paris.
- Levine, Ross (2004), **Finance and Growth: Theory, Evidence and Mechanisms**, National Bureau of Economic Research, Working Paper, No: 10766, September, Massachusetts.
- London Economics (2002), **Quantification of the Macro-Economic Impact of Integration of the EU Financial Markets**; to The European Commission – Directorate General for the Internal Market, Executive Summary of the Final Report, November.
- McArdle, Pat (2003), **Eurozone Financial Markets' Integration – Much Achieved, A Lot More To Do**", Economic Newsletter Extra, Bank für Arbeit und Wirtschaft: Wien, Juni.
- Mooslechner, Peter (2003), "Finance for Growth, Finance and Growth, Finance or Growth...? Drei Erklärungsansätze zum Konnex zwischen den Finanzmärkten und der Realwirtschaft", **Oesterreichische Nationalbank, Berichte und Studien**, Heft I.
- Norddeutsche Landesbank (2003), **Europäischer Kapitalmarkt: Integration mit Hindernissen**, Global Markets, Norddeutsche Landesbank Girozentrale, Hannover.
- Randzio-Plath, Christa (2002), "Defizite bei der Verwirklichung der Grundfreiheiten: auf dem Weg zu einem europäischen Finanzmarkt", (Hg.) Caesar, Rolf ve Scharrer, H. Eckart, **Der unvollendete Binnenmarkt**, Nomos, Baden Baden, ss. 91-108.
- Remsperger, Hermann (2003), **Strukturveränderungen im Finanzsektor aus Notenbanksicht**, Vortrag beim Bank-Seminar 2003 der Württembergischen Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie, Deutsche Bundesbank: Ulm, 10. Februar.
- Röh, Lars, (2002) "Auf dem Weg zu einem europäischen Finanz- und Kapitalmarktrecht", **Sparkasse**, April, ss. 152-156.
- Schuster, Stephan (2004), Die Integration der Europäischen Wertpapiermärkte, Deutsche Bank. <http://www.dbresearch.de/servlet/reweb2.ReWEB?rkey=u432172&%24rframe=0>.
- Stark, Jürgen (2003), **Aufgabenverteilung in der Wirtschafts- und Währungsunion – Testfall für die europäische Integrationsbereitschaft**, Deutsche Bundesbank, Rede bei der Europäischen Föderalismusakademie Haus der Geschichte in Bonn, 11 Februar.
- Theurl, Theresia (2003), "Institutionelle Hintergründe der Finanzmarktintegration: Handlungsbedarf im Zuge der EU-Osterweiterung" **Vierteljahreshfte**

zur **Wirtschaftsforschung**, Heft: 72, No: 4, ss. 510-521.

Thiel, Elke – Böttcher, Barbara – Deutsch, G. Klaus (2003), **Wachstum und Wohlfahrt in Europa – eine Agenda**, Deutsche Bank Research: EU-Monitor, Nr. 8, Frankfurt am Main,.

Hazar Enerji Havzası Potansiyeli Ve Bölgedeki Aktör Ülke Stratejileri

İsmail KÜÇÜKAKSOY¹

¹Araştırma Görevlisi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İstanbul

ÖZET: Zengin bir enerji kaynağı olan Hazar'ın henüz, deniz yada göl statüsü belirlenmemiştir. Hazar enerji havzasında, yüksek miktarda doğal gaz ve petrol rezervi bulunmaktadır. Bundan dolayı, hazar bölgesindeki ülkeler dışında, bazı aktör ülkeler de bölgenin zengin enerji kaynakları ile ilgili stratejiler belirlemektedirler. Bu çalışma, Türkiye için de önemli olan, hazar enerji potansiyelini ve bölgedeki aktör ülke stratejilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Otantial of the Caspian Energy Region and the Strategies of the Countries

ABSTRACT: As an affluent energy source, Hazar's status as a sea or lake has not been determined yet. Hazar Energy Basin has high quantity natural gas and of petroleum reserve. Because of this reason, apart from the countries in Hazar region, some countries which do not belong to this area are also concerned with these rich energy sources. This study aims to interpret Hazar's energy potential which is significant for Turkey as well and indicate the strategies of the countries which are not in this region.

GİRİŞ

Deniz yada göl olma statüsü halen tartışılmakta olan Hazar, zengin bir enerji kaynağıdır. Hazar enerji havzası, deniz statüsüne sahip olduğunda bölge ülkeleri kendilerine taraf olan kaynakları kullanabilirken (12 Mil yakınındaki kaynaklar), göl statüsünde olması durumunda ise bütün kaynaklar bölge ülkeleri için ortak mülkiyete konu olmaktadır. Bu yüzden havzadan dışarıya yapılacak enerji taşımacılığında sorunlarla karşılaşmaktadır. Bölgedeki ülkeler dışında, dünyadaki bazı ülkeler de bölgenin enerji kaynakları ile yakından ilgilenmekte ve stratejiler üretmektedirler. Bölge ülkelerinin, bahsedilen statü sorunu yanında teknoloji imkanlarının zayıflığından dolayı, yüzeye çıkarıp, dünyaya pazarlamakta güçlük çektiği böylesi bir ortamda, aktör ülkelerin de katıldığı uluslar arası

konsorsiyumlar aracılığıyla enerji kaynakları değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Türkiye'de enerji taşıma güzergahı içinde bulunmasının ve enerji kullanımı artan bir ülke olmasının etkisiyle, hazar enerji havzası ile ilgili stratejiler üretmek zorundadır.

HAZAR ENERJİ HAVZASIPOTANSİYELİ

Hazar Denizi 424.300 km² ile dünyanın en büyük kara içi su örtüsü yani iç gölüdür. Su hacmi 80 bin metreküp ve su seviyesi 28 m'dir. Uzunluğu 1050 km, eni 450 km'dir. Hazara kıyısı olan ülkeler Rusya, Azerbaycan, İran, Türkmenistan ve Kazakistan'dır. (Aras, 2001:5)

Hazar Denizi, İran'ın kuzeyinden Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan ile çevrilmiş olan ve Rusya arazisinin güney batı ucuyla da bir sınır paylaşan

bölgesel, milli ve iş alemi ile ilgili bir merkez üssü konumundadır. Bu sorunlar, sahildar devletler arasındaki anlaşmazlıkları, petrol boru hatları güzergahındaki değişiklikleri, devlet çıkarlarını, siyasi ve etnik istikrar üzerinde yatırımcıların endişelerini ve uluslar arası anlaşmaların rolünü kapsamaktadır. (Thomas ve Shull, 2000: 112)

20. yüzyıl başında insanlar petrol bulmak için bölgeye akın ederken Hazar Denizi Bölgesi, Kaliforniya'ya yapılan altına hücumu hatırlatmaktaydı. 2. Dünya Savaşı'nda Almanya, Hazar Bölgesi'ni stratejik hedeflerinden birisi yapmıştı. SSCB'nin dağılmasından sonra, üç yeni devlet (Türkmenistan, Azerbaycan ve Kazakistan) kıyı ve açık denizlerdeki önemli kaynakları işletmek için önemli teşebbüslere giriştiğinde bölge dış dünyaya yeniden açılmaya başladı. Amerikan şirketleri 1989'dan sonra Hazar petrolünü işletmek için yapılan yarışa katıldı ve bölgenin ekonomik gelişmesinde etkili olmaya başladı. (Thomas ve Shull: 114)

Hazar Havzası'nda üç önemli petrol ve doğal gaz merkezi bulunmaktadır:

- Azerbaycan Petrol Yatakları
- Kazakistan'ın Tengiz Petrol Yatakları
- Türkmenistan'ın Doğal Gaz Yatakları

Bunların dışında İran, Hazar havzasındaki petrol yataklarını işletirse, Hazarda dördüncü petrol bölgesi gelişmiş olur. Hazar Petrolleri'nin dünya pazarlarına

Bölgeler	Petrol x1000 (Varil/gün)	Doğal gaz (Milyar c.f./yıl)	Dünya Petrol Üretim Payı (%)	Dünya Doğal gaz Üretim Payı (%)
Kuzey Amerika	14.166	26.072	19	32,5
Avrupa	6.730	3.059	9,7	3,8
Orta ve Güney Amerika	6.885	9.677	9,3	12,1
Rusya, Ukrayna, Diğer BDT	6.302	20.211	8,7	24,3
Türk Cumh.	1.141	1.538	1,4	1,7
Afrika	7.525	3.570	10,2	4,4
Asya-Pasifik	7.645	8.672	10,4	10,8
Orta Doğu	22.795	6.386	31,1	8
Dünya Toplam	73.105	80.149	100	100

taşınması sahasında Rusya'nın en önemli rakiplerinden birisi olan Türkiye, petrolün ülkenin Güney Doğu Bölgesi'ndeki mevcut boru hattıyla Akdeniz'deki Türk limanlarına aşınmasını teklif etmektedir. Ancak Türkiye'nin, uluslar arası konsorsiyumu boru hattının güvenliği konusunda ikna edebilmek için Güney Doğu ile ilgili problemini çözmesi gerekmektedir. Yapımı düşünülen boru hattının geçeceği yerler şu anda Ermeni işgali altında bulunmaktadır. Azerbaycan ve Ermenistan arasında devam eden savaş, Türkiye'nin ümitlerini zayıflatmaktadır. Bu hattın Ermeni işgali altındaki bölgeden değil de İran'dan geçirilmesi alternatifini ise uluslar arası konsorsiyumda söz sahibi olan Amerika istememektedir. Bu yüzden boru hattı kısa vadede bu sorunlarla karşı karşıyadır. Ürettikleri petrolü uluslar

arası pazarlara taşımak zorunda olan batılı şirketler de bahsedilen güçlüklerden dolayı Rusya ile işbirliğine mecbur kalmaktadırlar. (Aslan, 1997: 51)

2010 yılına yönelik yapılan Türk Cumhuriyetlerinin ihracat projeksiyonlarında Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan ve Özbekistan'ın toplam petrol ihracatlarının günde 2,3 milyon varile ulaşması beklenmektedir. Bu ihracatta çok önemli bir rol oynayacak olan Bakü-Ceyhan Boru Hattı'nın Türkiye ile, ilgili bölge ülkeleri arasında 18 Kasım 1999 tarihinde İstanbul'da imzalanmış olması, Türkiye açısından Türk Cumhuriyetleri ve bölge ülkeleri ile ilişkilere de çok önemli bir adım atılmış olmasını sağlamıştır. Dünyadaki ispatlanmış petrol, doğal gaz rezervlerinin ve üretiminin bölgelere göre dağılımı ile Türk Cumhuriyetlerindeki mevcut durum tablolarında görülmektedir. (Çakmak, 2000: 188)

Tablo 1: Dünyadaki İspatlanmış Petrol ve Doğal gaz Rezervlerinin Bölgelere Göre Dağılımı

Bölgeler	Petrol (Milyar Varil)	Doğal gaz (Trilyon c.f.)	Dünya Petrol Rezerv Payı (%)	Dünya Doğal gaz Rezerv Payı (%)
Kuzey Amerika	85,1	294,6	8	5,6
Avrupa	89,5	219	8,5	4,3
Orta ve Güney Amerika	20,7	183,9	2	3,6
Rusya, Ukrayna ve Diğer BDT	49,3	1.740,4	4,7	33,7
Türk Cumh.	16,4	262,5	1,7	5,1
Afrika	75,4	361,1	7	7
Asya-Pasifik	43,1	359,5	4,2	6,9
Orta Doğu	673,7	1.749,6	64	33,8
Dünya Toplam	1.052,9	5.170,3	100	100

Kaynak: DPT, 2000

Tablo 2: Dünyadaki İspatlanmış Petrol ve Doğal gaz Üretiminin Bölgelere Göre Dağılımı

Kaynak: DPT, 2000

Tablo 1 incelendiğinde görülmektedir ki, Dünyadaki ispatlanmış rezervler açısından bakıldığında Hazar havzasının sadece Türk cumhuriyetleri kısmındaki doğalgaz payı dünya rezervinin %5.1'ini, petrol payı ise %1.7'sini oluşturmaktadır. Tablo 2'de ise, dünya üretimleri açısından bakıldığında ülkelerin yüzdelik payları görülmektedir. Türk Cumhuriyetlerinin petrol üretimi dünya üretiminin %1.4'ünü, doğal gaz üretimi ise %1.7'sini oluşturmaktadır. Üretimlerin düşük olmasının sebebi, hem bu ülkelerin mevcut dünya teknolojisini kullanamamaları (sermaye yoğun olduğu, büyük şirketlerce yapılması gerektiği v.b. sebeplerle) hem de Rusya'nın Hazar'ın deniz yada göl statüsü

belirlenmeden bölgede üretimin yapılamayacağı yönündeki baskıdır.

Hazar Havzası petrol ve doğal gaz rezervleri ve dünya rezervleri içindeki yüzdelik oranları tablo 3'de görülmektedir.(Çakmak: 189)

Tablo 3: Hazar Havzası Petrol ve Doğal Gaz Rezervleri
Kaynak: DPT, 2000.

Tablo 3'de, ayrıntılı olarak Türk Cumhuriyetlerinin rezerv payları ve Hazar havzasındaki diğer ülkelerin rezerv payları görülmektedir. Tabloya göre Rusya, Hazar havzasında en çok rezerve sahip ülke konumundadır. Doğal gazda, Dünya rezervinin %32.9'una, petrolde ise %4.6'sına sahiptir. Hazar Havzası petrol ve doğal gaz üretimi ise Tablo 4'de görülmektedir

Tablo 4: Hazar Havzası Petrol ve Doğal Gaz Üretimi
Kaynak: DPT, 2000.

HAZAR ENERJİ HAVZASI POTANSİYELİNİN STRATEJİK ÖNEMİ

Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra Hazar'ın önemi Rus olmayan üç kıyı devletinin (Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan) bağımsızlıklarını ilan etmesiyle büyük oranda artmıştır. Hazar'ın geniş enerji zenginliğine çıkış yolu olmaya istekli bu üç devlet, batılı firmaları bölgede yatırım ve enerji kaynaklarını çıkarmaya davet etmiştir. Önceden bilinen rezervlere ek olarak zengin yeni petrol ve doğal gaz rezervlerinin keşfedilmesi Hazar'ın 21. yüzyılın Basra Körfezi olabileceği yargısına yol açmıştır.(Croissant, 1996-1997: 28)

Uluslar arası Enerji Ajansı'nın tahminlerine göre enerji tüketimine ve sera gazı emisyonlarına ilişkin ciddi tedbirler alınmadığı takdirde, 1995-2020 döneminde dünya toplam enerji talebi %65, toplam CO2 emisyonları ise %70 oranında artacaktır. Bu öngörüler, dünya ekonomik büyüme oranının yılda %3,1 düzeyinde seyredeceği kabulünden hareket etmektedir. Aynı dönemde gerçekleşeceği tahmin edilen enerji talep artışının 2/3'ünün Çin ve Hindistan gibi nüfus patlaması beklenen ülkeler başta olmak üzere, gelişmekte olan ülkeler bloğundan kaynaklanacağı hesaplanmaktadır. Petrol ithal eden ülkelerin 2020 yılına kadar temel arz kaynağı olarak yine Ortadoğu bölgesine bağımlılıklarını artan oranda sürdürmeleri beklenmektedir. Ortadoğu petrolüne bağımlılık ve konvansiyonel olmayan sıvı yakıtların kullanımına yöneliş, arz darboğazları ve petrol fiyat şoklarının yaşanması ihtimalini kuvvetlendirmektedir.(Pala, 1999: 20)

1997 yılı sonu itibarıyla dünya toplam ispatlanmış ham petrol rezervlerinin, 1 milyon varilden fazla ya da 141 milyar ton düzeyinde olduğu hesaplanmaktadır. Bugünkü üretim düzeyleri veri kabul edilirse, dünyanın yaklaşık 41 yıl yetecek petrolü bulunmaktadır. 1995 - 2020 döneminde, OECD toplam petrol talebinin yıllık ortalama %1'in altında artacağı, OECD dışı ülkelerin petrol tüketiminin %3 civarında büyüyeceği tahmin edilmektedir. OECD dışı dünya petrol talebindeki hızlı artışın temelde Asya ülkelerinin petrol talebinden kaynaklanacağı hesaplanmaktadır. Önümüzdeki 20 yıl içinde petrol, dünya enerji dengesinde en büyük paya

sahip olma özelliğini koruyacaktır. Hazar bölgesindeki petrol rezervlerini dünya ekonomisi açısından oldukça anlamlı hale getiren bu önemli trendlerdir. Hazar petrolünün önemini artıran bir diğer göstergesi de başlıca talep merkezlerinin ithal petrole bağımlılık oranlarında belirgin bir artış beklenmesidir. 2020

ÜLKELER	Petrol (Milyar Varil)	Doğal gaz (Trilyon c.f.)	Dünya Petrol Rezerv (%)	Dünya Doğal gaz Rezerv (%)
Azerbaycan	7	30	0,7	0,6
Kazakistan	8	65	0,8	1,3
Türkmenistan	0,5	101	0,1	1,9
Özbekistan	0,6	66	0,1	1,3
Kırgızistan	0,3	0,5	-	-
Toplam	6,4	2,5	1,7	5,1
Rusya	(Varil x1000) 48,6	(Milyar c. l/yıl) 1700	Üretim 4,6 (%)	Üretim 2,9 (%)
Azerbaycan	288	404	0,31	0,28
Diğer (BDT)	540	268	0,7	0,3
Türkmenistan	131	469	0,2	0,5
Ozbekistan	180	589	0,2	0,7
Kırgızistan	2	-	-	-
Toplam	1.141	1.538	1,4	1,7
Rusya	6.171	20.200	8,7	24,3
Ukrayna ve Diğer BDT	131	11	0,2	2,3

yılında OPEC üyesi Ortadoğu ülkelerinin dünya petrol üretimindeki paylarının %40 civarında gerçekleşeceği ve geriye kalan %60'lık pastadan Hazar Petrollerinin de küçümsenmeyecek bir pay alacağı tahmin edilmektedir. Uluslar arası Enerji Ajansı'ndan alınan verilere göre, Hazar Bölgesi ispatlanmış petrol rezervleri 15-40 milyar varil düzeyindedir. Bu miktara 70-150 milyar varil düzeyindeki (muhtemel) rezervler de eklenirse yaklaşık 200 milyar varillik ciddi boyutta bir potansiyelle karşılaşılmaktadır. (Pala: 21)

Hazar Denizi'nin büyük oranda keşfedilmemiş enerji rezervleri Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından önemli oranda uluslar arası yatırıma açılmıştır. Uzmanlar günümüzde Hazar havzasının 275 trilyon metreküp doğal gaz ve 150 milyar varil petrol içerdiğine inanmaktadırlar. En büyük ve verimli petrol ve doğal gaz sahaları güney Hazar Bölgesinde yaklaşık 200000 km²'lik alandaki Azerbaycan ve Türkmenistan'a ait bölgelerde keşfedilmiştir. (Croissant: 24)

Sanayileşme ile birlikte petrol tüketimindeki hızlı artış ve petrole alternatif bir enerji kaynağının henüz bulunamamış olması petrolün önemini daha da artırmaktadır. Batılı güçlerin sahip oldukları petrol rezervlerinin yakın gelecekte bitecek olması ABD, AB ve diğer Avrupa ülkelerinin dikkatini Orta Asya'ya yöneltmesine neden olmaktadır. Sovyetler birliğinin dağılmasından sonra ortaya çıkan Cumhuriyetler bir yandan yetersiz sermaye ve diğer yandan eskimiş teknolojiler nedeniyle sahip oldukları petrol ve doğal

gaz rezervlerini kendi başlarına işleyecek ekonomik potansiyele sahip değildirlir. Bu nedenle petrol zengini bu Cumhuriyetler, mevcut rezervlerinin işletilmesi ve geliştirilmesi için batılı büyük petrol şirketleriyle işbirliğine gitmektedir. Orta Asya bölgesinde ve Kafkaslarda ham petrol yataklarının varlığının fark edilmesi 13. yüzyılda gerçekleşmiştir. Ancak 19. yüzyıldaki teknolojik gelişmeler petrol rezervlerinin yoğun olarak işletilmesini mümkün kılmış ve bölgenin kontrolü için mücadeleler yoğunlaşmıştır. Türkmenistan ve Kazakistan'ın doğal kaynakları 1950'lere kadar keşfedilmemiş ve işletilmemiştir. Böylece rekabet esas olarak Kafkasya ve Hazar Denizi alanında odaklaşmıştır. (Çelik, 1999: 105)

Orta Asya, özellikle de Hazar Denizi Bölgesi, bir çok iç ve dış çatışmaya sahne olmaktadır. Azerbaycan'da Dağlık Karabağ, Çeçenistan, Gürcistan ve diğer azınlıklar bu bölgedeki sorunlu ülkeler olmuşlardır. Potansiyel etnik çatışmalar petrol ve gazın yanı sıra kıt su kaynaklarından kaynaklanan çekişmelerle beraber daha da olası gözükmektedir. Bunlara ek olarak Rusya, Çin, ABD, İngiltere gibi büyük güçlerin birbirini kesen çıkarları da sayılabilir. Türkiye ve İran da önemli değişkenler olarak rol oynayacaklardır. Bu durumda topraklarından güneye en kısa ve doğrudan yola sahip İran'ın gelecekteki siyasi değişimleri son derece önemli olacaktır. Hazar Bölgesi gelecek 10 yılda büyük bir enerji temin edicisi olacağından, bazı sorunlar ortaya çıkabilecektir. Pek çok şey bölgedeki siyasi istikrara bağlıdır. Bahsedilen sorunlu konular dostane şekilde çözülmekle yada en azından sağduyulu bir şekil de ele alınmadıkça, ekonomik kalkınma önünde önemli potansiyel engeller olacaktır. (Magsudul, 2001: 4)

Bölge ülkeleri için Hazar Havzası Statü Sorunu

Bölgedeki ülkeleri işlevlerine göre sıralamak mümkündür. Hazar Denizi etrafındaki sahil devletler kaynakların işletilmesinden, korunmasından ve boru hatlarının başlangıç noktası olmaktan sorumludurlar. İkinci sıradaki devletler, toprakları üzerinden boru hatları geçen devletlerdir. Son sırada, petrolü dünyanın geri kalanına ulaştırmak üzere gemilere yükleyecek, liman tesislerine sahip olan ülkeler bulunmaktadır. İran ve Rusya gibi bazı ülkeler, her üç işlemin de yerine getirebilecek konumdadırlar. Azerbaycan, Türkmenistan ve Kazakistan, üretici ülkeler olarak tam anlamıyla ulaşım çözümü'nün merhametine bağlıdırlar. Bu çözüm de yeni açılan Gürcistan'dan geçip Süpsa'ya varan kısa bir hat hariç mevcut bütün petrol ve doğal gaz boru hatlarının Rusya'nın kontrolü altında olmasıyla daha karmaşık hale gelmektedir. Bölgedeki politik ve ekonomik menfaatlerin artan karmaşıklığı Rusya'yı Hazar'ın statüsü ile ilgili tavrını birkaç kez değiştirmeye zorlamıştır. Sadece Hazar kaynakları değil, ulaşım statüsü ve bölge üzerindeki askeri kontrol konusu da tehlikededir. Boru hatlarının geliştirilmesi ve hudutlarının belirlenmesi kadar artan nüfusunun ihtiyacı için Çin'in petrol kaynaklarına ulaşma arzusu ve

çıkarları da, ulaşım konusu üzerinde sürdürülen mücadeleyi daha da yoğunlaştırmaktadır. (Thomas, Shull: 115)

Hazar Denizi'nin statüsü konusunda Hazar'ın bir deniz mi yoksa bir göl mü olduğu ile ilgili bir sorun bulunmaktadır. Rusya Dışişleri Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Deniz Hukuku Konvansiyonunda tarif edildiği şekilde, denizin milli sektörlere bölünmesini engellemeye çalışmaktadır. Zira denizin en zengin kaynaklarının bulunduğu kesimler Rusya topraklarında bulunmamaktadır. Bu yüzden Rusya ilk olarak, zengin petrol kaynaklarına erişebilmek için Hazar'ın bir deniz değil göl olduğunu iddia etmiştir. Hazar Havzası deniz değil de bir göl olarak kabul ettirerek, sahil devletlerin ortak ekonomik mülkü olarak işlem görmesinden çıkar sağlamak istemiştir. Daha sonra Rusya, Kazakistan ile ikili bir anlaşma imzalayarak deniz dibini ortaklaşa bölmeye karar vermiştir. Anlaşmaya göre deniz dibi üzerindeki su tabakası bölünmeyecektir. (Thomas, Shull: 116)

BÖLGEDEKİ AKTÖR ÜLKELERİN HAZAR STRATEJİLERİ

Özellikle Amerika Birleşik Devletleri, Rusya ve İran çeşitli uluslar arası konsorsiyumlar aracılığı ile Hazar Havzası'na yönelik stratejilerini uygulamak istemektedirler.

Nüfusunun çoğu Müslüman olan Orta Asya Cumhuriyetleri'nde, İran ve Türkiye de rollerini artırmak istemektedirler. Fakat hakim jeopolitik hamle, eskiden Moskova tarafından kontrol edilen bütün topraklarda üstünlüğü sağlamak için Rusya tarafından yapılmıştır. Rusya, barışın korunması adına bir nevi vasilik kurma çabası içinde olup, reformcu bir hükümetin iyi niyeti üzerinde dikkatini odaklaştıran ve jeopolitik bir gündemle karşılaşmak istemeyen Birleşik Devletler buna göz yummaktadır. Realist bir politika göstermektedir ki, Rus Hükümeti bile, Rus ordularını ev sahibi ülkelerin karşı gücüne rağmen, hepsi Birleşmiş Milletler üyesi olan yeni Cumhuriyetlerin topraklarında tutmaktadır. Bu askeri kuvvetler bazı Cumhuriyetlerin iç savaşlarına da karışmışlardır. Rus Dışişleri Bakanı, defalarca "Yakın Yabancı Güçler" deki barışı koruma görevinin Rusya'nın tekelinde olduğunu ileri sürmektedir. (Kissinger, 2000: 775)

ABD'nin Hazar Stratejisi

Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla süper güç olarak gündemde kalan ABD bölge üzerinde egemenlik kurmak için yoğun çaba harcamaktadır. Orta Asya ve Kafkasya, Türkiye için ne kadar önemliyse hür Batı için de o kadar önemlidir. Batılıların ve özellikle Amerikalıların, Kafkaslarda ve Orta Asya'da İran'a karşı Türkiye'nin etkisinden ve potansiyelinden yararlanmak istemeleri kendi çıkarları gereğidir. ABD bu yüzden, bir Türk Birliği'nin kurulmasını istememektedir. ABD, Ortadoğu'da, "Böl ve Yönet" stratejisini uygulamaktadır. ABD, Sovyetler Birliği'nin çökmesiyle bugün bağımsız devletler olarak ortaya

çıkan Türk topluluklarına, Türkiye'den önce sahip çıkmaya çalışmaktadır. (Mütercimler, 1993: 248)

ABD'nin Afganistan hareketinin altında Orta Asya'nın petrol ve doğal gaz zenginlikleri üzerinde en azından "taşıyıcı" olarak söz sahibi olmak istemesi iddia edilmektedir. Afganistan'a komşu olan ülkelerden örneğin Türkmenistan'ın enerji kaynakları zaten Rusya'ya pazarlandığı için yeni oluşturulacak Afganistan merkezli bir boru hattını dolduracak petrol ya da gaz en az Milyar Dolara maledilebilmekte olan projeler düşünüldüğünde ekonomik olmayacaktır. Yine de ABD'nin taşıyıcı rol üstlenmek istemesi Trans-Afganistan hattını gündeme getirebilecektir. (Ülman, 2002: 5)

Rusya'nın Hazar Stratejisi

Rusya'nın Hazar'ın sektörel bölünmesini yasaklamak için ileri sürdüğü resmi argüman, bölünmenin doğal çevreye zarar vereceğidir. Oysa Sovyet dönemi boyunca Moskova'nın korumasında bulunan Hazar Denizi dünyadaki çevre açısından en tehlikeli bölgelerden birisi olmuştur. Rusya hükümeti, güney cumhuriyetlerinde hakim güç olarak rolünü sürdürme hedefini geliştirmek için Hazar üzerinde ortak egemenlik fikrini ileri süren resmi açıklamalarla, gerçek amaçlarını göstermektedir. Hazar'ın bir göl olarak statüsünün korunmasında en büyük çıkara sahip ülke Rusya'dır. Çünkü böyle zengin doğal kaynaklara sahip bir bölge üzerinde kontrol kaybı Moskova için Orta Asya'daki nüfuzun kaybı anlamına gelebilir. Rusya'nın Hazar'ın sektörel bölünmesini önleme girişimi, birbirini tamamlayan iki stratejiyle, güney cumhuriyetlerindeki Rus hakimiyetini devam ettirmeyi ve güçlendirmeyi hedeflemektedir. İlk olarak Moskova, Azerbaycan, Kazakistan ve Türkmenistan'ın kendi kaynaklarını geliştirme kararlarını kendilerinin verebilmesi gücünü ortadan kaldırmak istemektedir. İkinci olarak ortak egemenlik, Rusya'nın Nüfuz alanındaki bölgede batının ekonomik ve siyasi yerleşmesini engellemeyi amaçlamaktadır. (Croissant: 30)

Sovyetler Birliği zamanında 66000 km uzunluğunda olan boru hatları Doğu Petrollerini Beyaz Rusya, Ukrayna ve Doğu Bloku ülkelerine bağlıyordu. Ancak Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla birlikte bu boru hatları da dağılmış durumdadır. 1995'te Rusya 55000 kilometrelik bir boru hattı ve bu boru hatları üzerinde 403 pompalama istasyonuna sahipti. Bugün bu boru hatlarının çoğu kullanılacak durumda değildir. Hatların onarımı yerine yenisinin yapılmasının daha iktisadi olacağı yönünde görüşler mevcuttur. Ayrıca boru hatlarının üzerinde bulunan Çeçenistan ile halen bir anlaşmaya varılamamış olması boru hatlarının güvenliği konusunda endişeler yaratmaktadır. Rusya, Orta Asya petrollerini Novorossisk limanından boğazlar yoluyla taşımak planlamaktadır. Rusya'nın diğer bir seçeneği ise Novorossisk, Bulgaristan'ın Burgaz limanı ve Yunanistan üzerinden Dedeağaç bölgesidir. Fakat bu yol da pek iktisadi gözükmemektedir. Petrol hatları konusunda gerek Rusya'nın gerekse Türkiye'nin taraf

olmadığı bir anlaşmanın gerçekleşme olasılığı çok düşüktür. (Mütercimler: 274)

Rusya'nın bu iki stratejisi Hazar petrolünün taşınması işinde monopol kurabilmek için bütün bölge boyunca faaliyette bulunması ile somutlaşmaktadır. Ayrıca Rusya, Karadeniz'deki limanı Novorossisk'ten Bakü'ye varolan boru hatlarıyla Hazar petrolünün taşınabileceği konusunda lobi yapmaktadır. Rusya'nın Çeçenistan Savaşı, Bakü-Novorossisk boru hattının Çeçenistan'dan geçen bölümü üzerinde kontrolü sağlama çabası olarak görülebilir. Yine Hazar petrolünün taşınmasında bir monopol oluşturma çabalarına ek olarak Rusya, güney cumhuriyetlerinde bir takım darbe ve suikast girişimiyle suçlanmaktadır. Rusya, Türkiye'nin Azeri ve Kazak petrolünün sürekli taşınması için Akdeniz kıyısındaki Ceyhan Petrol Terminali tesislerine boru hattının yapılması konusundaki çalışmalarına güçlü biçimde karşı çıkmaktadır. Rusya, nüfuzu alanındaki bu bölgeye Türkiye'nin sızma girişimlerini önlemek için önlemler almıştır. 1994 Eylül ayında Azerbaycan-Türkiye arasındaki ilk önemli petrol anlaşmasının sonuçlanmasından kısa bir süre sonra Moskova Türkiye aleyhinde faaliyet gösteren terör örgütlerinden birine, başkentte yıllık konferanslar düzenleme izni vermiştir. Rusya'nın Hazar ve çevresinde hakim güç olma stratejisinin son bir unsuru bölgede Rus şirketlerinin yatırımını teşvik etmektir. Rus hükümeti ile petrol devi LUKOİL arasında yakın bir stratejik ortaklık ortaya çıkarılmıştır. (Croissant: 34)

Rusya'nın eski imparatorluk topraklarının ötesindeki topraklardan farklı olarak "Yakın Yabancı Ülkeler" dediği ülkelere (eski SSCB ülkeleri) özel bir güvenlik çıkarılması kaçınılmazdır. Fakat dünya barışı, bu ilginin askeri baskı olmadan tatminini ister. Bazı bölgelerde Birleşik Devletlerin ulusal çıkarı, en azından İran köktencilğine bir direnmeyi sürdürdüğü sürece büyük bir olasılıkla Rusya'nınkiyle paraleldir. Bu konudaki işbirliği, geleneksel Rus emperyalizmine dönüşmediği sürece devam edebilir. (Kissinger: 776)

İran'ın Hazar Stratejisi

İran, ABD tarafından kökten dinci rejim ihraç etmeye çalışan ve terörizmi destekleyen bir ülke olarak değerlendirilmekte ve bölgede nüfuz sahibi olmasının önüne geçilmeye çalışılmaktadır. (Çakmak: 3)

Rusya gibi İran da Hazar Denizi'nin sektörel bölünmesine güçlü biçimde karşı çıkmaktadır. Amerikan hükümetinin, Amerikan şirketlerinin İranlı şirketlerle iş yapmasını yasaklayan politikasına rağmen Tahran, ABD firmalarının dahil olmadığı uluslar arası konsorsiyuma katılarak Hazar'ın enerji kaynaklarının geliştirilmesinde önemli bir rol üstlenmiştir. Azerbaycan 4 milyar dolarlık Şah Denizi Anlaşmasını yaparken bilinçli biçimde ABD petrol firmalarını dışarda tutmuş ancak İran'a %10 pay vermiştir. Tahran ayrıca Hazar devletleriyle ikili anlaşmalar imzalarak ABD'nin uyguladığı kısıtlamaları aşmıştır. Örneğin, Ağustos 1996'da İran ve Kazakistan önemli bir petrol trampa anlaşması imzalamışlardır. (Croissant: 35)

Türkiye İçin Önerilen Hazar Havzası Stratejisi

Türkiye'nin coğrafi konumu, doğanın zengin petrol ve doğal gaz kaynaklarını, talebi hızla artan batı ülkelerine taşımaya son derece elverişlidir. Türkiye'nin öncelikli hedefi, bu potansiyelin değerlendirilerek Türkiye'yi 21. yüzyılın "Avrasya Enerji Koridoru" konumuna getirmektir. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin petrol ve gaz ithalatında kaynak çeşitliliği, arz güvenliği ve arz sürekliliğinin sağlanabilmesi için de büyük enerji taşıma projelerinin geliştirilmesi üzerinde titizlikle durulmalıdır. Gelecek yüzyılda yeni bir enerji köprüsü ve terminali olacak olan Türkiye, Orta Asya ve Hazar hidrokarbon kaynaklarının dünya pazarlarına taşınmasında uluslar arası enerji projelerine liderlik ederek, coğrafyasının kendisine sağladığı avantajla önemli bir rol oynamaktadır. (Ersümer, 2000: 5)

Günümüzde enerji, Türkiye için stratejik sektörlerden birisidir. Sanayileşme, teknolojik gelişme ve ekonomik kalkınma ancak enerji sektörünün eksiksiz bir konumda olmasıyla sağlanabilir. Enerji alanında yapılan işbirliği, politik yumuşamayı da beraberinde getirecektir. Özellikle son 10 yıl içinde enerji alanında yeterli yatırımların yapılamamış olması Türkiye'yi bir darboğaza sokmuş bulunmaktadır. Türkiye enerji gereksiniminin bir kısmını bölge içindeki ilişkileriyle gidermeye çalışmaktadır. Uluslar arası ilişkilerde, bölge ilişkileri açısından enerji konusu, Türkiye ile çevre ülkeler arasında karşılıklı çıkarları dengeleyecek, ekonomik ve politik ilişkileri geliştirebilecek bir araç olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu ilişkiler geliştirilirken uzun vadeli ulusal bir politika çerçevesinde yürütülmek zorundadır. Günlük konjonktürün dışına çıkarak Türkiye'nin uzun vadede bölge içindeki ekonomik ve politik ağırlığını geliştirecek sağlıklı bir enerji işbirliği politikası oluşturması gereklidir. (Manisalı, 2001: 24)

Uzun vadeli Türkiye'nin stratejik çıkarlarının ortaya konması ve ortaya konacak strateji içinde enerjinin yerinin belirlenmesi gerekmektedir. Enerji konusunda bölge dışı güçlerin, Türkiye'nin ulusal çıkarları ile bağdaşmayacak politikaları zorla kabul ettirmeye çalışmasının Türkiye'nin uzun vadeli çıkarları açısından zararlı görülmelidir. Türkiye, İkinci Dünya Savaşı'ndan bugüne kadar uluslar arası ilişkilerde karşılıklı çıkar dengelerini koruyacak bir zemin oluşturamamış, özellikle Batı Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'ne ekonomik ve politik olarak tek yanlı bağlanmıştır. Yeni geliştirilmekte olan bölgesel projeler, Türkiye'nin İkinci Dünya Savaşı'ndan bugüne kadar içine düşmüş olduğu bu tek yanlı bağı dengeleyecek ve yeni gelişmekte olan çok kutuplu Dünya politikası içinde Türkiye'nin ulusal çıkarlarına yardımcı olacaktır. Bu düşünce somuta indirgenildiğinde şunları sıralamak mümkündür: (Manisalı, 2001: 25)

- Türkiye bölgede güçlü bir ülke olma potansiyeline sahiptir.

- Türkiye çevre ülkeleriyle, Ortadoğu'dan Rusya'ya kadar ekonomik ilişkilerini geliştirmek zorundadır.

- Ekonomik ve politik ilişkilerin gelişmesinde enerji sektörü önemli bir manivela, lokomotif konumundadır.

- Türkiye bu konuda ulusal inisiyatifi ele almalı, ulusal tercihlerini ortaya koymalı, bu tercihlerle karşılıklı çıkarların korunabileceği bir denge oluşturmalıdır.

Türkiye'nin Jeopolitik Konumu

Dünyanın bir numaralı istihbarat ve strateji örgütü Central Intelligence Agency (CIA), Amerika Birleşik Devletleri'nin yeni başkanı için Aralık 2000 tarihinde son şeklini alan "Global Trendler – 2015" isimli bir rapor hazırlamıştır. Bu raporda dünyadaki ekonomik büyüme ve nüfus artışı nedeniyle enerji talebinin önümüzdeki 15 yılda %50 artacağı, bugün günde 75 milyon olan petrol talebinin, 2015'te 100 milyon varile çıkacağı belirtilmektedir. Bu rakam yaklaşık OPEC'in bugünkü mevcut üretimine karşılık gelmektedir. Raporda, Asya'nın enerji tüketiminde birinci sıraya yerleşeceği ve aynı zamanda da toplam talebin yarısından fazlasını üreteceği vurgulanmaktadır. (Globus Dergisi, 2001: 56)

2001 – 2020 arasında dünya petrol tüketimine ilave gelecek olan, her bir varil petrolün yarısı gelişmekte olan Asya ülkelerinden kaynaklanacaktır. Ortadoğu'daki OPEC ülkelerinin dünya petrol pazarlarındaki %25'lik payının, önümüzdeki 20 yıl içerisinde çok hızlı bir yükselişe geçeceği tahmin edilmektedir. Dünyanın ve özellikle de gelişmekte olan OECD ülkeleriyle birlikte Asya ülkelerinin Ortadoğu petrollerine olan ihtiyacı önümüzdeki 20 yıl içinde giderek artacaktır. Bu tespitin mutlaka politik ve stratejik boyutları da bulunmaktadır. (Biro, 2000: 171)

Gelişmenin vazgeçilmez unsurlarından biri olduğunu her geçen gün daha güçlü delillerle kanıtlayan enerji ve enerjinin verimli kullanımı hızlı bir küreselleşme sürecinde bulunan dünyada arz kaynağı ülkelerle talep merkezlerinin çeşitli taşıma yolları ve en önemlisi de boru hatları ile birbirine bağlanmasını zorunlu kılmıştır. Enerji haritaları incelendiğinde, ülkeleri bir ağ gibi kapsayan, sınırlarını ise çoktan aşmış olan enerji boru hatları sistemlerinden daha yaygın şekilde kendini belli eden, planlanan boru hattı sistemleri ile karşılaşılmaktadır. Burada en fazla göze çarpan bölgeler dünya ispatlanmış doğal gaz rezervlerinin yaklaşık % 40'ına, petrol rezervlerinin % 67'sine sahip olan Ortadoğu ve Orta Asya'dır. Rusya Federasyonu'nun dahil edilmesiyle bu oranlar doğal gazda % 73'ü geçmekte, petrol ise % 72'ye yaklaşmaktadır. Bu resmi tamamlayan en kritik ülke enerji üretim merkezleriyle talep yoğun Batı ülkeleri arasında doğal bir köprü konumunda olan Türkiye'dir. Günümüzde isimlerinden oldukça fazla bahsedilen Irak, Azerbaycan, Kazakistan, Türkmenistan vb. ülkelerdeki zengin doğal gaz ve petrol rezervlerinin dünya

pazarlarına aktarılmasını sağlayacak büyük boru hattı projelerinde Türkiye her zaman önemli geçiş ülkesi olarak tanımlanmaktadır. Tarih boyunca Asya ve Avrupa arasında stratejik bir köprü işlevi gören ve İpek Yolunun son bulunduğu noktalardan biri durumundaki Türkiye, Ortadoğu petrollerinin bir bölümünün dünya pazarlarına ulaştırıldığı günümüzde bu kritik özelliğini sürdürmektedir. (Çelepci, 2000: 97)

Orta Asya'da Türkiye ile kültür, etnik kimlik, tarih, din ve dil benzeşmesine sahip yeni bir bağımsız devletler topluluğu uluslar arası politika sahnesine çıkmıştır. Bu devletler Türkiye'ye siyasi ve ekonomik alanda güç sağlamaya yönelik destek verecek potansiyelle sahiptirler. Uzak Doğunun 21. yüzyılda önemli bir jeopolitik konuma sahip siyasi ve ekonomik bir güç merkezi olacağı düşünülürse, Kafkasya-Orta Asya eksenini Türkiye açısından çok stratejik bir koridor vazifesi görecektir, bağlı olduğu Batı ittifakında (bu koridorun uzantısı olarak) kendi Jeopolitik konumu da değerlendirilecektir. Bölge, Orta Doğu petrollerine alternatif nitelikteki petrol rezervleri ile dünya enerji politikalarında dikkate alınması gerekli bir sahadır. Türkiye, Hazar Denizi petrollerinin ve doğal gaz rezervlerinin uluslar arası pazarlara açılmış olması sonucunda üretim ve özellikle dağıtımından pay alma fırsatını yakalamıştır. Bu sayede Türkiye atıl kalan jeopolitik zenginliğini kullanabilecek, böylece etrafındaki pek çok bölgeyle yeni çıkar alanları oluşturabilecek, var olanları derinleştirecek ve zenginleştirecektir. Avrasya ve Yakın Doğu enerji kaynaklarının Avrupa'ya taşınması için hazırlanacak herhangi bir planda Türkiye'nin katkısı hayati önemde bir değer taşıyacaktır. Petrol ve doğal gaz nakliyatının en az bu kaynakların çıkarılması kadar önemli olduğu düşünülecek olursa tek başına bu bölgenin değerlendirilmesi yeterli olmamaktadır. Uluslar arası sistemin tanımlayıcı unsurlarından biri olan jeopolitik algudaki değişimler sonucunda, güvenliğe yönelik sosyal, özellikle ekolojik tehditlerin büyük ölçüde önem kazanması, Kafkaslar-Orta Asya eksenini ve Türk Boğazları'nın bir bütün olarak Karadeniz havzası içinde değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

SONUÇ

Hazar, barındırdığı doğal gaz ve petrol kaynakları yönünden zengin bir enerji kaynağıdır. Sahip olduğu potansiyelden dolayı, bu bölge Hazar Enerji Havzası olarak nitelendirilebilir. Gelişmekte olan ülkelerin iktisadi büyüme için ihtiyaç duydukları enerji talepleri sürekli artmaktadır. Bunun yanında gelişmiş ülkeler de, hareket etmek anlamına geldiği için, enerji kaynaklarına ilgi göstermektedirler. Gelecekteki enerji talep projeksiyonları doğrultusunda gelişmiş ülkeler de, enerjinin yoğun bulunduğu merkezlere dikkatlerini yöneltmişlerdir. Bu doğrultuda, hazar enerji havzasında, bölge ülkeleri olan Türk Cumhuriyetleri ile diğer bir grup olan Rusya'nın içinde bulunduğu Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinin bir takım planları bulunmaktadır. Bu ülkeler dışında, havzanın zengin

enerji potansiyeli, bölge dışındaki ülkelerin de, uluslar arası konsorsiyumlar aracılığıyla, bölgeden pay alma yönünde uğraşlarına sebep olmaktadır. Hazar havzasının henüz belirlenmemiş statüsü ise (deniz yada göl olma durumunun yasal çerçevesi) tek bir ülkenin enerji kaynakları üzerinde söz sahibi olmasını engellemektedir. Bu anlamda yıllardır bazı enerji taşıma projelerinin (Bakü-Ceyhan Enerji Projesi v.b.) hayata geçirilmesinde engellerle karşılaşmaktadır. Türkiye, enerjiyi yoğun kullanan ve enerji nakil güzergahında bulunan bir ülke olarak Hazar Enerji Havzası ile ilgili bir strateji belirlemelidir. Türkiye'nin, Türk Cumhuriyetleri ile olan bağlarından dolayı bölgede söz sahibi olması olasıdır. Türkiye, yakın dönem fırsatları kaçırmamak için uluslar arası konsorsiyumlar dahil olmak üzere bölgedeki enerji projeleri içinde yer almalıdır.

KAYNAKÇA

- Aras, O. Nuri (2001), **Azerbaycan'ın Hazar Ekonomisi ve Stratejisi**, Der Yayınları, İstanbul.
- Aslan, Yasin (1997), **Hazar Petrolleri, Kafkas Kördüğümü ve Türkiye**, Ankara.
- Bırol, Fatih (Şubat 2000), "21.Yüzyıl Enerji Profili Konulu Oturum Konuşması", **Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi 50 Kuruluş Yılı Kutlama Etkinlikleri**, Dünya Enerji Konseyi Yayınları, Ankara.
- Croissant, C.M., Croissant, M.P. (Kış 1996-1997), "Hazar Denizi Statüsü Sorunu, İçeriği ve Yansımaları", **Avrasya Etüdlere Dergisi**, Cilt.3, S.4, ss. 2-7)
- Çakmak, Haydar (2000), **Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri ve bölge ülkeleri ilişkileri Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Ankara.
- Çelepci, Fuat (2000), "Petrol ve Doğal gaz Arzı, Hatlar, Stratejiler Konulu Panel Konuşması", **Türkiye 8. Enerji Kongresi Dünya Enerji Konseyi Türk Milli Komitesi Paneli**, Poyraz Ofset, Ankara.
- Çelik, Kenan ve Kalaycı, Cemalettin (Sonbahar-Kış 1999), "Azeri Petrolünün Dünü ve Bugünü", **Avrasya Etüdlere Dergisi**, S.16, ss. 102-106.
- Ersümer, M. Cumhuriyet (Eylül 2000), "Enerjideki Sorunları El Birliği ile Aşacağız", **Enerji Dergisi**, ss. 4-6.
- Globus Dergisi Araştırması (Şubat 2001), "Global Trendler 2015", **Globus Dergisi**, ss. 54-57.
- Gökırmak, Mert (1996), "Türkiye-Rusya ilişkileri ve Petrol Taşımacılığı Sorunu: Jeopolitik Bir Değerlendirme", **Değişen Dünya ve Türkiye**, (Der. Faruk Sönmezöglü), Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Kissinger, Henry (2000), **Diplomasi**, (Çev. H.İbrahim Kurt), Kültür Yayınları, Ankara.
- Magsudul, Hasan Nuri (ilkbahar-yaz 2001), "Hazar Denizi Bölgesi, Sorunlar ve Beklentiler", **Avrasya Etüdlere Dergisi**, S.19, ss. 3-5.

- Manisalı, Erol (Nisan 2001), “Enerji Sektörü ve Dış Politikamızdaki Belirleyici Rolü”, **Unit International Dergisi**, ss. 23-26.
- Mütercimler, Erol (1993), **21. Yüzyıl Eşiğinde Uluslar arası Sistem ve Türkiye-Türk Cumhuriyetleri İlişkiler Modeli**, Anahtar Kitaplar Yayınevi, İstanbul.
- Pala, Cenk (Nisan 1999), “21. Yüzyıl Dünya Enerji Dengesinde Petrolün ve Hazar Petrollerinin Yeri ve Önemi”, **PetroGas Dergisi**, Botaş Vakfı Yayınları, ss. 19-21.
- Thomas, L. Timoty ve Shull, John (2000), “Rusya'nın Milli Çıkarları ve Hazar Denizi”, **Menfaatler Çatışması Ortasında Türkiye**, (Çev. Yılmaz Tezcan), (Der. Yılmaz Tezcan), Ülke Kitapları, İstanbul.
- Ülman, Haluk (22 Ocak 2002), “Huzurlarımızda Orta Asya Petrolleri”, **Dünya Gazetesi**.

Türkiye’de Teşvik Politikalarının Bilgiye Dayalı Ekonomi Üzerine Etkileri

Ahmet Can BAKKALCI¹ Cem ENGİN² Haluk TANDIRCIOĞLU³

¹ Dr., Pamukkale Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Denizli

² Yrd. Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Kahramanmaraş

³ Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, İzmir

ÖZET: “Türkiye’de Teşvik Politikalarının Bilgiye Dayalı Ekonomi Üzerine Etkileri” adlı çalışmamızda öncelikle bilgiye dayalı ekonomi kavramı hakkında bilgi verilmiştir. Daha sonra Türkiye’nin bilgi toplumuna dahil olup olmadığı incelenmeye çalışılmıştır. Bu inceleme yapılırken bilgi toplumuna geçiş sürecinde Türkiye’de yapılan faaliyetler ortaya konulmuştur. Değişik kriterler ortaya konularak yapılan bu incelemede Türkiye’nin durumunun aslında çok sağlıklı olmadığı sonucuna varılmıştır. Ancak Türkiye’de henüz yeterli seviyelerde olmasa da mevcut yapıyı değiştirmek için bir takım önlemler alınmaya çalışılmaktadır. Bu önlemlerden birisini de teşvikler oluşturmaktadır. Bu bağlamda öncelikle Türkiye’de uygulanan teşviklerin tarihsel gelişimi incelenmiştir. Daha sonra çok değişik birim ve kurum tarafından uygulanan teşvik türleri ve teşvik politikaları uygulanırken ortaya çıkan sorunlar analiz edilmiştir. Bu analiz sonucunda Türkiye’de teşvik sisteminde ciddi sorunlar bulunduğu bu sorunları ortadan kaldırabilmek için mutlaka bir yeniden yapılandırmanın gerekliliği vurgulanmıştır.

Bilgi toplumuna geçişin sağlayacağı avantajlar ve teşviklerin bilgi ekonomisine geçişi hızlandırmadaki rolü düşünüldüğünde teşviklerin bu yönde kullanılmasının önemi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple teşvikler yeniden yapılandırılırken bilgi ekonomisine hizmet edecek şekilde düzenlenmesine yönelik önerilerle çalışma son bulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Teşvik Politikaları, Bilgi Ekonomisi, Bilgi Toplumuna

Inducement Policy Impacts on Knowledge Economics in Turkey

ABSTRACT: In this study we discussed the concept of knowledge economics. We aimed to determine whether Turkey is a part of knowledge society. In this context we presented the activities carried out in Turkey in the process of transition to the knowledge society.

Our main result is that although the situation in Turkey is not healthy enough, some measures to change the existing structure have been taken.

Incentives are one of the most prominent measures that were taken. We examined the historical development of incentives in Turkey. Then we analyzed the different incentives policies put into practice by different institutions.

Key Words : Inducement Policies, Knowledge Economics, Knowledge Society

BİLGİYE DAYALI EKONOMİ KAVRAMI

XX. Yüzyılın son yarısından itibaren insanlığın içinde bulunduğu zaman dilimi genel olarak “Bilgi

Çağı”, insanın içinde yaşadığı toplum da “Bilgi Toplumu” olarak adlandırılmaya başlamıştır. Bilgi Toplumu, toplumsal, siyasi ve ekonomik alanlarda

değişimlere yol açmıştır. Ancak, bu değişim süreci toplum, siyaset ya da ekonomi düzleminin tümünü kapsamamış, bir bölümünde etkili olabilmektedir. Bilgi Toplumu'nun ortaya çıkardığı değişimler gelişmiş ülkelerden başlamak üzere giderek daha fazla alanda etkisini hissettirmektedir.

Ekonomik altyapının özellikle ağ ekonomileri denilen bölümü, Bilgi Toplumu'nun ekonomik alandaki yansımalarıdır ve **Bilgiye Dayalı Ekonomi (BilDE)** kavramıyla nitelenebilmektedir. Bilgi Toplumu'nun kendine özgü ekonomik yapısı, yani BilDE içinde, klasik ekonomi paradigmasının kullandığı, artan maliyet veya azalan verim gibi bazı varsayımlar anlamını yitirmektedir. BilDE ortamında özellikle bilgi ve iletişim maliyetlerinde hızlı azalmayla birlikte, bu işlemlerde yoğunlaşma ve yaygınlaşma görülmektedir.

BilDE, ROMER tarafından geliştirilen bir kavram olup, neo-klasik ekonomi paradigmasından birkaç önemli noktada farklılık göstermektedir (ITAG, s. 4).

i. Bilgi sermayenin temel biçimidir. Ekonomik büyüme bilgi birikimiyle sağlanmaktadır.

ii. Herhangi bir teknolojik atılım tesadüfi olarak ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan teknolojik değişim, bundan sonra da etkiler yaratarak ekonomik büyümenin anahtarını oluşturmaktadır.

iii. Gelişmiş teknoloji kullanılan alanlarda azalan verimler kanunu yerine, ölçeğe göre artan getiriler söz konusu olmaktadır.

iv. Yatırımlar teknolojiyi, teknoloji ise yatırımları dönüşümlü olarak arttırmakta ve geliştirmektedir.

v. Yeni dönemde ideal durum monopol ya da monopollü rekabet piyasalarıdır. Ar-Ge yatırımları için monopol gücüne sahip olmak önem taşımaktadır. Oysa geleneksel ekonomi yaklaşımı içinde tam rekabet ideal durumu yansıtmaktadır.

Ancak ROMER'e göre bunların sağlanması istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyüme için yeterli olmamakta, mutlaka beşeri sermayenin geliştirilmesi gerekmektedir. Yani, Bilgi Toplumu'nda gelişmeyi sağlayıcı en önemli faktörün bilgi, bu faktör üzerindeki en büyük etkenin de eğitim olduğu kabul edilmektedir. Dünya Bankası'na göre BilDE aşamasında olan ya da bu aşamaya geçmeye hazırlanan toplumlarda dört ana alanda değişiklik gözlenmektedir (WB 2003, s. 2);

i. Bilgi yeni tekniklerle geliştirilmekte, uygulanmakta ve yayılmaktadır,

ii. Yatırımın geri dönüş süresi azalmakta, buluşlara olan gereksinim artmaktadır. Örneğin bir otomotiv yatırımının üretim için geri dönüş süresi geçmişte 6 yılken, bu süre 2 yıla inmiştir. Ayrıca patent başvurularında artış görülmektedir.

iii. Dünya çapında ticaret ve rekabet düzeyi yükselmektedir.

iv. Hizmetler sektöründe çalışan küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomik büyüme ve istihdamdaki önemi giderek artmaktadır.

Bilgi toplumu süreci içinde devletlere ya da hükümetlere önemli sorumluluklar yüklenmektedir. Bu sorumlulukların başında bilgi teknolojilerini yaygınlaştırarak kullanmak ve kullanırmak gelmektedir. Böylece devletin halkla, halkın da devletle olan iş ya da işlemlerinin kolaylıkla sonuçlandırılması hedeflenmektedir. e-devlet ya da e-hükümet, kurum içi ya da kurum dışı işlemlerinde bilgi teknolojilerini kullanabilen devlet ya da hükümetleri nitelemek üzere kullanılmaktadır (UN 2003, s. 2).

Amaç, Kapsam ve Yöntem

BilDE'nin kurumsallaştırılabilmesi ya da geliştirilebilmesi için izlenecek politikalarda Dünya Bankası dört ana kriter üzerinde durmaktadır (WB 2002, s. 5):

- i. Uygun ekonomik teşvik ve kurumsal sistemin oluşturulması,
- ii. Kalifiye, yaratıcı ve esnek işgücünden oluşan bir toplum yaratılması,
- iii. Dinamik bilgi ve bilgilenme altyapısının kurulması,
- iv. İyi bir Ar-Ge yapısı oluşturularak buluşların etkin olarak yaratılması¹.

Bu kriterler kapsamında Dünya Bankası tarafından ülkelerarası karşılaştırma yapmaya uygun Bilgi Ekonomisi Endeksi (Knowledge Economy Index "KEI") geliştirilmiştir. Bu endeks kapsamında 121 ülke, dört ana kriter bağlamında, 76 yapısal değişken açısından değerlendirilmiştir (WB 2004 II, s. 6). Çalışmamız Dünya Bankası tarafından BilDE ortamının geliştirilebilmesi için gerekli görülen bu kriterleri Türkiye açısından ölçme ve bu kriterlere ulaşmada teşvik politikalarının yönlendirici gücünü test etme amacına yönelmiştir,

Türkiye'nin BilDE Kapsamında Değerlendirilmesi

Çalışmamızın bu bölümünde Türkiye ekonomisinin genel olarak içinde bulunduğu durum değil, yalnızca BilDE açısından gerekli olan veriler sunulmuştur. Bu nedenle Türkiye'nin genel ekonomik görünümünün verilmesinden kaçınılmıştır.

BilDE'nin değerlendirilebilmesi için, daha önce de belirtildiği gibi, ileri teknolojiyle üretilen ürünlerin toplam üretim içindeki payı, oluşturulan markaların dünya piyasalarındaki güçleri, nitelikli iş gücü ve sermaye kaynakları önem taşımaktadır. Bu açıdan genel bir değerlendirme yapıldığında Türkiye'nin (son krizle birlikte azalsa da) BilDE anlamında ortalama bir ülke olduğu izlenmektedir (WB 2004 s. 8).

¹ Buradaki buluş kelimesi, İngilizce'deki "innovation" kelimesine karşılık gelecek şekilde kullanılmıştır. Innovation, teknolojik olarak kullanılabilecek şekilde geliştirilmiş icatları (invention) ifade etmektedir.

Ekonomi Teorisinde hükümet harcamalarının büyüklüğü ve bu büyüklüğün yansımaları üzerinde sıkça tartışmalar yapılagelmıştır. Bu konu Türkiye'deki makroekonomik işleyiş açısından da oldukça önemlidir. Genel olarak hükümet harcamalarının belli bir düzeye gelene kadar ekonomik büyümeyi arttırdığı, daha sonraki harcama artışlarının ise dışlama etkisiyle ekonomik büyümeyi azalttığı düşünülmektedir (DANIEL

<http://www.heritage.org/Research/Budget/bg1831.cf>

m). Bilgi ekonomisine geçiş sürecinde verilen teşvikleri de bu kapsamda değerlendirmek mümkündür. Ancak çalışmanın amacı bu ilişkiyi test etmek olmayıp teşviklerin bilgi ekonomisine geçişte nasıl yönlendirici olabileceğini değerlendirmektir.

Kurumsal Sistem

Türkiye'de ekonomik açıdan keskin bir ikili yapı gözlenmektedir. Bir yanda geri teknoloji ve yoğun işgücü kullanan (tarım gibi) sektörler oldukça geniş yer kaplarken, diğer yanda ileri teknolojiye yer veren ve rekabet gücü yüksek olan (otomotiv, elektrikli makine,

demir çelik, iletişim gibi) sektörler hızla gelişmektedir. Bu sektörler özellikle Avrupa Birliği piyasalarında önemli rekabet gücü elde etmeye devam etmektedir (BAKKALCI, s. 192-233). Bunun yanında yoğun işgücü kullanan ve düşük maliyetli geleneksel ürünlerin hızla rekabet gücü kaybettiği bilinmektedir. Geleneksel üretim alanlarında Çin ve Hindistan gibi, eş teknolojiyi düşük maliyetle kullanan ülkelerin artan rekabeti Türkiye'nin rekabet gücü açısından tehdit unsuru oluşturmaktadır.

Dünya Bankası BiDE ve Bilgi Toplumu'nu ölçerken çeşitli açılardan karşılaştırmalar yapmaktadır. Türkiye'nin genel toplumsal ve ekonomik değerler açısından diğer ülkelerle karşılaştırması aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Karşılaştırmalar gelişmiş ülkeler, dünya ortalaması ve en büyük ticari rakiplerimizden olan Çin'e karşı yapılmıştır.

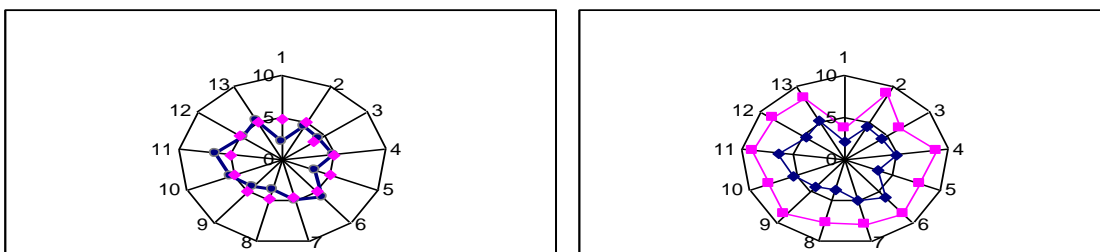
Tablo 1: Seçilmiş Kriterler Açısından Türkiye'de BiDE Düzeyinin Karşılaştırılması (2003)

Değişken	Türkiye		Çin		Batı Avrupa		G-7		Dünya	
	Cari	Ort.	Cari	Ort.	Cari	Ort.	Cari	Ort.	Cari	Ort.
GSMH Büyümesi %	1.80	2.13	7.90	9.69	2.81	3.70	2.04	2.42	3.38	4.89
İnsani Gelişme Endeksi	0.75	4.44	0.75	4.21	0.93	8.90	0.93	8.98	0.73	4.95
Gümrükler, gümrük dışı engeller	6.00	4.37	2.00	0.00	8.00	6.59	8.00	6.59	5.51	3.75
Regülasyon Kalitesi	0.08	4.96	-0.41	3.07	1.58	8.94	1.41	8.49	0.20	4.95
Araştırmacı Sayısı / milyon kişi	302.64	3.33	583.88	4.56	3245.51	7.90	3151.6	8.21	1417.45	4.94
Bilimsel ve teknik makale sayısı / milyon kişi	42.91	5.91	9.31	4.17	478.51	8.66	500.94	8.90	133.11	4.96
Patent başvurusu/ milyon kişi.	0.45	5.00	0.33	4.55	80.76	7.79	153.42	8.92	29.29	4.69
15 yaş üstü okumalık oranı	85.60	3.78	90.92	4.65	99.02	7.63	99.79	8.01	84.09	4.80
Lise Öğretim Düzeyi	76.00	4.22	68.25	3.28	114.94	8.77	109.04	8.31	74.51	4.96
Yüksek Öğrenim Düzeyi	24.55	5.28	12.68	3.31	52.82	7.88	55.16	8.31	28.06	4.96
Telefon/ 1000 kişi	685.40	6.41	423.20	5.31	1453.67	9.01	1298.1	8.45	575.77	4.96
Bilgisayar/ 1000 kişi	44.60	4.67	27.60	3.58	407.19	8.49	420.41	8.65	144.05	4.96
İnternet / 10.000 kişi	805.46	5.23	632.48	4.61	3996.50	8.36	4444.4	8.82	1590.33	4.96

Kaynak: <http://info.worldbank.org/etools/kam2005/home.asp>.(07.08.2005)

Bu karşılaştırmalar radar grafiklerle daha anlaşılabilir hale getirilebilir.

Grafik 1: Türkiye'nin BiDE Kapsamında Seçilmiş Ülkelerle Karşılaştırılması (2003)



Kaynak:

Yukarıdaki verilere göre tarafımızdan üretilmiştir.

Türkiye'nin özellikle gelişmiş ülkelerle yapılan karşılaştırmasının olumlu sonuçlar ortaya koymadığı açıktır. B ve D alanlarında yapılan değerlendirmeler tüm kriterler açısından Türkiye'nin gelişmiş ülkelerin oldukça gerisinde kaldığını ve Türkiye'de BİLDE'nin kurumsal olarak gelişmediğini göstermektedir.

Grafiğin A alanı, dünya ortalamalarını göstermektedir. Türkiye, dünya ortalamaları düzeyinde bulunmaktadır. Bu durum, karşılaştırması yapılan kriterlere göre 121 ülke içindeki sıralamada Türkiye'nin 50 ile 70 arasında yer aldığını ifade etmektedir. Uluslararası piyasalarda Türkiye'nin tekstil, demir gibi ürünlerde önemli rakiplerinden olan Çin'in de kurumsal gelişmişlik açısından bazı alanlarda özellikle ekonomik büyümede Türkiye'yi geçtiği gözlenmektedir.

Türkiye'de kurumsal BİLDE sistemine yönelik olarak e-devlet ya da bilgi toplumu bağlamında yapılması düşünülen veya yapılan faaliyetler DPT tarafından hazırlanan "e-Dönüşüm Kısa Dönem Eylem Planı Sonuç Raporu"nda belirtilmiştir (DPT 2005, s. 13). Buna göre Türkiye'nin bilgi toplumuna geçiş sürecinde belirlenen amaçları aşağıda verilmiştir (DPT 2005, s. 2 v.d.).

- i. Ekonomik gelişme ve rekabetçiliğin artırılması,
- ii. Yaşam kalitesinin yükseltilmesi,
- iii. İstihdamın artırılması,
- iv. Rekabetçi bilgi ve iletişim teknolojileri piyasasının oluşumu,
- v. Şeffaf ve etkin kamu yönetiminin oluşturulması, kamu hizmetleri sunumunun iyileştirilmesi.
- vi. Bölgesel gelişimin sağlanması,

Grafik 2: AB'ye Yeni Üye ya da Üye olacak Ülkelerle Türkiye'nin e-devlet Uygulama Performansı Karşılaştırması

vii. Avrupa Birliği'ne uyum.

Bu amaçlar çerçevesinde yapılanlar genel anlamda şu şekilde özetlenebilir.

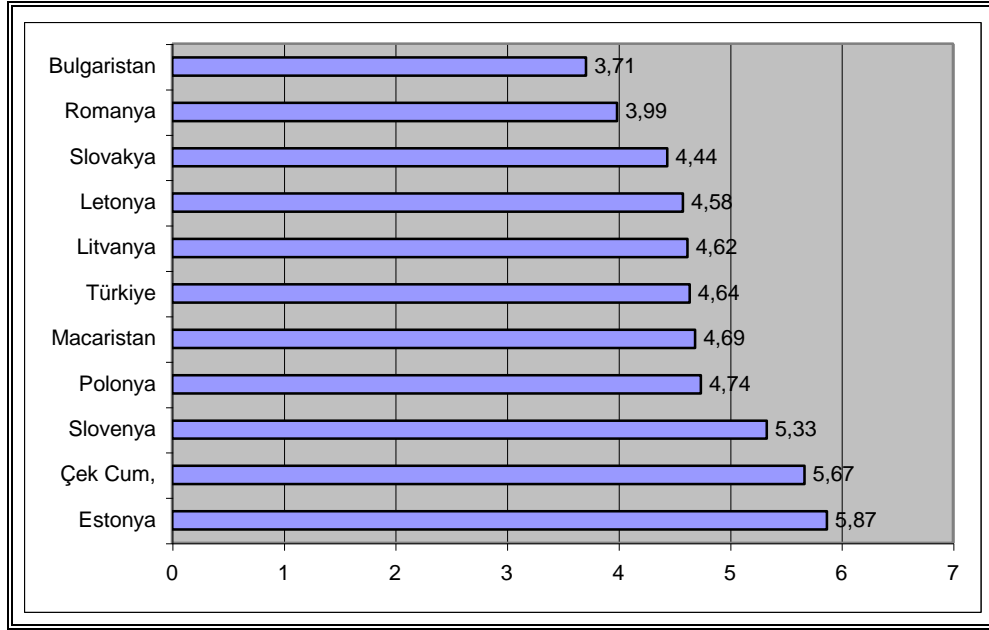
Tablo 2: Bilgi Toplumu Çerçevesinde Türkiye'de Yapılan Faaliyetler (2004)

UYGULAMA	Planlanan Eylem Sayısı	Tamamlanan Eylem Sayısı
Bilgi Toplumu Stratejisi	2	0
Teknik Altyapı ve Bilgi Güvenliği	5	4
Eğitim ve İnsan Kaynakları	8	1
Hukuki Altyapı	13	8
Standartlar	1	1
e-Devlet	23	10
e-Sağlık	15	10
e-Ticaret	6	0
Toplam	73	34

Kaynak: Recep ÇAKAL, e-Dönüşüm Türkiye Projesi- Kısa Dönem Eylem Planı- Sonuç Raporu Sunuşu, DPT Bilgi Toplama Dairesi Başkanlığı, 08. Haziran 2005.

e-dönüşüm projesi aynı zamanda Türkiye'nin e-devlet uygulamalarındaki başarısının ya da başarısızlığının da bir göstergesi niteliğindedir. 2004 yılı itibarıyla planlanan eylemlerden % 46'sı gerçekleştirilmiştir. Türkiye kurumsal BİLDE uygulamalarında AB üyesi ülkelerin gerisinde kalmakta, AB'ye yeni üye olan ya da aday ülkeler arasındaysa orta sıralarda bulunmaktadır.

Ülkelerle Türkiye'nin e-devlet Uygulama Performansı



Kaynak: Economist Intelligence Unit (EIU), E-Government in Central Europe Rethinking Public Administration, 2004. s. 2.

e-devlet kapsamında yapılan değerlendirmelerde aşağıdaki kriterler göz önüne alınmaktadır.

Tablo 3: e- Devlet Kriterleri

Kriter	Yüzde Ağırlığı
Teknolojik altyapı	20
İş ortamı ve yasal altyapı	10
Eğitim ve işgücü niteliği	10
Hükümet politikaları ve vizyonu	15
E-demokrasi katılım ve uygulamaları	15
Halk için sağlanan On line kamu hizmetleri	15
İş alemi için sağlanan On line kamu hizmetleri	15

Kaynak: Economist Intelligence Unit (EIU), E-Government in Central Europe Rethinking Public Administration, 2004. s. 7.

Bu kriterlere göre ülke performans ölçümünün ayrıntıları aşağıda sunulmuştur.

Tablo 4: Değerlendirme Kriterleri

	Toplam	Değerlendirme Kriterleri						
		Teknolojik altyapı	İş ortamı ve yasal altyapı	Eğitim ve işgücü niteliği	Hükümet politikaları ve vizyonu	E-demokrasi katılım ve uygulamaları	Halk için On line kamu hizmetleri	İş alemi için On-line kamu hizmetleri
ÜLKELER		0.20	0.10	0.10	0.15	0.15	0.15	0.15
Estonya	5.87	3.37	6.80	7.67	6.50	4.60	6.38	7.52
Çek Cum.	5.67	3.98	6.95	7.33	6.10	3.60	5.68	7.57
Slovenya	5.33	3.68	6.60	7.33	5.00	2.90	6.73	6.68
Polonya	4.74	2.43	6.60	6.67	5.30	2.90	5.98	5.33
Macaristan	4.69	3.15	6.66	7.00	5.50	3.30	5.00	4.19
Türkiye	4.64	2.67	4.23	5.67	4.90	4.20	5.70	6.00

Litvanya	4.62	2.21	6.36	6.33	4.70	2.60	5.00	7.08
Letonya	4.58	2.34	6.32	6.67	5.00	2.60	4.79	6.35
Slovakya	4.44	2.80	6.28	6.67	3.80	2.90	4.46	6.08
Romanya	3.99	1.43	5.42	5.33	4.70	2.60	4.08	6.16
Bulgaristan	3.71	1.92	5.50	5.67	3.10	2.60	3.95	5.08
Ortalama	4,75	2,72	6,15	6,57	4,96	3,16	5,25	6,18

Kaynak: Economist Intelligence Unit (EIU), E-Government in Central Europe Rethinking Public Administration, 2004. s. 7.

Yukarıda belirtilen rakamlar göre Türkiye değerlendirmesi yapılan kriterler açısından karşılaştırmaya konu olan ülkeler ortalamasının altında kalmaktadır. Türkiye, yalnızca e-demokrasi katılım ve uygulamaları ile halk için sağlanan online hizmetler kriterleri açısından karşılaştırma yapılan ülkeler ortalamasının üzerinde bir performans sağlamıştır.

İşgücü

İnsan sermayesi BilDE içinde kritik öneme sahiptir. Yeni tip ekonomilerde bilgi sahibi insanlar nitelikli sayılmaktadır. Yine gelişen teknolojiyle birlikte bilginin sürekli geliştirilmesi yani çalışma yaşamı boyunca eğitim zorunlu hale gelmektedir (YÜCEL, s. 91).

21. yüzyılda bilgiyi maddeye uygulayan insan tipi yeterli görülmemektedir. Artık sadece teknolojiyi alıp kullanabilen insan değil, teknolojiyi üreten, bilgiyi bilgiye tatbik ederek dünyayı yeniliklere taşıyan insan tipine ihtiyaç vardır (DPT 2001, s. 3).

Türkiye'deki işgücü piyasası değerlendirildiğinde tarım sektörünün ağırlığının sürdüğü görülmektedir. Bu nedenle hizmetler ve sanayi alanında çalışanların

işgücü içindeki payı tüm OECD ülkelerinin gerisinde kalmaktadır.

BilDE kapsamında örgütlenen bir ekonomide yüksek tahsillilerin daha fazla istihdam edilmesi beklenirken, Türkiye'de işsizlik en çok yüksek tahsilli ve genç nüfusta gözlenmektedir. Lise üstü eğitim görmüş olan ve 25 yaşın altındaki işgücünün % 40'a yakınının (nitelikli olarak adlandırsak) işsizlikten etkilendiği bilinmektedir (TÜSİAD 2004, s. 172). İşgücünün niteliği ya da insan sermayesi açısından yapılan değerlendirmeler Türkiye'nin bu açıdan özellikle Avrupa Birliği ortalamalarının altında kaldığını göstermektedir. Ayrıca işgücü açısından kadımlarla erkekler arasında da kadınlar aleyhine fark olduğu gözlenmektedir (DURA, s. 19).

Bilgilenme Altyapısı, Ar-Ge ve Patent Değerlendirmesi

Bilgilenme altyapısı özellikle internet ya da ağ sistemlerinden yararlanma düzeyini göstermekte, telekomünikasyon donanım ve kullanım değerlerine atıfta bulunmaktadır. Ekonomide bilgi teknolojilerinin kullanıldığı alanlar e-ekonomi olarak da adlandırılmaktadır.

Tablo 6: e-ekonomi Hazırlık Düzeyi Karşılaştırması (2005 Yılı)

Ülkeler	Sıralama 2005	Sıralama 2004	2005 Düzeyi (0-10)	2004 Düzeyi (0-10)
Danimarka	1	1	8.74	8.28
ABD	2	6	8.73	8.04
İsveç	3	3	8.64	8.25
İsviçre	4	10	8.62	7.96
İngiltere	5	2	8.54	8.27
Hong Kong	6	9	8.32	7.97
Finlandiya	6	5	8.32	8.08
Hollanda	8	8	8.28	8.00
Norveç	9	4	8.27	8.11
Avustralya	10	12	8.22	7.88
Türkiye	43	45	4.58	4.51

Kaynak
:Economist
Intelligence Unit,

2005, http://www.eiu.com/site_info.asp?info_name=newsletter_landing_page (15.07.2005)

e-ekonomiye hazırlık bakımından en yüksek düzeyde olan 65 ülke için yapılan karşılaştırmada Türkiye, 2005 yılının ilk yarısında iki basamak yükselerek 43. sırayı almıştır. Bu yükselmeye bilgi ve teknoloji altyapısına yapılan yatırımlardaki artışın, yabancılara satış ya da yabancılarla yapılan ortaklıkların önemli payı bulunmaktadır.

e-ekonomi alanında Türkiye'deki genel durum aşağıdaki tablo yardımıyla izlenebilmektedir (Tablo 7).

Diğer yandan kamuda e-ekonomiye yönelik olarak yapılması düşünülen yatırımların tutarı, alanları ve proje sayıları aşağıda belirtilmiştir (Tablo 8).

BilDE kapsamında yapılacak değerlendirmelerde kullanılacak kriterlerin başında Ar-Ge yatırımları gelmektedir. Bu alanda 1996-2000 yılları için yapılan değerlendirmelere göre Türkiye'nin gösterdiği performans tatminkâr görülmemektedir. Hizmetler sektörünün toplam Ar-Ge yatırımları içindeki payında OECD ortalaması % 65'ken, Türkiye'de aynı ortalama % 35 olarak ölçülmüştür (World Bank 2004 s. 8). Yine aynı çalışmaya göre Türkiye'deki Ar-Ge harcamalarının % 60'a yakın kısmı üniversiteler tarafından

gerçekleştirilmektedir. Üniversitelerin teknoloji geliştirme düzeyleri yüksek olmasına rağmen, üniversite-sanayi işbirliği ile yeniliklerin teknolojik boyuta taşınmasında sorunlar bulunmaktadır.

Özellikle Avrupa Birliği'ne geçiş sürecinde Türkiye ile AB arasında diğer alanlarda olduğu gibi bilimsel ve teknolojik alanlarda bir uyum süreci gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda AB Altıncı Çerçeve Programı önemli bir araç olmaktadır.

Lizbon Zirvesi'nde alınan kararlar doğrultusunda 2010'da dünyanın en dinamik ve rekabet gücü yüksek bilgi ekonomisi haline gelmeyi amaçlayan AB, Ar-Ge felsefesini Avrupa Araştırma Alanı başlıklı bir proje kapsamında planlama kararını vermiştir. Altıncı Çerçeve Program da bu projenin uygulama aracıdır. AB sürecinde olan Türkiye'nin de nükleer faaliyetler haricinde AB'ye üyesi olan ülkelerle eşit haklarla katılmaya başladığı bu programın başlıca tematik alanları aşağıdaki gibidir (TÜBİTAK, www.fp6.org.tr/web/genel_bilgi.htm).

Tablo 7: e-ekonomi Alanında Türkiye'deki Gelişmeler

Haberleşme	2003 Gerçekleşme	2004 Gerçekleşme Tahmini	2005 Tahmin
Sabit Telefon Santral Kapasitesi (Bin Hat)	21 163	20 761	20 866
Telefon Abone Sayısı (Bin)	18 917	18 400	18 200
Sabit Telefon Abone Yoğunluğu (Yüzde)	26,9	25,8	25,2
Mobil Telefon Abone Sayısı (Bin)	27 925	33 030	37 020
Analog (NMT 450)	37	30	20
Sayısal (GSM)	27 888	33 000	37 000
Mobil Telefon Abone Yoğunluğu (Yüzde)	39,7	46,3	51,2
Kırsal Telefon İrtibatı (Bin)	52,9	54,2	55,0
Ankesörlü Telefon Sayısı (Bin)	78,1	87,4	92,6
Karlı (Bin)	77,2	86,6	92,6
Prensipal Şebeke	29 198	29 854	30 454
Lokal Şebeke	48 126	49 282	50 382
Fiber Optik Hat Uzunluğu (Km)	87 597	93 097	99 722
Radio-link Sistemleri (Alıcı-Verici)	8 772	9 908	10 908
Çağrı Abone Sayısı (Bin)	3,4	2,0	1,5
Kablo TV Abone Sayısı (Bin)	1 044	1 150	1 250
İnternet Kullanıcı Sayısı (Bin)	6 000	10 000	15 000
Genişbant Abone Sayısı (Bin)	100	500	1 500

Kaynak: Kaynak: VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2005 Yılı Programı "Bilgi ve İletişim Teknolojileri", www.ekutup.dpt.gov.tr/program, (10.07.2005)

Tablo 8: Kamu Bilgi ve İletişim Sektöründe Yapılacak Yatırımlar (Bin YTL)

Sektör	2004				2005			
	Proje Sayısı	Proje Tutarı	Kümülatif Harcama	Ödenek	Proje Sayısı	Proje Tutarı	Kümülatif Harcama	Ödenek
Tarım	9	67.791	29.714	6.640	8	68.034	11.389	15.917
Madencilik	9	3.414	0	3.414	6	2.596	0	2.146
İmalat	15	57.013	35.439	18.997	11	17.910	10.558	7.102
Enerji	5	17.958	9.086	2.622	5	20.220	12.697	3.621
Ulaştırma ve Haberleşme	21	224.398	128.250	66.404	16	101.442	24.201	51.214
Turizm	1	550	0	550	0	0	0	0
Eğitim	81	140.678	25.290	110.000	78	787.498	32.376	269.022
Sağlık	17	28.278	6.200	20.728	16	33.783	6.800	21.939
Diğer	53	972.417	366.045	221.826	59	1.042.226	417.043	252.057
Toplam	211	1.512.497	600.024	451.181	199	2.073.708	515.064	623.019

Kaynak: www.dpt.gov.tr, (10.07.2005)

-Yaşam Bilimleri, Genobilim ve Sağlık için Biyoteknoloji

-Bilgi Toplumu Teknolojileri

-Nanoteknoloji ve Nanobilimler, Bilgi Tabanlı Çok Fonksiyonlu Malzemeler, Yeni Üretim Süreçleri ve Araçları

-Havacılık ve Uzay

-Gıda Kalitesi ve Güvenliği

-Sürdürülebilir Kalkınma, Küresel Değişim ve Ekosistemler

-Bilgi Temelli Toplumda Yurttaşlık ve Yönetişim.

Bunlara ilave olarak, başta KOBİ'lerin özendirilmesi ve güçlendirilmesi, araştırmacı değişimi ve eğitimi, araştırma altyapılarına karşılıklı erişim, uluslararası araştırma programlarının eşgüdümü vb. faaliyetler kapsamında da projeler desteklenmektedir (TÜBİTAK, www.fp6.org.tr/web/genel_bilgi.htm).

Türkiye'de son yıllarda teknolojik ve bilimsel projelere ayrılan kaynaklarda artış ve bu kaynakların kompozisyonunda değişme gözlenmektedir. Dünya Bankası'nca yapılan çalışmanın göstergeleri değişmiş; bilim ve

teknolojiye ayrılan kaynaklarda TÜBİTAK ilk sıraya yükselmiş (266 milyon dolar), DPT (154 mil. \$), üniversiteler (58 mil. \$), Dış Ticaret Müsteşarlığı (40 mil. \$) ve KOSGEB (8 mil \$) takip eden kuruluşlar olmuştur (ÖZKAY, s. 20).

TÜBİTAK son yıllarda Ar-Ge alanında verdiği desteklerle dikkat çekmektedir. Bu kuruluşun bilimsel ve teknik projeler için ayırdığı bütçesi 2004 yılı için 45 milyon dolarken 2005 yılı için aynı bütçe 450 milyon dolar düzeyine yükselmiştir (ÖZKAY, s. 16). Aynı kuruluş kabul ettiği teknolojik ya da bilimsel projelerin % 30-% 60'lık maliyetini üstlenmeyi kararlaştırmıştır.

Sanayide uygulanabilir nitelikte ve bilinen tekniği aşan teknik gelişmeye buluş adı verilmektedir. Sanayi ile ilgili her çeşit yeni buluş patent korumasının kapsamına girmektedir. Buluşlara patent verilerek korunabilmesi için (YÜCEL, s. 97);

- i. Sanayie uygulanabilir olma,
- ii. Yeni olma,
- iii. Tekniğin bilinen durumunu aşması gerekmektedir.

Ar-Ge harcamalarındaki verimliliğin göstergesi, patent sayısı olarak kabul edilebilecektir. Ancak teknolojik bir gelişme için patentle koruma altına alınan buluşun üretimde de kullanılabilir olması gerekmektedir.

Yukarıda ayrıntılı şekilde incelenen BİLDE göstergeleri açısından daha iyi hale gelmek adına bir takım politika önlemlerinin alınması gerekmektedir. Teşvik politikaları da bunlardan biridir.

TÜRKİYE'DE TEŞVİKLER

Teşvikler, en geniş anlamıyla, "Onun yokluğunda gerçekleşmeyecek ya da istenilen düzeyde

gerçekleşmeyecek işlerin mümkün hale gelmesini sağlayan, her türlü ekonomik, mali, idari, teknolojik ve sosyal önlem ve politikalar (MUTLU, s. 13).

Ulaşılmak istenen amaçlara göre hemen her ülkede uygulanan teşvikler sıklıkla müracaat edilen araçlardan birisi olmaktadır. Uygulanan ekonomik mali ve sosyal politikaların başarıya ulaşmasında etkin kullanılan teşvik sisteminin payı yadsınmaz durumdadır. Elbette ki teşviklerin getirmiş olduğu maliyetler söz konusudur. Bu maliyetler teşviklerin yanlış kullanılmasıyla daha da artabilmektedir. Dolayısıyla teşviklerin çok doğru bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye'de kaynak israfına neden olmaksızın teşvikleri kullanmak zorunda olan bir ülkedir.

Türkiye'de Teşviklerin Tarihsel Gelişimi

Türkiye'de uygulanan teşvik sisteminin kökleri Osmanlı İmparatorluğu'na kadar uzanmaktadır. Osmanlı'da ilk teşvik kararı ihracatın artırılmasına yönelik olmuştur. Duyun-u Umumiye İdaresi tarafından Osmanlı İmparatorluğu'nun borçlarını daha rahat ödeyebilmesi için bu teşvik önlemi alınmıştır. Buna göre pamuğu işleyerek, pamuk ipliği olarak ihraç edecek olanlardan ihraç gümrük resminin alınmayacağı ifade edilmiştir (MOLLASA LİHOĞLU, www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan99/ihrtes.htm). Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde çıkartılan bir diğer teşvik uygulaması 14.12.1913 tarihli "Teşvik-i Sanayi Kanununun Muvakkat"dır. Yine Cumhuriyet öncesi dönemde Birinci İzmir İktisat Kongresi'nde sanayinin desteklenmesi anlamında önemli kararlar alınmıştır.

Aşağıdaki tablodaki dönemler itibariye teşviklerin tarihsel gelişimi görülmektedir.

Tablo 9:Teşvik Uygulamalarının Tarihsel Gelişimi

1923-1950 Dönemi	1927 Tarihinde Teşvik-i Sanayi Kanunu yeniden düzenlenmiştir. 1942 yılından sonra ise "Teşvik-i Sanayi Kanunu" tamamen ortadan kaldırılmış ve o güne kadar yapılan düzenlemeler ve organizasyonlar boşa kalmıştır.
1950-1960 Dönemi	1950'li yıllarda liberalleşme eğilimi ile birlikte 1951 yılına çıkarılan Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu 1954 yılında değişikliğe uğramıştır. Bu dönemde 1953 tarihli "Turizm ve Endüstrisi Teşvik Kanunu" ve 1954 tarihli "Petrol Kanunu" yürürlüğe girmiştir.
1960-1980 Dönemi	1960 sonrası dönemde sanayinin teşvik edilmesi ön planda olmuştur. Teşviklerin tek elden ve planlı bir şekilde yürütülmesi üzerinde durulmuştur. Başlangıçta Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülen çalışmaları, 1967'de Başbakanlığa bağlı olarak kurulan "Yatırımları ve İhracatı Geliştirme ve Teşvik Bürosu" ve 1970 yılından itibaren "DPT Teşvik Uygulama Dairesi" üstlenmiştir. 1971 yılında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na devredilen Daire, 1980 yılından itibaren yine DPT'ye bağlanmıştır.
1980 Sonrası Dönem	24 Ocak 1980 sonrası dönem ihracatın ağırlıklı olarak teşvik edildiği bir dönem olmuştur. Bu dönemde ihracatı teşvik amacıyla parasal teşvikler gündeme gelmiştir. Yatırımın yaklaşık %50'sine varan hibe şeklindeki Kaynak Kullanımı Destekleme Primi (KKDP) uygulaması Kalkınmada Öncelikli Yörelere, Organize Sanayi Bölgeleri, Eğitim, Sağlık, Turizm gibi özel önem taşıyan sektörlerde yatırım patlaması yaşatmıştır. Kaynak sıkıntısı sebebiyle 1991 yılından itibaren KKDP uygulamasına son verilmiş, yerine uygun görülen yatırımların %60'ına kadar %10 faizli Fon Kaynaklı Kredi kullanılmaya başlanmıştır. DPT bünyesinde bulunan Teşvik ve Uygulama (İhracat ve Yatırım), Yabancı Sermaye ve Serbest Bölgeler Başkanlıkları,"Genel Müdürlük" haline dönüştürülerek Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlanmıştır. Bu iki müsteşarlığın ayrılması ile birlikte yatırımlarda devlet yardımlarına yönelik faaliyet gösteren "Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü" ile "Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü" Hazine Müsteşarlığı'nda kalmış, "İhracat Genel Müdürlüğü ve Serbest Bölgeler ise Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlanmıştır.

Kaynak: DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Rekabet Hukuku ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT Yayın No:2501, Özel İhtisas Komisyonu Yayın No:522, Ankara 2000, s.61 -63.

Tablodan da görüleceği gibi bu teşviklerin bir kısmı yürürlükten kalkmış bir kısmının ise uygulanması devam etmektedir. Temelleri bu kadar eskiye uzanan teşvik uygulamalarında gerek ihracat gerekse yatırım teşvikleri anlamında ağırlıkları ve önemleri değişen enstrümanlar kullanılmıştır.

Türkiye’de Uygulanan Teşviklerin Sınıflandırılması

Ulaşılmak istenilen amaçlara göre teşvikler çok farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Türkiye’de ki teşvikleri genel olarak üçe ayırarak incelemek mümkündür. Bunlar yatırım, ihracat ve diğer teşviklerdir. Aşağıdaki tablo Türkiye’de uygulanan teşvik türlerini ortaya koymaktadır

Tablo 10: Teşvik Türleri

<p>Yatırım Teşvikleri</p>	<p>Vergilerden muafiyet, ucuz kredi imkanı sağlanmakta ve Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü asıl sorumlu birim olmaktadır. AB’de uygulanan bölgesel yardımlara benzeyen bir sistem olarak Türkiye bölgesel gelişmişlik yönünden 3 ana sınıfa ayrılmıştır. Bu sınıflandırma bazında yatırımlara farklı ağırlıklarda destek verilmektedir. Bunlar;</p> <p>Gelişmiş yöreler, KÖY(Kalkınmada Öncelikli Yöreler) Normal Yöreler Sanayi Kuşağı kapsamındaki yöreler Sanayi Kuşakları dışındaki yörelerdir.</p>
<p>İhracat Teşvikleri</p>	<p>İhracat teşvikleri başta KOBİ’ ler olmak üzere, ihracatçıların ihracata yönelik faaliyetlerini üretim ve pazarlama aşamalarında destekleyerek uluslararası pazarlarda karşılaşmaları sorunların giderilmesine destek olmak ve rekabet gücü kazanımlarına olanak sağlamak amacıyla verilmektedir. Sorumlu olan kurum İhracat Genel Müdürlüğüdür. İhracatın ve döviz kazandırıcı diğer faaliyetlerin finansmanında kullanılmak koşuluyla; kredi kolaylıkları, vergi resim harç istisnaları, ihracata yönelik üretime sağlanan enerji fiyat indirimleri, ihracat teşvik belgesi kapsamında yapılacak ithalattaki fon ve vergilerden muafiyet ve geçici kabul rejimi uygulaması, Eğitim Yardımı, İstihdam Yardımı Patent, Endüstriyel Tasarım ve Faydalı Model Tescili Yardımı, Yurtdışı Ofis/Mağaza Açma ve Marka Tanıtım Yardımı, Türk Ürünlerin Yurtdışında Tanıtılması, Tutundurulması, Türk Malı İmajının Yerleştirilmesi ile Marka Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Yardımları bu kapsamdadır.</p>
<p>Diğer Yardımlar</p>	<p>Diğer yardımlar kapsamında, ihracat ve yatırım teşvikleri kapsamına girmeyen, Ar-Ge projelerini destekleyen, ihracat yapan firmalara ölçeğine bakılmaksızın fatura bazında çevresel maliyetlerini karşılayıcı destekler, KOBİ ve sektörel dış ticaret şirketlerine yönelik pazar araştırması yardımı, dış fuarlara katılımı destekleme yönündeki yardımlar, uzmanlaşmış uluslararası yerli fuarlara verilen yardımlar sıralanabilir.</p>

Kaynak: Mustafa Mehmet ÖZKARABÜBER, Avrupa Birliği ve Türkiye’de Devlet Yardımlarının Kontrolü, Rekabet Kurumu Yayın No:0135, Ankara 2003, s.60-61., Yüksel AKKUZUGİL “İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının Analizi Ve Değerlendirilmesi”, <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/OCAK2003/devletyard.htm>, (08.07.2005)

* Bu kapsamda belirtilen bazı teşvik önlemlerinin bir kısmının ihracatı teşvik kapsamında yer alan teşvikleri içinde de yer aldığı görülebilmektedir.

Teşviklerin tarihsel gelişiminde ifade edildiği gibi Osmanlı İmparatorluğu’nun ve Türkiye Cumhuriyeti’nin uyguladıkları ilk teşvik uygulamaları sanayi kesimine yöneliktir. Bu da kullanılan teşviklerle sanayi kesiminin geliştirilmesi isteğinin en önemli ispatı konumundadır. Cumhuriyetin ilk yıllarından günümüze geldiğimizde ise artık verilen teşviklerin bilgi toplumuna geçişi sağlayacak alanlarda olması bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak Türkiye’de bu gelişimi sağlamak adına sadece kamu kesimine yüklenmek adaletli bir yaklaşım olmayacaktır. Girişimcilerin yani teşvikten yararlananların da bu

konuda bir zihniyet devrimine ihtiyaçları bulunmaktadır.

Merkezi bir yapı sergileyen teşviklerin amaçlarını; Kalkınma plan ve hedefleri, bölgelerarası dengesizlikleri gidermek, sermayeyi tabana yaymak, istihdam yaratmak, katma değeri yüksek ileri teknolojileri kullanmak, KOBİ’leri desteklemek, Türk firmalarının uluslararası alanda rekabet gücü kazanmasını sağlamak şeklinde sıralamak mümkündür (ÖZKARABÜBER, s. 60-61).

Türkiye’de uygulanan teşviklerle ilgili olarak pek çok kurum ve kuruluş görevlendirilmiştir.

Mevcut yapı içerisinde; aşağıdaki kurum ve kuruluşlar teşvik politikalarının uygulanmasında

sorumlu birimler olmaktadır

Tablo 11: Teşvik Türleri Ve Sorumlu Olan Birimler

Yatırımlarda Devlet Yardımları	Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü
Yabancı Sermaye Yatırım İzinleri ve Teşvikleri	Hazine Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü
İhracata Yönelik Teşvik Sistemi Dahilinde Verilen Destekler	Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracat Genel Müdürlüğü Tarafından
Serbest Bölge Muafiyetleri	Dış Ticaret Müsteşarlığı Serbest Bölgeler Genel Müdürlüğü
KOBİ Kredi Mekanizmasında	Halkbank
Yarım Kalmış Yatırımlar Mekanizmasında	Kalkınma Bankası
İhracat Kredilerinde	Eximbank
İhracat Sistemi Dahilindeki Çeşitli Aşamalarda Devreye Giren Farklı Kuruluşlar	TÜBİTAK, İKV, TTGV gibi
Sanayi Bakanlığı Bünyesinde	KOSGEB

Kaynak: DPT(2000), a.g.r. s.78.

Türkiye’de Teşvik Sistemindeki Sorunlar ve Teşvik Politikalarının Yeniden Yapılandırılması

Teşvik politikalarının mevcut haliyle hem teşvik verenler hem de teşvikten faydalananlar açısından önemli sorunları olduğu ifade edilebilir.

Teşviklerden faydalananlar açısından ortaya konulan bulgular Türkiye’de firmalarının belirsizliklerin yüksek olduğu, uzun vadeli strateji ve ciddi kaynak ve deneyim birikimi gerektiren teknolojik yeniliklere ya da faaliyetlere sıcak bakmadığını göstermektedir. Firmalar önemli bir risk taşımayan, teknoloji yönünden gelişmiş ülkelerden makine-teçhizat ithali ve/veya lisans satın alınması yoluyla üretim faaliyetlerini sürdürmeyi tercih etmektedirler (SA YGILI, s. 105-106).

Aşağıdaki tabloda Türkiye’de 2000-2005 yılları arasında teşvik belgelerinin dağılımına baktığımızda mevcut durum kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. “Türkiye’de 2000-2005 Döneminde Yatırım Teşvik Belgelerinin Mahiyetlerine Göre Dağılımı” tablosundan da görüldüğü gibi bakıldığı zaman özellikle Ar-Ge Yatırımlarına ilişkin teşvik belgelerinin son derece sınırlı olduğu görülmektedir. Aslında Türkiye’de Ar-Ge yatırımlarına ilişkin önemli teşvikler söz konusudur [(Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Altar Ömer Arpacı,” Araştırma Geliştirme (Ar-Ge) Giderlerinde Eski ve Yeni Teşvik Sistemi”, www.alomaliye.com/altar_omer_arge.htm (10.08 .2005)] Ancak daha öncede belirtildiği gibi yasal düzenlemenin olması tek başına yeterli olmamaktadır.

Tablo 12: Türkiye’de 2000-2005 Döneminde Yatırım Teşvik Belgelerinin Mahiyetlerine Göre Dağılımı

<i>Belge Sayısı</i>	2000	2001	2002	2003	2004	2005(*)
Komple Yeni Yatırım	2.068	1.255	1.450	1.766	2.008	1.089
Tevsi	715	475	772	1.137	1.227	378
Tamamlama	72	61	83	86	129	29
Yenileme	160	120	275	398	252	62
Kalite Düzeltme	22	23	16	12	27	9
Darboğaz Giderme	19	13	22	23	32	14
Modernizasyon	119	84	111	98	74	30
Entegrasyon	20	16	39	34	18	6
Nakil	4	-	2	2	2	-
Finansal Kiralama	318	97	211	305	293	109
Devir	-	-	-	-	-	-
Restorasyon	1	-	1	-	-	-
Araştırma- Geliştirme	-	4	2	-	-	-
Çevre Koruma	1	-	-	1	-	-
Yap İşlet Devret	2	3	-	-	-	-
Altyapı	-	-	-	-	-	-
Ürün Çeşitlendirme	-	4	18	14	16	5
Toplam	3.521	2.155	3.002	3.876	4.708	1.731

Teşvikleri kamu kesimi açısından değerlendirdiğimizde ise Türkiye’de tarım ve sanayi kesimine uygulanan teşvik uygulamalarının artık bilgi toplumuna geçiş amacıyla kullanılması gerekmektedir. Ancak teşvikler yeterince bu amaca yönelik olarak kullanılamamaktadır. Özellikle girişimcilik bu yönde desteklenmelidir. Bu destek sağlanırken hem dolaylı hem de dolaysız teşvik önlemleri eş anlı olarak kullanılmalıdır. Türkiye’de tarım ve sanayi sektöründe kullanılan ancak istenilen etkinliktен uzak olan teşvikler bilgi ekonomisi sürecinde çok daha dikkatli ve özenli kullanılmalıdır.

Türkiye’de BilDe kapsamında uygulanması düşünülen teşviklerle ilgili hukuki konularda ciddi adımlar atılmaktadır. Ancak bu düzenlemelerin bir an önce hayata geçirilmesi gerekmektedir. Nasıl ki sanayi alanında gelişimi hızlandırmak ve sanayi toplumuna geçiş için “Organize Sanayi Bölgeleri” gerekli ise Bilgi toplumuna geçişte de “Teknoloji Bölgeleri” önemli olmaktadır. Bu bağlamda 4691 sayılı Teknoloji Bölgeleri Kanunu’nda belirtilen amaçlara ulaşabilmek için gerekli önlemler alınmalıdır.

Bu kanunun birinci maddesi “Bu kanunun amacı, üniversiteler, araştırma kurum ve kuruluşları ile üretim sektörlerinin işbirliği sağlanarak, ülke sanayinin uluslararası rekabet edebilir ve ihracata yönelik bir yapıya kavuşturulması maksadıyla teknolojik bilgi üretmek, üründe ve üretim yöntemlerinde yenilik geliştirmek, ürün kalitesini veya standardını yükseltmek, verimliliği artırmak, üretim maliyetlerini düşürmek, teknolojik bilgiyi ticarileştirmek, teknoloji yoğun üretim ve girişimciliği desteklemek, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeni ve ileri teknolojilere uyumunu sağlamak, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu’nun kararları da dikkate alınarak teknoloji yoğun alanlarda yatırım olanakları yaratmak, araştırmacı ve vasıflı kişilere iş imkanı yaratmak, teknoloji transferine yardımcı olmak ve yüksek/ileri teknoloji sağlayacak yabancı sermayenin ülkeye girişini hızlandıracak teknolojik alt yapıyı sağlamaktır.” şeklindedir. Eğer teşvikler bu kanunun birinci maddesinde belirtilen amaçlara ulaşabilmek amacıyla kullanılabilirse kaynak israfı doğurmayan ve gayri safi milli hasılanın artışına sebep olan enstrümanlar haline geleceklerdir.

Bilgi toplumu sürecinde ortaya çıkan gelişmişlik farklılıklarını ortadan kaldırmak çok daha kolay olacaktır. Türkiye’nin de süratle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişini sağlayacak önlemleri alması gerekmektedir. Seçilmiş bilgi toplumu göstergelerine göre Türkiye’nin durumu yukarıdaki tablolarda verilmiştir. Tablolardaki verilerin daha iyi hale gelebilmesi için diğer politika önlemleri ile beraber teşvik politikaları da yeniden yapılandırılmalıdır.

Ülkelerin yatırımları kendi ülkelerine çekebilmek ve mevcut yatırımcıların yatırım kararlarını pozitif anlamda etkileme çabaları ciddi bir teşvik rekabeti* doğurmaktadır. Teşvik rekabeti verilen teşviklerin maliyetlerinin de artmasına neden olmaktadır. Bu rekabet ortamında ülkemizde uygulanan teşvik sisteminin etkinlik ve verimlilik analizlerinin yapılmasını engelleyen bir yapı mevcuttur. Bu tür analizlere olanak tanıyacak yatırım tutarları ve kullanılan teşviklere ilişkin veriler yetersizdir. Mevcut kurumsal yapı, politika belirleme ve uygulama sonuçlarını analiz etme yönünde tasarlanmayıp daha çok rutin işler üzerine organize olmuştur (MUTER, KOVANCILAR, s. 16).

Kullanılan teşvik türlerine bağlı olarak bu kadar çok birimin söz sahibi olması nedeniyle ortaya çıkan çok seslilik ve kurumlar arasında bir koordinasyon sağlanamaması, teşviklerin istenilen verim ve etkinliktен uzak kalmasına neden olmaktadır. Yine getirilen teşvik düzenlemelerinin uzun teknik çalışmaların sonucunda belirlenmesi gerekmektedir. Bu teşvikler açık ve anlaşılır bir şekilde düzenlenmelidir. Aksi takdirde yatırımcı önünü göremeyecek ve teşvikler amacına ulaşmayacaktır.

Türkiye’de teşvik politikalarını daha etkili hale getirmenin yollarından birisinin teşvik verilecek alanların bilgi teknolojilerine yönlendirilmek olduğu ifade edilen tespitlerdendir. Ancak hangi faaliyet alanlarının bilgi teknolojileri kapsamında değerlendirileceğinin net olarak tanımlanması gerekmektedir. Aksi takdirde bilgi ekonomisine geçişte teşvikler yeterince verimli olmayacaklardır.

Teşvikleri bilgi teknolojilerine yönlendirirken özellikle eğitim hizmetinin yaygınlığının ve yoğunluğunun artması istenilen hedeflere ulaşılmasını kolaylaştıracaktır. Bu sebeple eğitime özel bir önem verilmelidir.

Bugüne kadar, gerek DTÖ nezdinde ülkelere karşı açılan anti-damping ve anti-sübvansiyon davalarından, gerekse AB ile kurulan Gümrük Birliği çerçevesinde

* Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. CHARLTON A., **Incenti ve Bidding For Mobile Investment: Economic Consequences And Potential Responses, OECD Working Paper, No: 203, 2003, s.13-14.**

gerçekleştirilen mevzuat uyum çalışmalarından çıkarılan tecrübeler, bu tür uluslararası organizasyonların, teşvik tedbirinin adı ve türünden ziyade, rekabete etkisi ve miktarı ile ilgilendiğini göstermektedir. Bu sebeplerle teşviklerle ilgili çok seslilik, uluslararası arenada bazı sektörleri sıkıntıyla karşı karşıya bırakabilmektedir (MOLLASA LIHOĞLU; www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan99/ihrtes.htm).

Bir ekonomide yatırımların hızlandırılmasında teşvikler tek başına yeterli değildir. Yatırımların artırılması için teşvikler yanında; siyasi istikrar; ekonomik istikrar, ekonomik sistemin etkin işleyişi ve dinamik girişimcilik gibi unsurların bir arada gerçekleşmesi gerekmektedir. (TOSUNER www.yaklasim.com/mevzuat/dergi/makaleler/199407292.htm). Bu sebeplerle sadece teşvik önlemlerini almak Türkiye'yi bilgi toplumuna dahil edemeyecektir. Bu sayılan unsurların da mutlak oluşturulması gerekmektedir.

Sektörlerin genel görünümü itibariyle Türkiye imalat sanayii ihracatında ciddi gelişmeler kat edilmesine rağmen düşük teknoloji grubunda yer alan geleneksel sektörlerin ihracat içerisindeki önemi sürmektedir. Bilgi ekonomisine geçiş sürecinin önemli göstergelerinden biri olduğu varsayılan yüksek ve orta-yüksek teknoloji grubu sektörlerin imalat sanayii ihracatı içerisindeki payında kısmi bir gelişme sağlanmıştır (SAYGILI, s. 104-105). Ancak bunların yeterli olmadığı aşikardır. Bu sebeplerle zaman geçmeden gerekli önlemler uluslararası normlar esas alınarak sağlanmalıdır.

SONUÇ

Gelişmekte olan ülkeler arasından gelişmiş ülkelere grubuna dahil olmak isteyen Türkiye'nin ortaya koyduğu hedefler açısından rotasını bilgi toplumu yönüne çevirdiği açıktır. Bilgi ekonomisine geçişi hızlandırmada kullanılabilecek en önemli araçlardan birisi teşvik politikalarıdır. Teşvik politikaları uygulanırken dahil olduğumuz ekonomik entegrasyonlar ve Dünya Ticaret Örgütü'nün getirmiş olduğu bir takım uluslararası kısıtlar bulunmaktadır. Özellikle teşviklerin haksız rekabete yol açmaları nedeniyle teşviklerin sınırsızca kullanılmalari söz konusu olmaktadır. Ayrıca verilen teşvikler nedeniyle katlanılan maliyetle elde edilen fayda arasında bir dengenin kurulması da gerekmektedir. Ancak ülkemizdeki teşvik uygulamalarında bu dengeden bahsetmek mümkün değildir. Yine verilen teşviklerin sonucu mevcut sistem içinde ölçülememekte buda teşviklerle ilgili sağlıklı değerlendirmelere engel olmaktadır.

Türkiye'de teşvikler mevzuat ve bu mevzuatın ulaşmak istediği amaçlar açısından incelendiğinde bilgi ekonomisine katkıda bulunacak düzeydedir. Ancak uygulamadaki aksaklıklar ve çok seslilik sebebiyle yeterince etkin kullanılamamaktadır. Ayrıca girişimciler bilgi toplumuna geçişimizi hızlandıracak olan yeni yatırım alanlarına sıcak bakmamaktadır. Bu sebeplerle

başta KOBİ'ler olmak üzere yeni yatırım alanlarının teşvik edilmesi gerekmektedir. Üniversite-sanayi işbirliği ile AR-GE faaliyetleri desteklenmelidir. Dolaysız ve dolaylı teşvik tedbirleri eş anlı olarak kullanılmalıdır. Teşvikler düzenlenirken eğitime özel önem verilmelidir. İş organizasyonlarının yeniden yapılandırılması sırasında firmalar üzerinde meydana gelecek maliyetleri azaltacak şekilde önlemler alınmalıdır. Teşviklerin hükümetler üstü bir yapıya kavuşturulmalı ve popülist politikalar uğruna kaynaklar israf edilmemelidir.

Sonuç olarak; teşvik politikalarında yaşanan mevcut aksaklıklar giderildiği ve bilgi toplumuna ulaşmada bir araç olarak kullanıldığı taktirde kalkınma hamlesini gerçekleştirmek ve çağdaş medeniyetler seviyesini yakalamak daha kolay hale gelebilecektir.

KAYNAKLAR

- ABDİH Y., ve JOUTZ F., **Relating the Knowledge Production Function to Total Factor Productivity: An Endogenous Growth Puzzle**, IMF Working Paper, No: 05/74, 2005.
- BAKKALCI, A. C., Gümrük Birliği'nin Dış Ticaret Üzerindeki Etkileri Açısından Türkiye Avrupa Birliği İlişkilerinin Analizi, **Basılmamış Doktora Tezi, İzmir: DEÜ SBE, 2002.**
- CHARLTON A., **Incentive Bidding For Mobile Investment: Economic Consequences And Potential Responses**, OECD Working Paper, No: 203, 2003.
- DPT, E-Dönüşüm Türkiye Projesi 2003-2004 KDEP Uygulama Sonuçları ve 2005 Eylem Planı, **Ankara, 2005.**
- DPT, Nitelikli İnsangücü Meslek Standartları Düzeni ve Sosyal Sermaye Birikimi Özel İhtisas Komisyonu Raporu, **DPT Yayınları No: 2577, ÖİK:590, Ankara, 2001.**
- DPT, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Rekabet Hukuku ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, DPT Yayın No:2501, Özel İhtisas Komisyonu Yayın No:522, Ankara 2000.
- Economist Intelligence Unit, **E-government in Central Europe Re-thinking Public Administration**, 2004.
- ITAG (Information Technology's Advisory Group), **The Knowledge Economy, Wellington, 1999.**
- ÖZKARABÜBER M., Avrupa Birliği ve Türkiye'de Devlet Yardımlarının Kontrolü, **Rekabet Kurumu Yayın No:0135, Ankara, 2003.**
- MUTER N., KOVANCILAR B., "Doğrudan Yabancı Yatırımlara Yönelik Teşvik Rekabetinin Türk Kamu Mali Yapısı Üzerine Olası Etkileri: Türk Vergi ve Teşvik Sistemine Yönelik Öneriler", **E-yaklaşım**, Sayı:11, Haziran 2004.
- MUTLU, S., "GAP Bölgesinde Sanayi ve Gerekli Teşvik Sistemi", GAP ve Sanayi Sempozyumu 16-18 Ekim 1990, Başbakanlık Güneydoğu Anadolu Projesi, Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Ankara, Nisan 1993.

- ÖZKAY B., "TÜBİTAK'tan Şirketlere Süper Kaynak", **Ekonomist Dergisi**, Sayı 2005/26, 2005.
- SAYGILI Ş., **Bilgi Ekonomisine Geçiş Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Dünyadaki Konumu**, DPT Ekonomik Modeller ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Stratejik Araştırmalar Daire Başkanlığı, Yayın No. DPT : 2675, Temmuz 2003.
- TÜSİAD, **Türkiye'de İşgücü Piyasasının Kurumsal Yapısı ve İşsizlik**, TÜSİAD Yayınları No: 381, 2004.
- UN, **World Public Sector Report 2003: E-Government at the Crossroads**, New York, 2003.
- ÜLKÜ H., **R&D, Innovation, and Economic Growth: An Empirical Analysis**, IMF Working Paper, No:04/185, 2004.
- WORLD BANK II., **Measuring a Country's Ability to Access and Use Knowledge Effectively: The Importance of Global Knowledge Networks**, Basel, 2004.
- WORLD BANK, **"Building Knowledge Economies: Opportunities and Challenges for EU Accession Countries"**, Final Report of the Knowledge Economy Forum, Paris, 19-22 Şubat 2002.
- WORLD BANK, **Lifelong Learning In The Knowledge Economy**, Washington, 2003.
- WORLD BANK, **Turkey Knowledge Economy Assessment Study**, Washington, 2004.
- YÜCEL, İ., **Bilim Teknolojileri Politikaları ve 21. Yüzyılın Toplumu**, DPT Yayınları Ankara, 1997.
- İNTERNET**
- AKKUZUGİL Y., "İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının Analizi Ve Değerlendirilmesi", <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/OCAK2003/deletyara.htm>, (08.07.2005)
- ARPACI A. Ö., "Araştırma Geliştirme (AR-GE) Giderlerinde Eski ve Yeni Teşvik Sistemi", www.alomaliye.com/altar_omer_arge.htm, (10.08.2005)
- DANIEL M., The Impact of Government Spending on Economic Growth, <http://www.heritage.org/Research/Budget/bg1831.cfm>, (07.07.2005)
- DURA C., ATİK H. ve TÜRKER O., "Beşeri Sermaye Açısından Türkiye'nin Avrupa Birliği Karşısındaki Kalkınma Seviyesi", **Osmanlı Üniversitesi İİBF, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir, www.iihf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/01-02.pdf, (05.08.2005)
- Economist Intelligence Unit, 2005, http://www.eiu.com/site_info.asp?info_name=newsletter_landing_page (15.07.2005)
- MOLLASALİHOĞLU Y., "İhracat Teşvikleri", **Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Dış Ticaret Dergisi**, Nisan 1999, www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan99/ihrtes.htm, (08.08.2005)
- TOSUNER M., "Genel Bir Yaklaşımla Türkiye'de ve Avrupa Topluluğunda Yatırım Teşvik Uygulamaları", www.yaklasim.com/mevzuat/dergi/makaleler/199407292.htm, (09.08.2005)
- TÜBİTAK-AB Altıncı Çerçeve Programı Ulusal Koordinasyon Ofisi, "Araştırma ve Teknoloji Geliştirme Alanında Yürütülen Avrupa Birliği Çerçeve Programları", www.fp6.org.tr/web/genel_bilgi.htm, (25.08.2005)
- VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2005 Yılı Programı "Bilgi ve İletişim Teknolojileri", www.ekutup.dpt.gov.tr/program (10.07.2005)
- www.hazine.gov.tr/stat/tesvik/ti109.htm (06.08.2005)
- www.dpt.gov.tr (10.07.2005)

Örgütsel Yapı Özellikleri Ve Yüksek Öğretimde Bir Uygulama

Münevver ÇETİN¹ Özlem KURNAZ²

¹ Doç. Dr. Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, İstanbul

² Bilim Uzmanı

ÖZET: Her örgütün kendine özgü amaçları, değerleri, normları, çalışma anlayışı ve yönetim politikası vardır. Tüm bunlar örgüt yapısının birer yansımasıdır. Örgütün yapısını belirleyen başlıca etmenler örgütün amaçları, çevresi, büyüklüğü, üretim teknolojisi, bölümleri arasındaki bağımlılığın derecesi, işbölümü/uzmanlaşma derecesi, formalleşme derecesi, kontrol alanı, merkezileşme derecesi, karmaşıklık derecesi, emir-komuta/kurmay organlarının oluşturulması, komiteler ve iletişim biçimidir. Bu sayılanlar aynı zamanda örgütün yapı özelliklerine de etki etmektedir.

Bu araştırmanın amacı bir üniversitenin Yabancı Diller Yüksek Okulu Hazırlık Bölümü'nde görev yapan okutmanların, kurumlarının merkezileşme ve formalleşme düzeylerine ilişkin algılarının bulunmasıdır. Bu çalışmada, ele alınan kurumda çalışan okutmanlara yabancı bir kaynak (Bishop ve George, 1973; akt. Lester ve Bishop, 2000) temel alınarak araştırmacılar tarafından geliştirilen bir anket uygulanmış ve veriler SPSS yardımıyla çözümlenmiştir. Araştırma sonuçlarına ulaşabilmek için ortalama, standart sapma, frekans değerleri bulunmuş ve t-test ve tek yönlü ANOVA testleri uygulanmıştır.

The Characteristics of Organizational Structure and its Application to Higher Education

ABSTRACT: Every organization has distinctive goals, values, norms, procedures of work and management policy. All these are the effects of the organizational structure. The main factors influencing the structure of an organization are its aims, environment, size, production technology, the level of dependency among the departments, division of labour/specialization, organization's degree of formalisation, centralization and complexity, its scope of control, chain of command, sub committees and the form of communication. These components also affect the structural properties of an organization.

This study aims to find how instructors working at College of Foreign Languages of a university perceive their organizations' level of centralization and formalization. Instructors in the organization have been asked to fill in a questionnaire developed by the researchers using a foreign publication (Bishop ve George, 1973; cited in Lester and Bishop, 2000) as a base and the data collected has been analysed via SPSS. To reach the results, means, standard deviation and frequency values have been found, and t-test and ANOVA tests have been carried out.

Key Words: Organizational structure, degree of centralization, degree of formalization.

“Sanatların en eskisi, bilimlerin en yenisi” (Koontz, 1964, s. 104; akt. Koçel, 1999, s.11) olarak adlandırılan yönetimde son bulmayan bir değişim ve yenileşme göze

çarpmaktadır. İletişim ve bilişim teknolojilerinin gelişimi, küresel dünyaya yönelim, bu gelişmelerin doğurduğu yeni gereksinimler ve gelişimin gerisinde

kalmamak için verilen mücadeleler her alanda olduğu gibi yönetim alanında da yoğun olarak yaşanmaktadır. Tüm bu gelişmelerin etkileri yönetimin temeli olan örgütlere yapısal değişiklikler olarak yansımaktadır. Sürekli değişen ve gelişen çevre koşulları, yeni üretim ve hizmet teknolojilerinin gerekleri, iş dünyasındaki rekabet anlayışı artık durgun örgütlere günümüzde yaşama şansı tanınamakta, örgütler kendilerini sürekli bir yeniden yapılanma süreci içinde bulmaktadırlar. Günümüzde, örgütlerde görülen değişimler de bu yönde önlemler olarak değerlendirilebilir. Örgütler varlık nedenleri olan amaçlarını gerçekleştirmeye devam edebilmek için, toplumsal, ekonomik, siyasi gelişmeleri yakından izleyip, bunların olası etkilerini kestirmeye çalışarak kendilerine yeni yönler belirlemeye ve örgüt yapılarını bu yönde düzenlemeye yönelmektedir.

Örgüt yapısı kavramı, örgütün doğasını, biçimini, içeriğini ve özelliklerini belirleyen kararların bütünüdür. Yapı, örgütün iç işleyişi, çevre ile ilişkiler, örgüt içi iletişim, kararların nasıl alınacağı gibi önemli örgütsel üzerinde büyük bir etkiye sahiptir (Naddler ve Tushman, 1988, s.41). Diğer bir deyişle, bir örgütün yapısı o örgütün bilişsel haritası olarak adlandırılabilir. Bir örgütün yapısı, bize o örgütte çıkabilecek karşıklık, çatışma, iletişim eksikliği gibi sorunlar konusunda ip uçları sağlayabilir (Hatch, 1997, s.193).

Örgütsel özelliklerden merkezileşme derecesi, kararların alındığı hiyerarşik düzeyi ifade eder. Merkezilik, karar yetkisinin örgütün üst düzeyinde toplandığını, ademi merkezilik ise bu yetkinin alt kademelere göçerilmiş olduğu anlamına gelir. Örgütler, tam olarak merkezileşmiş, ya da ademi merkezileşmiş yapı benimsenebilirler. Örgüt ortamı, alınan kararların niteliği, çevre koşulları gibi durumlar örgütün bu konudaki eğiliminin belirlenmesinde önemli etkiye sahiptir (Daft, 1997, s.324-325). Merkezileşmişliğin az olması beraberinde iş zenginleşmesini de getirecek özerklik sağlar. Bu nedenle sorumluluk ve performans üzerinde büyük etkisi olmaktadır. Merkezileşmişlikten uzaklaşmanın etkileri genellikle olumludur. Merkezileşmişliğin düşük olduğu örgütlerde çalışanların iş tatmininin daha yüksek, performanslarının daha iyi olduğu gözlemlenmiştir (Umstot, 1988, s.427). Merkezi yapıdan uzaklaşmanın bir başka olumlu yanı da üst yönetimin yükünün azaltılmasıdır. Bunun yanı sıra, kararlar sunulan ürün ya da hizmeti daha yakından tanıyan ve uzmanlığı daha geniş olan kişiler tarafından alınacağı için verilen kararların niteliği daha yüksek olacaktır. Ancak, örgütlerde yaşanan durumlara bağlı olarak her iki yapının da üstün yanlarının ve sınırlılıklarının olduğunu söylemek mümkündür (Fisher, 2000, s.97).

Formalleşme derecesi bir örgütte işler görülürken belirli ilke ve yöntemlerin izlenmesi konusuna verilen ağırlığı ifade eder. Neyin ne zaman, nerede, nasıl ve kim tarafından yapılacağı önceden ayrıntılı olarak belirlenmiş ve bunlara uyulması zorunlu hale getirilmiş ise formalleşme derecesi çok yüksek olacaktır (Koçel,

1999, s.119). Günümüzde örgütler daha az formal, daha çok esnek olma çabasıdadır. Bu, küresel değişimlere uyum sağlayabilmek için de önemlidir (Daft, 1997, s.325).

YÖNTEM

Betimsel nitelikte olan araştırmada, bir üniversitenin Yabancı Diller Yüksek Okulu'nda görev yapan okutmanların kurum içerisindeki merkezileşme ve formalleşme derecesine ilişkin görüşlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmış ve tarama modeli kullanılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni kurumun Yabancı Diller Yüksek Okulu Hazırlık Bölümü'nde görev yapmakta olan okutmanlardır. Araştırmanın örneklemini ise kurumda tam zamanlı olarak görev yapmakta olan toplam 83 okutman arasından ulaşılabilen 79 okutmandan oluşmaktadır.

Katılımcıların 65'i kadın (%82), 14'ü (% 17) erkektir. 5'inin (% 6.3) yaşı 25 ve altında, 18'inin (% 22.7) 26-30 arasında, 13'ünün (% 16.4) 31-35 arasında, 13'ünün (% 16.4) 36-40 arasında, 12'sinin (% 15.1) 41-45 arasında, 8'inin (% 10.1) 46-50 arasında ve 10'unun (% 12.6) 51 ve üzeri aralıkta yer almaktadır. Katılımcıların 17'si (% 21.5) 1-5 yıl, 20'si (% 25.3) 6-10 yıl, 17'si (% 21.5) 11-15 yıl, 16'sı (% 20.2) 16-20 yıl, 9'u (% 11.3) 21-25 yıl kıdem aralığında yer almaktadır. 60'ı (% 76) lisans, 19'u (% 24) lisans üstü programlardan mezundur. 26'sı (% 33) kurumda çeşitli kademelerde yöneticilik yapmış, 53'ü (% 67) ise yapmamıştır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada kullanılan örgütsel özellikler anketi yabancı bir kaynak (Bishop ve George, 1973; akt. Lester ve Bishop, 2000) baz alınarak araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Anketin ilk bölümünde kişisel bilgilere ilişkin 5, ikinci bölümünde ise örgütsel özelliklere ilişkin 30 madde bulunmaktadır. Uygulamaya geçilmeden önce yapılan güvenilirlik çalışmasında anketin Alpha değeri 0.76 bulunmuştur.

Verilerin Toplanması ve Çözülmesi

Katılımcıların örgüt içerisindeki merkezileşme ve formalleşme düzeyine ilişkin görüşlerinin ortaya konmasında ortalama, frekans ve standart sapma değerleri kullanılmıştır. Anket beşli derecelendirme biçiminde olduğu için ortalamalardan hareket edilmiş, ortalama puanların derecelenmesi ve yorumlanması için 1-1.79 "kesinlikle katılmıyorum",

1.80-2.59 “katılmıyorum”, 2.60-3.39 “kararsızım”, 3.40-4.19 “katılıyorum”, ve 4.20-5.00 “kesinlikle katılıyorum” puan aralıkları kullanılmıştır. Cinsiyet, bitirilen son eğitim kurumu ve kurumda yöneticilik görevi yapmış olma değişkenlerine ilişkin bulgulara ulaşmak için t-test yapılmıştır. Ayrıca, yaş ve mesleki kıdem değişkenlerine ilişkin olarak grupların aritmetik ortalama, standart sapma değerleri incelenmiş, ve grup içi ve gruplar arası görüşlerinin verilmesinde tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde araştırmada uygulanan anketlerin değerlendirilmesiyle elde edilen bulgular ve yorumları bulunmaktadır. Bulgular amaçlara uygun olarak tablolar şeklinde açıklanmış ve yorumlanmıştır.

Örgütün Merkezileşme Derecesine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan okutmanların, kurumlarının merkezileşme derecesi konusundaki görüşlerinin bulunması amacıyla yönelik olarak, öncelikle ankette yer alan üç seçeneğe ilk üç soru ayrı ayrı değerlendirilerek frekans ve yüzde değerleri bulunmuş, ardından ankette yer alan merkezileşme ile ilgili diğer maddeler grup

halinde ele alınarak değerlendirilmiştir. Bu amaca yönelik bulgular Tablo 1 ve 2’de verilmiştir.

Tablo 1’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan okutmanların yarısından fazlası (% 63) öğretim programına ilişkin kararlarda en büyük etkiye yöneticilerin sahip olduğunu düşünmektedir. Bu sonuç, öğretimi programına ilişkin kararlarda kurumda merkeziyetçi bir eğilimin bulunduğu şeklinde yorumlanabilir. Katılımcıların % 64’ü kurumlarında öğretim yöntemlerine ilişkin kararlarda okutmanların daha büyük etkiye sahip olduğunu düşünmektedir. Öğretim yöntemi seçimi öğretmen ve danışmanların uzmanlık bilgisini gerektiren konulardan biridir. Araştırma sonuçlarına göre, okutmanlar kurumlarında öğretim yöntemlerine ilişkin kararlarda merkeziyetçilikten uzak bir anlayışın var olduğunu düşünmektedirler. Araştırmaya katılan okutmanların yarısı (% 50.6) kurumlarında ders kitaplarının seçiminde en büyük etkiye okutmanların sahip olduğunu düşünmektedir. Ders kitabı seçimi doğrudan öğretimsel bir konudur ve bu konuya ilişkin konularda uzmanlık bilgisinden yararlanılmak üzere okutman ve uzmanların etkili olması beklenir. Bu bulgu, okutmanların kurumda ders kitabı seçimine ilişkin kararlarda merkeziyetçi anlayıştan uzak bir yaklaşımın var olduğunu düşündüklerini göstermektedir.

Tablo 1: 1., 2. ve 3.Soruya İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

	N	Yüzde
a) okutmanlar	18	22.8
b) danışman ya da uzmanlar	11	13.9
c) yöneticiler	50	63.3
Toplam	79	100.0
2. Okulunuzda öğretim yöntemlerine ilişkin kararlarda en büyük etkiye kim sahiptir?		
	N	Yüzde
a) okutmanlar	51	64.6
b) danışman ya da uzmanlar	7	8.9
c) yöneticiler	21	26.6
Toplam	79	100.0
3. Okulunuzda ders kitabı seçimine ilişkin kararlarda en büyük etkiye kim sahiptir?		
	N	Yüzde
a) okutmanlar	40	50.6
b) danışman ya da uzmanlar	16	20.3
c) yöneticiler	23	29.1
Toplam	79	100.0

Tablo 2: Katılımcıların, Kurumdaki Merkezileşme Derecesi Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Merkezileşme	X	Ss
6. Okulumuzdaki müdür yardımcılarını sıradan olmayan bir kararın son onayı için bir üst yöneticiye danışmak zorundadır.	3. 97	.876 7
8.* “Kendi kendisinin patronu” olmak isteyen bir kişi için bizim okulumuzda çalışmak uygun bir işittir.	3. 21	1.15 10
10. Okulumuzda basit kararlar için bile bir üst yetkiliye danışmak gerekmektedir.	2. 94	1.07 30
12.*Okulumuzda bir işin nasıl yapılacağı konusundaki kararlar işi yapan kişiye bırakılmıştır.	3. 17	.957 6
13. Okulumuzda bir üstün onayı alınmaksızın çok az iş yapılabilir.	3. 13	1.11 79
15.*Okulumuzda çalışanlar yapacakları işe ilişkin olarak kendi kuralını kendi koyar.	3. 35	.974 5
17.* Okulumuzda çalışanlar hemen herşeyi istedikleri gibi yapabilirler.	3. 88	.973 9
18. Okulumuzda okutmanlar sıradan olmayan kararlar için bir üst kişiye danışmak zorundadırlar.	3. 75	1.00 28
21. Okulumuzda okutmanlar öğretimsel sorunlarda kimseye sormadan kendileri karar verebilirler.	3. 07	.997 1
22. Verdiğim her karar üstüm tarafından onaylanmak zorundadır.	2. 73	1.07 07
25. Okutmanlar sıradan kararların alımında emir-komuta zincirini izlerler.	2. 86	1.04 68
27. Okulumuzda okutmanların günlük etkinlikleri üstlerinin onayını gerektirir.	2. 49	1.02 37
Grup ağırlıklı ortalaması:	3. 21	

* Bu sorular değerleri tersine çevrilerek edilerek analize dahil edilmiştir.

Tablo 2’de araştırmaya katılan okutmanların, kurumdaki kararlarda merkezileşme derecesi konusundaki görüşlerine ilişkin ortalama ve standart sapma puanları yer almaktadır. Grup ağırlıklı ortalama değerine bakılacak olursa, araştırmaya katılan okutmanlar kurumlarının merkezileşmenin derecesi konusunda “kararsızım” ($X= 2.60-3.39$) aralığında denk gelen bir fikir belirtmişlerdir. Bu bulgu, örgütte merkezileşmenin derecesinin yüksek olmadığı biçiminde yorumlanabilir. Merkezileşmeye ilişkin maddelerden hiçbirinin “kesinlikle katılmıyorum” ($X= 1.00-1.79$) ve “kesinlikle katılıyorum” ($X=4.20-5.00$) aralığında yer almadığı görülmektedir. “Okulumuzdaki müdür yardımcılarını sıradan olmayan bir kararın son onayı için bir üst yöneticiye danışmak zorundadır”, “Okulumuzda çalışanlar hemen her şeyi istedikleri gibi yapabilirler”, “Okulumuzda okutmanlar sıradan olmayan kararlar için bir üst kişiye danışmak zorundadırlar” maddeleri grup içerisinde en yüksek puanı alan ve “katılıyorum” aralığında yer alan maddelerdir. Özellikle kararlara ilişkin konularda, araştırmaya katılanların örgütte merkezileşmenin yüksek olduğu yönünde görüş belirttikleri söylenebilir. “Okulumuzda okutmanların günlük etkinlikleri üstlerinin onayını gerektirir” maddesi, bu grup

içerisinde en düşük ($X= 2.49$) ortalamaya sahip ve “katılmıyorum” aralığında yer alan tek maddedir. Araştırmaya katılan okutmanların, günlük etkinliklerinin üstlerinin onayını gerektirmediği yönünde görüş belirtmelerinin nedeni, örgütte uzmanlık bilgisine önem verildiği ve güvenildiği biçiminde yorumlanabilir. Bu sayılanlar dışındaki maddelere okutmanların “kararsızım” aralığında yanıt vermesi örgüt içerisinde belirgin bir merkezileşmenin var olmadığı anlamına gelmektedir.

Araştırmada, okutmanların örgütlerinin merkezileşme derecesine ilişkin görüşlerinin cinsiyet, yaş, mesleki kıdem, bitirilen son eğitim kurumu ve kurumda yöneticilik yapmış olma değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği de incelenmiş ve yapılan t-test ve ANOVA testleri sonucunda sözü edilen değişkenlere ilişkin olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Formelleşme Derecesine İlişkin Bulgular

Araştırmada incelenen Yabancı Diller Yüksek Okulu’nda görev yapan okutmanların, kurum içerisindeki formelleşme derecesi konusundaki görüşlerinin bulunması amacıyla yönelik olarak hesaplanan aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3: Katılımcıların, Kurumdaki Formelleşme Derecesi Hakkındaki Görüşlerine İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Formalleşme	X	Ss
4. Okulumuzda okutmanlardan, önerilen program sırasını ve üniteleri mümkün olduğunca yakından izlemeleri istenir.	4.40	.8551
5. Okulumuzda okutman davranışına ilişkin karar ve düzenlemeler hiç sapma olmaksızın uygulanır.	3.16	1.0793
7. Okulumuzda okutmanların okul içindeki sorumlulukları ve yetki alanları açıkça belirlenmiştir.	3.58	.9950
9. Okulumuzda okutmanlar resmi prosedürler içinde değerlendirilirler.	3.08	1.1457
11. Okulumuzda öğrenci disiplinine ilişkin prosedürler açıkça belirlenmiştir.	3.53	1.2072
14. Okulumuzda okutman etkinlikleri yazılı kural ve düzenlemelerle yönetilir.	3.32	.9019
16. Okulumuzda okutmanlardan sürekli ders planı yapmaları istenir.	1.94	1.0966
19. Okulumuzda yöneticiler okutmanlarla ilişkilerinde kurallara ve düzenlemelere sıkı sıkıya bağlı kalırlar.	2.89	.9818
20. Okulumuzda müdürün görevleri yazılı kural ve düzenlemelere bağlıdır.	3.75	.9502
23. Okulumuzda okutmanlar ders planlarını idareye sunmak zorundadırlar.	1.96	1.1029
24.* Okulumuzda yönetim, okutmanlara yardımcı olmak için zaman zaman kuralları görmezden gelir.	2.91	1.0151
26.*Okulumuzda yönetim öğrencilere yardımcı olmak için zaman zaman kuralları görmezden gelir.	2.98	.9935
28. Okulumuzda okutmanlar sıkı bir şekilde denetlenir.	2.37	1.0166
29.*Okulumuzda okutmanlar basit kural ve düzenlemeleri çiğneyebilirler.	3.00	1.0860
30. Okulumuzda okutmanların dosya imzaları sıkı bir şekilde takip edilir.	3.59	.9938
Grup ağırlıklı ortalaması:	3.10	

*Bu maddeler değerleri tersine çevrili olarak analize dahil edilmiştir.

Tablo 3'te, araştırmaya katılan okutmanların, kurumlarındaki formalleşme derecesine ilişkin görüşleri yer almaktadır. Tablodaki bulgulara göre, bu gruptaki maddelerin ortalama değeri $X=3.10$ olup "kararsızım" aralığında yer almaktadır. Bu sonuca göre, merkezileşmede de olduğu gibi, araştırmaya katılan okutmanların örgütlerinin formalleşme derecesini çok yüksek bulmadıkları söylenebilir. Bu grupta en yüksek ortalama puana ($X=4.40$) sahip ve "kesinlikle katılıyorum" aralığına denk gelen tek madde "Okulumuzda okutmanlardan, önerilen program sırasını ve üniteleri mümkün olduğunca yakından izlemeleri istenir" maddesidir. Bu sonuç, okutmanların öğretim programının uygulanışı konusunda özerkliğe sahip olmadıklarını düşündükleri biçiminde yorumlanabilir. Bu sonuç, merkezileşme grubunda yer alan öğretim programına ilişkin sonuçla da tutarlılık göstermektedir. Zira, sözü edilen maddede de okutmanların yarısından fazlası (% 63) öğretim programına ilişkin kararlarda en büyük etkiye yöneticilerin sahip olduğunu düşünmektedirler. Formalleşmeye ilişkin maddeler arasında ortalama değeri en yüksek ikinci ($X=3.75$) madde "Okulumuzda müdürün görevleri yazılı kural ve düzenlemelere bağlıdır" maddesidir. Bu maddenin ortalama değeri "katılıyorum" aralığında yer almaktadır. Bunu takip eden ve ortalama değeri "katılıyorum" aralığında yer alan diğer maddelerse "Okulumuzda okutmanların dosya imzaları sıkı bir şekilde takip edilir" ($X= 3.59$), "Okulumuzda okutmanların okul içindeki sorumlulukları ve yetki alanları açıkça belirlenmiştir" ($X=3.58$) ve

"Okulumuzda öğrenci disiplinine ilişkin prosedürler açıkça belirlenmiştir" ($X=3.53$) maddeleri olmuştur. Bu maddeler, örgüt içinde yazılı kural ve düzenlemelerin vurgulandığına işaret etmektedir. Bu maddelere "katılıyorum" aralığında puan verilmiş olması, okutmanların bu yönden örgütün formalleşme derecesini yüksek değerlendirdikleri biçiminde yorumlanabilir. Formalleşmeye ilişkin maddelerden üç tanesi "katılmıyorum" (1.80-2.59) aralığında değerlendirilmiştir. Bunlar "Okulumuzda okutmanlardan sürekli ders planı yapmaları istenir" ($X=1.94$), "Okulumuzda okutmanlar ders planlarını idareye sunmak zorundadırlar" ($X=1.96$) ve "Okulumuzda okutmanlar sıkı bir şekilde denetlenir" ($X=2.37$) maddeleridir. Bu sonuçlar, ders planları ve denetim konusunda bürokratik yaklaşımın benimsenmediği biçiminde yorumlanabilir. Okutmanlar bu alanlarda örgütlerinin formalleşme derecesini düşük olarak değerlendirmişlerdir. Formalleşmeye ilişkin 15 maddeden 8'i "kararsızım" aralığında değerlendirilmiştir ve tüm maddelerin grup ağırlıklı ortalaması ($X=3.10$) da "kararsızım" aralığında yer almaktadır. Bu sonuçlara bakılarak genel bir yoruma gidilecek olursa, araştırmaya katılan okutmanların örgütlerinin formalleşme derecesini yüksek bulmadıkları söylenebilir.

Kurumda görev yapan okutmanların, örgüt içerisindeki formalleşme derecesi konusundaki görüşlerinin cinsiyet, yaş, mesleki kıdem, bitirilen son eğitim kurumu, kurumda yöneticilik görevi yapmış olma değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediği

de incelenmiştir. Sözü edilen değişkenler içerisinde yalnızca kurumda yöneticilik yapmış olma değişkeninde anlamlı bir farklılık ($p<0.05$) olduğu görülmüştür. Kurumda yöneticilik deneyimi olmayan okutmanlar örgütün formalleşme derecesini daha yüksek değerlendirmişlerdir. Bu aslında beklenen bir sonuçtur. Yöneticilik yapmış ve yapmakta olan katılımcılar yönetim sürecine doğrudan dahil oldukları için örgütün formalleşme derecesini daha farklı algılamış olabilirler. Ankette formalleşmeye ilişkin olarak yer alan maddelerden bazıları “Okulumuzda okutman davranışına ilişkin karar ve düzenlemeler hiç sapma olmaksızın uygulanır”, “Okulumuzda okutmanların okul içindeki sorumlulukları ve yetki alanları açıkça belirlenmiştir”, “Okulumuzda okutmanlar resmi prosedürler içinde değerlendirilir”, “Okulumuzda okutman etkinlikleri yazılı kural ve düzenlemelerle yönetilir”, “Okulumuzda yöneticiler okutmanlarla ilişkilerinde kurallara ve düzenlemelere sıkı sıkıya bağlı kalırlar”, “Okulumuzda yönetim, okutmanlara yardımcı olmak için zaman zaman kuralları görmezden gelir” gibi yönetilenler ve yönetilenler arasında görüş ayrılıklarına yol açabilecek maddelerdir. Araştırmaya katılanlardan yöneticilik deneyimi olan okutmanlar örgütte yazılı kural ve düzenlemelerin daha az etkili olduğunu, zaman zaman okutman ve öğrencilere kolaylık sağlamak için kuralların görmezden gelindiğini, resmi prosedürlere bağlılığın daha az olduğunu düşünmektedir. Öte yandan, yönetilenler ise bundan daha farklı bir görüş taşımakta, ya da yöneticilerin formalleşme derecesini azaltmak üzere yaptığı çalışmaları yeterli bulmakta olabilirler.

TARTIŞMA

Örgütsel özelliklerin örgüt yapısı üzerinde belirleyici etkisi bulunmaktadır. Örgüt yapısı da karar vermeden değerlendirmeye kadar örgütün tüm yönetim süreçlerini, örgütün kültür ve iklimini, iç işleyişini, çalışanların örgütsel bağlılık ve iş doyumlarını, örgütün verimliliğini etkilemektedir. Bu nedenle, örgütsel özellikler ve yapı örgüt açısından büyük bir öneme sahiptir.

Yukarıdaki bölümde sunulan araştırmada, bir üniversitenin Yabancı Diller Yüksek Okulu’nda görev yapan okutmanların görüşlerine göre kurum içerisindeki örgütsel özelliklerden merkezileşme ve formalleşme derecelerinin bulunmasına çalışılmıştır. Araştırma bulguları merkezileşme ve formalleşme düzeylerine ilişkin olarak ayrı ayrı ele alınmıştır. Merkezileşmeye ilişkin bulgular da kendi içerisinde iki bölümde verilmiştir. Bunlardan ilki, okulda öğretim programı, öğretim yöntemleri ve ders kitaplarının seçimine ilişkin kararlar da ki min daha etkili olduğunun araştırılmasıdır. Araştırma bulgularına göre, okutmanların büyük bir bölümü (% 63) öğretim programına ilişkin kararlar da en büyük etkiye yöneticilerin sahip olduğunu düşünmektedir. Bu sonuç, örgütte öğretim programına ilişkin kararlar da merkezileşmenin söz

konusu olduğu ve bu konuda öğretmen özerkliğinin yüksek olmadığı biçiminde yorumlanabilir. Katılımcıların % 64’ü öğretim yöntemlerine ilişkin kararlar da okutmanların en büyük etkiye sahip olduklarını düşünmektedir. Ders kitabı seçimine ilişkin kararlar a gelince, yine katılımcıların yarısı (% 50) bu konuda en büyük etkiye okutmanların sahip olduğunu düşünmektedir. Bu sonuçlar, örgütte öğretim yöntemleri ve ders kitabı seçimine ilişkin kararlar da merkezileşme eğiliminin görüldüğü biçiminde yorumlanabilir. Ankette merkezileşmeye ilişkin olan diğer sorular beşli Likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Bu maddelerin analiziyle elde edilen bulgular, araştırmaya katılan okutmanların örgütlerinin merkezileşme derecesini yüksek bulmadıklarını göstermektedir ($X= 3.21$). Araştırmada ulaşılan bu sonuç örgütteki karar süreci bakımından olumlu olarak değerlendirilebilir. Bu sonuca göre, okutmanların karar sürecinde etkili olduğu ve bazı konular da kararın kendilerine bırakıldığı söylenebilir.

Araştırmada incelenen bir başka örgütsel özellik de örgütün formalleşme derecesidir. Formalleşmeye ilişkin maddelerin grup ağırlıklı ortalaması $X= 3.10$ olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre, kurumda görev yapan okutmanların, örgütlerinin formalleşme derecesini yüksek değerlendirmedikleri söylenebilir. Bu grupta en yüksek ortalama puana ($X=4.40$) sahip ve “kesinlikle katılıyorum” aralığına denk gelen tek madde “Okulumuzda okutmanlardan, önerilen program sırasını ve üniteleri mümkün olduğunca yakından izlemeleri istenir” maddesidir. Bu sonuç, okutmanların öğretim programının uygulanışı konusunda özerkliğe sahip olmadıklarını düşündükleri biçiminde yorumlanabilir. Ayrıca, ilgili maddeler incelendiğinde, okutmanların kurumlarında yazılı kural ve düzenlemelerin vurgulandığını düşündükleri görülmektedir. Araştırmada, katılımcıların görüşlerinin cinsiyet, yaş, mesleki kıdem, bitirilen son eğitim kurumu, kurum kıdemi ve yöneticilik yapmış olma değişkenleri bakımından anlamlı bir fark göstermediği de incelenmiş ve yalnızca yöneticilik yapmış olma değişkeninde fark bulunmuştur. Kurumda yöneticilik yapmış ya da yapmakta olan okutmanların, örgütlerindeki formalleşme derecesini kurumda yöneticilik deneyimi olmayan okutmanlardan anlamlı düzeyde daha düşük değerlendirdikleri saptanmıştır. Kurumda yöneticilik yapmış olan katılımcılar, okutman ve öğrencilere kolaylık sağlamak için kuralların ve resmi prosedürlerin zaman zaman atlandığını düşünmektedir.

Genel olarak bakıldığında, araştırılan örgütte, çalışanların merkezileşme ve formalleşme derecesini yüksek bulmalarını olumlu yönde değerlendirilebilecek sonuçlardır. Girişte de değinildiği gibi,

merkeziyetçiliğin düşük olması çalışanların iş tatmini ve performansını olumlu yönde etkilemekte, uzmanlık bilgisine sahip çalışanların karara katılımını sağlamakta ve böylelikle alınan kararların kalitesine katkıda bulunmaktadır. Bu sonuç özellikle bir eğitim kurumu açısından önemlidir. Eğitim kurumlarının en değerli kaynağı öğretim personelidir ve öğretim personelinin uzmanlık bilgisi, bilgi üretimi ve bu bilgiden uygulamada faydalanması örgütü geliştirici unsurlardır. Dolayısıyla, bir eğitim kurumunda merkezileşme derecesinin yüksek olmamasının öğretim personelinin, özellikle öğretimsel kararlarında daha özgür olmasını sağlayarak akademik gelişimi desteklemesi beklenmektedir. Bu araştırmada, katılımcıların örgütlerinin formalleşme derecesini de yüksek bulmadıkları görülmüştür. Formalleşme derecesinin yüksek olması, iş yapılışında belirli ilke, yöntem ve kuralların sıkı sıkıya izlenmesi, neyin ne zaman, nasıl, kim tarafından yapılacağını ayrıntıyla belirlenmiş ve uygulamada buna uyulmasının zorunlu hale getirilmiş olması anlamına gelmektedir. İşlerin daha çok uzmanlık bilgisine bağlı olarak yürütüldüğü bir eğitim örgütünde formalleşme derecesinin yüksek değerlendirilmesi doğaldır. Bu durum, örgütte çok ayrıntılı prosedürler yerine örgütün uyum sağlama gücünü artıracak, esnek bir yapının var olduğunu göstermektedir.

Sciences, 2nd Edition, Maryland, Scarecrow Press Inc. Technomic Books.

Naddler, D. ve M. Tushman (1988). *Strategic Organization Design: Concepts, Tools, and Processes*. Glenview, III: Scott, Foresman

Umstot, D. (1996). *Understanding Organizational Behaviour*. West Publishing Company

KA YNAKLAR

- Daft, R. L. (1997). *Management*. The Dryden Press.
 Fisher, D. (2000). *Communication in Organizations*. West Publishing Company.
 Hatch, M. J. (1997). *Organization Theory: Modern, Symbolic and Postmodern Perspectives*. Oxford University Press
 Koçel, T. (1999). *İşletme Yöneticiliği*. Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
 Lester, P. E. Ve L. K. Bishop (2000). *Handbook of Tests and Measurements in Education and Social*

Tezkirelere Göre Kahraman Maraşlı Divan Şairleri

Lütfi ALICI¹

¹Yrd. Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Kahramanmaraş

ÖZET: Maraş, Anadolu'nun en eski şehirlerinden birisidir. Bilinen tarihî seyri içerisinde birçok medeniyete beşiklik eden Maraş, Yavuz Sultan Selim zamanında Osmanlı topraklarına katılmıştır. Maraş, Kurtuluş Savaşı'nda kendisini Fransız işgalinden kurtardığı için TBMM tarafından istiklâl madalyasıyla taltif edilmiş ve ayrıca şehre Kahraman unvanı da verilmiştir.

Kahraman Maraş, bugün olduğu gibi dün de Türk kültür ve edebiyatına yetiştirdiği şair ve yazarlar vasıtasıyla büyük katkıları olan bir ilimizdir.

Anahtar Kelimeler: Kahraman Maraş, tezkire, divan şairi, divan şii, şehir biyografisi.

Divan Poets of Kahr Aman Maraş According to Tezkires

ABSTRACT: Maraş is one of the oldest cities of Anatolia. Maraş which was the cradle of many civilizations throughout the history was joined to Ottoman Empire at the time of Sultan Selim. Maraş was rewarded an Independence Medal by TBMM, because it saved itself from French capture in the Turkish War of Independence and also the title 'brave' was given to the city.

Today, Kahr Amanmaraş, as in the past, contributes to the Turkish culture and literature through many poets and writers.

Keywords : Kahr Aman Maraş, tezkire, divan poets, divan poetry, city biography.

Kahr Aman Maraş, Anadolu'nun en kadim şehirlerinden birisidir. Tarihî seyri içerisinde bir çok medeniyete beşiklik etmiş olan Maraş'ta sırası ile Asurlular, Hititler, İranlılar, Makedonyalılar, Romalılar, Araplar ve Türkler hüküm sürmüşlerdir. (Atalay,1973: 8)

Adına ilk defa Asur tabletlerinde **Markasi** olarak rastlanan Maraş'a, Hititler **Maraj**, Romalılar **Germanicia**, Bizanslılar da **Marasion** demişlerdir. Maraş, H.16/M.637' de Halid bin Velid tarafından fethedilip İslâm topraklarına katılınca şehrin adı **Maraş** şeklini almıştır. Bu tarihten sonra Maraş, Müslüman Araplarla Bizanslılar arasında sık sık el değiştirmiş, daha sonraki dönemlerde Maraş'ta Emeviler, Abbasiler, Selçuklular, Memlûklüler ve Dulkadirli Beyliği hüküm sürmüştür. Nihayet Yavuz Sultan Selim zamanında 1515' te Sinan Paşa komutasındaki bir ordu tarafından Osmanlı topraklarına katılmıştır. (Kesenceli, 1996: 26-28)

Osmanlı idaresinde önce kaza, daha sonra da H.1269-1270/M.1854-1855 tarihinde mutasarrıflık olan Maraş, M.1876'dan evvel sancak olarak Halep'e bağlanmış, H.1330/M.1914' te de bağımsız sancak olmuştur.

Mondros Muahedesi'nden sonra Maraş, önce İngilizlerin sonra da Fransızların işgaline uğramıştır. Şanlı bir mücadeleden sonra Ermeni milislerini ve Fransız ordusunu yenilgiye uğratarken, aynı zamanda Türk Millî Mücadelesi'nin ilk meş'alesini yakmıştır. Tarihte eşine ender rastlanan bu kahramanlıktan dolayı TBMM 13 Aralık 1924' te Maraş şehrini "kırmızı şeritli istiklâl madalyası" ile taltif etmiştir. (Kesenceli, 1996: 29) Yine TBMM, 7.2.1973 tarihinde şehre ayrıca "**Kahr Aman**" unvanını vermiştir. Böylece şehrin adı **Kahr Aman Maraş** olmuştur.

Yukarıda hülâsa edilen tarihî seyri içerisinde Kahr Aman Maraş, yetiştirdiği büyük şahsiyetler vasıtasıyla Türk-İslâm kültür ve medeniyetine birçok cihetten katkıda bulunmuş bir şehrimizdir. Saçaklızâde, Şeyh Âdil, Seyyid Ni metullah, Osman Efendi, Bahtiyar Efendi, Sünbülzâde Vehbî, Maraşîzâde Ahmed Kuddusî, Ali Sezai Efendi, Sütçü İmam ve Hafız Ali Efendi ilk hatıra gelen şahsiyetlerdir.

Bugün şair ve yazarlar açısından çok münbit bir yer olan Kahr Aman Maraş'ın dün de birçok şair yetiştirmiş olabileceği düşüncesinden hareketle, Kahr Aman Maraşlı divan şairleri hakkında bir şehir biyografisi sayılabilecek bu araştırma sonucunda, kaynaklardan yirmi iki divan şairi tespit edilmiştir. Bu şairlerden Sünbülzâde Vehbî dışında hiçbiri üzerinde bugüne kadar ilmî bir çalışma yapılmamış, birçoğunun eserleri kaybolduğu gibi adları dahi unutulmuştur. Bu yüzden bazı şairlerin şiirlerinden örnek vermek mümkün olmamıştır. Bazı şairlerin de az sayıdaki şiirleri tamamen alınırken, divan sahibi veya çok sayıda şiiri olanlardan seçme örnekler alınmıştır. Şairler, alfabetik olarak sıralanmış, hayatları ve edebî şahsiyetleri hakkında da kısa bilgiler verilmiştir.

1. Abdülbâkî Efendi: Sünbülzâde Vehbî'nin kardeşinin oğludur. İstanbul'da Torunzâde Emin Efendinin kethüdalığı^{*} yapmış, daha sonra da kadılık ve hâcegânlık^{*} rütbelerine kadar yükselmiştir. Şiirlerinde Bâkî mahlâsını kullanan şairin fazla şiirinin olmadığı kaynaklarda belirtilmektedir. (Fatim Davud,1271: 21-22)

2. Ahdî-i Mar'aşî: Maraş'ta doğan şairin hayatı hakkında pek fazla bilgi yoktur. Şairden bahseden tek kaynak Güftî'nin Teşrifâtü's-Şu'arâ adlı manzum tezkiresidir. Buradan hareketle şairin XVII. asır şairi olduğunu söylemek mümkündür. Söz konusu eserde mollâ-yı Mar'aş sanyla anılan Ahdî,^{*} ilim ve irfan sahibi bir şair olarak methedilmektedir.

Bir dahi turfe-gûy u turfe-edâ

* Sadrazam yardımcısı konumunda olan memurun unvanıdır. (Pakalın, 1993: 251-252)

* Kelime olarak hoca, efendi, muteber zat manalarında olan hâcegân, eskiden devlet dairelerinde yazı işlerinin başında ve defterdarlık, nişancılık gibi vazifelerde bulunanlar hakkında kullanılan bir tabirdir. Hâcegânlık vezirliğe terfi edilebildiği için mühim bir rütbe idi. (Pakalın, 1993: 693)

* Güftî, zikredilen eserinde Ahdî-i Mar'aşî ile Abdî-i Çelebi'yi bir iki beyit dışında aynı beyitlerle anlatmıştır. (bk.Yılmaz, 2001: 182-183, 183-185) Bu da nereli olduğu belirtilmeyen Abdî'nin Ahdî ile karıştırılmasına sebep olmuş, bazı kaynaklarda Abdî Maraşlı olarak gösterilmiştir. (bk. İpekten vd., 1988: 5)

Mar'aşî Ahdî-i sühân-pîrâ

Beste-i şî'r-i dil-keş olmuşdur

Ya'ni monlâ-yı Mar'aş olmuşdur (Yılmaz, 2001:182)

3. Ârif: Hakkında bilgi bulunmayan şairin bir gazelini Hâfız-ı Mar'aşî tahmîs etmiştir. Hafız'ın gazeli tahmîs etmesinden ve Ârif'in gazelinde Maraş'tan övgüyle bahsetmesinden hareketle şairin Maraşlı olabileceği düşünülebilir. Ârif'in söz konusu gazeli şöyledir:

Efendim çekdiğim aşkın belâsı hep senünçündür

Bana bu dehr-i dünün her ezâsı hep senünçündür

Hevâ anber-sirîşt oldu buyur azmyle gülşene

Bahârın gün-be-gün zevk ü safâsı hep senünçündür

Uyanır baht-ı âşık feyz alır kâm-ı kudûmundan

Kamu derd ehlî bîmârın devâsı hep senünçündür

Ziyâ-yı şems-i hüsnün müntefî' sebzâra eşcâra

Dıraht-ı âlemin neşv ü nemâsı hep senünçündür

Muattar kıl dimâğî itr-ı şâh-ı bûy-ı zülfünle

Bu faslın âlî-şânî hûb-hevâsı hep senünçündür

Çemen bezminde tertîb oldı gûyâ mutribân şimdi

Nihâl-i gülde bülbüller nevâsı hep senünçündür

Ferah-bahşâ-yı Mar'aşda hemîşe Ârif-i zârın

Seher vakti tazarru' la du'âsı hep senünçündür (Hâfız, Nu.: 2947, v.12a- 12b; Mecmua,Tarihsiz, s. 303)

4. Fevzî: Maraşlı Fevzî Çelebi'nin doğum ve ölüm tarihi tam olarak bilinmemektedir. Şair hakkında bilgi veren tek tezkire, Ahdî'nin H.971/M.1563 tarihinde yazdığı Gülşen-i Şu'arâ'sıdır. Buradan hareketle şairin XVI. asırda yaşadığını söylemek mümkündür.

Fevzî, ilim tahsili için Arap, Acem ve Rûm memleketlerinin birçoğunu dolaştıktan sonra Mısır'a yerleşmiştir. Davud Paşa Hocası sanıyla meşhûr olan şair, takvâ ve kemâl sahibi olmasının yanında, güzel şiirleriyle de zamanında dikkat çekmiş, şiirlerinde Fevzî mahlâsını kullanmıştır. (Ahdî, Nu.: 9598: 262-263)

Çü gördüm hâl-i müşğîni ruh-ı dil-dâra yapışmış

Didüm sünbül saçın deprete meges gül-nâra yapışmış

O zülf ü hâl ü ruhsânî göreliden kalmadı şekküm

Ki Mûsâ tıfl iken Fir'avn önünde nâra yapışmış

Bugün sevda-yı zülfünle perîşân-hâldür Fevzî

Ki ders evrâkını Nile virüp eş'âra yapışmış

(Ahdî, Nu.: 9598: 262-263)

Ali Nihad Tarlan'ın "Şiir Mecmualarında XVI ve XVII. Asır Divan Şiiri Rahmî ve Fevrî" adlı eserinde Fevrî'ye ait olan aşağıdaki müseddes, Mehmet Yusuf Özbaş tarafından Kahraman Maraş'ta neşredilen "Dava" adlı derginin 4. sayısında yanlış bir adlandırma ile "Müseddes-i Tercî-i Bend-i Fevzî" başlığı altında yayımlanmıştır. Söz konusu yayına kaynak olarak da Kahraman Maraş Müzesi'ndeki bir şiir defteri gösterilmiştir.(Özbaş,1995: 4,36) Maalesef bahsedilen şiir defteri şu an müzede bulunmamaktadır. Eldeki bilgilere göre bu iki şairin muasır oldukları anlaşılmaktadır. Fevrî Şam'da müftü iken H.978/M.1570 tarihinde vefat etmiştir.(Tarlan, 1948: 56) Coğrafi yakınlık ile her iki şairin mahlaslarının yazım ve ifade bakımından

birbirine benzerliği bu karışıklığa sebep olmuştur. Fevrî'ye ait olduğu kanaatinde olduğu muz müseddes-i mütekerriir şöyledir:

I

Tanrı her şahsa temennâ-yı dil ü cânın vere

Kâfire İslâm u ehl-i dîne îmânın vere

Şeyh ü sûfiye cinân u hûr u Rıdvânın vere

Mâlîke mü'lkin garîbe künc ü vîrânın vere

İsterin Hak haste-dil uşşâka cânânın vere

Umarın derdin veren Allah dermânın vere

II

Çün beni çarh etdi ol şîrîn-dehânımdan cüdâ

Başım alup daga düşdüm Kûh-kenveş mübtelâ

Nâgehân gördüm gelür bir Hızr-dem pîr-i Hudâ

Himmet et dedüm dedi el kaldırıp edüp du'â

İsterin Hak haste-dil uşşâka cânânın vere

Umarın derdin veren Allah dermânın vere

III

Vâkı'âmda bir gece gördüm ki Kays-ı bâk-bâz

Topraga urmuş yüzün izhâr eder sûz u güdâz

Dedim ey âşık nedir maksûdun eyle keşf-i râz

Aglayup sûz ile dedi tâ ebed edüp niyâz

İsterin Hak haste-dil uşşâka cânânın vere

Umarın derdin veren Allah dermânın vere

IV

Hoş gelür derd-i muhabbet bana sıhhat istemem

Zillete incin meze m ikbâl ü izzet istemem

Fakrî fahr etdüm revâc-ı kadr ü rif'at istemem

Ragbetüm dünyâya kalmadı sa'âdet istemem

İsterin Hak haste-dil uşşâka cânânın vere

Umarın derdin veren Allah dermânın vere

V

Derd-i hicrân Fevrîyi şol denlü etdi haste-hâl

Kim gelüp gürdükde hâlini tabîb-i hoş-hisâl

Tutdı nabzın gördü kim kendü ilâc etmek muhâl

Hakka tefvîz etdi hâlin diyüp ol ferhunde-fâl

İsterin Hak haste-dil uşşâka cânânın vere

Umarın derdin veren Allah dermânın vere (Tarlan, 1948: 74-75)

5. Gaffar Baba: Maraş'ta şöhret bulmuş mutasavvıf bir şairdir. Buharalı Abdülgafur namında birinin oğlu olan Gaffar Baba, Maraş'ta Alaüddevlî evkafında bulunan Çarşı Tekkesi'ni ihya etmiştir. Arapça ve Farsçaya da vâkıf olan şairin güzel ve büyük bir divanı vardır. Gaffar Baba, şiirlerinde Hâmî mahlâsını kullanmıştır. Bazı şiirlerinde Bektaşî neşvesi görülen şairin sonradan Mevlevî tarikatına geçtiği anlaşılmaktadır. Dergâhın mesnevîhânlığını da yapan şair, H.1309/M.1891'de vefat etmiştir. Bir gazeli şöyledir:

Gam artar dilde cânâ eylesem seyr-i çemen sensiz

Olur baktıkça giryân dîdeme her gül diken sensiz

Esîr-i dâm-ı aşkın olalı ey Yûsuf-ı sâni

Gülistân-ı cihân oldu bana beytül-hazen sensiz

Lebin bilmem ne efsûn etdi kim bî-tâb-ı gam ile

Dagıldı akl u fikrim nâleden lâl oldu ben sensiz

Belâ-yı hicr ile peygüle-i mihnetde her saat

Gelir beyt-i dile bin türlü âlâm u mihen sensiz

Amânım kesme kurbân olduğum bilmez misin hâlim
 Ki meftûnum sana gelmez bana gamsız gelen sensiz
 Ne var gel bir dem ol derd-i dil-i bî-çâreme dermân
 Tenimden çıkmadan cân ey gül-i nâzik-beden sensiz
 Dem-i subh-ı ecel hoşdur benimçün şâm-ı firkâtden
 Hayâtımdan usandım istemem dünyâyı ben sensiz
 Yazıp rengin gazeller hâk-i pâye arz eder ammâ
 Perîşândır bu günler Hâmî-i şîrin-sühan sensiz
 (Atalay, 1973:136-141)

6. Hamamcızâde Hâfız-ı Mar'âşî: Şairin hayatı hakkında fazla bilgi yoktur. Hafız Ali Efendi İlmî Eserler Kütüphanesi'nde, 291 numarada kayıtlı yazma bir mecmuada şairin adı Hamamcızâde Hâfız-ı Mar'âşî olarak verilmektedir. Söz konusu mecmua şairin divanının bir nüshasını ihtiva etmektedir. Şiirlerinde Hâfız mahlâsını kullanan şairin divanının bir nüshası da İstanbul Üniversitesi Kütüphanesi'nde (Hâfız, Nu.: 2947) bulunmaktadır.* Yapılan çalışmalar, Hâfız'ın Bektaşî anlayışına sahip bir XIX. asır şairi olduğunu göstermektedir. Bir gazeli şöyledir:

Cevr-i bî-haddinle cânâ dil-figâr etdin beni
 Sen de men tek zâr ol ey âfet ki zâr etdin beni
 Mihnet ü hecrinle giryân oldu çeşmim şöyle kim
 Garka-i seyl-âb-ı eşk -i bî-karâr etdin beni
 Bir nigâh-ı düzd ile aldım dil-i divâneyi
 Hem-ser-i Mecnûn edip sahrâ-güzâr etdin beni
 Ey büt-i bî-rahm her bî-derde dermân eyledin
 Hançer-i zehr-âb-ı gamla zahmîdâr etdin beni
 Bî-vefâ agyârı bir gül-deste tek aldım ele
 Hor edip ancak gubâr-ı reh-güzâr etdin beni
 Arz edip ruhsâr-ı sîmîninde hâlin noktasın
 Merkez-i sevdâda bir pergâr-ı kâr etdin beni
 Hâfızı bâg-ı belâ vü firkatinde subh u şâm
 Bülbül-i âşüfte-hâl ü nâlekâr etdin beni (Hâfız, v.: 43a)

7. Hâşim: Maraş'ta doğan Kalenderzâde'den ders gören Hâşim, devrinin bilgin şairlerindendir. (İpekten vd., 1988:190) Hafız Ali Efendi İlmî Eserler Kütüphanesi 291 numaralı yazma mecmuada, Hâşim mahlâslı bir müseddes bulunmaktadır. Söz konusu mecmuanın çoğunlukla Maraşlı şairleri ihtiva etmesi, Hâşim mahlâslı bu müseddesin Maraşlı Hâşim'e ait olabileceği kanaatini güçlendirmiştir. Bundan dolayı müseddes buraya alınmıştır.

I

Bilinmez sanıp etme gayrılarla ahd ü peymânı
 Duyulmaz nesne olmaz her ne denlü olsa tenhânı
 Meseldir göz lüye yok gizli derler cânımın cânı
 Kerem kil göz göre kılma rakîbe lutf u ihsânı
 Deme agyâra lutf etsem nihânî kim duyar anı
 Olur çün ez-nihânî âşîka ilhâm-ı Rabbânî

II

Lebini dişleyip kasd-ı işâret etme agyâra
 Acıtma cânımı gel hurde geçme bu dil-i zâra

Göz ucuyla beni gamz etme [gel]* ey gül has u hâra
 Sanıp bu bendeni gel gayr ile başlama bâzâra
 Deme agyâra lutf etsem nihânî kim duyar anı
 Olur çün ez-nihânî âşîka ilhâm-ı Rabbânî

III

Alıp satmak durur uşşâk her dem hâsılı kârın
 Kurupsun çün rakîb ile varıp mahfice bâzârın
 Şehâdet eyleriken durmayıp evzâ'ı etvârın
 Habîbim fâide etmez senin hem bize inkârın
 Deme agyâra lutf etsem nihânî kim duyar anı
 Olur çün ez-nihânî âşîka ilhâm-ı Rabbânî

IV

Ola sanma sakın uşşâkı senden ey sanem gâfil
 Duyulmaz anlayıp uy ma rakîb-i dîve hem mâil
 Egerçi dürlü dürlü perde asmak sonra hep kâbil
 Velâkin âşîkız olmaz bize kevn ü mekân hâil
 Deme agyâra lutf etsem nihânî kim duyar anı
 Olur çün ez-nihânî âşîka ilhâm-ı Rabbânî

V

Elin yüze tutup açmazdan agyâra vefâ etme
 El altından eyle lutf bîze cevri ü cefâ etme
 Bu yüzden Hâşim-i miskîne sultânım ezâ etme
 Duyulmaz sanma meylin gayra yanlıştır hatâ etme
 Deme agyâra lutf etsem nihânî kim duyar anı
 Olur çün ez-nihânî âşîka ilhâm-ı Rabbânî

(Mecmua, s. 862-864)

8. Hayâtî: Ahmed Hayâtî Efendi, H.1165/M.1751/52 Elbistan'da doğdu. Babası Elbistan müftüsü Ahmed Efendidir. Gençlik döneminde ilim tahsil ederek kendisini yetiştiren Ahmed Hayâtî, babasından sonra bir müddet müftülük yapmış, daha sonra da İstanbul'a gitmiştir. Ayasofya Camii'nde ilimle meşgul iken Sadrazam Yusuf Ziya Paşanın hocalığına atanmıştır. Ardından H.1224/M.1809 tarihinde Saray Bosna, H.1226/M.1811'de Irak mevleviyetliklerinde bulunduktan sonra H.1228/M.1813 tarihinde İstanbul'a dönmüş, bir yıl sonra da H.1229/M.1813/14 vefat etmiştir. Vehbî'nin ve Şahidî'nin Farsça lügatlerini şerheden Hayâtî'nin şiirleri pek güzel değildir. (Fatin Davud, 1271: 77-78; İpekten, vd., 1988: 198)

9. Hayrullah Hayri Efendi: Hayrullah Efendi, H.1195/M.1780 tarihinde İstanbul'da doğdu. Sünbülzâde ailesindedir. Hayri Efendi, Sünbülzâde Vehbî'nin sulbünden olduğunu bir beytinde şöyle dile getirir:

Dâimâ bir gül-izârın nâr-ı aşkıyla yanar
 İbn-i Vehbî nesl-i Sünbül-zâdeden Hayrî-i zâr
 Kadılık ve emsâli birçok görevi ifâ etmesine rağmen, ahir ömründe fakr u zarurete düşen şair, bu dönemde geçimini yazdığı kaside ve düştüğü tarihlerin caizeleriyle sağlamıştır. Hayrullah Hayri Efendi, H.1267/M.1850 senesinde vefat etmiştir. Bir gazeli şöyledir:

O Yûsuf kıymetin bir dürlü kaçmazdım bahâsından
 Harîdârân elin çekseydi zeyl-i ibtilâsından
 İsâbet etdim ammâ hâline tagbîr-i anberde

* Söz konusu iki nüsha üzerinde çalışmalarımız sürmektedir.

* Vezin gereği ilave edilen kelime ve heceler köşeli parantez içinde verilmiştir.

Hatın müşge müşabihdir dedim tövbe hatâsından
Tasavvur eyledikçe sinesin âgûş-u vuslatda
Dil-i âşık döner mir'ât-ı hurşide safâsından
Varıp mey-hâneye ferş-i hasır-ı îyş u nûş etsek
Usandık zâhid-i mescid-nişinin bu riyâsından
Ruh-ı sâkî ne mihr-i âlem-ârâdır ki aks etse
Döner câmu hilâli bedre te'sîr-i ziyâsından
Emip gül-nârı la'lin eyleme âzürde-i dendân
Ki cân versen de sonra kurtuluş yok dış kirâsından
Bu gülşende açılmaz gonçe-i ümmîd-i ehl-i dil
Gelirse nefha-i İlsâ dahi bâd-ı sabâsından
Veren bu âb u tâbî eşk-i âh-ı âşıkân sanma
Sitanbul dil-beri nâzik olur âb u hevâsından
Bu rûy-ı tâb-nâkiyle ne bâga cilve-rîz olsa
Gül-i hurşîd olur üşküfte zerrât-ı fezâsından
Bana pîrân-ı devrân ile ülfet hoş gelir Hayrî
Cihânın nev-civânân u atâsız bî-vefâsından (Fatin
Davud,1271: 88; Atalay, 1973: 151-152)

10. Hayrî: Asıl adı Hayreddin Lâmi olup, Sünbülzâde Vehbî'nin ortanca oğludur. Öğrenimini bitirdikten sonra Rumeli şehirlerinde kadılık yaptı. Şeyhülislâm Arif Hikmet'in ifadesiyle "şair oğlu şairdir". (İpekten, vd., 1988: 202)

11. Kâmil: Mustafa Kâmil Efendi, H.1274/M.1857'de Maraş'ta doğdu. Şirevîzâde Debbağ Halil Ağa'nın oğludur. Maraş ve Kilis'teki ilk tahsilinden sonra İstanbul, Balıkesir ve Kırkağaç'ı ziyaret etti. Daha sonra Manisa ve İzmir'de tahsiline devam eden Mustafa Kâmil, İzmir'de Yozgatlı Hoca Mustafa Keşfi Efendiden 1886'da icâzetnâme alarak müderris oldu. Önce Morali sonra da Kurşunlu Medresesi müderrisliklerine tayin olundu. Birçok talebe yetiştirdikten sonra H.1340/M.1924'te İzmir'de vefat etti. Uluyol Kabristanı'na defnedildi.

Edebiyat ve mantığa vâkıf, kalender meşrep ve engin gönüllü bir zat olan Mustafa Kâmil Efendinin dinî-tasavvufî mahiyetli on üç dolayında eserinden birçoğu basılmıştır. Bir kıt'ası şöyledir:

Bir kusur işleyeni kalkma hemân te'dibe
Uslanır belki biraz sabr u sükûnet göster
Etmeden bir işi evvelce güzelce tahkik
Hakkı maznûnda ne rıfk u ne huşûnet göster (İnal, 1988: 795 -796)

12. Kenân: Yusuf Kenan Bey H.1246/M.1830'da Maraş'ta doğdu. Bayezidoğullarından Süleyman Paşanın oğludur. Annesi Şerife Hanım, Dulkadir evladındandır. Tahsilini Maraş'ta yaptıktan sonra H.1262/M.1845'te İstanbul'a giderek kâtipliğe başlayan Kenan Bey, zaman içinde Bâb-ı Âlî'nin en muktedir kâtiplerinden olmuştur. Padişah meclislerinde başkâtiplik (amedcilik) yaptığından dolayı Amedci olarak anılmıştır. H.1293/M.1876'da vefat eden Amedci Kenan Bey, Merkez Efendi Kabristanlığı'na defnedilmiştir.

Kenan Bey, cömertliği, şair ve musıkîşinâsları himaye etmesi yanı sıra işrete düşkünlüğü ile de tanınmıştır. Ölümüne, işrete düşkünlüğünü sebep gösterenler bile olmuştur. Nesirleri şiirlerinden üstündür. Manzum ve mensur eserlerinin bazıları "Âsâr-

ı Kenan Bey" ve "Gülşen-i Sühan" adlarıyla basılmıştır. Şiirlerinden daha ziyâde şarkıları dikkat çekmektedir:

I

Gönül te'sîr-i gamla nâle-zendir
Cihân şimdî bana beytû'l-hazendir
Belâ-yı firkatinden mi nedendir
Cihân şimdî bana beytû'l-hazendir

II

Sabâ var yâre bahtımdan figân et
Götür hûn-âb-ı çeşmim armağân et
Sorarsa hâlimi böyle beyân et
Cihân şimdî bana beytû'l-hazendir

III

Beni men' etdi hicrânın emelden
Yıkıldı hâne-i hâtır temelden
Ben artık ihtirâz etmem ecelden
Cihân şimdî bana beytû'l-hazendir (İnal, 1988: 859 -863; Atalay, 1973: 159-163)

13. Kuddûsî: Asıl adı Ahmed olan şair, H.1183/M.1769'da Bor'da dünyaya gelmiştir. Aslen Maraşlı'dır. Babası, Maraş'tan Bor'a göç eden Nakşibendî Şeyhi Mar'aşîzâde el-Hac es-Seyyid İbrahim Efendidir. Çocukluğunda emsalleri arasında üstün hâleri ile dikkat çeken Kuddûsî, genç yaşta babasından Nakşibendî dersi alarak tasavvuf âlemine girer. Babasının vefatı (H.1201/M.1786) üzerine bir müddet üzüntü ve kararsızlık içinde kalan şairin gönlüne, bu kez de Hz. Muhammed'in sevgisi düşer. Peygamber sevgisiyle Hicaz'a giden şair, uzun yıllar Mekke ve Medine'de mücavir kalmıştır. Hiç evlenmemeye niyetlenip Hicaz'da mücavir olarak kalmak istediği hâlde, "Rûm'a git, orada çok evlen, senin için üstün derece ve makamlar bu aile kadrosu içinde hâsıl olacaktır." manevî işaretleri ve annesinin devamlı isteği üzerine Bor'a dönmüştür. Babasından aldığı hilâfetle Nakşî usûlünce icâzet vermeye devam eden Kuddûsî, daha sonra aldığı manevî bir işaretle Kadirî tarikatına girmiştir. Tasavvuf ehlinin kadrini bilmeyenlerin çeşitli iftira ve hakaretlerine maruz kalan şair, senelerce evinden çıkmayıp inziva ve tecrit hayatı yaşamıştır. H.1265/M.1849 tarihinde vefat eden şairin kabri Niğde'nin Bor ilçesindedir. (Kuyumcu, 1982: 18-46)

Kuddûsî'nin en önemli eseri dinî-tasavvufî şiirlerden müteşekkil divanıdır. Şiirlerinde çoğunlukla aruz, az da olsa hece vezni kullanan şairin bir gazeli şöyledir:

Sabr eyle gönül derdine dermân gelir elbet
Sen hastaya bil söyle ki Lokmân gelir elbet
Zühd ile kişi sanma ki Hakkı bulur ancak
Aşk olmasa yoldaş ana hüsrân gelir elbet
Nâlân olur âşık olan üftâde bu yolda
Bülbül gül [için] gülşene giryân gelir elbet
Bu ilm-i cedel kibre sebep demiş erenler
Müstekbir olan kimseye hizlân gelir elbet
Şeyhin izini gözle sakın olma mücâdil
Ki şeyhsiz olan sâlike şeytân gelir elbet
Aşkı edegör başına tâç deme mecâzî
Âşık olanın gönlüne irfân gelir elbet
Her gece temellük edüben yârına yalvar

Nâlân olagör ki sana ihsân gelir elbet
Çok cürm ü günâhım deyü kat' etme ümîdi
Suçunu bilen müznibe gufrân gelir elbet
Kuddûsî-i bî-çâre koma gayrıyı dilde
Şol hâne ki âbâd ana sultân gelir elbet (Kuddûsî,
1323: 13-14)

14. Mes'ûd: Şair hakkında fazla bilgi yoktur. Hafız Ali Efendi İlmî Eserler Kütüphanesi'nde, 291 numarada kayıtlı yazma bir mecmuada şairin adı Mes'ûdü'l-Marâşî olarak verilip üç tane de şiiri alınmıştır. Şairin söz konusu mecmuadaki şiirlerinden birincisi bir münâcâttır. İkinci şiirinde Hz. Muhammed'in şefâatini dilemekte, üçüncüsünde ise Hz. Mevlânâ'ya muhabbetini dile getirmektedir. Bu üç şiirden hareketle şairin sünnî akideye bağlı ve aynı zamanda Mevlevî tarikatına intisaplı olduğunu söylemek mümkündür. Şair şiirlerinde Mes'ûd mahlâsını kullanmaktadır.

Münâcât

I

Yâ İlahî cümle âlem mâsivâ yâ Hû çeker
Yâ Ga'fûr ismin okur arz u semâ yâ Hû çeker
Işkın ile cümleten hakkâ tokuz kat âsumân
Devr eder şevk ile yâ Rab dâ'imâ yâ Hû çeker

II

Arşî nüh-eflâkı tâkı Sidreyî Tübâyı gör
Kevseri Gilmânı Hûrî Cennetü'l-Mevâyı gör
Cem' olup necm-i Süreyyâ meclis-i kübrâyı gör
Kâbe kavseyini ulâ sümme'dnâ yâ Hû çeker*

III

Beit-i Ma'mûr ile Kudsi Ka'be-i ulyâ mekân
Ya Medîne şehir-i a'zâm ravza-i bâg-ı cinân
Mescid-i Aksâ Cebel-i Ara fâtla ahd emân
Ey leyüp her rûz [u] şeb Merve Safâ yâ Hû çeker

IV

Ağla ey dîdem yürü ez-cân u dil feryâd kıl
İnle ey sînem derûnün zikr ile mu'tâd kıl
Işık ile gül-bâng urup Hû ismini evrâd kıl
Âdet oldur cümle uşşâk-ı Hudâ yâ Hû çeker

V

Her seher âvâz eder Mes'ûd-ı abdin yâ İlah
Cürmü müzle yâ İlahî etme hâlimiz tebâh
İsm-i zâtın zikr eden bir ben degil ey pâdişâh
Belki âlem cümle eşyâ mâsivâ yâ Hû çeker
(Mecmua, Tarihsiz: 49-50)

15. Nâdirî: Hasan Nâdir Efendi, H.1246/M.1830'da Maraş'ta doğmuştur. Kurrazâde ailesindedir. Fazla tahsili olmasına rağmen, zekâsıyla emsâllerinden üstün olan Hasan Nâdir Efendi, uzun müddet Maraş Mahkeme-i Şer'iyesi'nde memur olarak çalışmıştır. Maraş ve çevresinde tanınıp sevilen, şiirlerine rağbet edilen bir şair olmasına rağmen, her nedense sonradan kendisini içkiye vererek esrük bir hayat yaşamıştır. Vasiyetini bile mestâne bir edâ ile etmiştir. (İnal, 1988: 1063-065)

Câm-ı mevt ile cüdâ düşdüm ehîbbâlardan
Dâimâ işte murâdım budur hem-pâlardan
Cismimi pîr-i mugan bâde ile gasl etsin

* Mısram vezni bozuk.

Sâkiler mey dökeler sâgar-ı minâlardan
Sîm-tenler dokusunlar kafen im tâlib-i dîn
Cem edip bâd-ı sabâ zülf-i semen-sâlardan
Ehl-i rindân-ı harâbât namazım kıla lar
El-hazer ugramasın semtime mollalardan
Leşimi defnedeler zîr-i huma meygedede
Gûşuma zikr erişe nâle-i sahbâlardan
Nâdirî hâl-i dile bu dürrümü varlık eden
Söylene haşre kadar âşık-ı şeydâlardan (Mecmua,
Tarihsiz: 257-258)

Şiirlerinde Nâdirî mahlâsını kullanan şair, daha ziyâde Nadir Baba namıyla tanınmıştır. Eserleri zamanında toplanmadığından çoğu zayı olmuştur. Eldeki şiirlerinde Bektaşî neşvesi sezilen Nâdir Baba'nın bir de Mevlid'i vardır. (İnal, 1988: 1063-1065; Kılıç vd., 1998:187-209; Atalay, 1973: 147-149) Nâdir Baba H.1306/M.1888' de koleradan vefat etmiştir. (Atalay, 1973: 147) Bir gazel ve bir müfredi şöyledir:

Şol zaman ki bezm-i vaslında gönül mesrûr idi
Câm-ı vahdet neş'esinden gözlerim mahmûr idi
Olmamışdı "Kâfu Nûn" emri şeref-sâdır henüz
Varlığımçün nagme-i rûz-ı ezel man zûr idi
Olmadan Havvâ vü Âdem dâhil-i Huld-ı berîn
Şöhretim âfâkda âdem deyü meşhûr idi
Etmeden Mûsâya emri "Lenterân"den hitâb
Pertev-i hüsnün tecellisine gönülüm Tûr idi
İnmeden gökden yere Tevrât u İncil ü Zebûr
Levh-i dilde "Kulhuvallahu ahad" mestûr idi
Şükr-i vahdâniyetin etmezden evvel ins ü cin
Ni'met-i vaslına bu Nâdir kulun meşkûr idi (İnal,
1988:1064-1065)

Kendi fi'lim zannederdim çekdiğim derd ü gamı
Nâdirî mihnetlere düçâr eden takdîr imiş (Özbaş,
1995: 4)

16. Râif Baba: Hafız Ali Efendi İlmî Eserler Kütüphanesi'nde, 291 numarada kayıtlı yazma bir mecmuada, şairin adı Yarpuzlu Râif Baba olarak verilmektedir. Yarpuz, Afşin'in halk arasında hâlâ kullanılan eski adıdır. Söz konusu mecmua, şairin bir şiirini de ihtiva etmektedir. Râif mahlâsını kullanan şairin Kadirî tarikatına intisaplı olduğu bu şiirden anlaşılmaktadır. Son dönem şairlerinden olan Raif Baba'nın hayatı hakkında maaalesef daha fazla bilgi yoktur.

Himmat-i ulyâsı bî-pâyân Abdülkâdirin
Âşıkâ dârü'l-emân dâmânı Abdülkâdirin
Sûretâ şeyhü'l-karadır sîretâ şarka(n) ve garb
Cümle âlem bende-i fermânı Abdülkâdirin
Hükmine râm oldu hep kutb-ı cihân şeyhü'z-zamân
Oldular çün hüsnünün hayrânı Abdülkâdirin
Vakt-i hâli hem zamânı hem mekânı tâlibâ
Tâbi' eyler kendiy e irfânı Abdülkâdirin
Bâzû'l-eşhebdîr mekânı zâhirâ Bağdad ise
Arşa ferşe ser-te-ser seyrânı Abdülkâdirin
Çün gürûh-ı evliyânın gerdeninde koydu pây
Cümleden âlf anıçün şânı Abdülkâdirin
Cân revâ kılmak ne mümkün münkirân-ı ehl-i ışık
Deprenürse nâgehân peykânı Abdülkâdirin

Feyz alır dergâhma her kim kılsa ser-fürü
Böyledir kânûnı hemerkânı Abdülkâdirin
Bâb-ı himmet feth olunca sâile Râif dahi
Bir gedâdır vâcibü'l-ihşânı Abdülkâdirin (Mecmua,
Tarihsiz: 656- 658)

17. Râşid Efendi: Sünbülzâde Vehbî'nin babasıdır. Şair Seyyid Vehbî'nin Halep kadılığı döneminde maiyetinde bulunmuştur. Aynı zamanda kendisi de şair olan Râşid Efendi hakkında daha fazla bilgi yoktur. (Atalay, 1973:150)

18. Sebkî: Maraş'ta doğan şairin asıl adı Ahmet'tir. Sipahi zümresindedir. Şairin mahlâsı Rıza Tezkiresi'nde Seyfî, Mucîb Tezkiresi'nde ise Se'bi olarak verilmektedir. Şair, asıl mahlâsını şu olaydan sonra değiştirmiştir: Ahmed Bey, vezirlerden biri tarafından cami ve medrese yapımına mutemet olarak tayin edilir. Bu hizmetinden dolayı vezirden umduğu ihşânı elde edemeyen şair, Sebkî mahlâsını alıp sık sık şu beyti okumaya devam etmiştir:

Ser-te-ser vîrse ziyâ âleme hûrşid-i kerem
Yine erbâb-ı dilün zulmeti olmaz zâil

**İstanbul'da vefat eden şairin ölüm tarihi,
Rıza'da H.1020/M.1611/12; Mucîb'de ise
H.1030/M.1621 olarak verilmektedir. (Es-seyyid
Rızâ, 1316: 49-50; Mustafa Mucîb, 1997: 36)**

19. Şem'î: Mehmed Şem'î Efendi H.1223/M.1808'de Maraş'ta doğmuştur. Hacı Mehmed Memiş adlı bir zatın oğludur. Aslen Maraş'ta medfun sâdât-ı meşâyihden Seyyid Nimetullah-ı Kirmanî ahfadındandır. Meşrebzâde damadı diye kiruftur. Gençlik döneminde bir müddet Arapça tahsil ettikten sonra H.1241/M.1825'te İstanbul'a gitmiş, birkaç yıl Mahmud Paşa Mahkemesi'nde kâtiplik yapmıştır. Ardından H.1249/M.1833'te Edirne müderrisliğine getirilmiş daha sonra da Maraş mevleviyetinde bulunmuştur. Şem'î, Anadolu ve Rumeli'nin birçok yerinde kadılık yaptıktan sonra Anadolu ve Rumeli Kazaskerliklerinde de bulunmuştur. H.1299/M.1881-82'de vefat eden Şem'î'nin kabri Üsküdar Atik Vâlide Camii haziresindedir. Fatin Tezkiresi'nde "şair-i şii-ârâ" diye medtedilen Şem'î, şiiirlerinden ziyade "Es matü't- Tevârih" adlı Osmanlı padişahlarının kısa tercüme-i hâlleriyile, sadrazamların, şeyhülislâmların ve kaptanların isim, tayin ve azil tarihlerini ihtiva eden eseriyile tanınmıştır. (Fatin Davud, 1271: 223.; İnal, 1988:1793-1795) İki gazeli şöyledir:

O meh-rûnun gönülde hâl-i anber-fâmı kalmışdır
Derûn-ı sine içre dâg-ı hicr-i şâmı kalmışdır
Miyân-ı mü-miyânı kıl u kâle oldu çün ba'is
Dehân-ı tenginin bir nokta-i îhâmı kalmışdır
Visâl-i îd için çokdan çeker dil-süz-ı hicrânı
Kadem-bûs-ı visâle ermege bayramı kalmışdır
Nukûd-ı ömrü Ca'fer eylemiş ihşâna sarf ammâ
Kitâbet zîb-târih olmuş ismi nâmı kalmışdır
Bu bezm-i âlemin câmu ayagı olmuş işkeste
Neşât u neşesi gitmiş mey-i âlâmı kalmışdır
Şarâb-ı câh u ikbâli ile ser-mest ü medhûşun

Hu mâr-ı câmu gamla bâde-i ser-sâmı kalmışdır
Çerâg-ı Şem'i tâbân oldu bezme lik pervâne
Fetil almış yanar ne sabr u ne ârâmı kalmışdır (Fatin
Davud, 1271: 222-223)

Râzıyım her ne kılsa bana serv-i semenim
Dest-i cevri ile sâd-pâre kılsa bedenim
Bana kasdetmeye âr eylemiş ol sîm-tenim
Varayım yalvarayım boynuma takıp kefenim
Hulle-i Cennet olursa çekeyim çâk edeyim
Dahi vuslatda bana hâil ola pîrehenim
As beni zülf-i dil-âvîzine berdâr olayım
Çekeyim pâdişehim kendi elimle resenim
Şem'iyim gûşe-i mey-hâneyi vermem felege
Gülşen-i bâg-ı İremden bana yegdir vatanım
(Özbaş, 1994: 24)

20. Şeref: Hayâtizâde Halil Şeref Efendi Maraş'ın Elbistan kazasında H.1211/M.1796 tarihinde doğmuştur. İlk tahsilini babası şair Hayatî'den almıştır. Daha sonra babasıyla birlikte İstanbul'a giden Halil Şeref Efendi, İstanbul'da beş yıl ilim tahsil etmiş ve tekrar memleketine dönmüştür. H.1266/M.1849/50 tarihinde Bağdat mevleviyetinde bulunan şair, H.1267/M.1850/51'de vefat etmiştir.

Halil Şeref Efendi, "Esrârü'l-Melekût" adlı bir eseri "Efkârü'l- Ceberût" adıyla Türkçeye çevirmiş ve ayrıca Sünbülzâde Vehbî'nin "Nuhbe" adlı eserini de şerhetmiştir. Birçok Arapça, Türkçe şiir ve risaleleri vardır. Bir gazeli şöyledir:

Cemâli bâgı ne hoş gülsitân-ı hikmetdir
Gönüller anda gezer bülbülân-ı hikmetdir
Aman o gamzeler âfet giriş meler hikmet
Şaşırđım anı görünce cemân-ı hikmetdir
Çü cüz'ü lâ-yetecezzâ ü nokta-i mevhum
Bilinmedi kim umûr-ı dehân-ı hikmetdir
Güneş yüzünde görünce hilâl-i ebrûyu
Demışdir ehl-i felek bu kırân-ı hikmetdir
Bakılsa kudret-i Bârî müşâhede olunur
Sahîfe-i ruhi âyînedân-ı hikmetdir
Bu kaşların ki çekilmiş yarag-ı kudretle
Berât-ı hüsnüne ey şeh nişân-ı hikmetdir
Rızâ-yı bûs-ı leb ol hikmeti Şeref sorma
Hülâsa âb-ı hayât tâze cân-ı hikmetdir (Fatin
Davud, 1271: 212-213)

21. Şevket: Asıl adı Mehmet'tir. H.1219/M.1804 tarihinde Maraş'ta doğmuştur. İlk tahsilini tamamladıktan sonra İstanbul'a gitmiş, Ahmed Fevzi Paşa ve Tophane Müşiri Ahmed Fethi Paşanın kâtipliğini yapmıştır. Bir müddet ordu muhasebeciliği de yapan şair, sonradan hâcegân sınıfına dahil olmak suretiyle rahata kavuşmuştur. Mevlevî tarikatına intisaplı olan şairin Eser-i Şevket adlı bir eseri vardır. (İpekten vd., 1988: 480.; Fatin Davud, 1271: 226.; Atalay, 1973: 104-107,149) Maraş'ta Büyük Şevket Efendi diye meşhur olan şairin şiiirleri aynı zamanda Maraş ağzının özelliklerini de taşımaktadır. (Atalay, 1973: 104-107) Ölüm tarihi tam olarak tespit edilemeyen şairin bir gazeli şöyledir:

Olurken hançer-i ebrûları hep kasd-ı cân üzere
Ne hâcetdir kılıç asmış o sîmîn-ten miyân üzere

Ruh-ı zîbâsını taklîd eder bedr-i felek-pîrâ
Meh-i nev meşk eder ebrûsu resmin âsmân üzre

Görünce âteşîn-rûy-ı arak-nâki nezâketle
Ne hikmetdür dedim olmuş anâsır iktirân üzre
Turur tâbûr-ı müjgânı cünûd-ı akı yagmaya
O bir tîr-i sitemdir Şevketâ hâzır kemân üzre
Celâleddîn Efendim kamer-i tâç-ı ve lâyetdir
Mürecehdur yanımda hâk-i dergâhı cinân üzre
(Fatin Davud, 1271: 226)

22. Vehbî: Asıl adı Mehmet olan Sünbülzâde Vehbî, H.1131/M.1718 yılında Maraş'ta doğmuştur. Babası Maraşlı Râşid Efendi de âlim ve şair bir zattır. Çocukluk ve gençlik yıllarını Maraş'ta geçiren Vehbî, daha da yükselmek gayesiyle İstanbul'a gider. İstanbul'da devlet erkânına sunduğu kaside ve düştüğü tarihlerle adını kısa zamanda duyuran Vehbî, uzun müddet kadılık ve hâcegânlık yaptıktan sonra H.1189/M.1775'te İran'a elçi olarak gönderilmiş, İran elçiliği sırasında Ömer Paşanın şikâyeti üzerine idama mahkûm edilen şair, padişaha sunduğu "Tannâne" kasidesinden sonra affedilmiştir. Bir müddet boşta kaldıktan sonra şaire tekrar kadılık görevi verilir. Yurdun birçok yerinde kadılık yapan şair, İstanbul'da H.1223/M.1808 tarihinde vefat eder.

Sünbülzâde Vehbî, şair padişah III. Selim'in iltifatlarına mazhar olmuş, zamanında reisu'ş-şairânlık yapmış, XVIII. asrın önde gelen mesnevi şairlerinden birisidir. Divan, Lûtfiyye, Tuhfe-i Vehbî, Nuhbe-i Vehbî, Şevk-engîz ve Münşeât adlı değerli eserler bırakmıştır. (Beyzâdeoğlu, 1996: 11-22) Şairin İran intibalarını yansıtan güzel bir gazeli şöyledir:

Bahş eyledüm İrânı ben hâl-i ruh-ı cânâneye
Şîrâz u Keşmîr ü Hoten olsun fedâ bir dâneye
Tasvîr-i hûbân-ı Acem revnakda dârü's-sanem
Şâyeste teşbîh eylesem her şehri bir büt-hâneye
Bâzîgerân-ı Kâbili câdûveşân-ı Bâbili
Bî-hûş ider cân u dili efsûn okur peymâneye
Her çifte perçemli püser bir şâl-i sürh etmiş be-ser
Sevdâsı etmez mi eser seyr eyleyen dîvâneye
Gerçi İrâk u İsfahân olmuş makâm-ı âşıkân
Hûbân-ı Âzerbâyecân pek âşînâ bigâneye
Seyr etdüm İsfahânımı çok sürmeli hûbânımı
Sad âfet-i Kâşânımı celb eyledüm kâşâneye
Devr eylemekde câm-ı Cem bu keyfle gamdan ne gam

Raks-ı civânân-ı Acem cünbiş verür mestâneye
Gisûları sünbül gibi ruhları açılmış gül gibi
Âşıkları bülbül gibi âteş bıraksun lâneye
Ey şâh-ı iklim-i cemâl ilçiyeye yok durur zevâl
Vehbî ider fikr-i visâl emrün ne o ferzâneye (İz, 1995: 428-429)

Kahraman Maraş, şair ve yazarlar açısından zengin bir şehirdir. Necip Fazıl Kısakürek, Cahit Zarifoğlu, Nuri Pakdil, Bahaettin Karakoç, Abdurrahim Karakoç, Rasim Özdenören, Erdem Bayezit, Tahsin Yücel, Şevket Yücel yeni edebiyatın önde gelen simalarındandır.

İlim âleminde Sünbülzâde Vehbî dışındaki Kahraman Maraşlı divan şairleri ihmal edilmiş; maalesef haklarında herhangi bir ilmî araştırma yapılmamıştır. Zikredilen bu şairler hakkında yapılacak daha geniş ilmî çalışmalar tespit edemediğimiz başka şairlere de ulaşmamızı sağlayabileceği gibi şehrin tarihine ait birçok bilgi ve kültür unsurlarını da günümüze taşıyacaktır. Yapılacak bu araştırmalar hiç şüphesiz başta Kahraman Maraş olmak üzere Türk kültür ve medeniyetine büyük katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Ahdî, **Gülşen-i Şu'arâ**, İÜ Ktb., TY. No.: 9598.
Atalay, Besim (1973), **Maraş Tarihi ve Coğrafyası**, (hzl. Mehmet Yusuf Özbaş), Dizerkonca Matbaası, İstanbul.
Beyzâdeoğlu, Süreyya Ali (1996), **Sünbülzâde Vehbî Lûtfiyye**, Cihan Ofset, İstanbul.
Es-Seyyid Rızâ, (1316), **Tezkire-i Rızâ**, İkdâm Matbaası, İstanbul.
Fatin Davud, (1271), **Hâtî metü'l-Eş'âr**, İstikam Alayları Litografya Destgâhı, İstanbul.
Hâfız, **Dîvân**, İÜ. Ktb., Ty., Nu.: 2947.
İmlâ Klavuzu, (2000), TDK Yay., Ankara.
İnal, İbnülemin Mahmud Kemal (1988), **Son Asır Türk Şairleri**, C. 2, Dergâh Yay., İstanbul.
İpekten, Halûk vd., (1988), **Tezkirelere Göre Dîvân Edebiyatı İsimler Sözlüğü**, KTB Yay., Ankara.
İz, Fahir (1995), **Eski Türk Edebiyatında Nazım**, Akçağ Yay., C. 1 Ankara.
Kesenceli, Resul (1996), **231 Numaralı Maraş Şer'iyeye Sicili**, (KSÜ. Fen-Edb. Fak., Sosyal. Bil. Ens., Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi) Kahraman Maraş.
Kılıç, İmran vd., (1998), **Maraşlı Şairlerde Peygamber (SAV) Sevgisi**, TDV Yay., Ankara.
Kuddûsî, (1323), **Dîvân**, Mahmud Bey Matbaası, İstanbul.
Kuyumcu, Fehmi (1982), **Kuddûsî Dîvânı**, Gaye Matbaacılık, Ankara.
Mecmua, (Tarihsiz), Hafız Ali Efendi İlmî Eserler Kütüphanesi, Nu.: 291, Kahraman Maraş.
Mustafa Mucîb, (1997), **Tezkire-i Mucîb**, AKM Yay., (hzl. Kudret Altun) Ankara.
Özbaş, Mehmet Yusuf (1995), "Müseddes-i Tercî-i Bend-i Fevzî", **Dava**, Yıl: 4, S. 4, s. 4, 36, Kahraman Maraş.
Özbaş, Mehmet Yusuf (1994). "Gazel-i Şem'î". **Dava**, Yıl: 3, S. 3, s. 24, Kahraman Maraş.
Pakalın, Mehmed Zeki (1993) **Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü**, C. I-II, MEB Yay., İstanbul.
Tarlın, Ali Nihad (1948), **Şiir Mecmualarında XVI ve XVII. Asır Divan Şiiri Rahmî ve Fevrî**, İÜ Yay., İstanbul.
Yılmaz, Kâşif (2001), **Güftü ve Teşrifâtü's-Şu'arâsı**, AKM Yay., Ankara.

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ YAZIM KURALLARI

1. **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinin ilgi alanlarına giren, çok yönlü olarak tartışma, araştırma ya da uygulamalar sonucunda üretilen bilimsel çalışmalarını ve çözümleri içeren “**hakemli**” bir dergidir. Dergi Yılda iki kez yayımlanır.
2. Dergiye gönderilecek makaleler başka bir yerde yayımlanmamış ya da yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Makalelerin 2500 kelimedenden az, 5000 kelimedenden fazla olmaması (derginin sayfa düzenine göre yaklaşık 6–10 Sayfa aralığında olması), incelemeye alınmasının ön koşuludur.
3. Türkçe ve İngilizce özetler çalışmanın başında yer alacak ve madde 4’te belirtilen marjlar doğrultusunda **tek sütun** ve 10 punto olarak yazılacaktır. Türkçe ve İngilizce başlıklar sayfa ortasında yer almalı, ilk harfler büyük olacak şekilde küçük harflerle ve koyu yazılmalıdır. Yazarların isimleri küçük, soyadları büyük harflerle ve koyu yazılmalı, unvan ve kurumları, ilk harfleri büyük olacak şekilde küçük harflerle ve açık olarak isimlerin altına yazılmalıdır. Bütün ana bölüm başlıkları büyük; alt bölüm başlıkları ilk harfler büyük olacak şekilde koyu; ikincil alt başlıklar ilk harfler büyük olacak şekilde koyu-italik olarak yazılmalıdır. Bölüm ve alt bölüm başlıklarına numara konulmamalıdır.
4. Eser, Times New Roman karakterinde, makale başlığı İlk harfler büyük 12 punto ve koyu; metin ve alt başlıklar 10 punto ve 1 satır aralığı ile yazılmalıdır. Başlıklar ve paragraf başı metinden 0,5 cm içeriden başlamalıdır. Yazılım marjları A4 boyutundaki kağıda, üstten 3,5 cm, soldan 2,5 cm diğer kenarlardan 2 cm, üst bilgi için 2,5 cm ve alt bilgi için 0,0 cm boşluk bırakılacak şekilde **çift sütunlu** (sütun genişliği 8,0 cm ve sütun arası boşluk 0.5 cm) olmalıdır.

5. Metin içindeki göndermeler, ayrıca içinde (yazarın/yazarların soyadı, kaynağın basım yılı: ilgili sayfa numarası sırasını izleyerek) verilmeli ve yararlanılan kaynakları eksiksiz ve tam künyesiyle içeren Kaynakça listesi, metin sonunda gösterilmelidir.
6. Niteliğine göre, kaynağın metin içindeki yollamalarda ve kaynakçadaki yazılış biçimleri aşağıda örneklenmiştir:
 - a) Tek yazarlı kitaplar ve makaleler:

Metin içinde: (Öktem, 1999: 71)

Kaynakçada: Öktem, Niyazi (1999), **Devlet ve Hukuk Felsefesi Akımları**, Der Yayınları, İstanbul.

Metin içinde: (Van de Walle, 1999: 25)

Kaynakçada: Van de Walle, Nicolas (1999), “Economic Reform in a Democratizing Africa”, **Comparative Politics**, Vol. 32, No: 1, October, ss. 21-41.
 - b) İki yazarlı kitaplar ve makaleler:

Metin içinde: (Weiss ve Hobson, 1995: 12)

Kaynakçada: Weiss, Linda ve Hobson, John M. (1995), **Devletler ve Ekonomik Kalkınma**, (Çev. Kıvanç Dündar), Dost Kitabevi, Ankara.

Hall, Stuart ve Held, David (1995), "Yurttaşlar ve Yurttaşlık", **Yeni Zamanlar 1990'larda Politikamız**

Değişen Cephesi, (Der. Hall, Stuart – Jacques, Martin), Ayrıntı Yayınları, İstanbul, ss.47-68.

c) İki'den çok yazarlı kitaplar ve makaleler

Metin içinde: (Miller vd., 1994: 131)

Kaynakçada: Miller, David - Coleman, Janet – Connolly, William – Ryon, Alan (1994), **Blackwell'in Siyasal Düşünce Ansiklopedisi**, (Çev. Bülent Peker-Nevzat Kıracı), Ümit Yayınları, Ankara.

Makaleler için de aynı sistematik izlenecektir.

d) Derleme yayınlar:

Metin içinde: (Çitci, 1998: xii)

Kaynakçada: Çitci, Oya (Der.) (1998), **20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek**, TODAİE, Ankara.

e) Yazarsız/ko lektif yayınlar:

Metin içinde: (TODAİE, 1991: 101)

Kaynakçada: TODAİE (1991), **Kamu Yönetimi Araştırması–Genel Rapor**, TODAİE, Ankara.

f) İkincil kaynaktan yapılan alıntılar:

Metin içinde: (Erer, 1963: 219)

Kaynakçada: Erer, Tekin (1963), **On Yıllık Mücadelesi**, Ticaret Postası Matbaası, İstanbul'dan aktaran

Cem Eroğul, **Demokrat Parti (Tarihi ve İdeolojisi)**, AÜ SBF Yayın No: 294, Ankara 1970, s. 102.

g) Elektronik ortamdan yapılan yollamalar:

i) Alıntı bir yazarın eserinden yapılmış ise, metin içindeki yollamalar yazılı kaynaklardaki yöntemle yapılmalı; kaynakçada ise, yazar/yazarların soyadı, adı, yayın ya da gözden geçirilme tarihi, belgenin tam adı, açılı parantez içinde eksiksiz http ya da ftp adresi ile belgeye ulaşma tarihi, aşağıdaki örneğine uygun olarak verilmelidir.

Metin içinde: (Hiro, 1998)

Kaynakçada: Hiro, Philip (1988) "Politics Lebanon: Lebanese Voting Again", IPS World News, <http://www.oneworld.org/ips2> (10.02.2000).

ii) Alıntı doğrudan bir siteden yapılmış ise, metin içinde sitenin genel adresi, kaynakçada alt adresleri de kapsayan genel bağlantı adresi, bağlantı tarihi ile birlikte verilmelidir.

Metin içinde: (todaie.gov.tr,1999)

Kaynakçada: <http://www.todaie.gov.tr/inshak/konferans.html> (10.11.1999).

h) Göndermeler dışındaki açıklamalar dipnot olarak ilgili sayfa altında belirtilmelidir.

7. Bilgisayar ortamında yazılmış makalelerin üç nüsha bilgisayar çıktısı, Microsoft Office 2000 şartlarında kopyalanmış ve dosya adı belirtilmiş bir disket ile birlikte gönderilmelidir. Makalenin yaklaşık 100'er sözcükten oluşan Türkçe ve İngilizce özeti, yine İngilizce ve Türkçe olarak, dahil edileceği disiplin ya da alan ile işlediği konuyu doğrudan gösterecek en çok beş anahtar sözcük metne eklenmelidir.

8. Eserde yer alacak her türlü şekil, grafik, harita ve fotoğraflar bilgisayar ortamında hazırlanmalıdır.

9. Yazarlar, kısa mesleki özgeçmişlerini, iletişim adreslerini ve telefon/faks numaraları ile varsa e-posta adreslerini bildirmelidirler. Özgeçmiş bilgileri, yazarın kurum adresini, akademik ve/veya yönetsel unvanını, çalışma alanlarını içermeli ve yaklaşık 30-40 kelimedenden oluşmalıdır.

10. Yayımlanan eserlerin sorumluluğu yazar(lar)a aittir. Yayımlanan veya yayımlanmayan eserler iade edilmez.

11. Dergiye gönderilen makaleler Yayın Kurulunca ön incelemeden geçirilmekte ve uygun bulunanlar hakemlere gönderilmektedir. Hakemlerden gelen raporlar doğrultusunda, makalenin basılmasına, yazardan rapor çerçevesinde düzeltme istenmesine ya da geri çevrilmesine karar verilmekte ve bu karar yazara bildirilmektedir. Basımı uygun bulunan makalelerin, derginin hangi sayısında yayımlanacağına Yayın Kurulu karar vermektedir. Yazar, bu karar konusunda da bilgilendirilmektedir.

12. Yazarlar Garanti Bankası K.Maraş Şubesi 118 6299841 nolu KSÜ Vakfı hesabına **Sosyal Bilimler Dergisi** açıklamasıyla KSÜ Personeli için 15 YTL; Üniversite dışı başvuranlar için 30 YTL yatırarak banka dekontunu eserlerine eklemiş olarak başvuru yapmalıdırlar.

ÖNEMLİ NOT: Yukarıdaki yazım kurallarına uymayan öneriler değerlendirmeye alınmayacaktır.

KSÜ SBD Yayın Komisyonu Başkanlığı
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü Avşar Kampusu-Kahramanmaraş
ksusbd@ksu.edu.tr