

Hacettepe Üniversitesi
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
Dergisi

CİLT 2 / SAYI 3 / NİSAN 1984

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ
DERGİSİ

Makaleler, yayım işleri, abone ücretleri ve diğer konularla ilgili yazışmalar aşağıdaki adresle yapılmalıdır :

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
BEYTEPE, ANKARA

Dizgi, tertip ve baskı :
Çağ Matbaası — Tel : 11 89 56 - 24 28 49 — Ankara

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

İÇİNDEKİLER

- 5 Beşinci Planda İstihdam ve İşsizlik
Doç. Dr. İbrahim TANYERİ
- 25 Kalkınma Düşüncesinin Gelişmesi
Doç. Dr. Halime OYGUR
- 33 Türkiye'de Antep Fıstığı Üretimi : Gaziantep İli Antep Fıstığı Üretiminde Kullanılan Üretim Faktörlerinin Etkinliği Üzerine Bir Çalışma
Doç. Dr. Bilge DİLMEN
- 47 Perakendeci İşletmelerde Kuruluş Yeri Seçimi Kararları
Doç. Dr. Baybars TEK
- 57 Ulusal Ekonominin İthalata Bağımlılığının Ölçülmesinde İthalat Ters Matrisi Yöntemi : Teori ve Türkiye Açısından Kısa Bir Değerlendirme
Doç. Dr. Ersan BOCUTOĞLU
- 67 Gelir Dağılımında Dilimiçi Eşitsizlik ve Ortadireğin Konumu Hakkında
Yrd. Doç. Dr. Hasan Işın DENER
- 81 İşletmelerarası Bir Birleşme Biçimi : Franchising (İmtiyaz) Sistemi ve Önemi
Yrd. Doç. Dr. Doğan Y. AYHAN
- 97 Tarımsal Kooperatifçiliğin Değişik Alanlarda Örgütlenmesi
Yrd. Doç. Dr. Ahmet ŞAHİNÖZ
- 107 Pazarlama İlmî İlgi Sahası İçerisinde «Bayilik Verme»
Yrd. Doç. Dr. Emir ERDEN
- 119 Toplam Planlama / Ana Programlama : Bir Yaklaşım
Dr. Erhan KOZAN
- 135 Standardizasyonun Sosyo - Ekonomik Önemi
Dr. Recai ÇINAR
- 143 Bilgisayarla Eğitim İşletmelerinde Girişim Fikri Özellikleri
Dr. Hayat ENBİYAOĞLU
- 153 Deniz Yük Taşıma İşletmelerinde Sürastarya ve Dispeç Günleri ve Ücretlerin Hesaplanması
Yusuf SÜRMEN
- 161 Kitap Eleştirisi
Ekonomi
Doç. Dr. İsmet ERGÜN

Beşinci Planda İstihdam ve İşsizlik

Doç. Dr. İbrahim TANYERİ*

GİRİŞ

Türkiye 1960'li yılların başında planlı kalkınma dönemine girmiş ve 1983 yılı dördüncü beş yıllık kalkınma planının son yılı olmuştur. İlk üç plan dönemini kapsayan 1962 - 1977 yılları arasında içe dönük ve ithal ikamesine dayalı bir kalkınma politikası izlenmiştir. Üçüncü plan dönemi sonunda ithal ikamesine dayalı gelişmenin temel olarak döviz darboğazı nedeniyle tıkanıp söylenebilir. 1978 - 1983 yıllarını kapsayan dönem, beşinci planda kullanıldığı gibi «ekonomik kriz ve istikrar» dönemi olarak nitelendirilebilir. 1984 yılı da istikrar politikasının ön planda tutulduğu bir yıl olarak görünmektedir. Böyle olunca Türkiye'nin son yedi yıldır bir iktisadi bunalım içinde olduğu ve 24 Ocak 1980'den beri de istikrar politikasının sürdürüldüğü gözlenmektedir. Beşinci plan dönemi olan 1985 - 1989 döneminin ise dışa açık, ihracata dayalı ve uluslararası pazarlarla bütünleşmeye yönelik bir kalkınma politikasının benimsendiği yeni bir dönem olacağı anlaşılmaktadır.

Bu çalışmanın amacı dışa açık bir kalkınma politikasının uygulanmak istendiği beşinci beş yıllık kalkınma planının istihdam ile ilgili bölümünü değerlendirip tartışmaktır. Değerlendirme yapılırken özellikle üretim ve istihdam hedefleri, işgücü arzı artışı ve işsizlik tahminleri üzerinde durulacaktır. Bu tahminler irdelenirken planlı dönemin başından 1983 yılı sonuna kadar olan gelişmelere de kısaca değinilecektir.

(*) Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü Öğretim Üyesi.

I. İÇE DÖNÜK, İTHAL İKAMESİNE DAYALI KALKINMA POLİTİKASI VE SONUÇLARI

Türkiye planlı dönemin başlaması ile birlikte iktisadi kalkınma sürecini planlayıp ekonomiyi yönlendirme yolunu seçmiştir. İlk üç plan döneminde ekonomi ithal ikamesine dayalı bir kalkınma politikası ile yönlendirilmeye çalışılmıştır. Yurtiçi pazarı temel alan ithal ikameci kalkınma politikası, uygulama sırasında karşılaşılan dış ödeme güçlüklerini yenmek amacını ön plana almıştır. Dış ödeme güçlüklerini ön plana alan bu politika; ithal yasakları, ithalatta miktar kısıtlamaları ve yüksek gümrük vergileri gibi önlemlerle katı sayılabilecek bir korunmacılığa yol açmıştır. Bu tür korumacı önlemler, ithalatı yasaklanan veya zorlaştırılan her türlü malın yurtiçi üretimini çok kârlı ve çekici bir duruma getirmiştir. Böyle bir ortam içinde gerçekleşen ithal ikamesi, sonuçları önceden hesaplanmamış bir süreç yarattığı için ekonomide sektörler arası bütünleşmeyi sağlayamamıştır. Yurtiçi pazarın küçüklüğü nedeni ile üretimde kullanılan tekniklerin görece geriliği ve üretim ölçeklerinin uluslararası düzeye göre küçük kalması; üretimde verim kayıplarına, tekeli eğilimlere ve yüksek maliyetlere yol açmıştır. İthalatı yasaklanan veya zorlaştırılan mallar çoğunlukla nihai tüketim malları olduğu için ithal ikamesi genel olarak nihai tüketim mallarında söz konusu olmuştur. Buna karşılık nihai tüketim mallarının üretimi için gerekli olan ara ve yatırım mallarının yurtiçi üretimini özendirecek politikalar ya hiç olmamış yada çok zayıf kalmıştır. Böyle olunca ithal ikamesi sonucu yurtiçinde üretilmeye başlanan nihai tüketim mallarının üretimi için gerekli olan ara ve yatırım malları giderek artmıştır.¹ Bu gelişmelere ek olarak 1973 yılından 1980 yılına kadar ham petrol fiyatlarında görülen artışlar petrol ithal faturasını sürekli arttırarak Türkiye'nin uyguladığı ithal ikameci politikanın 1970'lerin ikinci yarısından itibaren tıkanmasına yol açmıştır.

(1) Bu konuda bakınız: T. Berksoy, «Uluslararası Ticaret, İktisadi Kalkınma ve İthal İkamesi», *Toplum ve Bilim*. Sayı 13 Bahar 1981. s. 52-64; İ. Tanyeri, «Türkiye'de Enflasyon ve İktisadi Kalkınma», *H. Ü. İdari Bilimler Dergisi*, cilt 1, sayı 4, Haziran 1981, s. 41-43 ve Ş. Pamuk, «İthal İkamesi, Döviz Darboğazları ve Türkiye, 1947-1979», K. Boratav vd. (der.) *Krizin Gelişimi ve Türkiye'nin Alternatif Sorunu*, Ankara, Kaynak yayınları, 1984, s. 37-67.

İktisadi kalkınma sürecinin 1970'lerin ikinci yarısında tıkanmasına yol açan bu tür bir ithal ikamesi politikası bile, özellikle ilk üç plan döneminde Türkiye'nin önemli sayılabilecek bir gelişmeyi gerçekleştirmesine ve istihdamda azımsanamayacak artışların sağlanmasına olanak sağlamıştır. İlk üç plan döneminde ortaya çıkan gelişmeleri; tasarruflar, yatırımlar, gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYİH) rakamları ile sektörlere göre gelir ve istihdam rakamlarını inceleyerek özetlemeye çalışalım.²

Önce kısaca tasarruflar ile yatırımların ilk üç plan içindeki gelişmelerini özetleyelim. Yurtiçi tasarrufların gayrisafi millî hasıla (GSMH) içindeki payı ilk plan döneminde ortalama % 15.6 kadar iken bu pay ikinci plan döneminde % 18.3'e yükselmiştir. Üçüncü plan döneminde ise hafif bir azalma göstererek % 18.0 düzeyine inmiştir. Dış kaynakların GSMH içindeki payı ise üç plan döneminde sırası ile % 1.9, % 1.1 ve % 3.7 kadar olmuştur. Dış açıkların GSMH içindeki payının 1973-1977 arasını kapsayan üçüncü plan döneminde önemli sayılacak bir artış gösterdiğine işaret etmek gerekir.

Toplam yatırımların GSMH içindeki payı birinci plan döneminde % 17.5 kadar iken bu pay ikinci plan döneminde % 19.4'e ve üçüncü plan döneminde ise % 21.7'ye yükselmiştir. Sabit sermaye yatırımlarının GSMH içindeki payı da benzer bir gelişme göstererek üç plan döneminde sırası ile % 15.3, % 17.8 ve % 19.8 oranlarına ulaşmıştır. Görüldüğü gibi toplam yatırımlar ile sabit sermaye yatırımlarının GSMH içindeki payları üç plan süresince devamlı bir artış göstermiştir. Bu artış ikinci plan dönemine kadar tasarruf oranındaki artışlardan kaynaklanırken üçüncü plan döneminde biraz gerileyen tasarruf oranının açığı dış tasarruflarda ortaya çıkan artışla kapanmıştır.³

GSYİH birinci plan döneminde yılda ortalama % 6.3 oranında artarken ikinci plan döneminde % 6.6 ve üçüncü plan döneminde ise % 7.1 oranında artmıştır. Görüldüğü gibi GSYİH'nın yıllık artış oranında yavaşta olsa bir hızlanma sözkonusudur. Bu hızlanmanın yatırımların GSMH içindeki paylarının artışına paralel ola-

(2) Bu konuda bakınız: İ. Tanyeri, «Türkiye'de İktisadi Kalkınma, İstihdam ve İşsizlik», T. Odalar Birliği, İstihdam ve İşsizlik Sorunları Semineri'ne sunulan tebliğ. Haziran 1984 teksir.

(3) Bakınız ek tablo 1.

rak ortaya çıktığını belirtmek gerekir. 1962-1977 yılları arasında GSYİH'nın yıllık ortalama artış hızı % 6.7'yi bulmuştur.

Tarım sektörünün yıllık ortalama gelir artış oranı ilk plan döneminde % 3.0 iken ikinci plan döneminde % 3.4 olmuş ve üçüncü plan döneminde ise % 3.2 düzeyinde kalmıştır. Tarımsal gelirin yıllık ortalama artış oranının ikinci ve üçüncü plan dönemlerinde ilk plan döneminden daha yüksek olduğuna işaret etmek isteriz. Sanayi sektörüne gelince, ilk üç plan süresince yılda ortalama % 9.8 oranında artan sını gelir en yüksek düzeyine % 10.9 oranı ile ilk plan döneminde ulaşmıştır. İkinci plan döneminde bu oran % 8.7, üçüncü plan döneminde ise % 9.7 olmuştur. Sınai gelir yıllık artış oranının ikinci plan döneminde ortaya çıkan gerilemesinin 1970 devalüasyonundan kaynaklandığını söyleyebiliriz. Hizmetler sektörü geliri yıllık artış oranı ilk plan döneminde ortalama % 7.2 iken bu oran ikinci ve üçüncü plan dönemlerinde % 7.9 olmuştur.⁴

1960-1980 yılları arasında iktisaden faal nüfus, istihdam ve işsizlikte görülen gelişmeleri değerlendirmek için kullanabileceğimiz temel kaynak Devlet İstatistik Enstitüsünün gerçekleştirdiği genel nüfus sayımlarıdır.⁵ Genel nüfus sayımlarından elde edilen bilgilere göre iktisaden faal nüfus 1960-1980 döneminde yılda ortalama % 1.6 oranında artarken istihdam % 1.4 oranında artmıştır. İktisaden faal nüfus artış hızı 1960-1970 arasında yılda ortalama % 0.8 iken 1970-1980 döneminde % 2.4 oranına yükselmiştir. İstihdam artış oranı 1960-1970 arasında yılda ortalama % 0.8 iken 1970-1980 döneminde % 2.1'e ulaşmıştır. Tarım sektörü istihdam düzeyi 1960 yılında 9737 bin kişi iken 1980 yılında 9972 bin kişi olmuştur. Tarım sektörünün yeni istihdam yaratma gücünü kaybettiği kabul edilebilir. Buna karşılık sanayi sektörü istihdamı 1960-1980 arasında yılda ortalama % 3.8 oranında, hizmetler sektörü istihdamı ise % 5.8 oranında artmıştır. Genel nüfus sayımla-

(4) Bakınız ek tablo 2.

(5) DPT'nin yayınlarında verilen istihdam rakamlarının da DİE rakamlarından bazı düzenlemeler sonucu elde edildiği söylenebilir. DİE'nün Genel Nüfus Sayımları ile elde ettiği bu bilgilerin güvenilirliği, özellikle işsiz sayısı açısından tartışmaya açıktır. Bu konuda ayrıca DİE'nün Hane Halkı İşgücü Anketleri'de önemli bir kaynak olarak belirtilebilir.

rının işsizlikle ilgili rakamlarına güvenilebilirse 1960 yılında 16 bin kişi kadar olan işsiz sayısı 1980 yılında 623 bin kişiye yükselmiştir.⁶

İstihdam ve işsizlikle ilgili bu istatistiklere dayanarak 1960-1980 döneminde yıllık ortalama istihdam artış oranının iktisaden faal nüfus artış oranınının 0.2 puan altında kaldığı ve bunun sonucunda işsiz sayısının yavaş bir biçimde arttığı kabul edilebilir. İşsiz sayısındaki artış 1975 yılına kadar daha da yavaş olmuştur. İşsiz sayısındaki bu yavaş artışı üç önemli etkene bağlamak mümkündür. İlk olarak GSYİH artış hızı ile ölçülebilecek olan iktisadi gelişmenin 1977'ye kadar oldukça başarılı sayılabilecek bir hızla gerçekleşmiş olması işsiz sayısındaki artışı yavaşlatan önemli bir etken olmuştur. İkinci olarak 1962-1977 yılları arasında yılda ortalama % 9.8 oranında artan sanayi sektörü gelirinin bir yandan sanayi sektörü istihdamını, öte yandan sanayi sektöründeki gelişmeye bağlı : «... işi sürekli olmayan, küçük esnaflık ve işçilik arasında gidip gelen...»⁷ ve «marjinal sektör» adı verilen sektör istihdamını arttırması bir başka etken olarak kabul edilebilir. Son olarak 1970'lerin ortasına kadar yurtdışına giden işçiler de işsizliğin yavaş bir biçimde artmasını sağlayan bir etken olmuştur.

1975-1980 arasında işsizliğin daha önceki yıllara göre hızlanarak arttığı gözlenmektedir. Bu hızlanmanın temel nedeni iktisaden faal nüfus artış oranı yılda % 2.2 düzeyinde iken istihdamın yıllık artış oranınının % 1.7 düzeyinde kalmasıdır. Böylece 1975-1980 arasında iktisaden faal nüfus artış oranı ile istihdam artış oranı arasındaki fark 0.5 puana yükselmiştir.

II. BEŞİNCİ PLAN : DIŞA AÇIK, İHRACATA DAYALI KALKINMA POLİTİKASI VE MUHTEMEL SONUÇLARI

Üçüncü planın bitiş yılı olan 1977'den sonra GSYİH artış oranında gözlenen azalmalar ve eksi artış oranları, enflasyon oranında görülen artışlar ve dış ödemelerde karşılaşılan zorluklar planlı dönemin başından beri uygulanan ithal ikamesi kalkınma politika-

(6) Bakınız ek tablo 3. Beşinci planda 1962-1977 dönemi için verilen rakamların bizim rakamlarımızdan farklı olması, DPT'nin DİE'nün yayınladığı rakamları bazı düzeltmeler yaparak kullanmasından kaynaklanmaktadır.

(7) Ç. Keyder, «İthal İkameci Sanayileşme Stratejisi ve Çelişkileri», K. Boratav vd. içinde, s. 33.

sının tıkanıdığına işaret ediyordu. 1980 yılı başında uygulanmaya başlanan istikrar politikasının öncelikli amaçları enflasyon oranını ve dış açıkları azaltmak olmuştur. Bu politika ile birlikte dışa açık, ihracata dayalı ve uluslararası pazarlarla bütünleşmeyi amaçlayan yeni bir iktisadi kalkınma politikasına yönelişin belirtileri de görülmüştür. Ancak istikrar politikası halen güçlü bir biçimde sürdürüldüğü için bu yeni kalkınma politikasının uygulamaya girmesi gecikmektedir. Beşinci beş yıllık kalkınma planı ile; dışa açık, ihracata dayalı ve uluslararası pazarlarla bütünleşmeye yönelik bu kalkınma politikasının beşinci planın kalkınma politikası durumuna geleceği söylenebilir.⁸

Bu yeni kalkınma politikası ile içine gireceğimiz kalkınma yolunun Türkiye'yi uluslararası işbölümünün olanak verdiği üretim alanlarında uzmanlaşmaya yöneltmesi beklenmektedir. Uzmanlaşacağımız üretim alanlarının, karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğumuz tarım, hayvancılık, tarıma dayalı sanayiler, temel olarak yerli hammadde kullanan diğer bazı sanayi kolları, müteahhitlik hizmetleri ve turizm gibi alanlar olduğu düşünülebilir.⁹ Böylece yeni kalkınma politikası ile önemli miktarda ithal girdisi kullanan sanayi kollarının gerileyeceği ve bazılarının ise yok olacağı tahmin edilebilir.¹⁰

Dışa açık bu yeni kalkınma politikası, dış açıkları ve enflasyon oranını azaltmak için esnek kur politikası ile pozitif reel faiz politikasını benimsemiştir.¹¹ Öte yandan istikrar politikası uygulaması sonucunda reel ücretlerde önemli gerilemeler olmuştur. Reel ücretlerde ortaya çıkan bu gerilemelerin beşinci plan döneminde giderileceğini kabul etmek pek kolay değildir. Böyle olunca pahalılaşan sermayeye göre emek ucuzlayan bir faktör durumundadır. Faktör fiyatlarında gözlenen bu gelişmeler beşinci planın önceki planlara göre daha emek - yoğun üretim tekniklerini özendireceğini göstermektedir.¹² Emek yoğun tekniklerin kullanımını özendiren politikaların istihdam artırıcı yönü yanında verimlilik artış-

(8) Bu konuda, Resmî Gazete 23 Temmuz 1984. **Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985 - 1989)**. 4. paragraftan 9. paragrafa kadar bakılabilir.

(9) *İbid*, 84, 86, 89, 113, 116, 117 ve 224. paragraflar.

(10) *İbid*, 252 ve 253. paragraflara bakılabilir.

(11) *İbid*, 86. ve 123. paragraflara bakınız.

(12) *İbid*, 101. ve 114. paragraflarda bu konulara ilişkin görüşler vardır.

larını yavaşlatarak sermaye birikim oranını da yavaşlatacağı belirtilmelidir. Sermaye birikiminin yavaşlaması ise istihdam artışını yavaşlatacaktır. Bu bakımdan uzun dönemde emek yoğun tekniklerin istihdam arttırıcı sonuçları ortadan kalkacaktır.

Beşinci planda benimsenen yeni kalkınma politikasının üretim ve istihdam açısından muhtemel sonuçlarını irdeleyebilmek için önce planın üretim ve istihdam hedeflerini inceleyip değerlendirmek gerekir. Plan GSYİH'nın yıllık ortalama artış oranını % 6.3 olarak belirlemiştir. Sektör gelirlerinin yıllık ortalama artış oranları ise tarım için % 3.6, sanayi için % 7.5 ve hizmetler için % 6.5 olarak öngörülmüştür.¹³

Bu hedeflere ulaşmak ne ölçüde mümkün olacaktır? Yatırımların üretim ve gelir artışını belirleyen en önemli değişken olduğu düşünülürse, sabit sermaye yatırımlarının (SSY) yıllık artış oranı ile GSMH içindeki payının ne düzeyde olacağı gelir artış hedeflerine ne ölçüde ulaşılacağına bir gösterge olacaktır. Beşinci planda öngörülen yatırım hedeflerine ulaşılacağını varsayalım. Bu durumda 1984 yılında % 18.9 düzeyinde bulunan SSY/GSMH oranı 1989 yılında % 20.9 düzeyine ulaşacaktır. Bu arada plan SSY içinde özel sektörün 1984 yılında % 39.9 olan payının 1989 yılında % 44.5 düzeyine yükselmesini öngörmektedir.¹⁴ Beşinci planın öngördüğü bu yatırım hedeflerine ulaşırsa SSY yılda ortalama % 8.5 oranında artacaktır. Sabit sermaye yatırımlarının yıllık artış oranı % 8.5 iken planda öngörülen GSYİH artış oranı olan % 6.3 gerçekleşir mi?

Üçüncü plan dönemini kapsayan 1973-1977 yılları arasında marjinal sermaye hasıla oranı 3.4 olmuştur. Beşinci plan döneminde daha emek yoğun üretim teknikleri seçiminin özendirileceğini gösteren paragraflar bulunmakla beraber planın öngördüğü yatırımlar ile GSYİH rakamların gerçekleşmesi durumunda beşinci plan dönemini kapsayan 1985-1989 yılları arasında da marjinal sermaye hasıla oranının 3.4 olacağı hesaplanmıştır. 1962-1977 yıllarını kapsayan ilk üç plan döneminde yılda ortalama % 10.8 oranında artan sabit sermaye yatırımları GSYİH'nın yılda ortalama % 6.7 oranında artmasına yol açmıştır.¹⁵ Beşinci plan döneminde

(13) İbid, s. 3 tablo 1.

(14) İbid, 33-35. paragraflar.

(15) Ek tablo 2 ve 4 ile Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, s. 3-6, tablo 1 ve tablo 3.

marjinal sermaye hasıla oranının üçüncü plan dönemindekinden farklı olmayacağı gözönüne alındığında yılda % 8.5 oranında artacak olan sabit sermaye yatırımlarının GSYİH'da yılda % 6.3 oranında bir artış sağlamasının kolay olmayacağı söylenebilir.

Planda öngörülen yatırım hedeflerine ulaşmanın mümkün olup olmadığı da tartışılması gereken bir konudur. Beşinci planda özel sektörün sabit sermaye yatırımları içindeki payının yükseleceği öngörülmüştür. Bu bakımdan yatırımların gerçekleştirilmesinde özel sektörün yükü kamu sektörüne göre daha ağır olmaktadır. Özel sektörü yatırım yapmaya özendirmek için her türlü önlem alınsa bile özel sektör kendisine düşen görevi başarabilecek midir? Bu görevi başarabilmek için gereken kaynakları bulabilecek midir? Yabancı sermayenin de özendirilerek yurtiçi özel sektöre yatırımlar açısından destek sağlayacağı kabul edilse bile yukarıdaki sorulara olumlu bir cevap vermek kolay değildir. Özel sektörün yatırımlar için kaynak bulmak açısından karşılaşacağı güçlükler ile bulabildiği kaynaklara ödemek zorunda kalacağı reel faiz yükü yatırım yapmasını zorlaştıran engeller olacaktır. Ayrıca yıllık fiyat artış oranının % 25'lerin altına düşürülememesi ve dalgalanması durumunda ortaya çıkacak iktisadi hesap yapma güçlükleri de özel sektörün yatırım arzularını azaltacak ilave bir etken olacaktır.

Planda öngörülen yatırımların gerçekleşmemesi durumunda, bir yandan hedef olarak alınan % 6.3 oranındaki GSYİH artışının altında bir artış sözkonusu olacak, öte yandan dışa dönük ve ihracata dayalı bir iktisadi yapının ortaya çıkması zorlaşacaktır. Bu bakımdan planda öngörülen GSYİH artış oranına ulaşabilmek ve dışa dönük bir iktisadi yapının oluşumunu sağlayabilmek için yatırımların yıllık artış oranını % 10 düzeyine çıkarabilmek gerekir. Yatırımların artış oranını % 10 düzeyine yükseltebilmek için siyasal iktidarın iki önemli görevi başarması gerekir. Bir yandan maliye politikası yolu ile yatırımlar için gerekli yurtiçi kaynakları harekete geçirmek, öte yandan bu kaynakların yatırımlara dönüştürülmesi için gereken iktisat politikası önlemlerini alıp uygulamak. Bu görevler başarılabilir ise yatırımların artış oranını % 10 düzeyine çıkarmak kolay olmayacaktır.

Beşinci planda sektör gelirlerinin yıllık artış hedefleri incelendiğinde tarım sektörü için ilk üç plan döneminde gerçekleştirilen yıllık % 3.2 oranındaki artışın üzerinde olan % 3.6 oranının öngö-

rüldüğü anlaşılır. Sanayi sektörü ile hizmetler sektöründe ise ilk üç planın ortalama artış oranlarının altında hedefler seçilmiştir. Tarımsal gelir artış oranının beşinci plan döneminde yılda % 3.6 düzeyine ulaşmasının pek kolay olmayacağını söyleyebiliriz. Sanayi sektörü için planda öngörülen artış oranı olan % 7.5 düzeyine ulaşabilmek, yatırımların planda öngörülen düzeyde gerçekleşmesi ile mümkün olabilir. Hizmetler sektörü için planın hedef aldığı yıllık artış oranı % 6.5'tur. Hedef alınan bu oranın sanayi ve tarım sektörleri için öngörülen gelir artış oranları gözönüne alındığında yüksek olduğu ve dolayısı ile gerçekleştirilmesinin de zor olduğu söylenebilir.

İstihdamda ortaya çıkabilecek muhtemel gelişmeleri tahmin edebilmek için kullanılacak en önemli açıklayıcı değişkenler yatırım ve gelir artışları olarak kabul edilmektedir. Yatırımlar gelir artışının da en önemli açıklayıcısı olduğu için GSYİH ile sektör gelirlerinde ortaya çıkması beklenen artışlardan hareket ederek istihdamdaki gelişmeleri tahmin edebiliriz. Tahmin için kullanılacak olan temel alet istihdam katma değer esnekliğidir. İstihdam katma değer esnekliği bir sektörün katma değerinde yüzde birlik bir artış olduğu zaman bu sektör istihdamında yüzde kaçlık bir artış olacağını gösteren bir katsayıdır. Toplam ekonomi ile sektörlerin istihdam katma değer esnekliklerini geçmiş dönemdeki gelişmelerden hesaplayabiliriz. GSYİH ile sektör gelirlerindeki muhtemel artışlar, istihdam katma değer esneklikleri ile birlikte değerlendirilirse toplam istihdam ve sektörler göre istihdam tahminlerine ulaşılabilir. Aşağıda bu tür bir tahmin denemesi yapılmaktadır.

İstihdam katma değer esnekliklerini 1960-1980 dönemi için hesaplamak mümkündür. Dönem boyunca katma değerde ortaya çıkan değişimler ek tablo 5'te sunulmuştur. İstihdamda ortaya çıkan değişimleri ise ek tablo 3'te gösterdik. Katma değer artış oranları ile istihdam artış oranlarından faydalanarak dönemlere göre istihdam katma değer esneklikleri hesaplanmış ve ek tablo 6'da sunulmuştur.¹⁶ Tablodan görüleceği gibi istihdam katma değer esneklikleri dönemlere göre önemli sayılabilecek değişimler gös-

(16) Tarım sektörü istihdamındaki dalgalanmalar bu sektöre ait istihdam katma değer esnekliğini hesaplamak gereğini duyurmayan dalgalanmalar olarak görülmüştür.

termektedir. Ayrıca sanayi sektörü için 1975 - 1980 döneminde, hizmetler sektörü için 1965 - 1970 dönemi ile 1975 - 1980 döneminde birden büyük esneklik değerleri bulunmuştur. Birden büyük esneklik değerlerinin eksi değerli işgücü verim artışı anlamına geldiğini hatırlarsak¹⁷ bu dönemlerdeki istihdam artışlarının verim azalmalarına yol açmaları ile zorlama artışlar olduğunu kabul edebiliriz.

1960 - 1980 yılları arasında ekonominin bütününe ait esneklik 0.25, sanayi sektörü esnekliği 0.49 ve hizmetler sektörü esnekliği ise 0.91'dir. Başka bir ifade ile GSYİH'da yıllık % 1'lik bir artış toplam istihdamda yılda % 0.25'lik bir artışa sanayi sektörü gelinde % 1'lik bir artış sanayi sektörü istihdamında % 0.49'luk bir artışa ve hizmetler sektörü gelirindeki % 1'lik bir artış bu sektör istihdamında % 0.91'lik bir artışa yol açmaktadır. Bu esneklik katsayılarını gerekli düzeltmeler yaparak beşinci plan öncesi son yıl olan 1984 için, genel nüfus sayımının yapılacağı 1985 yılı için ve beşinci planın son yılı olan 1989 için istihdam değerlerini tahmin edebiliriz.

1980 yılından bu yana uygulanan istikrar politikası ve beşinci planda benimsenen dışa dönük kalkınma politikası ile önceki dönemlere göre daha emek yoğun üretim teknikleri kullanımının özendirileceği kabul edilebilir. Ancak, daha emek yoğun tekniklere geçişin beşinci plan döneminde ortaya çıkması beklenmektedir. Zira daha emek yoğun tekniklere geçiş ancak yeni yatırımlar yolu ile sağlanabilir. Gerek toplam yatırımlarda ve gerekse sabit sermaye yatırımlarında 1979 ile 1983 arasında bir artış olmamıştır. 1980 - 1983 yılları arasında GSYİH artış oranının yılda ortalama % 4.2 düzeyine ulaşması yatırım artışlarından çok 1970'lerin sonlarında azalan kapasite kullanım oranlarının 1980 sonrasında bir ölçüde artmasına bağlanabilir. Yatırımların yetersizliği yanında 1980 - 1984 yılları arasında benimsenen istihdam politikaları da bu dönemde yeni istihdam olanaklarının çok düşük düzeyde kalmasına yol açmıştır. Bu bakımdan 1980 - 1984 yılları arasında toplam ekonomi istihdam katma değer esnekliğinin 0.15 düzeyine düşmesi bek-

(17) İşgücü verim artışı $p = \frac{1 + r_{kd}}{L(1 + r_{is})} - 1$ formülü ile hesaplanabilir.

Bu konuda bakınız: E. Thorbecke ve E. Stoutjesdijk, *Employment and Output*. OECD yayını, Paris, 1971, s. 34.

lenmektedir. 1980 - 1984 arasında GSYİH artış oranının 1980 - 1983 dönemi ortalama artış hızı olan % 4.2 düzeyinde kalacağı varsayılırsa, 1980 - 1984 yılları arasında istihdamın yıllık ortalama artış oranı % 0.6 kadar olacaktır. Bu artış oranı ile 1980 yılında 17220 bin kişi olan toplam istihdam 1984 yılında 17630 bin kişiye yükselir. Beşinci planın 1984 yılı sivil işgücü talebi tahmini yani istihdam tahmini ise 15706 bin kişidir. Daha önce de belirtildiği gibi plan tahmini ile bizim tahminimiz arasındaki bu fark Devlet Planlama Teşkilatının, Devlet İstatistik Enstitüsünden aldığı işgücü rakamlarını bazı düzeltmeler yaparak kullanmasının bir sonucudur.

1984 - 1989 yılları arasında toplam ekonomi için istihdam katma değer esnekliğinin 1960 - 1980 arası ortalama değeri olan 0.25'e ulaşacağını, GSYİH artış oranının ise beşinci planda hedef alınan % 6.3 oranında gerçekleşeceğini varsayarak beşinci plan döneminde istihdam artış oranının yılda ortalama % 1.6 olacağını tahmin edebiliriz. Beşinci planda bu oran % 1.8 olarak öngörülmüştür. Bu öngörü istihdam katma değer esnekliğinin 0.29 olmasını gerektirir. Bu değere ulaşmak önceki dönemlere göre daha esnek yoğun tekniklerin plan dönemi içinde hızla uygulamaya sokulması ile mümkün olabilir.¹⁸ Bu uygulama hızla gerçekleşmez ise istihdam katma değer esnekliğinin 0.25 düzeyinde kalması daha muhtemeldir. İstihdam katma değer esnekliği 0.25 düzeyinde kalırken GSYİH oranı da yılda % 5.0 düzeyinde gerçekleşirse istihdamın yıllık artış oranı % 1.25 düzeyine düşebilir. 1984 - 1989 yılları arasında istihdamın yılda 1.6 oranında artabileceğini kabul etmek uygun görüldüğünde 1985 yılı istihdamı 17920 bin kişiye 1989 yılı istihdamı 19100 bin kişiye ulaşır.

İstihdamda ortaya çıkması muhtemel olan bu gelişmeler karşısında işgücü arzı için muhtemel gelişmeler neler olabilir? Devlet Planlama Teşkilatının bu konudaki tahminleri iyimser olarak nitelendirilebilir. DPT'nin tahminlerine göre «... kadın işgücü arzının mutlak miktarı sabit tutulmuş sadece erkek işgücü artışı öngörülmüştür.» Böylece ekonomide işgücüne katılma oranı «... 1984'te % 60.03'ten 1989'da % 56.92 ye inmektedir.»¹⁹ İşgücüne katılma oranlarından hareket ederek işgücü arzının 1984'te 18 milyon kişi-

(18) Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, s. 89, tablo 89.

(19) DPT, V. Beş Yıllık Kalkınma Planı Hazırlık Çalışmaları (İstihdam), DPT yayını, mimeo Ankara, Mayıs 1984, s. 4-5 ve 48-55.

den 1989'da 19.5 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmiştir. Bu durumda işgücü arzı 1984-1989 arasında yılda ortalama % 1.6 oranında olacak demektir.

İşgücününün 15 ve daha yukarı yaşlardaki nüfusa oranı olarak tanımlanan işgücüne katılma oranı 1980 yılında % 63.10 iken 1984 te % 60.03'e ve 1989'da % 56.92'ye düşeceği tahmini²⁰ kadın işgücü arzının sabit kalacağı varsayımına önemli ölçüde bağlı bir tahmin-dir. Bu bakımdan gerçekleşmesi pek kolay değildir. 1970-1980 yılları arasında iktisaden faal nüfus ya da işgücü arzı yılda % 2.4 kadar artmıştır. Bu artış oranınının 1980-1989 yılları arasında biraz azalacağı kabul edilse bile işgücü arzı artış oranınının 1970-1980 arasındaki ortalama düzeyi olan % 2.4'ten planda öngörülen % 1.6 düzeyine düşmesi pek kolay değildir. Bu bakımdan işgücü arzı artış oranınının biraz azalarak 1980-1989 yılları arasında % 2.2 düzeyine düşmesi kabul edilebilir bir varsayımdır.²¹ İşgücü arzının yılda % 2.2 oranında artması durumunda 1980 yılında 17843 bin kişi olan işgücü miktarı 1984 yılında 19440 bin kişiye, 1985 yılında 19880 bin kişiye ve 1989 yılında 21680 bin kişiye ulaşacaktır.

İstihdam ve işgücü arzı ile ilgili bu tahminler gerçekleşirse, işsiz sayısı 1980 yılı genel nüfus sayımında belirlenen 623 bin kişiden yılda ortalama 300 bin kişi civarında artarak 1984 yılında 1810 bin kişiye yükselecektir. İşsiz sayısı 1984-1989 arasında daha yavaş artarak 1989'da 2580 bin kişiye ulaşacaktır.²²

Bu noktada bizim işsiz sayısı ile ilgili tahminlerimizin gerçekleşmesi ihtimalini zayıflatan bir anket sonucundan söz etmekte fayda vardır. Devlet İstatistik Enstitüsününün 1982 yılı Ekim ayında uyguladığı «Kentsel Yerler Hanehalkı İşgücü Anketi» ile nüfusu 10.000'den fazla olan bütün yerleri kapsayan işgücü, istihdam ve işsizlik rakamları elde edilmiştir. Anket sonuçlarına göre 15 ve daha yukarı yaşlardaki işgücü 5837 bin kişi olarak bulunurken işsiz

(20) DPT, **Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**, s. 89, tablo 90.

(21) İşgücü arzı artış oranını etkileyen en önemli etken nüfus artış hızıdır. Ancak bu etkileme yaklaşık onbeş yıllık bir gecikme ile olur. 1955-1965 yılları arasında yılda ortalama % 2.7 oranında artan nüfusun 1965-1975 yılları arasında yılda ortalama % 2.5 oranına düştüğü hatırlanırsa 1980-1989 yılları arasında işgücü arzı artış oranınının % 2.2 olması çok muhtemeldir.

(22) Tahminler için ek tablo 7'ye bakınız.

sayısı 627 bin kişi olarak bulunmuştur.²³ Bu rakamlardan faydalanarak kentsel yerlerde işsizlik oranının 1982 yılı ekiminde % 10.7 olduğu hesaplanabilir. Kentsel yerlerde belirlenen işsizliğin tarım dışı sektörler işsizliğine çok yakın olduğu genel olarak kabul edilebilir. 1973 - 1974 yılları için kırsal yerlerde yapılan bir başka işgücü anketinin sonuçlarına göre kırsal yerlerde işsizlik sıfır düzeyine çok yakındır.²⁴ Kırsal yerlerde işsizlik 1982 yılında yine sıfır düzeyine çok yakın bir düzeyde ise 1982 yılında toplam ekonomideki işsiz sayısının 650 - 700 bin kişi civarında olduğu tahmin edilebilir. Bu işsizlik rakamı 1980 yılı genel nüfus sayımında elde edilen 623 bin kişiden çok fazla değildir. Böyle olunca 1980 - 1985 yılları arasında her yıl ortalama 300 bin kişi kadar artacağını tahmin ettiğimiz işsiz sayısının anket sonuçlarına göre 1982 yılına kadar yılda 30 - 40 bin kişi civarında arttığı söylenebilir. Bu durumda tahminlerimizin gerçekleşme ihtimali zayıf gibi görülmektedir.

İşgücü, istihdam ve işsizlikle ilgili olarak yapılan tahminlerin mutlak rakamlar olarak aynen gerçekleşmesi pek kolay değildir. Öte yandan Anketlerle toplanan bilgilerin ne kadar sağlıklı olduğunu da dikkatle incelemek gerekir. Bu arada 1980 - 1982 yılları arasında yurtdışına her yıl ortalama 45 - 50 bin kişinin işçi olarak gitmesi de hatırlanırsa²⁵ işsizlik ile ilgili tahminlerin yeniden gözden geçirilmesi gerekebilir. Ancak mutlak rakamlarla ilgili tahminlerin gözden geçirmek yerine işgücü arzı artış oranı ile istihdam artış oranının gözden geçirilmesi daha uygundur.

İstihdam artış oranının 1980 - 1984 yılları arasında yılda ortalama % 0.6'nın üzerine çıkması çok kolay değildir. Buna karşılık işgücü arzı artış oranının % 2.2'den daha aşağı bir düzeye düşmesi mümkün olabilir. Ancak bu düzeyin % 2.0'nin altında olması da pek kolay değildir. 1984 - 1989 döneminde istihdam artış oranının % 1.6 düzeyine çıkması istihdam artışı açısından başarı sayılmalıdır. İşgücü arzı artış oranının bu dönemde de ancak % 2.0 düzeyine düşebileceği kabul edilebilir.

Beşinci planda 1984 - 1989 dönemi için öngörülen istihdam ar-

(23) DİE, *Kentsel Yerler Hanehalkı İşgücü Anket Sonuçları, 1982*. DİE yayını, Ankara, 1984, s. 12.

(24) DİE, *Kırsal Yerler Hanehalkı İşgücü Anketi Sonuçları*. DİE yayını, Ankara, 1977, s. 2, 36 ve 70.

(25) DİE, *Türkiye İstatistik Yılığ*, 1983. DİE yayını, Ankara, 1983, s. 178.

tiş oranı yılda % 1.8 iken işgücü arzı artış oranı yılda % 1.6'dır. Bu öngörülerin gerçekleşme ihtimalinin çok zayıf olduğu kabul edilmelidir.

Bu bölümü bitirirken sanayi ve hizmetler sektörleri istihdamların 1984 - 1985 ve 1989 yılları arasındaki ulaşabilecekleri muhtemel değerleri de tahmin etmek istiyoruz. Tarım sektöründe istihdamın 1980 değeri civarında sabit kalacağı tahmin edilmektedir. Sanayi sektörü gelir artış oranı 1980 - 1983 arasında yılda ortalama % 6.6 düzeyinde kalmıştır. Bu oranın 1984 yılında da değişmeyeceği varsayılabilir. Sanayi sektörü gelirinde % 6.6 düzeyinde gerçekleşen artışın yatırımlarda gözlenen duraklamalar dolayısı ile kapasite kullanımında ortaya çıkan artışlardan kaynaklandığı hatırlanırsa bu sektörün istihdam katma değer esnekliğinin 1980 - 1984 arasında 0.25 civarına düştüğü kabul edilebilir. Bu durumda sanayi sektörü istihdamının 1980 - 1984 arasında yılda ortalama % 1.65 kadar artacağı tahmin edilir. Böylece 1980 yılında 2053 bin kişi olan sanayi sektörü istihdamı 1984 yılında 2192 bin kişiye ulaşır. 1984 - 1989 arasında sanayi sektörü gelir artışı planda öngörüldüğü gibi % 7.5 düzeyine ulaşır ve bu sektör istihdam katma değer esnekliği de 1960 - 1980 arası ortalama değeri olan 0.50 düzeyine yükselir ise 1984 - 1989 arasında sanayi sektörü istihdam artış oranı yılda ortalama % 3.75 olur. Bu artış hızına bağlı olarak sanayi sektörü istihdamının 1985'te 2273 bin kişiye ve 1989'da ise 2633 bin kişiye ulaşacağı tahmin edilir.

Hizmetler sektörünün istihdam katma değer esnekliği 1960 - 1980 dönemi ortalaması olarak 0.91'dir. Ancak bu değere ulaşılmasında 1965 - 1970 ve 1975 - 1980 dönemlerinde eksi verim artışı anlamına gelen birden büyük esneklik katsayılarının katkıları vardır. Ayrıca hizmetler sektörünün 1980 - 1984 yılları arasında istihdam artışı sağlamak açısından yetersiz kaldığı da gözlenmektedir. Bu durumda hizmetler sektörü istihdam katma değer esnekliğinin 1980 - 1984 döneminde 0.40 civarında olması muhtemeldir. Hizmetler sektörü gelir artış oranı 1980 - 1983 arasında ortalama % 4.2 olmuştur. Bu oranın 1984 yılında da geçerli olacağı kabul edilirse 1980 - 1984 arasında hizmetler sektörü gelir artış oranı % 4.2 olur. Bu durumda hizmetler sektörü istihdamının 1980 - 1984 dönemi ortalama artış hızı yılda % 1.7 olur. Böylece 1980 yılında 5023 bin kişi olan hizmetler sektörü istihdamının 1984 yılında 5372 bin kişiye ulaşacağı hesaplanabilir. 1984 - 1989 yılları arasında hizmetler

sektörü istihdam katma değer esnekliği 1970 - 1975 dönemi esneklik değeri olan 0.6 kadar olur ve sektörün gelir artış oranı da planda öngörülen ancak gerçekleştirilmesi güç olan % 6.5 yerine % 5.5 olarak gerçekleşirse, hizmetler sektörü istihdamı 1984 - 1989 arasında yılda % 3.3 kadar artar. Böyle bir artış ile hizmetler sektörü istihdamı 1985 yılında 5550 bin kişiye 1989 yılında 6320 kişiye ulaşır.

İktisadi kalkınma açısından olduğu gibi istihdam yaratma açısından da sürükleyici sektörler olarak kabul edilen sanayi ve hizmetler sektörleri 1980 - 1984 yılları arasında yılda ortalama 122 bin kişiye 1984 - 1989 yılları arasında ise iyimser bir tahminle 278 bin kişiye istihdam sahası açabilecektir.

SONUÇ

Türkiye'de planlı dönemin başlangıcından 1980 yılına kadar uygulanan ithal ikameci kalkınma politikası planlanan hedefler doğrultusunda gelişen bir sınai yapının ortaya çıkaracağı sektörlerarası dinamik bağlantıları bulup ekonominin makro düzeydeki ihtiyaçlarını hesaplayarak gereken politikaları uygulamak yerine, dış ödeme güçlüklerinin yarattığı sıkıntıları çözecek kısa dönem rasgele politikaları uygulamayı ön plana almıştır. Bu tür bir uygulama sonucunda ithal ikameci politika uzun dönemde dış açıkları azaltmak yerine daha da arttırmaya başlamıştır. Bu arada 1970'lerin ortasından itibaren hızla artan ham petrol faturası da dış açıkların yükselmesinde bir başka önemli etken olmuştur. Böylece ithal ikameci kalkınma süreci 1970'lerin sonuna doğru tıkanmıştır. Buna rağmen özellikle ilk üç plan döneminde Türkiye'nin gerçekleştirdiği iktisadi gelişme hızı ile istihdam artış hızı azımsanmayacak düzeylere ulaşmıştır.

İktisadi kriz ve istikrar yılları olarak nitelendirilebilecek olan 1978 - 1984 yılları arasında bir yandan iktisadi gelişme hızında, öte

yandan istihdam artış hızında önemli azalmalar gözlenmiştir. 24 Ocak 1980 de uygulamaya giren istikrar programı ile birlikte ithal ikameci kalkınma politikası terkedilmiş ve dışa açık bir politika yönünlüştür. Beşinci plan dışa açık, ihracata dayalı ve uluslararası pazarlarla bütünleşmeye yönelik kalkınma politikası tercihini açıkca benimsemiş görünmektedir. Bu politika ile uluslararası işbölümüne uygun ve karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu muz, tarım, tarıma dayalı sanayiler, yerli girdi kullanan diğer bazı sanayi kolları, müteahhitlik hizmetleri ve turizm gibi alanların gelişeceği bu arada yoğun biçimde ithal girdisi kullanan bazı sanayi kollarının gerileyeceği ve hatta yok olacağı tahmin edilmektedir.

Planda öngörülen gelir artışı hedeflerine ulaşmanın kolay olmayacağını ikinci bölümde belirtmiştik. Buna rağmen iyimser bir yaklaşım ile bu hedeflere ulaşılacağını kabul etsek bile 1984 - 1989 yılları arasında gelir artış oranı % 6.3 olacaktır. Bu artış oranının yol açacağı istihdam artışının yılda ortalama % 1.6 kadar olabileceği tahmin edilmektedir. Buna karşılık işgücü arzı artış oranının 1984 - 1989 arasında iyimser bir tahminle % 2.0 kadar olacağı düşünülebilir. Bu durumda işsiz sayısının beşinci plan döneminde artmaya devam etmesi beklenmektedir.

İşsiz sayısının 1984 düzeyinde sabit kalması için en az % 2.0 oranında artacağı tahmin edilen işgücü arzına eşit bir istihdam artışı sağlanması gerekir. İstihdam katma değer esnekliği 0.25 civarında iken istihdamın yılda % 2.0 kadar artması gshiy artış hızının % 8.0 düzeyine çıkması ile mümkündür. İşsiz sayısının azaltılması ise GSYİH artış hızının % 8.0'in üzerinde olmasını gerektirir.

EK TABLOLAR

Tablo : 1. Tasarruf, Dış Açık ve Yatırımların GSMH'ya Oranları
(Cari Fiyatlar)

Yıllar	Yurtiçi Tas./ GSMH	Dış Açık/ GSMH	Toplam Yat./ GSMH	Sabit Serm. Yat./ GSMH
1963 - 67	15.6	1.9	17.5	15.3
1968 - 72	18.3	1.1	19.4	17.8
1973 - 77	18.0	3.7	21.7	19.8
1978 - 79	19.1	2.3	21.4	18.9
1980	20.9	5.2	26.1	19.4
1981	20.5	3.5	24.0	19.1
1982	18.2	2.1	20.3	18.9
1983	17.7	2.3	20.0	19.3

Kaynak : 1963 - 1977 dönemi için DPT, Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı;
1978 - 1983 için DPT, Yıllık Programlar kullanılarak hesaplanmıştır.

Tablo : 2. İktisadi Faaliyet Kollarına Göre GSYİH
(1968 Faktör Fiyatları İle; Milyon TL.)

Yıllar	Tarım	Sanayi	Hizmetler	GSYİH
1962	26284.6	10632.1	32047.1	68963.8
	(3.0)*	(10.9)	(7.2)	(6.3)
1967	30505.8	17859.6	45462.0	93827.4
	(3.4)	(8.7)	(7.9)	(6.6)
1972	36065.2	27118.0	66499.7	129.682.9
	(3.2)	(9.7)	(7.9)	(7.1)
1977	42179.8	43145.1	97391.1	182716.0
1962 - 77	(3.2)	(9.8)	(7.7)	(6.7)

(*) Parantez içindeki rakamlar yıllık ortalama artış oranlarını göstermektedir.
Kaynak : DİE, Milli Gelir İstatistikleri.

Tablo : 3. İktisadi Faaliyet Kollarına Göre Faal Nüfus, İstihdam ve İşsizler (15 ve + Yaşlar; Bin Kişi)

Yıllar	Tarım	Sanayi	Hizmetler	İyi Tanım-		İstihdam	İktisaden Faal Nüfus*
				lanmamış	İşsizler		
1960	9737	977 (1.9)**	1618 (2.9)	661	— 16	12977 (0.8)	12993 (0.9)
1965	9750	1074 (4.7)	1866 (10.9)	868	— 56	13502 (0.8)	13558 (0.7)
1970	9281	1356 (2.4)	3127 (4.2)	288***	—	14051 (2.4)	14051 (2.7)
1975	10458	1526 (6.1)	3842 (5.5)	223	—230	15820 (1.7)	16050 (2.2)
1980	9972	2053	5023	171	623	17220 (0.8)	17843 (0.8)
1960 - 70						(2.1)	(2.4)
1970 - 80						(1.4)	(1.6)

(*) Yuvarlamalar dolayısı ile son rakam farklı olabilir.

(**) Parantez içindeki rakamlar yıllık ortalama artış oranlarını göstermektedir.

(***) Azalma hizmetler içine girmenin bir sonucu olabilir.

Kaynak : DİE, Genel Nüfus Sayımları, Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri.

Tablo : 4. Türkiye'de Sabit Sermaye Yatırımları ve Yıllık Artış Oranları

Yıllar	Sabit Sermaye Yatırımları* (1968 Fiyatları, Milyon TL.)	Yıllık Artış Oranları (Yüzde)
1962	10052	—
1973	26978	6.2
1974	28704	6.4
1975	36122	25.8
1976	42518	17.7
1977	46534	9.4
1978	43213	— 7.1
1979	45070	4.3
1980	40038	—11.2
1981	40975	2.3
1982	42335	3.3
1983	43942	3.8

(*) Cari fiyatlardan GSMH deflatörü ile 1968 fiyatlarına çevrilmiştir.

Kaynak : T. Odalar Birliği, İktisadi Rapor, 1983 ve 1984, S. 27, s. 24 ve 25.

DPT, Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, s. 162; DİE, Millî Gelir İstatistikleri.

Tablo : 5. İktisadi Faaliyet Kollarına Göre GSYİH
(1968 Faktör Fiyatları İle, Milyon TL)

Yıllar	Tarım	Sanayi	Hizmetler	GSYİH
1960	26324.0 (0.9)	9216.9 (9.3)	29120.3 (5.9)	64661.2 (4.6)
1965	27551.2 (3.1)	14375.6 (9.5)	38854.3 (8.2)	80781.1 (6.8)
1970	32016.7 (4.4)	22668.7 (9.4)	57566.3 (8.0)	112251.7 (7.3)
1975	39674.6 (2.7)	35614.9 (2.8)	84648.5 (3.7)	159938.0 (3.2)
1980	45268.2 (2.0)	40887.4 (6.6)	101394.3 (4.2)	187545.9 (4.2)
1983	48080.6 (2.7)	49499.4 (7.7)	114927.2 (6.4)	212507.2 (5.5)

(*) Parantez içindeki rakamlar yıllık ortalama artış oranlarını göstermektedir.
Kaynak : DİE, Millî Gelir İstatistikleri.

Tablo : 6. İktisadi Faaliyet Kollarına Göre İstihdam Katma Değer
Esneklikleri*

Dönemler	Sanayi	Hizmetler	Toplam Ekonomi
1960 - 65	0.20	0.49	0.17
1965 - 70	0.49	1.33	0.12
1970 - 75	0.26	0.53	0.33
1975 - 80	2.18	1.49	0.53
1960 - 80	0.49	0.91	0.25

(*) İstihdam artış oranları ile katma değer artış oranları kullanılarak hesaplandı.

Tablo : 7. İstihdam, İşgücü ve İşsizlik Tahminleri : 1984, 1985 ve 1989
(Bin Kişi, 15 ve + Yaşlar)

Yıllar	Toplam İstihdam	(Nüfus (İşgücü))	İşsizler
1980*	17220	17843	623**
1984	17630	19440	1810
1985	17920	19880	1960
1989	19100	21680	2580

(*) 1980 Genel Nüfus Sayımı Sonuçları.

(**) Nüfus sayımının yapıldığı günden önceki son hafta içinde bir işte çalışmayıp iş arayanları kapsıyor.

**Tablo : 8. Sanayi ve Hizmetler Sektörleri İçin İstihdam Tahminleri :
1984, 1985 ve 1989 (Bin Kişi)**

Yıllar	Sanayi	Hizmetler
1980*	2053	5023
1984	2192	5372
1985	2273	5550
1989	2633	6320

(*) 1980 Genel Nüfus Sayımı sonuçları.

Kalkınma Düşüncesinin Gelişmesi

Doç. Dr. Halime OYGUR*

Kalkınma ve az gelişmişlik ile ilgili tartışmalar özellikle II. Dünya Savaşını izleyen yıllarda önem kazanmağa başlamış ve giderek iktisat literatürü içindeki yerini almıştır. Ancak bu, iktisat ilminin o tarihe gelinceye kadar, gelişme sorunuyla hiç ilgilenmediği anlamına gelmemektedir. Modern iktisadın önderi Adam Smith'in, 1776 yılında yayınladığı kitabının ismi dahi, bize bu konuda bazı ipuçları vermektedir. Kısaca, «Ulusların Zenginliği» (Wealth of Nations) olarak bilinen bu kitabın tam adı «Ulusların Zenginliğinin Özellik ve Nedenlerinin Araştırılması»dır. (An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations). Refah ya da zenginlik yaratmanın yollarını araştırırken, kapitalist bir ekonominin gelişme sürecini inceleyen bu çalışma Klasik Politik Ekonominin temelini teşkil etmektedir. Adam Smith'den başka D. Ricardo, R. T. Malthus, J. S. Mill gibi düşünürlerin görüşlerinden oluşan Klasik Büyüme Modeli de, yatırımların ve sermaye birikiminin etkileri üzerinde durarak, büyüme sürecinin nasıl ve hangi koşullar altında geliştiğini incelemiştir.

Bu çizgiler üzerinde gelişen iktisadi düşünce, 19. yy'ın sonlarına doğru köklü bir değişime uğramıştır. Marjinalist Devrim ile başlayan Neo-Klasik yaklaşım, bu tarihten itibaren iktisadi düşünceye egemen olurken Klasik Politik Ekonomi de rafa kaldırılmıştır.

Neo-Klasik Teori, bireysel faydasını ve kârını en üst düzeye ulaştırmak isteyen üretici ve tüketici davranışları incelemeye yönelmiş

(*) Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü Öğretim Üyesi.

ve bir yanda da kıtlık kavramını ön plana çıkarmıştır. Böylece mevcut kıt kaynakların alternatif kullanım alanları arasındaki dağılımı, iktisadın temel konusu haline gelmiş ve ayrıca konjonktürel dalgalanmaların nedenleri üzerinde durulmuştur. İşte böyle bir analitik çerçeve içinde, ekonomik sorunlara uzun vadeli bir perspektif içinde yaklaşan ve kaynakların miktar ve etkinliğini geliştirmeğe yönelik çabaların yer almaması şaşırtıcı değildir.

1940'lı yıllarda çeşitli nedenler dünya kamuoyunun ve iktisatçıların ilgisini az geliştirmiş ülkelere yöneltmiştir.

Batıdaki bazı tıbbi gelişmelerin az geliştirmiş ülkelere aktarılması, bu ülkelerde büyük bir nüfus patlamasına yol açmıştır. Öteden beri Batı'nın çok gerisinde olan bu ülkelerde hayat standardının bu demografik gelişme nedeniyle dayanılmaz ölçüde düşmesi, bu ülkelerin sorunlarını gündeme getirmiştir. Öte yandan Batı toplumlarının ulaşmış olduğu maddi refah düzeyi de bir bakıma, sefalet ve yokluğun insanlığın kaçınılmaz yazgısı olmadığı bilincini uyarılmış ve ekonomik gelişmenin sağlyabileceği imkânlar, bir doğal hak olarak talep edilmeye başlanmıştı. Kitle haberleşme araçlarının gelişmesiyle gelişen bu bilinç, farklı gelişmişlik düzeyindeki ülkelerin Birleşmiş Milletler çatısı altında bir araya gelmesiyle güç kazandı. Ne var ki, Neo -Klasik ve Keynesyen analiz aletleri ile mücehhez iktisat teorisi, ilginin bu yana kaymasına hazırlıklı değildi. Bu durumda iktisat ilminin az geliştirmiş ülke sorunlarına iyiniyetle, fakat biraz acemice yaklaşması kaçınılmaz oluyordu.

Herşeyden önce, 1940'lı yıllarda iktisatçıları yönlendiren Neo-klasik ve Keynesyen düşüncenin varsayımları, az geliştirmiş ülkelerin gerçekleri ile bağdaşmıyordu. Ulusal ve uluslararası piyasaların tam rekabet koşulları altındaki etkin işleyişini varsayan bir anlayış ile, tamamen farklı özelliklere sahip az geliştirmiş ülkelerin incelenmesi mümkün değildi. Büyük ölçüde öz tüketim için üreten, monetize olmamış bu ekonomilerde rasyonel davranış, kapitalist girişimcinin faaliyet gösterdiği çok dar bir kesim için geçerli idi. Öte yandan alt yapının ve finans kuruluşlarının gelişmemiş olması da piyasada çeşitli aksaklıklara yol açıyordu. Neo -Klasik teorinin varsayımları ile gerçek hayat arasındaki bu çelişkileri gidermenin bir yolu, az geliştirmiş ülke gerçeklerini Neo -Klasik iktisadın kurallarına uyacak bir biçimde değiştirmektir. Nitekim o yıllarda birçok iktisatçı az geliştirmiş ülkelere, mevcut ekonomik yapılarını köklü

bir biçimde değiştirecek politikalar önermeğe başlamışlardı. Böylece tarım ağırlıklı bir ekonomik yapının sanayi kesimi lehine değişmesi sağlanacaktı. P. Rosenstein - Rodan, R. Nurkse, A. Lewis, R. Prebisch, H. Singer ve G. Myrdal gibi hemen hiçbiri Anglo Saxon kökenli olmayan bu iktisatçılar «yapısalcı» (structuralist) görüşün öncüleri olmuşlardır.

Aslında «yapısalcı» terimi akla hemen enflasyon olgusunu ve bu olgunun açıklanması için geliştirilmiş alternatif görüşleri getirmektedir. Nitekim 1950'li yıllarda Latin Amerika'daki hızlı enflasyon «yapısalcı» nedenlerle açıklanmaya çalışılmış ve böylece IMF önerilerinden kaynaklanan «parasal» yaklaşıma karşı çıkmıştır. İşte günümüzde de etkili olmaya devam eden bu görüşün temelleri 1940'larda atılmış, «yapısal» terimini hiç kullanmamış olsalar bile, sözünü ettiğimiz bu iktisatçılar, «Yapısalcı» yaklaşımın temel hipotezlerini geliştirmişlerdir.¹

Yapısalcı yaklaşım, bazı ekonomilerin esnek olmayan katı bir yapıya sahip olduğunu kabul etmektedir.

Bu ülkelerde kaynaklar miktar ve etkinlik açısından yetersizdir, üretim faktörlerinin mobilitesi sınırlıdır ve alt yapı gelişmemiştir. Çeşitli darboğazlar ve aksaklıklar gelişme çabasını engellemektedir. Başka bir ifade ile iktisadi kalkınmayı sağlayacak kaynakların arz esnekliği çok düşüktür. Aynı esneklik düşüklüğü talep açısından da geçerlidir. Arz ve talebin fiyatlar karşısında duyarsız ya da az duyarlı oluşu ise, yapısal dönüşümün piyasa güçleri vasıtasıyla gerçekleşmesini zorlaştırmaktadır. Böylece Yapısalcı yaklaşım, temel varsayımları nedeniyle piyasa mekanizmasına bir güvensizlik duymakta; en azından bu koşullar altında piyasa güçlerinin yetersiz kalacağına inanmaktadır.² Bu durumda, işlevini tam olarak yerine getirmeyen piyasa mekanizmasına şu veya bu şekilde müdahale etmek zorunlu görülmektedir. Kısacası, Yapısalcı yaklaşım, sanayileşme çabasının bilinçli ve güdümlü bir ortam içinde sürdürülmesini önerirken bir çeşit planlı ya da koordine bir kalkınma politikasını savunmaktadır.

(1) H. B. Chenery, «The Structuralist Approach to Economic Development», AER, May 1965.

(2) I. M. D. Little, *Economic Development*, Basic Books, New York 1982, s. 21.

1940 ve 50'lerde oluşan bu yaklaşım içinde, Dışsallıklar (Externalities), Büyük İtiş (Big Push), Dengeli ve Dengesiz Büyüme (Balanced and Unbalanced growth) gibi kavramlar önem taşımaktadır. 1943 yılında yayınlanan makalesi ile kalkınma iktisadının önderliğini yapan P. Rosenstein - Rodan, yatırımların talep açısından tamamlayıcılık sağlayacak bir biçimde dağıtılmasını zorunlu görmekteydi. Rosenstein - Rodan ayrıca, bu yatırım hamlesinin belli bir büyüklükte olması gereğini de vurguluyordu.³ Daha sonraları H. Leibenstein tarafından geliştirilen Minumum Kritik Hamle Tezi (Critical Minumum Effort Thesis) ile R. Rodan'ın «Büyük İtiş»i arasında bir benzerlik olduğunu söylemek mümkündür.⁴

Yapısalcı ekolün bir başka temsilcisi R. Nurkse'ye göre, az gelişmiş ülkeler için kısır döngüden kurtulmanın yolu, yatırımların dengeli bir biçimde dağıtılmasıdır. Düşük gelir seviyesine bağlı olarak iç talebin yetersiz oluşu ve bu talebin dış ilişkiler —yani ihracat— yoluyla genişletilmesinin zorluğu karşısında Nurkse, kalkınma hamlesinin başarısı için iç piyasanın dengeli bir biçimde geliştirilmesini, zorunlu görmektedir.⁵

Nurkse'nin Dengeli Büyüme yaklaşımı temelde, Dışsal Ekonomiler kavramına dayanmaktadır. İktisat literatüründe ilk kez A. Marshall tarafından kullanılan bu kavramla ilgili karışıklıklar, T. Scitovsky'nin 1954 yılında yazdığı makalesi ile giderilmiş ve «Dışsallıklar» kalkınma kuramının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir.⁶

Yine aynı yıllarda çalışmalar yapan H. Chenery ise, az gelişmiş ülkelerde, kaynakların Pareto optimalitesini sağlayacak bir biçimde dağılımının mümkün olacağına dikkat çekmekteydi.⁷ Chenery'e göre, faktör mobilitesinin ve piyasaya giriş çıkış serbestinin sınırlı oluşu, tam ve mükemmel bilgi akışının sağlanamaması

-
- (3) P. Rosenstein - Rodan, «Problems of Industrialisation of Eastern and South Eastern Europe», *Economic Journal*, June - Sept. 1943.
 - (4) H. Leibenstein, *Economic Backwardness and Economic Growth*, N. Y. John Wiley and Sons 1957.
 - (5) R. Nurkse, *Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries*, Oxford, B. Blackwell, 1953.
 - (6) T. Scitovsky, «Two Concepts of External Economics», *J. of Political Economy*, April 1954.
 - (7) H. B. Chenery, «The Role of Industrialization in Development Programmes», *AER*. May 1955.

ve tekelleşme eğilimlerinin mevcudiyeti gibi nedenlerle, az gelişmiş ülkelerde piyasa mekanizması ile kaynak dağılımı arasındaki bağ zayıftır. Piyasadaki fiyatlar çeşitli nedenlerle gerçek kıtlığı yansıtmamakta ve dolayısıyla girişimciye «doğru» sinyaller vermemektedir. Bu koşullar altında Chenery, kaynak dağıtımının piyasa fiyatlarına göre değil, gerçek kıtlıkları yansıtan gölge fiyatlarına göre yapılmasını önermiştir.

Endüstriler arası ilişkilerin önemini vurgulayan bir başka çalışma da A. Hirschman tarafından yapılmıştır.⁸ Hirschman'a göre kalkınma, düşük gelir düzeyindeki dengeden, yüksek gelir düzeyindeki dengeye geçişi sağlayan tek aşamalı bir süreç değildir. Aksine gelişme, ancak, dengesizliklerden oluşan dinamik bir süreç içinde mümkün olacaktır. Sektörler arasındaki farklı gelişmişlik düzeyi ile belirlenen dengesizlik, Hirschman'a göre geride kalan sektörü harekete geçiren itici bir güç oluşturmaktadır. Bu süreç içinde yatırımların yeni yatırımları uyarması, ileriye ve geriye doğru bağlantılar (forward and backward linkages) yoluyla olmaktadır. Hirschman'ın bu analizinde, ithalat ikamesine dayalı bir sanayileşme temel alınmaktadır.

İthal ikamesi ve korumacılık gibi kavramlar, akla hemen R. Prebisch, H. Singer ve G. Myrdal gibi, kalkınma olgusuna dış ekonomik ilişkiler açısından yaklaşan iktisatçıları getirmektedir. Daha 1950 yılındaki çalışmasıyla H. Singer, uluslararası ticaretin ve yabancı sermaye yatırımlarının az gelişmiş ülkelere fazla bir yarar sağlamadığını ve hatta bu ülkelerin sanayileşmesini engellediğini öne sürmekteydi.⁹ Singer böylece, mukayeseli üstünlükler ilkesi doğrultusundaki serbest ticaretin her iki tarafa da yarar sağlayacağı ve «büyümenin motoru» olacağı şeklindeki klâsik görüşe karşı çıkmış oluyordu.

R. Prebisch ise aynı çizgideki çalışmalarını, Birleşmiş Milletlerin Latin Amerika Ekonomik Komisyonundaki görevi çerçevesinde yapmıştır.¹⁰ R. Prebisch'in dış ticaret hadlerinin birincil mallar

(8) A. O. Hirschman, *The Strategy of Economic Development*, New Haven, Yale Univ. Press, 1958.

(9) H. Singer, «The Distribution of Gains Between Investing and Borrowing Countries», *AER*, PaP, May 1950.

(10) U.N. Dept. of Ec. Affairs, *Relative Prices of Exports of Imports of Underdeveloped Countries*, New York, 1949, ve *The Economic Development of Latin America and its Principal Problems*, 1950.

üreten ülkeler aleyhine döndüğünü gösteren çalışması daha sonraları birçok eleştirilere hedef olmuştur. Ancak, «ihracat karamsarlığı» ile birlikte bu görüş, 1950 ve 1960'larda birçok az gelişmiş ülkenin ekonomi politikasını etkilemiştir. Bir yandan gelir ve fiyat esnekliklerinin düşük oluşu nedeniyle ihracat gelirlerinin sınırlı kalması, öte yandan ithalat gereksinimin hızla artması karşısında Prebisch, az gelişmiş ülkelere, koruma altında gerçekleşecek ithal ikameci bir sanayileşme öneriyordu.

1950'li yıllarda kalkınma meselesinde Yapısalcılardan oldukça farklı yaklaşan bir isim de, Amerika'lı iktisat tarihçisi W. W. Rostow'dur.¹¹ Ekonomik Büyümenin Aşamaları adlı ünlü kitabında da belirttiği gibi Rostow, az gelişmişlikten gelişmişliğe geçiş sürecinin birbirini izleyen beş aşama içinde tamamlanacağına inanmaktadır. Kalkınmanın, «gerekli» koşullar sağlandığı takdirde adeta otomatik olarak gerçekleşeceğini kabul eden Rostow modelinde büyüme sürecini etkileyen en önemli faktörler, yatırımlar ve sermaye birikimidir. Öncü sektörlerinin gelişmesi de, Take-off için gerekli koşullar arasında yer almaktadır.

Avrupa'nın savaş sonrası yıllarda Marshall yardımı ile sağladığı hızlı gelişme, hiç kuşkusuz Rostow'un düşünce yapısı üzerinde etkili olmuştur. Dışarıdan enjekte edilen sermaye ile sanayiini hızla geliştiren Avrupa ülkelerinin bu başarısı, az gelişmiş ülkeler için bir örnek teşkil edemez miydi? Söz konusu ülkelerin, Batı Avrupa'daki yetişmiş insangücü potansiyeline, kültür ve teknoloji birikimine, piyasa ve kurumsal yapısına sahip olmadığı gerçeğini gözardı eden bu düşünce tarzı, o yıllarda «kalkınma için dış yardım» fikrinde hizmet etmiştir. Kalkınmayı zamanın bir fonksiyonu olarak gören ve bütün ülkeler için geçerli, genel bir gelişme modeli olma iddiasındaki Aşamalar Teorisi, metodolojik ve ampirik yönden pek çok eleştiriye hedef olmuştur. Daha da önemlisi, günümüzde az gelişmiş ülkelerin içinde bulunduğu koşullar, gelişmiş ülkelerin kalkınma çabalarının başlangıç yıllarındaki ortamdan çok farklıdır. Nüfus, doğal kaynaklar, teknoloji ve uluslararası ilişkiler, günümüzde az gelişmiş ülkelerin kalkınma çabaları açısından olumsuz bir ortam yaratmaktadır. Böyle bir başlangıç noktasından ha-

(11) W.W. Rostow, *The Proses of Economic Growth*, London, Oxford Univ. Press, 1953 ve *The Stages of Economic Growth*, Cambridge, Cambridge Univ. Press 1960.

reket eden az gelişmiş ülkelerin Rostow mantığı doğrultusunda, bugünün gelişmiş ülkelerinin 100 - 150 yıl önceki performansını tekrarlaması mümkün olmamaktadır.

1962 yılında yayınlanan kitabında A. Gerschenkron, az gelişmişliğin kökenlerini araştırırken, her ülkeyi kendine özgü koşullar altında ve tarihî bir perspektif içinde inceleme yoluna gitmiştir.¹² Her ülkenin geri kalmışlık derecesinin, (Degree of Backwardness) kalkınma süreci üzerinde etkili olduğunu savunan Gerschenkron, gelişmekte olan ülkelerin «geri kalmışlığın avantajından» yararlanabileceğine de işaret etmektedir.

1960'lerden başlayarak, az gelişmişlik olgusu yeni ve farklı bir bakış açısı ile incelenmeğe başlamıştır. Az gelişmişliğin kökenini ve sürekliliğini dış ekonomik ilişkilerde arayan bu yaklaşımın temelini, daha 1950'lerde Amerikan solunun önderlerinden P. Baran atmıştır.¹³ Genelde Neo - Marxist çizgide olan, fakat aralarında önemli sayılabilecek farklılıklar bulunan bu grupta S. Amin, F. H. Emmanuel, A. G. Frank, O. Sunnel ve S. Hymer gibi isimler bulunmaktadır.

Bağımlılık Teorilerinin (Dependency Theories) önemli bir özelliği, az gelişmişlik olgusuna tek tek ülkeler açısından değil, bir dünya bütünü içinde yaklaşmalarıdır. Başka bir ifade ile, bu yaklaşım içinde geri kalmışlığın nedenleri, uluslararası kapitalist sistemin işleyişinde aranmaktadır. Bazı ülkelere büyük refah zenginlik ve güç kazandırmış olan bu sistem, bu başka grup ülkenin gelişememesinde temel etken olmuş; üstelik sistemin özündeki ilişkilere bağlı olarak, az gelişmişlik pekişerek sürekli hale gelmiştir. Kısacası kapitalist sistem, uluslararası düzeydeki işleyişi ile, hem gelişmişliğin hem de az gelişmişliğin yaratıcısı olmaktadır. Somut olarak merkez - çevre (Centre - periphery) ilişkisi şeklinde ortaya çıkan bu düzen içinde, çok uluslu şirketlerin önemli bir yeri vardır.

Salt iktisat dışında, Uluslararası İlişkiler, Siyaset ve Sosyoloji öğelerini içeren Bağımlılık Teorileri ile Ekonomi Politik, İktisat literatürü içindeki yerini yeniden almış bulunmaktadır.

(12) A. Gerschenkron, *Economic Backwardness in Historical Perspective*, Harvard Univ. Press, Cambridge, Mass. 1962.

(13) P. Baran, *The Political Economy of Growth*, New York, Monthly Review Press, 1957.

Kalkınma Teorilerini yönlendiren düşünce akımları gibi, kalkınma politikaları ve stratejileri de zaman içinde ve iktisadi olaylara paralel olarak değişime uğramıştır.

1950 ve 60'lı yıllarda, özellikle birçok Latin Amerika ülkesi tarafından benimsenen ithal ikamesine dayalı içe dönük sanayileşme stratejisi, bir süre sonra ciddi sorunlarla karşılaşmıştır. Çoğu kez genel korumacılık uygulaması altında ve «rastgele» bir biçimde gelişen ithalat ikamesi, bu ülkelerde amaçlanandan çok farklı, verimsiz ve sorunlu bir sınai yapıya yol açmış ve giderek ciddi ekonomik darboğazlarla tıkanmağa başlamıştır. Aslında bir ölçüde uygulamadaki aksaklıklar ve egzojen faktörlerin etkisiyle ortaya çıkan bu sorunlar iktisatçıları ve az gelişmiş ülke yöneticilerini, yeni politika arayışlarına itmiştir. Bu çerçevede, kaynak israfına yol açan korumacı bir iktisat politikası yerine, dış dünyaya açık, uluslararası işbölümü ile uyumlu, daha liberal bir gelişme modelinin az gelişmiş ülke çıkarlarına uygun olacağı düşünülmeye başlandı. Özellikle G. Kore, Taiwan ve Hongkong gibi bazı ülkelerin deneyimlerinden hareketle, ihracatın uygun ve politikalarla teşvikini ve ithalatta liberalizasyonu öneren iktisatçıların arasında I. Little, J. Bhagwati, A. Krueger ve B. Balassa'yı görüyoruz.¹⁴ İktisat politikaları ile ilgili bu gelişme, piyasa mekanizmasının üstünlüğüne inanan Neo-Klasik mantığın, iktisadi düşünce içinde yeniden etkili olmağa başladığını göstermektedir.

Bu kısa çalışma, kalkınma konusuyla ilgili teorik görüşlerin ve uygulamaya dönük politikaların, zaman içinde değiştiğini ortaya koymaktadır. Hiç kuşkusuz gerek ülkelerin kendi büyümesindeki gerek uluslararası boyutlardaki iktisadi olaylar, konu ile ilgili teori ve politikaların oluşumunda etkili olmuşlardır. Öte yandan, az gelişmişlikten kurtulma çabası içinde benimsenmiş kalkınma stratejileri de, iktisadi düşüncelerdeki gelişmeleri yansıtmaktadır. Kısaca, iktisadi düşünce ve iktisadi olaylar arasında iki taraflı bir etkileşim söz konusudur ve kalkınma, buna güzel bir örnek teşkil etmektedir.

(14) A. O. Krueger, *Liberalization Attempts and Consequences*. New York, NBER, 1978. J. Bhagwati, *Anatomy and Consequences of Trade Control Regimes*, N. Y. NBER, 1978, B. Balassa, «Exports and Economic Growth: Further Evidence», *J. of Development Economics* (5) 1978.

Türkiye'de Antep Fıstığı Üretimi : Gaziantep İli Antep Fıstığı Üretiminde Kullanılan Üretim Faktörlerinin Etkinliği Üzerine Bir Çalışma

Doç. Dr. Bilge DİLMEN*

Gelişmekte olan ülkemizin istenilen düzeyde kalkınması için dövize olan ihtiyacı en önemli konuların başında yer almaktadır. Ekonomik gelişmenin can damarı olan döviz girdileri büyük oranda Ülkemizden yapılan ihracat ile sağlanmaktadır. Çeşitli ülkelere yapmış olduğumuz ihracatla tarımsal ürünlerin ihracatından elde edilen gelir ikinci sırayı almaktadır. 1982 senesinde toplam ihracatımızdan elde edilen gelir 5 745 973 00 dolar olup, bu miktarın % 32.38'ini (1 849 520 000 dolar) tarımsal ürünlerin ihracatından elde edilen gelir oluşturmaktadır. Tarımsal ürünlerin ihracat gelirleri içerisinde meyve ve sebze ihracatından elde edilen gelir (942 736 dolar) tarım ürünleri ihracatından % 50.97 oranında bir pay almaktadır. Bu oranı oluşturan maddeler içerisinde Antep fıstığı ile fındık ihracat gelirleri % 29.41 oranında bir pay almaktadır.

Ülkemizde üretilen Antep fıstığı gerek gıda değeri gerekse üretim miktarı olarak Dünya'da ilk sırayı alması bakımından da büyük bir önem taşımaktadır. Antep fıstığı protein (% 22.6), karbonhidrat (% 15.6) ve kalori değeri (3250) bakımından diğer sert kabuklulara göre ilk sırayı almakta, üretim olarak Dünya'da yalnız İran'la rakabet etmektedir (1981 yılında 25000 ton üretilmiştir).

Gerek tarımsal gelir, gerekse döviz olarak tarımsal maddeler arasında önemli bir yer alan Antep fıstığı üretiminde verimin ar-

(*) Çukurova Üniversitesi Öğretim Üyesi.

tışı, üretimde kullanılan üretim faktörlerinin rasyonel olarak kullanılmasına bağlıdır.

İşte bu çalışma, Antep fıstığı üretiminde kullanılan üretim faktörlerinin üretimdeki etkinliği ile verimin artırılması için alınabilecek önlemlerin bu perspektif içerisinde neler olabileceğini amaçlamaktadır.

Antep fıstığı üretiminde elde edilen üretim miktarları ile üretimde kullanılan üretim faktörleri arasındaki ilişkiler «Cobb - Douglas» tipi bir üretim modeli ile incelenmiştir¹.

Çalışmaya temel olan veriler anket derlemeleri ile elde edilmiş ve bu verilere göre çeşitli fonksiyonlar hesaplanmıştır².

Söz konusu fonksiyondan elde edilen denklemlere göre de üretimde kullanılan üretim faktörleriyle üretim miktarları arasında ilişkilerin ekonomik analizleri yapılmıştır.

Antep Fıstığı Üretimi ile Üretimde Kullanılan Üretim Faktörleri Arasındaki İlişkiler :

Antep fıstığı üretiminde kullanılan üretim faktörleri, dekara düşen miktarları ile ;

X_1	Ağaç adedi
X_2	Arazi kıymeti (TL)
X_3	Erkek işgücü
X_4	Hayvan işgücü
X_5	Gübre (TL)
X_6	İlaç (TL)
X_7	Alet (TL)

-
- (1) Bu fonksiyon, tarımsal verilere uygun düşmesi ve katsayılarının sayısı en az olması nedeniyle elde edilmesi daha kolay olduğu için tercih edilmiştir. Fonksiyonun elde edilişi çeşitli araştırmalarda yayımlandığı için burada izah edilmemiştir.
- (2) Çalışmaya esas olan veriler, Gaziantep İli fıstık üretiminin yoğun olduğu yörelerde anket değerlendirmelerinden elde edilmiştir.

tışı, üretimde kullanılan üretim faktörlerinin rasyonel olarak kullanılmasına bağlıdır.

İşte bu çalışma, Anetep fıstığı üretiminde kullanılan üretim faktörlerinin üretimdeki etkinliği ile verimin artırılması için alınabilecek önlemlerin bu perspektif içerisinde neler olabileceğini amaçlamaktadır.

Antep fıstığı üretiminde elde edilen üretim miktarları ile üretimde kullanılan üretim faktörleri arasındaki ilişkiler «Cobb - Douglas» tipi bir üretim modeli ile incelenmiştir¹.

Çalışmaya temel olan veriler anket derlemeleri ile elde edilmiş ve bu verilere göre çeşitli fonksiyonlar hesap edilmiştir².

Söz konusu fonksiyondan elde edilen denklemlere göre de üretimde kullanılan üretim faktörleriyle üretim miktarları arasında ilişkilerin ekonomik analizleri yapılmıştır.

Antep Fıstığı Üretimi ile Üretimde Kullanılan Üretim Faktörleri Arasındaki İlişkiler :

Antep fıstığı üretiminde kullanılan üretim faktörleri, dekara düşen miktarları ile ;

X_1	Ağaç adedi
X_2	Arazi kıymeti (TL)
X_3	Erkek işgücü
X_4	Hayvan işgücü
X_5	Gübre (TL)
X_6	İlaç (TL)
X_7	Alet (TL)

-
- (1) Bu fonksiyon, tarımsal verilere uygun düşmesi ve katsayılarının sayısı en az olması nedeniyle elde edilmesi daha kolay olduğu için tercih edilmiştir. Fonksiyonun elde edilişi çeşitli araştırmalarda yayımlandığı için burada izah edilmemiştir.
- (2) Çalışmaya esas olan veriler, Gaziantep İli fıstık üretiminin yoğun olduğu yörelerde anket değerlendirmelerinden elde edilmiştir.

olarak saptanmıştır. Üretimde kullanılan bu değişken faktörlerine (girdilere) karşı elde edilen Antep fıstığı üretimi de dekara kilogram olarak bağımlı değişken (Y) olarak hesaplanmıştır.

Yukarıda söz konusu üretim faktörleri ile Antep fıstığı üretimi arasında fonksiyonel ilişki ekonometrik analizle hesaplanarak, aşağıdaki denklem elde edilmiştir.

$$\log Y = + 4.8084 + 0.79108 \log X_1 + 1.27242 \log X_2 \\ + 0.09071 \log X_3 + 0.08220 \log X_4 + \\ 0.05070 \log X_5 - 0.00551 \log X_6 + 0.04596 \log X_7^3$$

Denklemdaki faktörlerin üretim elastikiyeti katsayılarının toplamı 2.32756 dır. Bu toplam, aynı teknolojik düzeyde antep fıstığı üretiminde kullanılan üretim faktörleri miktarlarının % 1 artırılması durumunda üretimde % 2.327 oranında bir artış elde edileceğini göstermektedir.⁴

Diğer bir anlatımla, antep fıstığı üretiminde kullanılan üretim faktörlerinin dönüme düşen miktarları % 1 oranında artırıldığında; elde edilen antep fıstığı % 2.327 oranında artacaktır. Örneğin, uzun dönemde yukarıda belirtilen üretim faktörlerinin dönüme düşen miktarları % 1 artırılsa (erkek işgücü 100 ise 101, hayvan işgücü 100'den 101'e), (alet sermayesi 100 liradan 101 liraya vs.), antep fıstığında dönüm başına % 2.327 artarak önceki verim 100 kg ise bu miktar $100 + 2.327 = 102 \times 327$ kg'na yükselecektir.

Üretim denkleminde elde edilen ekonomik ve istatistik bulgular (Tablo 1) de gösterilmiştir.

-
- (3) Denklemin «çoklu korelasyon katsayısı, $R = 0.95037$ 0.005 önem seviyesinde ($F_{0.005/7.42} = 3.488$ 55.98705) sıfırdan farklı bulunmuş olup, çoklu determinasyon katsayısına ($R^2 = 0.90320$) göre Antep fıstığı üretiminde meydana gelen değişmelerin % 90'ının üretimde bulunan üretim faktörleri tarafından izah edildiğini göstermektedir. Denklem, regresyon metodlarına dayanılarak katsayılarını hesaplamak için doğrusal hale dönüştürülmüştür.
- (4) Üretim fonksiyonları «temelini azalan verimler kanununun» dan almaktadır. Söz konusu kanun, diğer üretim faktörleri belli bir seviyede sabit tutulurken değişken üretim faktörlerinden kullanılan miktar % 1 oranında kullanıldığından, toplam üretimin önce % 1'den daha büyük bir oranda artacağını, sonra % 1'den daha az bir oranda artacağını, sonra da oranda azalacağını ifade eder.

TABLO 1. Üretim miktarları ile üretim faktörleri arasındaki ekonomik ve istatistik bulgular.

Üretim Faktörleri	Üretim Elastikiyeti (b_j)	t Değeri (t_{b_j})	Marjinal Verim	Marjinal Gelir TL.
X_1	0.7910	7.5762 ¹⁾	4.266	42.660
X_2	1.2724	14.2647 ¹⁾	0.450	4.500
X_3	0.0907	1.1836 ²⁾	0.308	3.080
X_4	0.0822	2.3079 ³⁾	2.542	25.420
X_5	0.0507	2.2292 ³⁾	2.108	21.080
X_6	-0.0055	-0.2044	-0.173	-1.730
X_7	0.0455	1.6592	0.577	5.770

¹ 0.001 seviyesinde önemli.

² 0.20 » »

³ 0.05 » »

Dönüme düşen ağaç miktarı (X_1) faktörünün marjinal verimi diğer üretim faktörlerine göre yüksek bulunmuştur. Bu duruma göre, dekarda bulunan antep fıstığı ağaç miktarının bir birim artırılmasına karşı antep fıstığı üretiminde 4.266 kg'lık bir artış sağlanacaktır.⁵ Diğer taraftan söz konusu faktörün marjinal geliri de diğer faktörlerin marjinal gelirlerinden daha yüksek bir seviyede bulunmuştur⁶ (Tablo 1). Söz konusu faktörün döneme atılan ilaç faktörü dışında diğer bütün üretim faktörleri ile belirli oranlarda marjinal teknik ikame hadleri (M.T.İ.H.) bulunmaktadır⁷ (Tablo 2). Bu durum, bir örnekle belirtilirse; üretim faktörlerinden dekara atılan gübre masrafının 1 lira artırılması halinde, üretimin aynı seviyesi için, dekarda yapılan alet masrafının 0,274 lira azaltılması gerektiğini ifade eder. Diğer bir ifade ile, üretici kullandığı üretim faktörlerinden birisinin miktarını veya masrafını artırırsa buna mukabil, aynı üretim seviyesinde kalabilmek için, diğer üretim faktörlerinden tabloda gösterilen miktarlarda azaltılması gerekecektir.

(5) Marjinal verim, herhangi bir üretim seviyesinde değişken üretim faktörlerinden kullanılan miktar küçük bir birim artırıldığında üretimde meydana gelen değişmeyi ifade etmektedir.

(6) Marjinal verim (X) ürün fiyatıdır.

(7) Marjinal teknik ikame haddi, belli bir üretim seviyesinde kullanılan üretim faktöründen bir birim artırılmasında diğer üretim faktöründen yapılması gereken azalma miktarıdır.

TABLO 2. Üretim faktörlerinin marjinal teknik ikame hadleri

X_i	X_j	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7
X_1			-0.105	-0.072	-0.596	-0.494	0.041	-0.135
X_2				-0.684	-5.649	-4.684	0.384	-1.282
X_3					-8.253	-6.844	0.562	-1.873
X_4						-0.829	0.068	-0.227
X_5							0.082	-0.274
X_6								3.335

Antep fıstığı üretiminde bulunan ağaç faktörünün diğer faktörlere göre az mı, çok mu veya ekonomik olarak mı kullanıldığını ortaya koyabilmek için üretim faktörleri arasındaki marjinal etkinlik katsayılarına bakmak gerekir. Bu katsayılar Tablo 3'de gösterilmiştir.⁸

TABLO 3. Faktörler bileşimlerinin marjinal etkinlik katsayıları

X_i	X_j	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7
X_1			0.008	0.007	0.718	0.794	X	3.000
X_2				0.896	91.113	99.659	X	427.333
X_3					99.433	110.387	X	374.600
X_4						1.105	X	4.127
X_5							X	4.153
X_6								X

X işaretleri ikame münasebeti bulunmayan faktörleri göstermektedir.

- (8) İki üretim faktörünün M.T.İ.H.'nin sözkonusu faktörlerin fiyatlarına oranlanması ile bulunur :

$$(MEK_{(X_1, X_2)}) = \frac{MTİH \left(\frac{X_2}{X_1} \right)}{\left(\frac{F_{X_2}}{F_{X_1}} \right)}. \text{ Elde edilen katsayı 1 (bir)'den büyükse } X_1 \text{ faktörünün } X_2 \text{ üretim faktörüne göre aşırı kullanıldığı, 1'den küçükse } X_1 \text{ faktörünün } X_2 \text{ üretim faktörüne göre az, 1'e eşitse her iki faktörün birbirleri ile optimum bir oranda kullanıldığı anlaşılır.}$$

yükse X_1 faktörünün X_2 üretim faktörüne göre aşırı kullanıldığı, 1'den küçükse X_1 faktörünün X_2 üretim faktörüne göre az, 1'e eşitse her iki faktörün birbirleri ile optimum bir oranda kullanıldığı anlaşılır.

Tablodaki katsayılar incelendiğinde, dönüme düşen antep fıstığı ağaçının, dönüme yapılan ilaçlama masrafına göre aşırı, diğer bütün üretim faktörlerine göre az kullanıldığı anlaşılmaktadır. Diğer bir ifade ile, araştırma yapılan işletmelerde antep fıstığı üretiminde antep fıstığı ağacı ile diğer üretim faktörleri arasındaki kombinasyonların rasyonel bir biçimde kullanılmadığı anlaşılmaktadır.

Üretimde kullanılan diğer bir faktör olan arazinin vasfını gösteren «dekar kıymeti» üretimi etkileyen en önemli faktör olarak bulunmuştur. Bu faktörün üretim elastikiyeti katsayısına⁹ (1.27242) göre, arazi kıymeti faktörü için ölçüğe artan bir getiri söz konusudur. Diğer bir ifadeyle, arazi kıymetinde % 1'lik bir artış, verimde % 1'den fazla (1.27242) bir verimi gerçekleştirecektir.

Faktörün diğer faktörlere göre kullanılma etkinliği ise, marjinal etkinlik katsayılarından anlaşılmaktadır. Elde edilen bulgular, söz konusu üretim faktörü üretimde bulunan diğer bütün üretim faktörlerine göre etkin kullanılmadığını göstermektedir.

Antep fıstığı üretiminde kullanılan erkek işgünü, hayvan işgünü, dönüme gübre masrafı, dönüme ilaç masrafı faktörleri ile ilgili bulgular incelendiğinde (Tablo 1., 2., 3.), faktörlerin üretim elastikiyetleri katsayılarına göre hepsinin ölçüğe azalan geliri cesame-tinde oldukları anlaşılmaktadır. Faktörlerin kullanma etkinliği ile ilgili bulgularda (Tablo 3) yalnız hayvan işgünü ile erkek işgünü faktörlerinin birbirine göre etkin (ekonomik optimum)¹⁰ kullanıldığını, diğer bütün üretim faktörlerinin ise birbirine göre ya az ya da fazla kullanıldığı anlaşılmaktadır.

Çalışmada dönüme atılan ilaç masrafına ait üretim elastikiyeti katsayısı istatistiksel bakımdan önemli çıkmamıştır.

- (9) Üretim elastikiyeti katsayısı, herhangi bir üretim seviyesinde diğer faktörler sabit tutulurken bir faktörün % 1 artırılması halinde üretimde ortaya çıkan değişmeyi gösterir. Çıkan katsayı, 1'den büyükse ölçüğe artan, küçükse azalan, eşitse sabit getiri sözkonusudur.
- (10) Ekonomik optimum, iki faktör kombinasyonunun M.T.İ.H. ile bu faktörlerin fiyatları oranlarının birbirleriyle eşit ve 1 olması (Marjinal etkinlik katsayılarına ait güven aralıkları 1'i içine alıyorsa ve bu aralık anormal sayılacak derecede uzun değilse) halinde gerçekleşmektedir. Başka bir ifadeyle, ilave edilen faktörün bir birimine yapılan masrafın, çıkarılan faktörden elde edilen tasarrufa eşit olması durumudur.

Araştırmanın yapıldığı fıstık işletmeleri küçük, orta ve büyük işletmeler olarak gruplandırılmıştır.

Şimdiye kadar global olarak incelenen üretim miktarları ile üretim faktörleri arasındaki ilişkiler bundan sonra işletme büyüklüklerine göre incelenmeye çalışılacaktır. Global fonksiyonda yer alan üretim faktörleri bundan sonra yapılan analizlerde aynı şekilde ithal edilmiştir.

Birinci grup işletmeler (1 - 50 dönüm toprağa sahip işletmeler) için yapılan çalışmada, üretim miktarları ile bu üretimde kullanılan üretim faktörleri arasında :

$$\begin{aligned} \text{Log } Y = & 4.11872 + 0.84652 \log X_1 + 1.21250 \log X_2 \\ & + 0.04461 \log X_3 - 0.04312 \log X_4 + 0.08720 \log X_5 \\ & - 0.08042 \log X_6 + 0.4326 \log X_7 \end{aligned}$$

şeklinde bir ilişki bulunmuştur.¹²

Denklemin üretim elastikyetleri katsayılarının toplamı 2.11105 olarak bulunmuştur. Buna göre 1 ile 50 dönüm arası toprak işleyen işletmelerde ölçeğe artan bir getiri söz konusudur. Başka bir ifadeyle, uzun dönem içerisinde bu işletmelerde kullanılan üretim faktörlerinin miktarları veya değeri % 1 oranında artırılması halinde, üretimde % 2 oranında bir artışın gerçekleşebileceği söylenebilir.

Denkleminde elde edilen istatistik ve ekonomik bulguları toplu bir şekilde incelersek;

- a. Dönüme düşen ağaç sayısı, dönüm arazi kıymeti işgücü, dönüme düşen gübre masrafı faktörlerinin üretim elastikiyeti katsayıları çeşitli önem seviyelerde sıfırdan farklı bulunmuştur. Bu ilişkide yine arazi kıymeti faktörünün elastikiyet katsayısına (1.2125) göre faktör için ölçeğe artan bir getiri söz konusudur (Tablo 4).

(12) Denkleminde R = 9777 hesaplanmış, 0.005 önem seviyesinde sıfırdan farklı bulunmuştur. Çoklu determinasyon katsayısı R² = 0.95603'tür.

TABLO 4. Üretim miktarları ile üretim faktörü arasındaki istatistiki bulgular

Üretim Faktörleri	Üretim Elastikyeti (b_j)	t Değeri (t_{b_j})	Marjinal Verim	Marjinal Gelir TL.
X_1	0.8465	4.1326 ¹⁾	5.232	52.320
X_2	1.2125	9.3395 ²⁾	5.204	52.040
X_3	0.0446	0.3012	0.150	1.500
X_4	-0.0431	-0.3733	-0.816	-8.160
X_5	0.0877	2.0529 ²⁾	2.570	25.700
X_6	-0.0804	-1.1913	-2.031	-20.310
X_7	0.0433	0.5206	0.556	5.560

¹ 0.001 seviyesinde önemli.

² 0.05 » »

b. İstatistiki bakımdan önemli bulunan bu üç üretim faktörlerinin marjinal verimleri ile marjinal gelirleri yüksek bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle bu üç faktörden herhangi birisinden bir birim artırıldığında buna karşılık üretim miktarlarında yüksek verimler ve gelirler elde edilecektir (Tablo 4).

c. Üretimde kullanılan bazı üretim faktörlerinin diğer bazı üretim faktörleri ile olan marjinal teknik ikame hadleri tablo 5'de gösterilmiştir.

TABLO 5. Üretim faktörlerinin marjinal teknik ikame hadleri.

X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	
		-0.995	-0.029	0.156	-0.491	0.388	-0.106
			-0.028	0.157	-0.494	0.390	-0.107
				5.440	-17.133	13.540	-3.707
					3.150	-2.489	0.681
						0.790	-0.216
							0.274

Marjinal teknik ikame hadleri bulunan bu faktörlerin birbirleri ile olan kombinasyonlarının marjinal etkinlik katsayıları incelendiğinde ise (Tablo 6), birbirlerine göre etkin kullanılmadıkları anlaşılmaktadır.

İkinci grup işletmelerde (51 - 100 dekar arası arazisi olan işletmeler) ise aşağıdaki fonksiyon elde edilmiştir.

$$\begin{aligned} \text{Log } Y = & + 3.91678 + 0.51838 \log X_1 + 1.19601 \log X_2 \\ & + 0.07952 \log X_3 + 0.24833 \log X_4 + 0.14185 \log X_5 \\ & + 0.01201 \log X_6 - 0.09607 \log X_7 \end{aligned}$$

Bu grupta da faktörlerin üretim elastikiyeti katsayılarının toplamı birden büyük bulunmuştur (2.1003).

TABLO 6. Faktörler bileşimlerinin marjinal etkinlik katsayıları.

X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7
X_1	0.076	0.003	X	0.789	X	2.355
X_2		0.037	X	10.511	X	35.667
X_3			X	276.339	X	741.000
X_4				X	45.254	X
X_5					X	2.595
X_6						X

Denklemden elde edilen bulgular;

- Dönüme ağaç sayısı, dönümün arazi kıymeti, hayvan işgünü, dönüme yapılan gübre masrafı faktörlerinin üretim elastikiyet katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuşlardır. Burada da arazi kıymeti faktörü için ölçüğe artan bir getiri söz konusudur.
- Söz konusu faktörlerin marjinal verimleri ile marjinal gelirleride yüksek bulunmuştur (Tablo 7).

(11) $R = 0.96611$ hesaplanmış olup, 0.005 önem seviyesinde sıfırdan farklı bulunmuştur.

$R^2 = 0.93337$ 'tür. R'nin sıfırdan farklı çıkması, üretimdeki değişmelerin % 93'ünün fonksiyonda gösterilen üretim faktörleri tarafından izah edildiği anlaşılır.

TABLO 9. Faktörler bileşimlerinin marjinal etkinlik katsayıları

X_1	X_j	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7
X_1			0.135	0.011	2.160	1.730	2.711	X
X_2				0.083	16.079	12.936	23.000	X
X_3					194.879	156.516	220.400	X
X_4						0.8000	1.236	X
X_5							1.562	X
X_6								X

Üçüncü grup işletmeler (101 - 200 de) için kullanılan denklem ise

$$\log Y = + 7.69194 + 1.17687 \log X_1 + 1.85954 \log X_2 - 0.026064 \log X_3 \\ + 0.1228 \log X_4 - 0.03164 \log X_5 + 0.07967 \log X_6 \\ - 0.11920 \log X_7 \text{ çıkmıştır.}$$

Bu fonksiyonel ilişkide, üretim miktarlarındaki değişmelerin % 99'u analize alınan üretim faktörleri tarafından izah edilmektedir.¹³

Faktörlerin üretim elastikiyeti katsayıları toplamı (2.82689), üretim faktörlerinin ölçüğe artan bir geliri (2.82689) büyüklüğünde bulunduğunu ifade etmektedir.

Denklemden elde edilen bulgulara dayanarak yapılan yorumlamalar ise;

- Dönüme yapılan gübreleme faktörü haricinde diğer bütün faktörlerin üretime elastikiyeti katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Dönüme ağaç sayısı ile arazi kıymeti faktörleri için ölçüğe artan bir getiri söz konusu olup, erkek işgünü için negatif bir katsayı elde edilmesi, faktörün bu grup işletmelerde aşırı kullanıldığını göstermektedir (Tablo 10).

(13) $R = 0.99583$, $F_{0.005/7,2} = 19.35 < 34.17041$
 $R^2 = 99172$

TABLO 10. Üretim miktarları ile üretim faktörleri arasındaki istatistikî bulgular

Üretim Faktörleri	Üretim Elastikiyeti (b _j)	t Değeri (t _{b_j})	Marjinal Verim	Marjinal Gelir TL.
X ₁	-1.1769	6.6322 ¹⁾	10.424	104.240
X ₂	1.8596	5.3582 ²⁾	5.527	55.270
X ₃	-0.2606	-1.6781 ²⁾	1.272	-12.720
X ₄	0.1223	2.1776 ³⁾	8.962	89.620
X ₅	-0.0316	-1.0027	-1.311	-13.110
X ₆	0.0796	1.8704 ²⁾	2.837	28.370
X ₇	-0.1192	1.8497 ²⁾	-0.600	-6.000

¹ 0.001 seviyesinde önemli.

² 0.10 » »

³ 0.05 » »

- b. Faktörlerin marjinal verimleri ve marjinal gelirleri incelendiğinde özellikle dekara ait ağaç sayısı, dekar arazi kıymeti, hayvan işgünü faktörlerinin üretime katkılarının daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 10).
- c. Bazı üretim faktörlerinin birbirleri ile ilişkileri etkinlik açısından incelendiğinde, yalnız dönüme ağaç faktörü ile hayvan işgünü faktörlerinin birbirleriyle etkin olarak kullanıldığı diğer faktörlerin ise bu etkinlikte olmadıkları gözlenmektedir (Tablo 11).

TABLO 11. Faktörler bileşimlerinin marjinal etkinlik katsayıları

X _i	X _j	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇
X ₁			0.040	X	1.036	X	6.044	X
X ₂				X	25.730	X	171.000	X
X ₃					X	16.629	X	94.400
X ₄						X	5.764	X
X ₅							X	6.260
X ₆								X

Antep fıstığı üretiminde üretim miktarları ile üretimde kullanılan üretim faktörleri arasındaki ilişkileri araştıran bu çalışmada aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

1. Üretim miktarlarındaki değişmelerin yaklaşık % 90'dan faz-

lası fonksiyona ithal edilen üretim faktörleri tarafından izah edilmektedir.

2. Üretimde kullanılan üretim faktörlerinin üretim elastikiyeti katsayıları toplamı bütün denklemlerde 1 (bir) den büyük bulunmuştur. Bu durum, uzun dönemde üretimde kullanılan üretim faktörlerini % 1 artırılması halinde üretim miktarlarında % 1'den daha büyük artışların elde edilebileceğini göstermektedir. Diğer bir ifade ile, gerek bütün işletmelerde gerekse işletme gruplarında yapılan fonksiyonel analizlerde ölçüğe artan bir getiri bulunmuştur. Kısaca özetlersek Antep fıstığı üretiminde kullanılan üretim faktörleri miktarının artırılması çiftçinin uzun dönemde gelirini artıracaktır.
3. Üretimde kullanılan üretim faktörleri birer birer incelendiğinde, arazi değeri faktörü için ölçüğe artan bir getiri bütün denklemler için söz konusudur. Diğer bir ifadeyle, daha vasıflı topraklar için daha çok verim ilişkisi söylenebilir. Diğer taraftan, dönüme ağaç sayısı arazi değeri, hayvan işgünü, dönüme gübre masrafı faktörlerinin marjinal verimleri ve marjinal gelirleri her denklemde yüksek bulunmuştur. Yani, bu faktörlerin verim üzerinde önemli etkileri söz konusudur. Eğer üretici bu faktörlerden bir birim artırırsa, bu masrafına karşılık elde edeceği gelir bu masraftan büyük olabilecektir.
4. Ancak en önemli konu üretim faktörlerinin üretimdeki kombinasyonlarıdır. Diğer bir ifadeyle, üretimde bulunan üretim faktörleri üretim miktarını müsbet bir yönde etkileyebilecek kombinasyonlarda bulunması icab eder. Yapılan bu çalışmada, faktörlerin pek azı dışında birbirleriyle etkin bir şekilde kombine edilmediği anlaşılmaktadır. Yalnızca, birinci denklemde hayvan işgünü ile dönüme gübre masrafının, dördüncü denklemde de dönüme ağaç sayısı faktörü ile hayvan işgünü faktörlerinin birbirleriyle etkin bir şekilde kullanıldığı, bunun dışında bütün diğer faktörlerin ya birbirlerine göre aşırı veya çok aşırı ya da az bir şekilde kullanıldığı bulunmuştur.

KAYNAKÇA

- Aksöz, İbrahim : «**Teknoloji ve Tarımsal Gelişme**», Prof. Dr. Haydar Furgaç'a Armağan, İstanbul Üni. İktisat Fak. Yayınları No : 339, Sermet Matbaası, İstanbul 1974.
- Aras, Ali : «**Tarımsal Fiyat Politikamız**», Ege Tarım Ekonomisi Dergisi, E.Ü. Z. F. Ziraat Ekonomisi ve İşletme İlimi Kürsüsü Yayın Organı, Cilt 1, Sayı 2, İzmir 1975.
- Castle, Emery, N. : **Adapting Western Kansas Farms to Uncertainty Prices and Yields**, Kansas, Agr. Exp. Sta. Tech. Bul. 75, Manhattan Kansas, February 1954.
- Demir, Nazmi ve Nuran, Bektöre : «**Kalkınma Planlarımızda Tarım Sektörünün Yeri ve Uygulama Sonuçları**», Türkiye Zir. Müh. II. Teknik Kongresi, Kongre Tebliği No : 2, Ankara 8-11 Aralık 1970.
- DİE, **Dış Ticaret Yıllık İstatistik, Seri : 1, Madde ve Memleketler İtibariyle İthalat ve İhracat 1967-1980**, Yayın No : 637-35 sayıları, Ankara, 1980.
- DPT, **Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı**, Ankara 1979.
- Heady, Earl, O. : **Economics of Agricultural Production and Resource Use**, Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, N. J. 1964.
- Kazgan, Gülten : **Tarım Ekonomisi ve İktisadi Gelişme**, İst. Üni. İkt. Fak. Yayın No : 1210/199, İstanbul 1966.
- Kazgan, Gülten : «**Türkiye Ziraatında Belirsizlik : Mahiyeti ve İktisadi Tesirleri**», İst. Üni. İktisat Fak. Mecmuası, Cilt : XX No : 1-4'den ayrı basım, İstanbul 1960.
- Khnight, F.H. : **Risk; Uncertainty and Profit**, Houghton Mifflin Company Boston, Massachusetts, 11921.
- Zoral, Y. Kutlu : **Cobb-Douglas Üretim Fonksiyonunun Yukarı Pasinler Ovasındaki Patates Üretimine Uygulanması**, A.Ü.Z.F. Yayınları No : 148, Ankara 1973.

Perakendeci İşletmelerde Kuruluş Yeri Seçimi Kararları

Doç. Dr. Baybars TEK*

Perakendeci işletmelerin kuruluş yeri seçimine ilişkin araştırmalar endüstrileşmiş ülkelerde büyük gelişmeler göstermiştir. Bu gelişmenin en önemli nedenleri (1) pazarlama (dağıtım) sistemi içinde «büyük ölçekli mağaza» olgusunun ortaya çıkışı ve dolayısıyla «mağaza yeri istemi»nin artışı ile (2) kentleşme sürecinin kazandığı boyutlardır.

Buna karşılık Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde fiziksel olarak mal üretiminin artırılması öncelik kazandığından perakende ticaretin mekânsal konumu savsaklanmış ve onun yerine fabrika kuruluş yeriyle ilgili araştırmalara ağırlık verilmiştir. Kuşkusuz bu arada «üretim» ile perakende ticaret dahil olmak üzere «dağıtım»ın mekânsal yerleşimleri arasındaki bağlantı ve eşgüdümün önemi de gözlerden kaçmıştır. Bu ülkelerde hiper-entansif dağıtım yol açan aşırı derecede rahatsız edici kentleşme (disturbanizasyon) ise, perakende ticaretin yerleşim alanlarıyla birlikte çeşitli kentsel fonksiyonların birbirinin içine girdiği bir görünüm almıştır.¹ Bu tarz bir kentleşme olgusu, perakende ticarete kuruluş yeri seçimi konusunda girişimcilere optimum bir kuruluş yeri bul-

(*) Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü Öğretim Üyesi.

(1) Ö. Baybars Tek, «Retailing in a Developing and mixed Economic System: The Turkish Case», eds: Vrije Universiteit Brussel and European Institute For Advanced Management Studies, Proceedings of the International Symposium on «Distribution Structure and Management» Brussels, 1978.

mak bir yana, normal bir kuruluş yeri için bile seçenek bırakmadığı gibi, önlem alınmadığı takdirde ileride düzeltilemeyecek kadar bozulacak kent dokusu nedeniyle daha da ciddi sorunlar yaratabilecektir. Bu bakımdan sonradan ortaya çıkabilecek sorunlarla hazırlıksız bir biçimde karşılaşmaktansa, şimdiden perakende ticaretin yerleşim ve kuruluş yeri konularında birbirleriyle eşgüdümlü olarak makro ve mikro düzeyde araştırmaların yapılmasında yarar vardır.² Bu araştırmaların mikro düzeyde, «hedef pazar seçimi» ile seçilen hedefe pazara uygun «perakendecilik karışımı» geliştirilmesinden oluşan «perakendecilik yöntemi stratejisi»nde yaşamsal önemi vardır.³ Perakendecilik yönteminin en önemli görevi hedef pazar seçimidir. Çünkü üzerinde tüketicilerin oturduğu mekânı da içeren «hedef pazar» perakendeci işletmenin varlık nedenidir. «Coğrafya»ya da «mekan» pazar dilimlemesinde yararlanılan temel değişkenlerdendir. Coğrafi dilimleme en açık seçik yapılan dilimlemedir.⁴

Perakendeci mağaza kuruluş yeri ve buna ilişkin mekânsal düzenlemeler hem hedef pazar seçimi hem de pazar dilimlemesiyle özdeş etkinliklerdir. Çünkü perakendeci işletme belirli bir coğrafi alandaki fiziksel konumunu, o alandaki tüketicilerin fiziksel konumuna (yerleşimine) göre ayarlar. Mekânsal pazar dilimlemesi işletmelere rekabet karışısında farklı üstünlük sağlama araçlarının en önemlilerinden biridir. Öte yandan, mağaza kuruluş yeri, (fiyat, tutundurma, mal ve yer) veya (mal-hizmet, iletişim ve fiziksel dağıtım) biçiminde ifade edilen perakendecilik karışımının «yer ya da «fiziksel dağıtım» alt karışımının bir elemanıdır.⁵ Perakendeci işletme perakendecilik karışımının bu üç alt elemanını optimal bir biçimde birleştirerek hedef pazarları tatmin etmeye

-
- (2) Ayrıntılar için bkz: Ö. Baybars Tek, Büyük Ölçekli Gıda Perakendeciliğinde Stratejik Kuruluş Yeri Çözümlemeleri ve İzmir Kentinde Amprik Bir Modele Dayalı Kuruluş Yeri Seçimi Araştırması (Basılmamış Doçentlik Tezi). (İzmir: E.Ü. İşletme Fakültesi, Mart 1980).
- (3) Rom J. Markin, Retailing Management: A. Systems Approach, (N. Y.: The Macmillan Co., 1971), s. 39; Louis W. Stern and Adel I. El-Ansary, Marketing Channels, (n. J.: Prentice-Hall, Inc., 1977), s. 60.
- (4) Ronald R. Gist., Basic Retailing, Text and Cases. (New York: John Wiley and Sons, Inc., 1971), s. 65-67.
- (5) Markin, op. cit., s. 40; William Lazer and Eugene J. Kelly, «The Retailing Mix: Planning and Management», Journal of Retailing, Vol. 37, No. 1 (Spring 1961), s. 34-41.

çalışır. Başka bir deyişle, perakendeci karışımını ve bunun ögelerinden «kuruluş yeri»ni manipüle ederek rekabetçi üstünlük sağlamaya çalışır. Bu çabalar aynı zamanda «doğru malın, doğru zamanda, doğru miktarda, doğru fiyattan ve DOĞRU YER'de» bulundurulması olarak ifade edilen perakendecilik yöntemi temel ilkelerinin gereğidir. Perakendecilik karışımı bir işletmenin vurgulamak istediği rekabet türünü belirler. Bu karışımın fiziksel dağıtım alt karışımı içinde yer alan «mağaza kuruluş yeri», uzun süre kalıcılığı olan, özgün, duyarlılığı pazar dilimine göre değişen, uygulamaya konulması güç olduğu gibi misillemesi de zor ve pahalı olan⁶ bir «fiyat - dışı rekabet» ve «farklılaştırma» aracıdır.⁷ Kuruluş yeri taklit edilemeyen en önemli pazarlama değişkenidir. Çünkü belirli bir zamanda belirli bir yeri ancak bir tek mağaza işgal edebilir.⁸ Dolayısıyla, kuruluş yeri değişmez olma özelliği gösterir. Bu nedenle de kuruluş yeri seçildikten sonra uzunca bir süre kontrol edilebilir olma özelliğini kaybeder.⁹

Bu açıklamalardan mağaza kuruluş yerinin (özelliklerinin) güçlü bir rekabet aracı olabileceği gibi, özellikle büyük ölçekli mağazalarda geriye dönüşün çok güç ve pahalı olması nedeniyle çok büyük sorunlara da yol açabilecek bir faktör olduğu sonucu çıkarılabilir. Bu nedenle «kuruluş yeri»yle rekabet işletme kurulmadan çok önce planlanıp, dikkatlice verilmesi gereken bir karardır. Fakat sürekli değişen dinamik dış çevre koşulları nedeniyle perakendeci mağazalar kurulduktan sonra da kuruluş yerlerini ve bununla ilgili kararlarını periyodik olarak gözden geçirmelidirler.

Perakendecilik yönetiminde bu denli önemli kararların sağlıklı bir biçimde alınabilmesi, kuruluş yeri kararlarının amaç, kapsam ve çeşitlerinin bilinmesini gerektirmektedir.

(6) Gist, op. cit., 71.

(7) Ralph Cassady, Competition and Price Making in Food Retailing, The Anatomy of Supermarket Operations, (N. Y.: The Ronald Press Co., 1962), s. 86 - 87.

(8) Raymond, A. Marquandt et al. Retail Management, Satisfaction of Consumer Needs, (Ill : The Dryden Press, 1975), s. 30 - 31.

(9) J. L. Goldstucker, «A Systems Framework For Retail Location» A. M. A. Science, Technology and Marketing, Fall Conference Proceedings, 1966, s. 412 - 429.

Kuruluş Yeri Seçimine İlişkin Kararların Amacı ve Kapsamı :

Perakendeci işletmelerde «YER» ya da «mağaza kuruluş yeri» kararları, aşağıdaki iki nedenle perakendecilik yönetim sistemlerinin işlemesi bakımından son derece önemli kararlardır¹⁰ :

1 — Kâr enbüyükleştirilmesi (maksimizasyonu)

2 — Sosyal amaçlarla ve tüketici çıkarları açısından toplumun etkin bir perakendeci mağazalar ağı« istem»i.

Daha somut olarak, işletmeler yönünden mağaza konum yeri seçiminde dikkate alınacak uygun finansal ve satış amaçları şöyle özetlenebilir¹¹ :

1 — Büyüme için yeterli kâr elde etmek (Belirli bir pazar payı kazanmak veya varolanı korumak : Yenileme, yayılma veya yer değiştirme ya da yeni bir bölgede yeni bir mağaza açmak)

2 — Yeni geliştirilmiş dağıtım donatımı (depolar vb.) yatırımları ve uygun mal sunusu için yeterli kâr elde etmek

3 — Yatırım üstünden doyurucu bir gelir sağlamak

4 — Satış tutarını ve müşteri satış (istem) sayısını artırmak.

Mossman'a göre, perakendecinin amacı, minimum bir satış eşiğine (istem'e) erişmek için müşteriye en büyük (maksimum) servislerin sunulabileceği yerde yerleşmek olmalıdır. Bu düzeyin ötesinde, kârlı mağaza etkinliği (faaliyeti) ile tüketici kolaylığı arasında denge kuran bir konum yeri seçilmelidir.¹²

Gerçekte sistem anlayışı içinde, perakendeci işletme için kuruluş ve konum yeri seçimi, işletme ile pazar fırsatları arasındaki bağlantının son halkasını oluşturur. Kuruluş ve konum yeri çözümlenmeleri pazar fırsatının daha ayrıntılı ve ince bir bi-

(10) Markin op. cit., s. 169; Jarret E. Woods, Desing of A Locational Preference Index For Texas Supermakets (Unpublished Dissertation, University of Texas, 1961), s. 53.

(11) Goldstucker, op. cit., s. 414; Howard L. Green, «The Retailer's Objective in Choosing a Store-Site» ed. Curt Conrblau, Guide to Store Location Research, s. 55.

(12) Frank H. Mossman, Newton Morton., Logistics of Distribution Systems. (Boston : Bacon and Allyn Inc., 1965), s. 229.

çimde incelenmesi demektir. Çünkü perakendeci mağaza kuruluş yeri çözümlemesi doğal olarak pazar yönlüdür. Dolayısıyla, iyi bir kuruluş ve konum yeri seçimi sorunu, tüketiciler, gelirler (satın alma gücü) ve tüketici eğilimleri (tutum ve alışkanlıklar, güdüler vb.) gibi tüketiciye bağlı, karmaşık fakat temel sorunları içerir. Bu nedenle bir mağazanın mal ve hizmet sunusu, mekansal anlamda belirli (veri) veya yeni bulunmuş bir pazar fırsatıyla yeterli bir uyum gösteriyorsa, o işletmenin kuruluş (konum) yeri sorunu çözümlenmiş sayılır. Çünkü perakendeci mağaza kuruluş yeri seçimi sorunu, bir perakendeci mağazayı algılanmış veya yeni bulunmuş pazar fırsatları içine gereken biçimde yerleştirme veya oturtma sorunudur.¹³

Sağlıklı bir kuruluş yeri seçimi kararı, sağlıklı bir perakendecilik strateji ve yönetiminin yerine geçecek değil fakat onu tamamlayacak bir etmendir.¹⁴ Örneğin, iyi bir kuruluş yeri seçilmiş olsa bile, iyi bir yönetim olmayınca müşterilerin kolaylık malları için bile daha çok çaba (enerji), zaman ve para gerektiren uzun mesafelere gittikleri saptanmıştır.¹⁵ Yine bu durumun, bireysel mağazanın sadık müşteriler edinememesi nedeniyle maliyetleri de olumsuz yönde etkilediği kanıtlanmıştır.¹⁶ Dolayısıyla, iyi kuruluş yeri, iyi bir yönetimin yerini alamaz. Gerçekte, kuruluş yeri sorunu hem perakendeciler hem de tüketiciler açısından bir optimizasyon sorunudur. Perakendeci işletmeler pazarladıkları mal ve hizmetler için optimum bir dağıtım ağı, tüketiciler de alışveriş girdileri (inputları) (zaman, para ve enerji) ile alışveriş çıktıkları (outputları) arasında bir denge sağlamaya çalışırlar.

Kuruluş Yeri Seçimi Kararlarının Perakendeci İşletmeler Bakımından Önemi :

Perakendecilik yönetim stratejisi içinde önemli bir rolü olan kuruluş yerinin «uygunluğu» özellikle büyük ölçekli işletmeler ba-

(13) Markin op. cit., s. 120.

(14) Robert D. Entenberg, *Effective Retail and Market Distribution : A Managerial Economic Approach*. (New York : The World Publishing Co., 1966), s. 75.

(15) Coşkun A. Şamlı and Ernest B. Uhr, «The Outshopping Spectrum : Key For Analyzing Intermarket Leakages» *Journal of Retailing*, Vol. 50, (Summer, 1974), s. 70-77.

(16) Kanti V. Prasad, «Correlates of Multistore Foodshopping», *Journal of Retailing*, Vol. 48 (Summer 1977), s. 74-81.

kımından zorunludur. Herşeyden önce, gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerin kentlerinde pazarlar mevcut perakendeci işletmeler ağı ile sarılmış bulunduğundan büyük ölçekli mağazalar için mekân bulmak giderek güçleşmektedir. Bu güçlük yer seçimi konusunda daha bilimsel çalışmaların yapılmasını zorlamaktadır.¹⁷ Ayrıca geleneksel perakendeci mağazalarının çokluğunda olduğu gibi, büyük ölçekli mağazaların sayısındaki artışlar kapasite fazlası ya da atıl kapasite yaratabilir. Atıl kapasite ise ortalama maliyetleri yükselterek daha sıkı bir rekabet faaliyetine neden olabilir.

Bir mağazanın doğru dürüst yerleştirilerek veri bir pazar fırsatından bir dizi gelir elde etmesi bilimsel bir kuruluş yeri çözümlemesini gerektirir.¹⁸ Aksi durumda maliyetler çok artabilir. Şöyle ki, mağaza kuruluş yeri perakendeci işletmenin müşteri çekmek için kullandığı diğer araçları etkiler. Örneğin, kötü bir kuruluş yerindeki perakendeci büyük reklâm ve tutundurma giderlerine katlanmak zorunda kalacak veya hizmetleri artırma veya fiyatları düşürme yoluyla müşteri çekmeye çalışacaktır. Dolayısıyla iyi ya da uygun bir kuruluş yeri gelecekteki bu tür giderleri de azaltıcı bir rol oynar. Ayrıca, bugün büyük ölçekli perakendecilikte kuruluş yerine yapılması gereken yatırımlar çok büyük tutarlara ulaştığından ve perakende kuruluş yeri yatırımları «batık maliyetler»den oluştuğundan,¹⁹ kuruluş yeri seçiminde yapılacak yanlışlıklar çok pahalıya malolabilir. Hatta bir mağaza bir kez bir yere kurulduktan sonra, kuruluş yerinin değiştirilmesi maliyeti, optimum olmayan bir kuruluş yerinde iş yapmanın fırsat maliyetinden daha pahalıya gelebilir.²⁰ Aslında mağaza kuruluş yeri sorunu bir değerlendirme sorunudur. Bu nedenle o da tüm değerler gibi dalgalanma gösterir. Kuruluş yerinin değerini etkileyen kısa ve uzun dö-

(17) Alfred Eisenpris, «An Evaluation of Current Store Location Research» A.M.A. Proceedings, 40th National Conference, New Directions in Marketing, (July 1965), s. 343.

(18) Marquandt, op. cit., s. 104.

(19) L.A. White and J.B. Ellis, «A Systems Construct For Evaluating Retail Market Locations» Journal of Marketing Research Vol. VIII (Feb. 1971), s. 43-46; Phillip Kotler, Marketing Management, Analysis, Planning and Control, 2nd. ed. (New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1977), s. 613.

(20) Markin op. cit., s. 170; Stern and El-ansary op. cit., s. 61-62; Richard L. Nelson, The Selection of Retail Locations, (New York: F. W. Dodge Corporation, 1958), s. 102.

nemli etmenler zaman içinde o yerin değerini artırabilir, azaltabilir veya o denli artırabilir ki perakendecinin gücü artık o yeri tutmaya finansal gücü yetmez olur.²¹

PERAKENDECI MAĞAZA KURULUŞ YERİ KARAR ÇEŞİTLERİ

Kuruluş yeri kararları genellikle yeni (ilk kez) açılacak mağazalarla ilgili çalışmaları kapsar. Ancak tüketici davranışlarındaki değişiklikler veya bir başka neden, bir zamanlar kârlı olan bir satış alanını aniden kârsız duruma düşürebilir. Örneğin, bir semtin oturulabilir özelliğinin kalmaması veya yeni bir karayolunun açılışı tüketici isteminde önemli değişikliklere yol açabilir. Bu nedenle mevcut perakendeci işletmeler de kuruluş yerlerini belirli aralıklarla değerlendirmek durumundadırlar. Yine, kira sözleşmelerinin yenilenmesinde de mevcut kuruluş yerlerinin yeniden değerlendirilmesi gerekebilir.²² Bunun dışında öteki kontrol edilemeyen dış çevre etmenleri, örneğin petrol bunalımları gibi, kuruluş yeri kararlarını önemli ölçüde etkileyebilir.

Perakendeci mağaza kuruluş yeri kararları başlıca şu gruplarda toplanabilir²³ :

- 1 — Yeni (ilk kez) kurulacak (tasarı) mağazalar için kuruluş yeri seçimi kararları,
- 2 — Devir veya satın alınacak mağazalar için kuruluş yeri seçimi kararları (aynı veya başka tür ticaret için),
- 3 — Mevcut zincir mağazalara ek mağaza kurma (yayılma, genişleme vb.),
- 4 — Mevcut bir mağazanın kuruluş yerinin değerlendirilmesi (bırakma ve/veya değiştirme).

(21) Fred M. Jones, Retail Merchandising, (Homewood, Ill: Richard D. Irwin Inc., 1957), s. 103.

(22) Marquandt, op. cit., s. 105; Nelson, op. cit., s. 51.

(23) Stern and El-Ansary, op. cit., s. 62; Jones op. cit., s. 114; Bernard J. Lalonde, Differentials in Supermarket Drawing Power, (E. Lansing, MI: MSU Bureau of Business and Economic Research, 1962), s. 569; Milton Wall, «Eight Store Location Problems Facing Management» Retail Overview, Vol. I (June 1968), s. 48.

PERAKENDECI MAĞAZA KURULUŞ YERİ KARAR ÇEŞİTLERİNE GÖRE KURULUŞ YERİ ÇÖZÜMLEMELERİ

«Pazarlama» yaklaşımına göre, perakendeci mağaza kuruluş yeri seçimiyle ilgili çözümler iki açıdan ele alınabilir²⁴ :

- 1 — Bölgeler arası çözümleme
- 2 — Bölge içi çözümleme.

Bölgeler arası çözümleme, bölgelerin, kentlerin veya daha geniş coğrafi alanların pazar potansiyelinin değerlendirilmesini içeren makro çözümlerdir. Buna karşılık bölge içi çözümleme, sınırları önceden belirlenmiş bir bölgede belirli kuruluş veya konum yerlerinin potansiyellerinin değerlendirilmesini içeren mikro çözümlerdir.

Markin, mağazanın kurulacağı kent ya da toplumun bulunup değerlendirilmesini içeren bölgeler arası çözümlemeyi «pazar fırsatının değerlendirilmesi» olarak, bölge içi çözümlemeyi de «ticaret alanının sınırlarının çizilip, analiz edilmesi ve spesifik konum yeri analizi» olarak nitelemektedir.²⁵

Aşağıdaki tabloda bir perakendeci işletme kuruluş yeri analizinin karşı karşıya kalabileceği olası karar setlerinin taksonomik matrisi (doğal ilişkilere göre sınıflaması) gösterilmiştir.

Perakendeci Kuruluş Yeri Çözümlemecisinin Karşılaşabileceği Değerlendirme Sorunlarının Taksonomik Matrisi

Değerlendirme Tipleri	Kuruluş Yeri Karar Çeşitleri		
	İlk Kez Kuruluş Yeri Seçimi Kararı	Çok Üniteli Yayılma Kararı	Kuruluş Yeri Bırakma veya Değiştirme Kararı
A. BÖLGELERARASI ÇÖZÜMLEME	1	2	3
B. BÖLGE - İÇİ ÇÖZÜMLEME	4	5	6

Kaynak : Stern and El-Ansary, op. cit., s. 63.

(24) David B. Mackay, Consumer Movement and Store Location Analysis (Unpublished Dissertation Thesis), (North Western University -1971), s. 32; Stern and El-Ansary, op. cit., s. 62; Ross L. Davies, Marketing Geography : With Special Reference to Retailing, (Cambridge : Fletcher and Son of Norwich, 1976), s. 260 - 261; Gist, op. cit., s. 80; Philip Kotler, Marketing Decision Making, A Model Building Approach (New York : Holt Rinehart and Winston, Inc., 1971).

(25) Markin op. cit., s. 204.

Tablonun 1., 2. ve 3. hücrelerindeki kuruluş yeri araştırma tipleri, daha çok hangi pazarlara gireceklerini ve hangi pazarlardan çıkacaklarını kararlaştıracak olan işletmeler bakımından önemlidir. Bu hücrelerin spesifik bir konum yeri saptanmasıyla ilişkileri yoktur. Belirli bir konum yeriyle ilgili çözümlenmeler 4., 5. ve 6. hücrelerle ilgilidir.

Normal olarak belli başlı büyük ölçekli mağazalar (bölümlü mağazalar, zincir örgütler, süpermarketler ve alışveriş merkezleri kurucuları ve geniş ölçekli dikey bütünleşmiş sistemler) bu matriksin tüm hücrelerindeki ölçümleme ve çözümlenmeleri yaparlar. Daha küçük çaptaki perakendeciler, yerel girişimciler ve bölge içi zincir örgütler ise genellikle 4., 5. ve 6. hücrelerdeki çözümlenmelerle yetinirler.

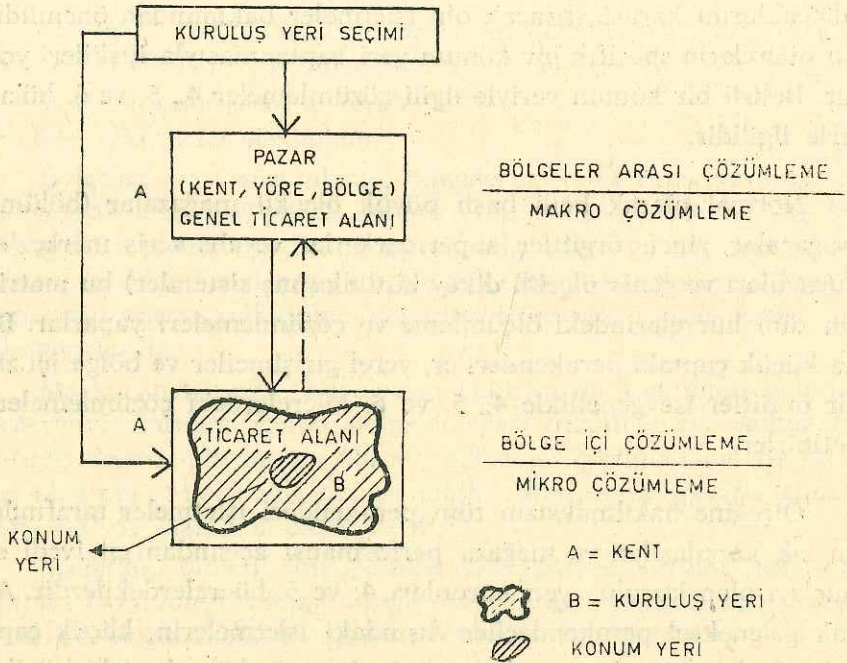
Ölçeğine bakılmaksızın tüm perakendeci işletmeler tarafından en sık karşılaşılan ve mağaza performansı açısından en iyi sonuçları olan kuruluş yeri sorunları 4. ve 5. hücrelerdekilidir. Ancak geleneksel perakendeciler dışındaki işletmelerin, küçük çapta bile olsalar, hiç olmazsa, kabaca, 1., 2. ve 3. hücrelerdeki bilgileri ikinci el kaynaklardan alarak değerlendirmelerinde yarar vardır.

Pratikte büyük işletmeler için kuruluş yeri çözümlenmeleri birbirlerini bütünleyen ve birbirleriyle karşılıklı olarak bağımlı ve eş zamanlı olarak yürütülen iki aşamadan oluşur :

1 — Kent seçimi (genel ticaret alanı çözümlenmesi)

2 — Seçilen kent ya da bölge içindeki daha dar ticaret alanı sınırlarının çizilerek bu sınırlar içinde bir konum yeri seçilmesi.

Bu kuruluş yeri çözümlenmeleri şematik olarak aşağıdaki şekilde gösterilebilir :



Ancak daha ayrıntılı bir çözümleme iki genel aşamadan oluşan kuruluş yeri seçimi sürecinin gerçekte üç ve hatta dört aşamaya kadar uzatılabileceğini gösterir :

- 1 — Genel ticaret alanı (kent) seçimi
- 2 — Ticaret alanı sınırlarının belirlenmesi
- 3 — Ticaret alanı içinde konum yerinin belirlenmesi
- 4 — Konum yerinde mevcut ya da kurulacak mağazanın iç yerleşiminin belirlenmesi.

Küçük ölçekli perakendeciler için de geçerli olmakla birlikte daha çok çağdaş büyük ölçekli perakendeci girişimciler tarafından uygulanan bu mağaza kuruluş yeri çözümlemelerinde çeşitli pragmatik ve kuramsal yöntemlerden yararlanılmaktadır.²⁶ Bugün bu yöntemlerin çoğu bilgisayarlara dayalı olarak kullanılmaktadır.

(26) Tek, loc. cit. de bu yöntemler bütün ayrıntılarıyla ve uygulamalı olarak açıklanmıştır.

Ulusal Ekonominin İthalata Bağımlılığının Ölçülmesinde İthalat Ters Matrisi Yöntemi : Teori ve Türkiye Açısından Kısa Bir Değerlendirme

Doç. Dr. Ersan BOCUTOĞLU*

1. GİRİŞ

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerin karşılaştıkları darboğazlardan biri ve kuşkusuz en önemlisi döviz darboğazıdır (TSE-GAYE 1981, s. 287). Bu ekonomiler iktisadi kalkınmaları için gerekli olan ara ve sermaye girdilerini geniş ölçüde ithalatla karşıladıkları için, ithalatın finansmanında kullanılan dövizin önemi bir kat daha artmaktadır. Gerçekten, hedef alınan kalkınma hızının gerçekleştirilmesi, ara ve sermaye girdilerinin hiçbir tıkanıklığa uğramadan elde edilmesine bağlıdır. Bu tür girdiler ise genellikle ithalatla sağlanmaktadır (SERİN, 195, s. 7).

70'li yılların ilk çeyreğinde ortaya çıkan petrol fiyatlarındaki olağan üstü artışlar «fiyat devrimi» olarak nitelendirilebilecek boyutlara ulaşırken (SERAFY 1979, s. 273), bir yandan petrole yapılan ödemeleri arttırmış, öte yandan üretiminde petrol girdisi kullanan ithal mallarını da o ölçüde pahalılaştırmıştır (BAĞRIAÇIK 1981, s. 11). Bu gelişme «ithal edilmiş enflasyon» kavramını gündeme getirmiştir (CEBULAR - FREWER 1980, s. 615 - 622).

Petrol fiyatlarındaki bu yükselişler, az gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler için zaten kıt bir kaynak olan dövizin, dolayısıyla de ithalatın önemini bir kat daha arttırmıştır. Finansmanı giderek güçleşen ithalatın incelenmesi ve ulusal ekonomilerin ithalata ba-

(*) Karadeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü.

ğımlılığının ölçülmesi son on yılın en güncel konularından biri haline gelmiştir. Porto Rico (WEISSKOFF - WOLFF 1975) ve Sri Lanka (ATHUKORALAGE 1981) çalışmaları bu konuda iki güzel örnek oluşturmaktadır. Türkiye'de de ithalatın incelenmesine ithal ikamesi açısından yaklaşan çalışmalar (ALPAR 1974, SERİN 1975, İBRAHİMOĞLU, 1975, ÇİLLER 1976, ÇİLLER 1977, KORUM 1977, TUNCA 1979) yanında, salt bağımlılık açısından yaklaşan çalışmalar da (YILDIRIM 1978, BOCUTOĞLU 1982) bulunmaktadır.

Bu çalışmanın konusu, ulusal ekonominin ithalata bağımlılığının ölçülmesinde kullanılan ithalat ters matrisi yöntemini teorik olarak tanıtmak, uygulama imkanlarını ve sınırlarını Türkiye açısından gözden geçirmek ve araştırmacıların dikkatini bu yararlı yönetime çekmektir.

2. İLERİYE VE GERİYE BAĞLANTI ETKİLERİ

Özel tüketim, kamu tüketimi, özel yatırım, kamu yatırımı, stok değişimleri ve ihracattan oluşan nihai talepteki bir birimlik artışın, endüstrilerarası yapıda doğuracağı ileriye ve geriye doğrudan ve dolaylı bağlantı etkilerinin ortaya konabilmesi için, ekonomik yapının, belirli varsayımlar altında, girdi - çıktı modelinin kalıbına dökülmesi gerekir (CHURCHMAN 1968, s. 62). Leontief sisteminde ileriye bağlantı etkisi, endüstrilerin herbirinin çıktısına yönelen nihai talep birer birim arttığında, bu talep artışını karşılamak için sistemde yer alan endüstrilerin herhangi bir endüstri malından ne kadar talebedeceklerini gösterir. Geriye bağlantı etkisi ise, herhangi bir endüstrinin çıktısına olan talep bir birim arttığında, o endüstrinin diğer endüstrilerden ne kadar girdi talebedeceğini gösterir. İleriye bağlantı etkisi, Leontief ters matrisinin sıra toplamları, geriye bağlantı etkisi ise sütun toplamları ile ölçülür (HIRSCHMAN 1962, s. 100).

İthalat ters matrisi yönteminin, ithalata bağımlılığın kantitatif olarak ölçülmesinde izlediği mantık aynıdır. Nevar ki bu yöntemde sözkonusu olan, bir birimlik son talep artışı karşısında endüstrilerarası yapının ithalat gereklerini belirlemektir.

İthalat ters matrisi yöntemi, sözkonusu nihai talep artışının doğrudan ve dolaylı ithalat gereklerini de ortaya koyar. Kuşkusuz bu nokta çok önemlidir. Çünkü nihai talebin doğrudan etkileri ya-

nında dolaylı etkilerini de dikkate almayan bir çözümleme yetersiz kalacaktır (POSTNER 1975, s. 4).

3. İTHALAT TERS MATRİSİ YÖNTEMİ

Leontief'in genel denge denklemlerinden hareketle,

$$A = A_d + A_m$$

$$Y = Y_d + Y_m$$

yazılabilir. Burada,

A , toplam girdi katsayıları matrisi, $(m \times m)$

A_d , Yerli girdi katsayıları matrisi, $(m \times m)$

A_m , ithal girdi katsayıları matrisi, $(m \times m)$

Y , Toplam nihai talep vektörü, $(m \times 1)$

Y_d , yerli mallaraya yönelen nihai talep vektörü, $(m \times 1)$

Y_m , ithal mallara yönelen nihai talep vektörü, $(m \times 1)$ dir.

Gayrisafi yurtiçi üretim vektörü X ile gösterilmek üzere $(m \times 1)$,

$$X = [I - A_d]^{-1} Y_d$$

yazılabilir.

F , toplam nihai talep katsayıları matrisi, $(m \times n)$ ve $m \neq n$

C , özel tüketim,

K , sermaye birikimi,

N , stok değişimleri,

G , kamu harcamaları,

E , ihracat,

F_d , yerli mallara yönelen nihai talep katsayıları matrisi, $(m \times n)$

F_m , ithal mallara yönelen nihai talep katsayıları matrisi, $(m \times n)$ olmak üzere,

$$F = F_d + F_m$$

dir.

R , $(m \times m)$ ithalat ters matrisini, D , $(m \times n)$ yerli mallara yönelen nihai talep matrisini gösterebilir. Bu durumda,

$$R = A_m [I - Ad]^{-1}$$

yazılabilir (WEISSKOFF - WOLFF 1975, s. 471 - 472).

Gördüğü fonksiyon bakımından Leontief ters matrisine benzeyen ithalat ters matrisinin başlıca özellikleri şöyle ortaya konabilir (YILDIRIM 1978, s. 121 - 122) :

1. R matrisinin her bir elemanı (r_{ij}) , j endüstrisi ürününe olan nihai talep bir birim arttığında, bu talep artışını karşılayacak üretimin yapılabilmesi için doğrudan ve dolaylı olarak ne kadar i endüstrisi malı ithal edilmesi gerektiğini gösterir.

2. R matrisinin sütun toplamları, j endüstrisi malına olan nihai talep bir birim arttığında doğrudan ve dolaylı olarak tüm endüstrilerin mallarına karşı duyulan ithalat ihtiyacının toplamını verir. Bu toplamlar, nihai talebin ithalatta geriye bağlantı etkileridir.

3. R matrisinin sıra toplamları, tüm endüstrilerin mallarına karşı nihai talep birer birim arttığında, bu talep artışlarını karşılamak için yapılacak üretimin ne kadar i endüstrisi malı ithali gerektireceğini gösterir. Bu toplamlar, nihai talebin ithalatta ileriye bağlantı etkilerini yansıtır.

İthalat ters matrisi yönteminde çeşitli bağımlılık ölçüleri geliştirilmiş bunlar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir :

TABLO 1. Çeşitli Bağımlılık Ölçüleri

1. a) Ara satışlarda ithalatın payı

$$\alpha_1 = \frac{[A_m X]_i}{[AX]_i} \quad i = 1, \dots, m$$

b) Nihai kullanımda ithalatın payı

$$\alpha_2 = \frac{[Y_m]_i}{Y_i} \quad i = 1, \dots, m$$

2. a) Ara girdi alımlarında ithalatın payı

$$\beta_1 = \frac{\sum_i [A_m]_i}{\sum_i A_{ij}} \quad j = 1, \dots, m$$

b) Toplam girdilerde (katmadeğer dahil) ithalatın payı

$$\beta_2 = \sum_i [A_m]_{ij} \quad j = 1, \dots, m$$

3. Nihai ürünün ithal muhtevası (ters matrisin sütun toplamları)

$$\gamma = \sum_i R_{ij} \quad j = 1, \dots, m$$

4. a) Nihai talebin ithalat muhtevası : doğrudan ithalat sızıntısı

$$\lambda_1 = \sum_i [F_m]_{ij} \quad j = 1, \dots, n$$

b) Nihai talebin ithalat muhtevası : dolaylı ithalat sızıntısı

$$\lambda_2 = \sum_i [RD]_{ij} \quad j = 1, \dots, n$$

Kaynak : Weisskoff - Wolff 1975, s. 472, Chart - A.

Çeşitli çalışmalara dayanılarak (CHENERY 1960, MORLEY - SMITH 1970, AHMAD 1980) geliştirilen ithalat ters matrisi yöntemi konusunda daha ayrıntılı bilgi ve uygulama için (WEISSKOFF - WOLFF 1975) e başvurulabilir.

4. KARŞILAŞTIRMALAR

Belirli bir zaman aralığında ulusal ekonominin ithalata bağımlılığını kantitatif olarak ölçmek için en az iki ayrı yılı kapsayan girdi - çıktı tablolarına gerek bulunmaktadır. Tek bir yıla ait girdi - çıktı tablosuna dayanarak ithalat ters matrisi yönteminin uygulanması, statik bir yaklaşım olup, elde edilen sonuçların analitik gücü sınırlı kalır. Amaca en uygun olanı, elde farklı yıllara ait fakat benzer endüstri sınıflandırmasına sahip bir girdi - çıktı tabloları dizisinin bulunmasıdır. Bu tablolar dizisine dayanılarak uygulanan yöntem, ulusal ekonominin belirli bir zaman kesiti içinde, ithalatla olan yapısal ilişkilerini karşılaştırmalı olarak ortaya koyabilir. Böyle bir karşılaştırma kuşkusuz karşılaştırmalı statik karakterde olacaktır (MONTIAS 1976, s. 7).

Uygulamada iki farklı yılın girdi - çıktı tablolarına dayanan uygulamalar yaygındır.

5. SINIRLAR

İthalata bağımlılığın ölçülmesinde, ithalat ters matrisi yönteminin bazı sınırları vardır. Bunlardan birincisi, zaman alıcı ve pahalı olmaları nedeniyle heryıl girdi - çıktı tablolarının hazırlanamayışıdır. Belirli bir zaman kesitindeki yapısal değişimleri aydınlatacak yeteri kadar tablonun bulunmayışı, ithalat ters matrisi yönteminin kaba sonuçlara varmasına yolaçar. Birden fazla girdi - çıktı tablosuna sahip olmayan ekonomilerde ise bu yöntemin uygulanabilme şansı yoktur. İkinci olarak, elde yeteri kadar tablo bulunsa bile ithalatla ilgili istatistiksel verilerin bağımsız bir ithalat akım matrisi düzenlemeye elvermediği durumlarda, yöntem yine uygulama şansını yitirir. Ulusal ekonominin dış ticaretle ilgili istatistiklerinin girdi - çıktı normuna çevrilebilecek şekilde sınıflandırılıp toplanması gerekir. Yeteri kadar bol bulunsa bile, ithalat akım matrisi teşkiline imkan verecek ayrıntılardan yoksun istatistiksel verilerin, amaca hizmet edemeyeceği ve yöntemin uygulanmasını sınırlandıracağı açıktır.

Endüstrilerarası modeller yardımı ile güvenilir sonuçlara varmanın temel koşulu sağlam ve ayrıntılı istatistiksel verilere dayanmaktadır (ÖNEY 1977, s. 152).

Üçüncü sınırlama ise, elde bulunan girdi - çıktı tablolarında yer alan endüstri sayılarının ve muhtevalarının farklı oluşudur. Bu sınırlama özellikle gelişmekte olan ülkeler için doğrudur. Ulusal ekonomiler başlangıçta hem tecrübesiz oldukları hem de ekonominin yapısal özelliklerini yansıtan veriler yetersiz olduğu için, yüksek oranda tümleme (aggregation) ihtiva eden az sayıda endüstri ile tablo hazırlamaya başlarlar. Tecrübe ve veri düzeyi giderek yükseldikçe, hazırlanan tabloların tümleme düzeyi düşer ve endüstri sayısı çoğalır. Bunun doğal bir vargısı olarak ta, belirli bir zaman kesitinde elde bulunan tablolar farklı endüstri sayısı ve muhtevalarına sahip olurlar. Yapısal değişmelerin karşılaştırmalı olarak incelenmesi gerektiğinde, mevcut tabloların belirli bir endüstri sayısı etrafında yeniden tümlenmesi gerekir ki, endüstri sayısı, kaçınılmaz olarak, elde bulunan ilk tablonun sahip olduğu endüstri sayısını aşamaz. Bu durum da yöntemin uygulanmasına ciddi bir sınırlama getirir.

6. SINIRLAR ve TÜRKİYE

İthalat ters matrisi yönteminin yukarıda ana hatlarıyla açıklanmaya çalışılan üç ana sınırlaması Türkiye açısından gözden geçirilirse aşağıdaki sonuçlara varılır : Türkiye 1963 - 1984 döneminde başlıca beş girdi - çıktı tablosu hazırlamıştır. Hepsisi de ex - post karakterli olan bu tablolar, 1959, 1963, 1967, 1968 ve 1973 girdi - çıktı tablolarıdır. Görüldüğü gibi petrol fiyatlarındaki artışların ithalata bağımlılığı büyük ölçüde arttırdığı 1973 - 84 döneminde tablo hazırlanamamış olup, 1979 yılını baz alarak hazırlanmaya başlanan tablonun bittiğine dair herhangi bir haber bize ulaşmamıştır. 1959 yılında hazırlanan ilk tablo bir kenara bırakılacak olursa 1963 - 84 döneminde, Türkiye ekonomisinin yapısal değişmesini analize yetecek kadar girdi - çıktı tablosu elde bulunmamaktadır. Özellikle 1973 - 84 dönemindeki kesinti dikkat çekicidir.

Türkiye'de hazırlanmış olan beş girdi - çıktı tablosuna dayanılarak ithalat akım matrisleri düzenlemek mümkündür. Ancak burada da başlıca iki sorun dikkati çekmektedir. İlk olarak Türkiye'de hazırlanan girdi - çıktı tablolarında ithalatı gösterme yöntemleri tablodan tabloya değişmektedir (BOCUTOĞLU 1984, s. 56). Bu uygulama ithalat akım matrisleri arasındaki karşılaştırmayı güçleştirmektedir. İkinci olarak, hazırlanan ithalat akım matrisleri arasında tutarsızlıklar göze çarpmaktadır. Özellikle 1973 yılı girdi - çıktı tablosuna ek olarak DPT ve DİE tarafından düzenlenen ithalat akım matrisleri arasında büyük farklar bulunmaktadır. Bu farklar ithalat ters matrisi yönteminin uygulamasını güçleştirmektedir (DPT 1977, ÖZÖTÜN - UYAR 1979, BOCUTOĞLU 1984, s. 66, 67).

Türkiye girdi - çıktı tablolarının bir başka özelliği de, her bir tablonun farklı endüstri sayısına sahip oluşudur. 1959 tablosu 15, 1963 tablosu 37, 1967 tablosu 37, 1968 tablosu 50 ve 1973 tablosu 64 endüstriyi kapsamaktadır. Endüstri sayılarının farklı oluşu, yapısal karşılaştırmalarda tümlene sorununu gündeme getirmektedir. Bütün tabloların karşılaştırılması durumunda endüstri sayısı, en az endüstriyi kapsayan 1959 tablosunun endüstri sayısı olan 15'i geçemeyecektir. Endüstri muhtevalarının da birbirinden farklı olduğu düşünülürse, Türkiye girdi - çıktı tablolarının ithalat ters matrisi yönteminin uygulanmasına ciddi sınırlar getirdiği muhak-

kaktır. Bu nedenle Türkiye uygulamaları sadece 1968 ve 1973 yıllarını kapsamaktadır.

7. SONUÇ

İthalat ters matrisi yöntemi endüstrilerarası iktisadın güçlü analitik aletlerinden biridir. Girdi - çıktı modeli yardımı ile dış ticaretin incelenmesinde yeni boyutlar ortaya koymuştur. Ancak her analiz yönteminde olduğu gibi ithalat ters matrisi yönteminde de bazı sınırlamalar vardır. Bunlardan bir kısmı bizzat girdi - çıktı modelinin temelinde yatan varsayımlardan kaynaklanmaktadır. Bu varsayımlara yöneltilen eleştiriler, ithalat ters matrisi yöntemi için de geçerlidir. Yöntemin sınırlarından bir kısmı da uygulamada ortaya çıkmaktadır. Ulusal ekonomide düzenli aralıklarla girdi - çıktı tablolarının hazırlanamayışı, ithalatla ilgili istatistiksel verilerin yetersizliği yanında gerekli ayrıntılara sahip olamayışı ve nihayet tablolardaki endüstri sayılarının ve kapsamalarının farklı oluşu gibi sorunlar bu arada zikredilebilir.

İthalat ters matrisi yöntemi, diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de uygulama alanı bulmuştur. Ancak Türkiye'deki uygulamalar yukarıda belirtilen sınırlamaların hemen tamamını bünyesinde taşımaktadır. İktisadi kalkınmasını plana bağlamış bütün ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de endüstrilerarası iktisadın bütün analiz teknikleri büyük ağırlık taşımaktadır. Bütün sınırlamalarına rağmen, ulusal ekonominin ithalata bağımlılığının analizinde ithalat ters matrisi yöntemi güçlü bir alet olarak yer almaktadır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

AHMAD, J. (1978), *Import Substitution, Trade and Development*, Jai Press, Greenwich.

ALPAR, C. (1974), *Türkiye'nin Planlı Dönemde İmalat Sanayiini Koruyucu Dış Ticaret Politikası*, AİTİA Yay. No : 74, Ankara.

ATHUKORALAGE, P. (1981), «Import Substitution, Structural Transformation and Import Dependence: A Case Study of Sri Lanka» *The Developing Economies*, Vol : XIX, No : 12.

BAĞRIACIK, Atilla (1981), «Gelişen Dünya Ekonomik Koşulları ve Türkiye'»

- de İhracatın Önemi» Türkiye II. İktisat Kongresi, Dış Ekonomik İlişkiler Komisyonu Tebliğleri, DPT : 1783, Ankara.
- BOCUTOĞLU, Ersan (1982), Türkiye'de İthalatın Çözümlemesinde Endüstrilerarası Yaklaşım : Girdi-Çıktı ve Doğrusal Programlama Modelleri İle Bir Uygulama, (Basılmamış Doçentlik Tezi), Trabzon.
- , ———, (1984), «Girdi-Çıktı Tablolarında İthalatı Gösterme Yöntemleri ve 1973 Türkiye Uygulamasının Değerlendirilmesi» Karadeniz Üniversitesi Dergisi, (İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi), Cilt : 1, Sayı : 1, Trabzon.
- CEBULA, R. J., FREWER, M. (1980), «Oil Imports and Inflation : An Empirical International Analysis of the 'Imported Inflation' Thesis» *KYKLOS*, Vol : 33, No : 4.
- CHENERY, H. B. (1960), «Patterns of Industrial Growth» *American Economic Review*, Vol : 50.
- CHURCHMAN, C. W. (1968), *The System Approach*, Dell Publishing Co., New York.
- ÇİLLER, Tansu (1976), Türk Sanayiinin Büyümesindeki Kaynaklar : İthal İkamesi, İhracat ve İç Talep (Basılmamış Doçentlik Tezi), İstanbul.
- , ———, (1977), Türk Sanayiinde İthal İkamesi ve Koruma Politikası 1963-1974, 4 Cilt, İKV Yay. No : 2/I, 2/II, 2/III, 2/IV, İstanbul.
- DPT (1977), Dördüncü Beş Yıllık Plan Modeli ve Yan Çalışmaları, Ek Tablolar, DPT : 1602, İPD : 401, Ankara.
- HIRSCHMAN, A. O. (1962), *The Strategy of Economic Development*, New Heaven and London, Yale University Press.
- İBRAHİMOĞLU, E. (1975), «Kalkınma Stratejisi Olarak İthal İkamesi ve Sorunları» Cumhuriyetin 50. Yılında Türkiye'de Sanayileşme ve Sorunları Semineri, SBF Yay. No : 382, Ankara.
- KORUM, Uğur (1977), Türk İmalat Sanayii ve İthal İkamesi : Bir Değerlendirme, SBF Yay. No : 408, Ankara.
- MONTIAS, J. M. (1976), *The Structure of Economic Systems*, Yale University Press, New York.
- MORLEY, S. A., SMITH, G. W. (1970), «On the Measurement of Import Substitution» *American Economic Review*, Vol : 60, No : 4.
- ÖNEY, Erden (1977), İktisadi Planlama, SBF Yay. No : 406, Ankara.
- ÖZÖTÜN, E., UYAR, Ş. (1979), Türkiye Dış Alım Akım Tablosu 1973, DİE Yay. No : 884, Ankara.
- POSTNER, H. H. (1975), *Factor Content of Canadian International Trade : An Input-Output Analysis*, Economic Council of Canada, Ottawa.

- SERAFY, EL SALAL (1979), «The Oil Price Revolution of 1973-1974» *The Journal of Energy And Development*, Vol: 4, N: 2, World Bank Series No: 119.
- SERİN, Necdet (1975), *Dış Ticaret ve Dış Ticaret Politikası: 1923-1973*, SBF Yay. No: 388, Ankara.
- TSEGAYE, Asrat (1981), «The Specification of The Foreign Trade Multiplier for a Developing Country» *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol: 43, No: 3.
- TUNCA, Zafer (1979), *Türkiye İmalat Sanayiiinde İthal İkamesi ve Gelişmenin Kaynakları: 1965-1975*, (Basılmamış Doçentlik Tezi), İstanbul.
- WEISSKOFF, R., WOLFF, E. (1975), «Development and Trade Dependence: The Case of Porto Rico, 1948-1963» *Review of Economic and Statistics*, Vol: 57, No: 4.
- YILDIRIM, Nuri (1978), «Türkiye Ekonomisinin İthalata Bağımlılığı: 1968 ve 1973 Yılları» *ODTÜ Gelişme Dergisi*, No: 20, Yaz.

Gelir Dağılımında Dilimiçi Eşitsizlik ve Ortadireğin Konumu Hakkında

Yrd. Doç. Dr. Hasan Işın DENER*

I. ORTADİREK : KONUM

Türkiye'nin siyasî yaşam terminolojisine 'ortadirek' sözcüğü-
nün girişinden itibaren bir yıldan fazla bir zaman geçmiş olması-
na rağmen, bu kavrama ilişkin tartışmalar, hâlâ canlılığını koru-
maktadır. Çünkü içeriği hususunda dahi tam bir somutlaşma ol-
mamasına karşın, bu sözcük yardımıyla gündeme gelen konu, eko-
nomimizin temel sorunlarından biridir; ülkedeki gelir dağılımının
göreceli eşitsizliğidir.

Ortadireğin kimlerden oluştuğu ve kimlerin ortadirekten sa-
yılmayacağı hakkında sürüp giden tartışmalar zaman süreci için-
de gözlemlendiğinde, bu kavrama uyan birey niteliğinin belli birtakım
sosyo - ekonomik ve meslekî gruplarla sınırlandırılmayacak bir
boyutta algılanmağa başlandığı ve bu algılamamanın, siyasî yelpaze-
nin her kesimince paylaşılma durumunda olduğu anlaşılmaktadır.
Kavram mücadelesi ve dolayısıyla kargaşasından ortaya çıkan bir
tanım kalıbına dökmeye çalıştığımızda ise, sanki şöyle bir izlenim
uyanmaktadır : Ortadirek o insan veya o hanehalkıdır ki, eşitsiz
gelir dağılımı çerçevesinde durumu bozulmaya en fazla yüz tut-
muştur ve bu itibarla, yaşamının acilen daha tatminkâr düzeylere
getirilmesi gerekmektedir.

II. GELİR DAĞILIMI : DİLİMİÇİ EŞİTSİZLİK

Gelir dağılımı eşitsizliğinin iktisadî analizi sözkonusu olduğun-
da çoğunlukla, ya genelde, ya hanehalklarının ve bireyleri-

(*) Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü Öğretim Üyesi.

nin demografik ve diğer sosyo - ekonomik özelliklerine, mesleklerine, işlerindeki mevkilerine, çalıştıkları iktisadî faaliyet kollarına, eğitim düzeylerine, elde ettikleri gelirin türlerine, yaptıkları tüketim harcamalarının çeşidine ve benzerlerine nazaran, ya da bölgelere göre yapılan ölçümler, dayanak olarak alınır. Bu arada, herbir gelir dilimi içerisindeki hanehalkı gelirlerinin de (diğer gelir dilimlerindeki gelirlere göre karşılaştırmalı) bir 'eşitsizlik derecesine' sahip oldukları hususu, tabiatıyla doğrudan ilgi çekmez ve onun ölçümüyle uğraşılmaz.

Oysa ki ortadirek kavramının oluşumu, dikkat edilirse, böyle bir yaklaşımı da ekonomik tartışma bazına sokmaya başlamaktadır. Diğer bir deyişle bizi, mevcut gelir dağılımı çerçevesinde, herbir gelir grubunun ekonomik pastadan nasiplenisindeki göreceli eşitsizliğin de düşünülmesine itmektedir. O halde, gelir dilimlerinin herbirindeki gelir dağılımı eşitsizliğinin ölçülmesini ve ölçülen eşitsizlik derecelerinin birbirleriyle karşılaştırılmasını sağlayabilecek basit bir göstergenin geliştirilmesine gerek vardır.

Hanehalkı (veya kişi) düzeyinde gelir dağılımı verilerinin toplandığı istatistiklerin tablosal gösterimlerinde, alt ve üst sınırları itibarıyla gelir dilimleri, herbir gelir dilimine düşen hanehalkı veya kişi sayısı ve herbir gelir dilimindeki hanehalkı veya ferdlerin elde ettikleri toplam gelir asgarî bilgisi mevcuttur. Bu tablo düzeni gözönüne alınarak, sözkonusu göstergiyi elde etmeye yönelik aşağıda özetlenen kaba yaklaşım, önerilebilir.

III. DİLİMİÇİ EŞİTSİZLİK : BASİT BİR GÖSTERGE

Gayet basit bir akıl yürütmeyle, eğer bir gelir dilimindeki gelir tamı tamına eşit dağılmışsa, o gruptaki ortalama (yani kişi veya hanehalkı başına) gelir, grubun aritmetik orta noktasının değerine eşit olacaktır. Buna mukabil gelir dağılımı ne derecede eşitsiz ise, bir gelir grubundaki ortalama gelir, grubun orta noktasından o ölçüde daha küçük çıkacaktır. Dolayısıyla bir gelir dilimindeki ortalama gelirin onun orta noktasından olan mesafesi, bir 'eşitsizlik göstergesi' oluşturacaktır.¹

(1) Bu yaklaşımın, gelir dağılımı araştırmalarındaki dağılım yaklaşımlarından olan farkına ilişkin, örneğin bakınız : Devlet Planlama Teşkilatı : Gelir Dağılımı 1973, s. 284 vd., ve konuya ilişkin daha eski kavramlar için bakınız : Barna, Tibor : Redistribution of incomes through public finance in 1937, Oxford University Press, Londra, 1945, s. 5 vd. ve s. 272 vd.

Ancak, değinilen türde bir ölçütün birden fazla gelir diliminin karşılaştırılmasında kullanılabilmesi için, dilimlere özgü bütün sınıf aralıklarının birbirlerine eşit olmaları gerekir. Pratikte ise, ilgili hamverilerden baştan sona eşit sınıf aralıklı gelir dilimlerine göre gelir dağılımı tabloları türetmek, pek alışılmış bir yaklaşım değildir; çünkü fazla anlamlı olmayabilir. Gelir dağılımı araştırmalarının sonuçları derlenirken, çoğunlukla, küçük gelirlere teka-bül eden gruplar küçük sınıf aralıkları ayrıntısında bulgulanırlar ve gelir yükseldikçe, tablolardaki dilimlerin aralıkları kademe kademe büyütülür. Aksi halde, gruplamada lüzumsuz (ve analitik açıdan enteresan olmayan derecede) ayrıntıya inilmiş olacaktır.

Aralıkları birbirlerinden farklı gruplar arasında bu yönden bir karşılaştırma yapabilmeyen en basit yolu, herhangi bir orta noktanın ortalama gelirden farkını, ait olduğu gelir diliminin sınıf aralığına bölmektir. Böylece herbir dilimin eşitsizlik göstergesi, 'birim sınıf aralığı başına' standardize edilmiş olacaktır. Ayrıca, ilk değinilen basit göstergenin ancak para birimi cinsinden (yani ölçüğe bağımlı) ifade edilebilmesine karşın, sınıf aralığına bölümlü standardize gösterge seçeneği, ölçekten bağımsız bir sayısal değer olarak hesaplanabilmektedir.

Diğer taraftan, standardize göstergenin teorik sınır değerleri de vardır. Bir kere, grup orta noktasının ait olduğu dilimdeki gelir ortalamasından daha büyük olması nedeniyle gösterge, negatif çıkamaz; eşit gelir dağılımı durumunda 0 olur. Buna mukabil, en eşitsiz gelir dağılımında ilgili gelir dilimindeki ortalama gelir, (teorik olarak) onun alt sınırına özdeş çıkacaktır. Bu durumda orta noktanın grup alt sınırından uzaklığı, tanım gereği, paydayı teşkil eden grup aralığının yarısı kadardır. Dolayısıyla, önerilen standardize göstergenin (en eşitsiz gelir dağılımına işaret eden) üst sınırı, 0,5'tir.

Demek oluyor ki, belirtilen göstergenin değeri ne kadar 0'a yakınsa, ilgili gelir dilimindeki gelir dağılımı o kadar eşite yakın, buna mukabil ne kadar 0,5'e yakınsa, ilgili gelir dağılımı da o kadar eşitlikten uzaktır. Öte yandan, bir göstergenin değişimine özgü alt ve üst sınırların 0 ve 1 olmaları halinde, insanoğlunun, (elde edilecek ampirik bulgulara ilişkin) daha rahat yargılara varma eğitim alışkanlığı gözönünde tutularak, önerilen göstergeyi her defasında

2 ile çarparak kullanmak, sakıncalı olmayacağı gibi uygun da bulunabilir.

Sonuç olarak, 0 ile 1 sınırları arasında değişim gösterecek göstergemizi, (bir uzaklık ve dağılım ölçütü olduğunun anımsanması yönünden) D simgesi ile niteleyerek, yukarıdaki tanımı herhangi bir k gelir dilimi için formülle sembolize edelim! Eğer dilime düşen toplam gelire G, o geliri kazanan hanehalkı (ya da kişi) sayısına H, dilimin alt sınırına L ve üst sınırına U dersek, D,

$$D_k = \frac{\frac{G_k}{H_k} - \frac{L_k + U_k}{2}}{U_k - L_k} \cdot 2 \quad (1)$$

şeklinde yazılabilir.

IV. UYGULAMA : KENTSEL YERLER ANKETİ

Türkiye'de, ülke çapındaki (ve sonuçlarının kullanıcının istifadesine sunulması tamamlanmış olan) son gelir dağılımı çalışmalarından biri, 1978 -1979 Kentsel Yerler Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi'dir. Kentsel Yerler Tüketici Fiyatları İndeksi'ne baz teşkil eden bu çalışmanın tabloları, Türkiye geneli, Ege ve Marmara, Akdeniz, İç Anadolu, Karadeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri (ve ayrıca, özel fiyat indekslerinin hesaplandığı 14 seçilmiş şehir) için yayınlanmıştır.²

Tablo 1, anketin Türkiye geneli bulgularından hareket ederek, herbir gelir dilimi için, formülü (1)'de verilen gösterge hesabı sonuçlarını % olarak (yani 100 ile çarpılmış halleriyle) yansıtmaktadır. Tabii o günün gelir grubu sınırları, bugünün fiyatlarıyla bize oldukça yabancı gelmektedir. Ne var ki, aynı anketi baz olarak alan kentsel yerler fiyat indeksinin yayımlanmış en son değeri Eylül 1984'e ait olup, ankete özgü gelir dilimi sınırlarının 8,58 defa daha büyütülmesi gerektiğini açıklamaktadır.³ Bu nedenle, Tab-

(2) Kullanacağımız, Türkiye geneli ve 5 bölge sonuçlarını içeren yayın, şudur : Devlet İstatistik Enstitüsü : Kentsel Yerler Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anket Sonuçları, 1978 -1979, Yayın 999, Ankara, Temmuz 1982.

(3) Karşılaştığımız; Devlet İstatistik Enstitüsü : Toptan Eşya ve Tüketici Fiyatları Aylık İndeks Bülteni, Eylül 1984, Ankara, Kasım 1984, s.12,

Tablo : 1

**Türkiye (Kentsel Yerler, 1978 - 1979)
Gelir Dilimlerine Göre D Sonuçları ve
İlgili Sıra Sayıları**

Gelir grupları	Eylül 1984 fiyatlarıyla gelir grupları üst sınırları	D (%)	D'lerin sırası
0 — 1999	0	18,4	2
2000 — 2999	17160	20,8	4
3000 — 3999	25740	20,0	3
4000 — 4999	34320	28,0	8
5000 — 5999	42900	38,6	12
6000 — 6999	51480	41,2	13
7000 — 7999	60060	35,2	10
8000 — 9999	68640	24,5	6
10000 — 11999	85800	36,7	11
12000 — 13999	102960	31,3	9
14000 — 15999	120120	11,4	1
16000 — 17999	137280	22,7	5
18000 — 19999	154440	26,5	7
20000 — 24999	171600	43,0	14
25000 — 29999	214500	45,1	15
30000 — 34999	257400	54,0	18
35000 — 39999	300300	48,8	16
40000 — 49999	343200	53,2	17
50000 — 99999	429000	60,8	19
100000 +	858000	—	—

lo 1'in 2. sütununda, grupların güncel fiyatlara dönüştürülmüş alt sınırları da belirtilmiştir. Oradan görüleceği üzere endüyük gelir dilimi, Eylül 1984 fiyatlarıyla aylık geliri 17160 TL.'na kadar olan hanehalklarını kapsamakta ve cem'an 19 gelir grubu, aylık geliri 858000 TL.'na kadar olan hanehalklarının gelir dağılımı ayrıntısını vermektedir.

Bugün için de aylık geliri 858000 TL.'ndan fazla olan hanehalklarının en üst grubu oluşturması normaldir. Şüphesiz ki, üst sınırı bilinmeyen açık grubun aritmetik orta noktası belli olmayacağından, en üst dilime (1)'i uygulamaya imkan yoktur; ancak en üst gelir grubu içerisindeki gelir dağılımı da, amacımız yönünden herhalde çok ilgi çekici değildir.

Tablo 1'in 4. sütununda, gelir dilimlerine göre hesaplanmış D göstergelerinin küçükten büyüğe sıralarını ortaya koyan sıra sayıları vardır. Bu sıra sayıları, hem gelir dilimleri arasında yapılabilecek karşılaştırmaları kolaylaştırmakta, hem de bazı analitik araçların kullanımını sağlayan temel verileri oluşturmaktadır.

V. COX - STUART : DİLİMLERARASI KARŞILAŞTIRMA

(1)'de önerilen gösterge kaba bir yaklaşım olarak kabul edildiği taktirde D'yi, (mutlak bir ölçüt olmaktan ziyade) gelir dağılımının göreceli eşitsizliği yönünden gelir dilimlerini sıralamaya tabî tumamızı sağlayacak bir araç olarak düşünmemiz yeterlidir. Zaten bu tür bulgular, bir gelir dağılımı politikasının (örneğin vergi iadesi veya gelir vergisi dilimlemelerinin) yardımcı kıstasları olarak kullanılacak olsalar, politik karar verici ya da teknisyenin merak edeceği husus, yalnızca bir sıralamanın getireceği sonuçtur. Kaldı ki, gelir dağılımı anketlerinin (yapıldıkları dönemin özelliklerinden, örnekleme ve beyan hatalarına kadar) birçok nedenlerden gelen güvenirlilik derecesi yitimleri de, analitik yaklaşımlar için bir oran ölçeği oluşturan D'ler yerine, onlardan türetilmiş ve daha az duyarlı ordinal ölçek kullanma eğilimine bir gerekçe teşkil edebilir.

Tablo 1'deki sıra sayılarına baktığımızda, genellikle, gelir grubu yükseldikçe dağılım eşitsizliği de artıyor gibi bir izlenim uyanmaktadır. Bu izlenimin doğruluk derecesini Cox - Stuart parametrik olmayan testi ile sınamamız mümkündür.

Cox - Stuart testi, belli bir kıstasa göre küçükten büyüğe sıralanmış bir dizide (yani buradaki gelir grupları dizisinde), ona tekabül eden değişkenin değerleri açısından (yani burada D göstergesine ait sıra sayıları bakımından) anlamlı bir trend olup olmadığını ve trendin yönünü belirler.⁴ Bunun için ilgili değişken değerleri serisi, iki veya daha çok eşit parçaya bölünür; ve sonra, ilk ve son parçanın rakamları, birinciden sonuncuya doğru aşağıda anlatıldığı şekilde karşılaştırılır.

(4) Anlatılan yöntemle ilişkin açıklamalar için bakınız; Bradley, James V. : Distribution-free statistical tests, Prentice-Hall Inc., New Jersey, 1968, s. 174 vd. ve ayrıca, Sachs, Lothar : Statistische Auswertungsmethoden, 3. bası, Springer-Verlag, Berlin, 1972, s. 296.

Diyelim ki, ilk parçanın ilk verisi (yani dağılımın ilk verisi) X_1 ve son parçanın ilk verisi de X_{t+1} olsun! Bu durumda, (eşit olarak alınan) parçalardaki veri sayıları k ise, bütün

$$X_{t+k} - X_k < 0 \quad (2)$$

farklarının 0'dan küçük veya büyük oldukları tesbit edilir. Bu farkların kaçının pozitif (veya isteğe göre negatif) olduğunu belirten sayıya S , dizideki veri sayısına da n dersek, belli bir güvenilirlik olasılığında (tablo değeri ile karşılaştırılmak üzere) ampirik z ,

$$z = \frac{\left| S - \frac{n}{6} \right| - 0,5}{\sqrt{\frac{n}{12}}} \quad (3)$$

formülünden hesaplanabilir. İfadedeki 0,5 (bizim durumumuzda da sözkonusu olduğu gibi), 30'dan az veriye sahip dağılımlara özgü Yates düzeltmesidir.

Burada, Tablo 1, 4. sütündeki dağılımı sadece iki eşit parçaya ayırarak Cox - Stuart testini, bazı verileri atlamadan kullanmak suretiyle uygulayalım! $n = 19$ olduğundan, atılması gereken tek rakamı da, (aynı zamanda en büyük sıra sayısı ve dolayısıyla kendisiyle karşılaştırılacak herhangi bir sıra sayısından farkı zaten mutlaka + olacak olan) son sıra sayısı olarak tesbit edelim! Bu durumda, pozitif farkların adedini veren $S = 7$ 'ye göre hesaplanan test sonucu (Tablo III'ten görüleceği üzere) 3,04 çıkmakta ve % 1'den büyük bir anlamlılık seviyesinde, gelir dilimi yükseldikçe dilimin içinde göreceli olarak artan bir gelir dağılımı eşitsizliğinin varlığına işaret etmektedir.⁵ Diğer bir anlatımla, orta - alttan orta - üst gelir dilimlerine doğru tedricen artan bir dilimiçi gelir dağılımı eşitsizliği görülmektedir.

(5) Buradaki ve bundan sonra gerekecek istatistiksel tablolar için, örneğin bakınız; Abramowitz, Milton, Irene A. Stegun (Hazırlayan): Handbook of mathematical functions with formulas, graphs and mathematical tables, National Bureau of Standards Applied Mathematical Series 55, Washington D.C., Haziran 1964, s. 966 vd.

Buradaki bulgunun saptırılmaması bakımından hemen işaret edelim ki, bulunan sonucun, Türkiye'deki gelir dağılımı eşitsizliği hakkında hiçbir belirgin mesajı yoktur. Çünkü, bilindiği gibi eşitsizliğin genel düzeyi, gelir dilimlerinin 'içindeki' değil, 'arasındaki' dengesizlikle ölçülür. Bu sonuç, olsa olsa 'ortadirek' gelir sınıflarının 'sınıflarına özgü' gelirleri elde etme yönünden daha büyük güçlüklerle karşılaştıklarına ilişkin bir delil sunabilir ve böylece, belki, başta verilen 'ortadirek' sezgisel tanımının geçerliğini vurgulayabilir.

VI. SPEARMAN VE COX - STUART : BÖLGELERARASI DİLİM KARŞILAŞTIRMASI

1978 - 1979 Kentsel Yerler Hanehalkı Anketi, aynı kapsamdaki verileri Türkiye'yi ayırdığı 5 bölgeye göre verebildiğinden, bütün bölgelerdeki tüm gelir dilimleri için D'lerin ve onlardan türetilen sıra sayılarının hesaplanması, ilginç karşılaştırma olanakları yaratabilir. Bölge düzeyine indiğimizde veri kapsamlarında görülebilecek tek değişiklik, Türkiye toplamındaki 50000 - 99999, 100000 + gruplarının tek bir 50000 + (Eylül 1984 fiyatlarıyla 429000 +) diliminde birleştirilmiş bulunmasından ibarettir.

Tablo 2, bölgelere göre D değerlerini ve onlara tekabül eden diziiçi ve dizilerarası sıra sayılarını sergilemektedir. Sıra sayıları incelenirken, sıra sayıları türetimine ilişkin şöyle bir hususun hatırlatılmasında yarar olabilir : Eşit verilerin sıra sayıları, onlar eşit değil de birbirlerini takip eder olsalardı, onlara izafe edilmesi gereken sıra sayılarının aritmetik ortalamasıyla ifade edilmektedir.⁶

Tablo 2'deki diziiçi sıra sayıları, ilk bakışta, gelir dilimleri içerisindeki gelir eşitsizliğinin bütün bölgelerde benzer bir dağılıma sahip olduğu izlenimini vermektedir. Bu izlenimin doğruluğunu sınamanın yollarından biri, bölgelere ilişkin sıra sayıları arasında çiftler çiftler Spearman korelasyon katsayılarını bulmaktır.

(6) Gerekeşi yönünden, bakınız : Mills, Richard L. : Statistics for applied economics and business, Kogakusha Ltd., Tokyo, 1967, s. 350.

Tablo : 2

Türkiye (Kentsel Beş Bölge, 1978 - 1979)
Gelir Dilimlerine Göre D Sonuçları ve
İlgili Sıra Sayıları

Gelir grupları	D (%)				
	I	II	III	IV	V
0 — 1999	29,8	1,0	13,8	10,8	23,3
2000 — 2999	17,0	26,6	21,2	15,8	26,8
3000 — 3999	13,4	20,2	19,4	35,0	37,8
4000 — 4999	24,4	31,0	27,0	24,4	39,4
5000 — 5999	40,0	36,2	35,0	28,4	46,8
6000 — 6999	38,4	46,8	39,4	31,0	53,2
7000 — 7999	27,8	43,8	43,0	36,0	40,8
8000 — 9999	21,6	34,7	21,6	26,7	33,7
10000 — 11999	33,0	39,2	41,4	31,1	44,2
12000 — 13999	32,6	26,0	27,2	32,4	39,3
14000 — 15999	11,1	7,7	11,1	6,6	22,8
16000 — 17999	19,3	30,2	22,8	24,0	28,1
18000 — 19999	26,1	36,3	21,2	24,3	38,8
20000 — 24999	38,9	50,0	44,4	36,4	60,6
25000 — 29999	36,0	56,7	44,3	57,4	75,4
30000 — 34999	56,0	52,9	53,1	41,4	53,0
35000 — 39999	44,0	48,5	42,7	81,8	95,7
40000 — 49999	47,3	66,6	56,4	44,2	65,7

Tablo : 2 (devamı)

Gelir grupları	Bölgeci sıralamalar					Genel sıralama				
	B ö l g e l e r									
	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	V
0 — 1999	9	1	2	2	2	35	1	8	4	20
2000 — 2999	3	5	4,5	3	3	10	27	14,5	9	29
3000 — 3999	2	3	3	12	6	7	13	12	45,5	52
4000 — 4999	6	7	8	6	9	23,5	37,5	30	23,5	58,5
5000 — 5999	15	9	10	8	12	60	49	45,5	34	72,5
6000 — 6999	13	13	11	9	14	53	72,5	58,5	37,5	80
7000 — 7999	8	12	14	13	10	32	66	65	47,5	61
8000 — 9999	5	8	6	7	5	16,5	44	16,5	28	43
10000 — 11999	11	11	12	10	11	42	56	62,5	39	68,5
12000 — 13999	10	4	9	11	8	41	25	31	40	57
14000 — 15999	1	2	1	1	1	5,5	3	5,5	2	18,5
16000 — 17999	4	6	7	4	4	11	36	18,5	21	33
18000 — 19999	7	10	4,5	5	7	26	50	14,5	22	54
20000 — 24999	14	15	16	14	15	55	76	71	51	85
25000 — 29999	12	17	15	17	17	47,5	83	70	84	88
30000 — 34999	18	16	17	15	13	81	77	79	62,5	78
35000 — 39999	16	14	13	18	18	67	75	64	89	90
40000 — 49999	17	18	18	16	16	74	87	82	68,5	86

Not : I. Bölge : Ege ve Marmara

II. Bölge : Akdeniz

III. Bölge : İç Anadolu

IV. Bölge : Karadeniz

V. Bölge : Doğu ve Güneydoğu Anadolu.

Y ve X sıra sayısı dizileri arasındaki Spearman korelasyon katsayısı,

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum_k (X_k - Y_k)^2}{n^3 - n - \frac{\sum (t_X^3 - t_X) + \sum (t_Y^3 - t_Y)}{2}} \quad (4)$$

ile hesaplanabilir. Burada X_k ve Y_k , dizilerin birbirlerine tekabül eden herhangi k'nıncı verileri, n, veri çifti sayısıdır. Paydadaki toplamlı ifade, tekrar eden veriler durumunda kullanılacak bir dü-

zeltme faktörüdür.⁷ Bu bakımdan t_x , X dizisindeki ve t_y , Y dizisindeki birbirlerine eşit olan sıra sayılarının miktarını belirtir.

5 bölge arasında çiftler çiftler ${}_5C_2 = 10$ adet Spearman korelasyon katsayısı hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar, Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo : 3. Yapılan Testlerin Toplu Sonuçları
B ö l g e l e r

	I	II	III	IV	V	Türkiye
Cox - Stuart	2,449	4,082	3,265	2,449	2,449	3,040
Kruskal - Wallis	—	—	—	—	—	8,402
(5 bölge arasında)						
Spearman	II : 0,777	—	—	—	—	—
	III : 0,831	0,917	—	—	—	—
	IV : 0,703	0,787	0,839	—	—	—
	V : 0,847	0,897	0,887	0,878	—	—

Not : % 95 güvenirlilik olasılığında, bütün Spearman ve Cox - Stuart sonuçları anlamlı, Kruskal - Wallis sonucu anlamsızdır.

Spearman korelasyon katsayısının güvenilir bulgular getirip getirmediği;

$$t = \left| \rho \right| \cdot \sqrt{\frac{n - 2}{1 - \rho^2}} \quad (5)$$

'nin seçilen güvenirlilik olasılığındaki t tablo değeri ile karşılaştırılması yoluyla bulunur. Burada yapılan hesaplarda ise, en düşük Spearman katsayısı olan 0,703 bile % 1 düzeyinde güvenilir çıkmaktadır. Dolayısıyla, Tablo 3'teki bütün Spearman korelasyon katsayıları, Türkiye'nin 5 bölgesinde, gelir dilimleri bünyesindeki gelir eşitsizliklerinin (küçük gelir gruplarından büyüğe doğru) birbirlerine benzer yapılar gösterdiğini vurgulamaktadırlar.

Bu durumda, (Türkiye toplamı için) gelir dilimi yükseldikçe gelir gruplarının içerisindeki eşitsizliğin fazlalaşmaya eğilimli bulunduğu şeklindeki bulguyu getiren Cox - Stuart testi sonucunun, bölgeler seviyesinde de istatistiksel olarak teyid edileceğini tahmin

(7) Bu katsayı ile ilgili açıklamalar için, bakınız; Sachs, a.g.e., s. 311 vd.

edebiliriz. Nitekim, Tablo 3'te verilen, 5 bölgeye göre ($n = 18$ 'lik dizi ikiye bölünerek elde edilmiş) Cox - Stuart neticelerinin hepsi, % 5'ten daha iyi düzeydeki güvenirlilik derecelerinde pozitif bir trendin varlığını ortaya koymaktadır.

VII. KRUSKAL - WALLIS : BÖLGELERÜSTÜ DİLİM KARŞILAŞTIRMASI

Gelir dilimleri içerisindeki gelir dağılımlarının yapısı yönünden bütün kentsel bölgeler arasında benzer ve stabil sonuçların bulunması üzerine, temel verileri, bu defa da bir varyans analizi yaklaşımıyla zorlamakta yarar vardır. Ortaya konulacak şu soru, bu kez olguyu ters yönden irdelememizi sağlayacaktır : Acaba, Tablo 2'deki 90 adet D göstergesine en küçükten en büyüğe sıra sayıları verilse, onların dağılımı bir tesadüfîlik mi gösterecektir, yoksa bölgelere göre bir kümeleşmeye mi, (yani diğer bir deyişle, dilimlerdeki gelir dağılımı eşitsizliğine ilişkin, bölgeler arasında yine de ayrıcalıklı yapısal özelliklerin mevcut olduğuna mı) işaret edecektir?

Bu sorunun yanıtını (buradaki gibi) ordinal ölçekli bir dağılım çerçevesinde araştırabilmek için, Kruskal - Wallis testi uygun olabilir.⁸ Tablo 2, görüldüğü üzere, bu testin uygulanmasına esas teşkil edecek verileri de içermektedir.

Kruskal - Wallis testi, farklı özelliklerinin olup olmadığının bulgulanması amaçlanan (burada, bölgelerden oluşan) veri kümelerine ait sıra sayıları toplamalarının karşılaştırılmasına dayanır. Bir k kümesindeki veri sayısı n_k ve sözkonusu toplam da X_k ise, Kruskal - Wallis parametresi,

$$H = \frac{\frac{12}{n \cdot (n + 1)} \sum_k \frac{X_k^2}{n_k} - 3(n + 1)}{1 - \frac{\sum (t^3 - t)}{n^3 - n}} \quad (6)$$

(8) Bu test ile ilgili açıklamalar için, bakınız; Blalock, Hubert M. : Social statistics, Mc Graw Hill Co., New York, 1960, s. 264 vd.

formülünün gerektirdiği hesaplar yapılarak elde edilir. Kolayca düşünülebileceği gibi, buradaki n , bütün kümelerdeki toplam veri sayısını, t de (Spearman katsayısındaki benzer şekilde) tekrar eden sıra sayılarının tekrar ediş miktarını simgelemektedir.

H parametresinin güvenilirliği, Ki-kare tablosu vasıtasıyla sınanır; ilgili serbestlik derecesi, küme sayısının 1 eksiği, yani bizim durumumuzda 4'tür. H'nın Tablo 3'te verilen değeri, bu bakımdan % 5 güven sınırı için gereken, 9,488 değerinden küçüktür. Dolayısıyla, gelir dilimleri çerçevesindeki gelir dağılımı eşitsizliğine ilişkin yapının, kentsel Türkiye'nin bölgelerine göre anlamlı bir farklılık göstermediğine işaret eden önceki bulgu, bir kere daha yinelenmiş olmaktadır.

VIII. ORTADİREK : KONUM

İsrarla vurgulandığı üzere, günümüzün gelir dağılımı politikasının amaçlarından biri de, 'ortadirek' diye adlandırılan yaygın bir kitleye sürekli diferansiyel yararlar sağlamaktır. Fakat, ortadireğin ekonomik kişiliğinin ayırıcı vasıfları muğlak kalmıştır. Nitelendirici tartışmalardan çıkan sonuç, onun konumundan ziyade durumuyla ilgilidir ve kısacası, 'ortadirek' sanki sadece gelir dağılımının eşitsizlenmeye en fazla yüz tutabildiği bir toplumsal kitle olarak belirlenmektedir. Bu ise bizi, 'global gelir dağılımı' düşüncesinin ötesinde, 'gelir dilimleri bünyesindeki gelir dağılımı' yaklaşımının ne olabileceği sorusu ile ilgilenmeye yöneltmiştir.

Böylece, önce bir gelir dilimi içerisindeki gelir dağılımının diğer gelir dilimlerindeki dağılımlara nazaran göreceli ölçüsünü verebilecek (çok basit bir akıl yürütmeye dayanan) kaba bir göstergelere ele alınmıştır. Sonra bu göstergeler, 1978 - 1979 Kentsel Yerler Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları anketi örnek verilerini kullanarak uygulanmıştır. Sonuçta, bazı testlerle güvenilir bir biçimde kanıtlandığı üzere, (hem genelde, hem de bölgelerde) gelir düzeyi yükseldikçe, alttakilere nazaran dilimiçi gelir dağılımları göreceli olarak daha bozulmuş gelir gruplarına sıkça rastlandığı ortaya çıkmıştır. Bunların hangi gelir dilimleri olduğu ise, Tablo 1 ve Tablo 2'de verilen sıra sayıları ve göstergelerden kolayca anlaşılmaktadır. Acaba (gelir dağılımı politikasının hedef kitlelerinden biri olan) ortadirekle kastedilen, bu gelir gruplarındaki hanehalkları mıdır?

Faint header text at the top of the page, possibly a title or page number.

First paragraph of faint text, appearing to be the beginning of a letter or document.

Second paragraph of faint text, continuing the narrative or discussion.

THE CHAIRMAN'S REPORT

Third paragraph of faint text, likely the start of the chairman's report.

Fourth paragraph of faint text, continuing the chairman's report.

İşletmelerarası Bir Birleşme Biçimi : Franchising (İMTİYAZ) Sistemi ve Önemi

Yrd. Doç. Dr. Doğan Y. AYHAN*

GİRİŞ

Günümüzde bir işletme kurmak veya kurulu bir işletmeyi ulusal ve uluslararası sosyal, ekonomik ve politik koşullar ve bu koşullardaki sürekli değişimlere uyumlu kılarak, başarıya erdirmek, oldukça güç uğraşları gerektirmektedir. Bu açıdan, büyük olarak nitelendirilen işletmelerin, daha küçük nitelikli işletmelere oranla, söz konusu güçlükleri, özellikle büyüklüğün sağladığı imkanlardan da yararlanarak,¹ çözümlenmeleri kolay olmaktadır. Hatta büyük girişimci ve işletmelerin, çevresel faktörlerdeki değişimleri kendi amaçlarına uygun kılmaya yönelik çabaları, zamanla küçük ve bağımsız iş yapanların varlıklarını ortadan kaldırmaya kadar uzanan gelişmelere neden olmaktadır. Bu arada, büyük işletmeler daha da büyüyerek, çoğu kez piyasayı denetim altına almalarına imkân veren ve rekabeti ortadan kaldıran, kendilerine çıkar sağlayan anlaşmalara gitmektedirler. Serbest rekabeti bozucu her tür girişim ise, bir yandan, ülke ekonomisi içinde ekonomik kaynakların tek yanlı ve verimsiz dağılım ve kullanımını gündeme getirirken öte yandan, özellikle tüketici kesimlerin istismar edilmelerine neden olmaktadır.²

(*) H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü Öğretim Üyesi.

(1) Berretta, Victor, *Politique et Stratégie de l'Entreprise*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1975, s. 249-253.

(2) Kılış, Yıldırım, *Tüketicinin Korunması, Pazarlamacı Karşısında Tüketici*, Arpaz Matbaacılık, İstanbul, s. 22.

İşletmelerin tam rekabet koşullarının bazılarını veya tamamını ortadan kaldırmalarına imkan sağlayan en uygun yollar ise işletmeler arası gerçekleştirilen birleşme ve katılmalarıdır. Söz konusu birleşme ve katılmalar, birleşmeyi oluşturan işletmelerin veya herhangi bir işletmeye katılan işletmelerin ekonomik ve/veya hukuksal bağımsızlıklarının bir kısmının veya tamamının sona ermesi sonucunu doğurmaktadır.³ İşletmelerin hukuksal bağımsızlıklarını koruyarak oluşturdukları, örneğin kartel türü birleşmeler; «aynı konuda çalışan işletmelerin, piyasa koşullarını kendi amaçları doğrultusunda ve ortak çıkarlarını korumak yolunda kullanmaları için aralarında yaptıkları sözleşmelerdir».⁴ Aralarında kartel oluşturan işletmeler, kartelin oluşumuna neden olan konuda ortak hareket ederek, bir yandan kartele girmeyen diğer işletmeleri güç durumunda bırakabilmekte, öte yandan, pazara egemen olarak tüketici kesimlerin satın alma gücü ve arzuları üzerinde etkili olabilmektedirler.

İşletmeler arası birleşmelerin bir diğer şekli ise, birleşmeyi yapan işletmelerin ekonomik ve hukuksal bağımsızlıklarını ortadan kaldıran, tröst şeklindeki birleşmelerdir. Özellikle tekelci gelişmeleri de beraberinde getiren bu birleşme biçiminin özünde de piyasayı kontrol etme ve fazla kazanç sağlama gibi nedenler vardır.

Kısaca işaret edilen her iki tür birleşme girişimleri, zaman zaman ülke ekonomilerinin yapısal dengesini bozucu etkiler ortaya koymaktadır. Bir yandan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin daha büyük işletmeler tarafından ortadan kaldırılması veya başka alanlara itilmesi gibi gelişmeler üretim ve istihdam alanında sorunlar yaratırken, öte yandan, tüketici pazarlarının da birleşen ve büyüyen işletmelerin aşırı kâr amaçlı girişimlerine bağımlı kalmalarına neden olmaktadır. Bu tür gelişmeler ise, tüketici kesimlerin örgütlenmesi ve çıkarlarını korumaya çalışmaları,⁵ küçük ve orta

(3) Can, Halil - Tuncer, Doğan ve Ayhan, Doğan, *İşletme ve Yönetim*, Aslunlar Matbaası, Ankara, 1984, s. 101.

(4) *A.g.e.*, s. 102.

(5) Garrigou, Marcel, *L'Assaut des Consommateurs*, Aubier - Flammarion, Paris, 1981. Bu konuda ayrıca bakınız: Tokol, Tuncer, *Pazarlama Açısından Tüketici Korunması Sorunu*, Bursa İ.T.İ.A. yayını No: 23, Bursa, 1977. Doğu, Ergin, *Tüketicinin Korunması*, DPT yayını, Ankara, 1975. Kalkış, Yıldırım, *a.g.e.*

kapasiteli üretici ve satıcıların veya bunların temsilci kuruluşlarının tepkisi,⁶ ve devletin her iki kesimi de korumaya yönelik müdahaleleri⁷, gibi karşı koyma girişimlerini gündeme getirmektedir. Bu açıdan ,serbest piyasa koşullarının en geniş biçimde uygulandığı Amerika Birleşik Devletleri'nin anti - tekel ve anti - tröst yasalar çıkararak, sosyal ve ekonomik sorunlar yaratan birleşmeleri engelleyici girişimleri,⁸ ilginç bir örnek olarak verilebilir.

Değişik kesimlerin almaya çalıştıkları önlemler karşısında piyasa düzenini bozmaya yönelik birleşme girişimlerinin bir ölçüde engellenmesi mümkün olmaktadır. Ancak, tekelci amaç güden tröst ve karteller, birleşme anlaşmalarının gizli olarak yapılmaları sonucu, çoğu kez varlıklarını sürdürebilmektedirler. Bu arada bazı yeni birleşme ve işletmeler arası işbirliği türleri de, ya çıkarılan anti - tröst yasalara tepki olarak⁹ veya küçük ve orta büyüklükteki üretici ve ticari işletmeler arasında, mesleki dayanışmayı sağlamak ve güçlenmek amaçlarıyla, ortaya atılmaktadır. Özellikle küçük ve orta büyüklükteki üretici ve ticari işletmelerin ayakta kalmalarını sağlayan birleşme girişimleri, bu tür işletmelerin sağladıkları yararlar dikkate alınarak,¹⁰ devletten destek de görmektedir.

Söz konusu ettiğimiz birleşme ve ortak işbirliği şekillerinden birisi, Amerika Birleşik Devletleri'nde 19. yüzyıl sonlarından itibaren uygulanmaya başlanan ve 70'li yıllardan itibaren Kıta Avrupası'nda yaygın olarak uygulanmaya çalışılan «Franchising Sistemi»dir.¹¹

(6) Gürdamar, İbrahim, «Ekonomide Diyalog», Cumhuriyet Gazetesi, 21 Mart 1982, s. 6.

(7) Nokta Dergisi, «Tüketici - Korunmaya Doğru», 29 Ekim 1984, s. 50 - 51.

(8) Kotler, Philip, **Pazarlama Yönetimi**, Cilt - 1, 2. Basım, Bilimsel Yayınlar Derneği, Ankara, 1976, s. 94 - 96.

(9) Bourseau, Marcel, **La Géstion Hôtelière, L'Exploitation, Commercialisation, Administration**, Flammarion, Paris, 1976, s. 1076.

(10) Mondy, R. Wayne, Holmes, Robert E., Flippo, Edwin B., **Management Concepts and Practices**, Second Editions, Allyn and Bacon, Boston, 1983, s. 607.

(11) Clément, Jean - Paul, **La Franchise Commerciale et Industrielle, Entreprise Moderne d'Édition**, Paris, 1983, s. 15.

1. Franchising (İmtiyaz) Sistemi¹²

Franchising, orijin olarak Fransız Dili'nde «vergilendirme ve gümrük işlemlerinde serbestlik verme» anlamına gelen «Franchise» sözcüğünden gelmektedir. Serbestlik şeklindeki kullanımına ise Orta Çağ krallıklarında rastlanmaktadır.¹³ Ancak, Franchise sözcüğü ve belirtilen kullanım şekli daha sonra unutulmuştur. Buna karşılık, 20. yüzyıl başlarından itibaren Amerika Birleşik Devletleri'nde, aynı sözcüğün yeni bir kullanım alanı ve amacı için ortaya çıktığını görmekteyiz.¹⁴ Söz konusu edilen tarihte ilk kez yapılan bir «imtiyaz sözleşmesi» ile, bir işletme, seyyar satıcılara, ürünlerinin satışı için, bölgesel bir ayrıcalık hakkı vermekteydi. Oldukça dar kapsamlı olarak ortaya çıkan bir imtiyaz sistemi, daha sonra, Amerikan Otomobil Endüstrisi'nin çıkarılan Anti-tröst yasaları aşmak için bu sistemi kullanmasıyla, oldukça geniş bir uygulama alanı bulmaya başlamıştır.

1.1. İmtiyaz Sisteminin Tanımı

İmtiyaz sistemi, uygulandığı sektörler dikkate alındığında işletmeler arası ortaya çıkan diğer yatay ve dikey işbirliği ve birleşme sistemleri ile ulaşılamayan amaçlara ulaşma imkanı sağlayan ilginç bir teknik görünümündedir. Ancak, imtiyaz sisteminin işletmelere sağladığı yararlar yanında bazı sorunlar getirdiğini de kabul etmek gerekir. Sistemin bu yönlerinin ele alınma öncesi, kapsamının belirlenmesinde yarar vardır. Kapsamı belirlemek için geliştirilen tanım arayışları ise, ortaya değişik tanımların çıkmasına neden olmuştur. Zira, imtiyaz sisteminin uygulandığı ülkelerin, kullanım amaç ve alanlarının çeşitliliği, tek bir tanım sunulmasını güçleştirmektedir. Bu açıdan, sistemin özelliklerini vurgulayan bazı tanım denemelerinin sunulması kaçınılmaz olmaktadır.

(12) Franchising sistemi ülkemiz için oldukça yenidir. Bu sisteme benzer bazı uygulamalar, örneğin «temsilcilik verme» veya «bayilik» gibi, sistemi tam olarak açıklayamamaktadır. Franchising sözcüğü ise, dilimize «Ayrıcalık» (Bakınız : Philip Kotler, **Pazarlama Yönetimi**, Cilt - II, a.g.e., s. 181 ve 183-185) ve «İmtiyaz» (Bakınız : Hasan Olalı, **Otel İşletmeciliği ve Yönetimi**, Ege Üniv. Yayını : 64/34, İzmir, 1973, s. 68-73) şeklinde çevrilmiştir. Biz de, Franchising ve sistemi daha iyi açıkladığına inandığımız «imtiyaz» sözcüğünü kullanmayı yeğliyoruz.

(13) Clément, Jean - Paul, a.g.e., s. 15.

(14) İbtd.

İmtiyaz sistemini bilimsel olarak ilk tanımlama girişimlerinden biri, Hurt Bill'e aittir. Bill'e göre imtiyaz sistemi; «iki taraf¹⁵ arasında süreklilik gösteren bir ticari ilişkiye dayanan, anlaşmadır». Bu anlaşma doğrultusunda taraflardan imtiyaz veren, imtiyaz alana, mal veya hizmetlerinin satış veya dağıtımını hakkını vermekte, ayrıca, imtiyaz alana, satış ve dağıtım konusunda, örgütünü kurma ve yönetme yardımı yapmaktadır.¹⁶

Bir başka yazar ise, imtiyaz uygulamalarını dikkate alarak, imtiyaz sistemini 3 aşamalı olarak tanımlamaya çalışmaktadır. Buna göre,¹⁷ imtiyaz; iki taraf arasında sorumluluk ve zorunluluk yükleyen bir sözleşmedir. Böylece taraflar arasında süreklilik arz eden işbirliği ilişkileri kurulmaktadır. Taraflardan imtiyaz alan, imtiyaz verenin ticari ünvanı ve pazarlama planı çerçevesinde işlerini yürütmektedir.

Uluslararası İmtiyaz Birliği'nin geliştirmiş olduğu tanım ise, imtiyaz sisteminin tüm yönlerini kapsamaktadır: «Bir imtiyaz sistemi, imtiyaz verenin, imtiyaz alanın ismi ile ilgili olarak know-how ve eğitim gibi konularda ona sunduğu, ya da kendi kendisini sürekli bir ilgi göstermekle yükümlü kıldığı bir sözleşme ilişkisidir. Bu çerçevede imtiyaz alan, imtiyaz veren tarafından sahip olunan veya kontrol edilen bir ticari marka, format ve/veya süreci ortak olarak kullanır ve kendi kaynaklarından bu işine önemli bir yatırım yapmış veya yapacak durumda bulunur.»¹⁸

Sunulan tanımlarda dikkati çeken nokta, imtiyaz sisteminin bir sözleşmeyi gerekli kılmasıdır. Gerçektende, imtiyaz sistemleri söz konusu bu sözleşmelere göre oluşturulmakta, yürütülmekte ve sona erdirilmektedirler.

(15) İmtiyaz sisteminde en az iki taraf bulunmaktadır. Bunlar :

— İmtiyazı veren (= Franchisor),
— İmtiyazı alan (= Franchisee)
taraflardır.

(16) Bakınız : Gross, Herbert; Skaupy, Walther, **Franchising in der Praxis**, Econ. Verlag, Düsseldorf-Wien, 1976, s. 15.

(17) Hunt, Chelby D., «The Socioeconomic Consequences of the Franchise System of Distribution», *Journal of Marketing*, Vol. 36. July 1972, s. 33.

(18) International Franchise Association, (Bakınız : Husson-Dumoutier, Alain; de Montarlot, Louis, **Guide Pratique du Franchising**, Entreprise Moderne d'Édition, Paris, 1974, s. 15-16.

İmtiyaz sistemi konusunda oldukça geniş bir tanım ise Fransız İmtiyaz Federasyonu tarafından yapılmıştır. Tanımın özelliği, bir yandan Kıta Avrupasındaki imtiyaz anlayışını yansıtmakta olması, öte yandan, sistemin yasal boyutlarını belirtmeye çalışmasıdır. Federasyona göre,¹⁹ «imtiyaz sistemi; bir yandan imtiyaz veren işletme ile, öte yandan, bir veya daha çok sayıda imtiyaz alan işletme arasında işbirliği yöntemidir. Bu işbirliği yöntemi imtiyaz veren işletme açısından :

- İlk planda, sosyal bir nedenin, ticari bir ünvanın, bir fabrika markasının, ticari veya hizmet marka adı ve simgesinin, imtiyaz alan işletmenin kullanımına sunulabilecek bir bilgi birikiminin, sahipliliğini ve
- İkinci olarak, bir yandan, ilginç ve özel şekilde sunulmuş, öte yandan, belirli ticari tekniklere bağlı kalınarak üretilmiş, piyasada denenmiş, kontrol edilerek geliştirilmiş ürün ve/veya hizmetler karmasını, gerektirir.

Bu işbirliği, taraf olan işletmelerin hızlı gelişimini, yapılacak özel anlaşma hükümleri çerçevesinde tarafların mutlak bağımsızlığına uyularak, insangücü ve sermayeye bağlı şekilde sonuçlanacak ortak girişimleri, amaçlamalıdır. Bu da, marka ve teknik bilginin sahibi imtiyaz verenin, elde edeceği bir ödentiye veya ekonomik bir çıkarı, gerekli kılacaktır.»

1.2. İmtiyaz Sisteminin Özellikleri

Sunulmaya çalışılan tanımlardan anlaşıldığı gibi, tüm imtiyaz sistemlerinin ortak yönü, taraflar arasında bir sözleşmenin olmasıdır. Ancak, her imtiyaz sistemi söz konusu sözleşmede yer alan değişik tür özelliklere göre, biçimlenmektedir.

Bu durumda, tüm yaklaşımların ele aldıkları ortak noktalardan hareketle, imtiyaz sisteminin temel özelliklerini 3 noktada belirtmek mümkündür. Şöyle ki :

- i — Her şeyden önce, imtiyaz sistemi, en az iki bağımsız işletme arasında kurulan bir birleşme ve işbirliği şeklidir. Bu husus, imtiyaz sisteminin ortaya çıkması ve yürütülmesinde

(19) Fédération Française du Franchisage. (Tanım için bakınız : Clément, Jean-Paul, a.g.e., s. 19).

temel bir nokta olmaktadır. Ortak çıkarlar doğrultusunda yapılacak çalışmalar, ne imtiyaz veren, ne de imtiyaz alan tarafların bağımsızlığını tehlikeye düşürmeye ve ortadan kaldırmaya yönelik sonuçlar doğurmayacaktır.

- ii — İmtiyaz veren işletme tarafından, imtiyaz alan işletme veya işletmelere verilecek ürün, hizmet ve bilgi birikimi, ilginç, başarılı, denenmiş, iyileştirilmiş ve kontrol edilmiş olmalıdır. Hatta, imtiyaz veren işletmenin imtiyaz verme öncesi, kendine ait işletmelerde, vereceği imtiyaz konularını uygulamış olması, imtiyaz sisteminin işlerliği ve başarısı için kaçınılmazdır.²⁰
- iii — İmtiyaz alan işletmenin veya işletmelerin, imtiyaz veren tarafta, belirli bir ödentiyi yapmaları veya benzeri ekonomik çıkar sağlamaları, gerekmektedir.

2. İmtiyaz Sistemi Türleri

İmtiyaz sistemi uygulamaları ve bu konuda ortaya atılan kuramsal açıklamalar²¹ incelendiğinde, bir ürün, bir hizmet veya bir ticari markanın, imtiyaz sisteminin kurulmasına temel teşkil ettiği görülmektedir.²² Dolayısıyla, imtiyaz sistemlerini bu 3 temel dayanağa göre türlelendirmek mümkündür.

2.1. Ürüne Dayalı İmtiyaz Sistemleri

Bir firma tarafından üretilen veya dağıtımı yapılan bir ürün veya ürün karmaları dikkate alındığında, aşağıda sunulan imtiyaz türleri, karşımıza çıkmaktadır,

- Bir üretici firma ile perakendeci kuruluşlar arasında oluşturulan imtiyaz sistemi. Örneğin, otomobil ve yedek parçaları satıcıları,
- Bir üretici firma ile bir toptancı kuruluş arasında oluştu-

(20) Clément, Jean-Paul, a.g.e., s. 20.

(21) Bu konuda bakınız. Vaughn, L. Charles, *Franchising*, Lexington Books, Lexington, Second Edition, 1974, s. 5-9; Husson, Alain, a.g.e., s. 28-31; Kotler, Philip, *Pazarlama Yönetimi*, Cilt-II, a.g.e., s. 184.

(22) Havenga, J. J. D., «Medium and Small Size Retailers and Collaboration Practieces», *Retailing: Competition and Trade Practies*, Leiden, 1973, s. 221.

ruhan imtiyaz sistemi. Örneğin, serinletici içki üreticilerinin desteklediği toptancı içki üreticileri (Coca-Cola, Pepsi-Cola, gibi.)

- Bir toptancı firma ve perakendeci kuruluşlar arasında oluşturulan imtiyaz sistemi. Örneğin, otomobil, boya, kozmetik ürün toptancı ve perakendecileri,
- Bir ülke üretici firması ile başka bir ülkede bulunan üretici firma arasında oluşturulan imtiyaz sistemi. Örneğin yiyecek maddesi üreticileri.

2.2. Ticari Markaya Dayalı İmtiyaz Sistemleri

Piyasanın çok iyi tanıdığı bir ticari markanın sahibi ve kullanıcısı işletme ile, bu markayı kullanarak üretim veya dağıtım yapmak isteyen firmalar arasında oluşturulan imtiyaz sistemidir. Örneğin, Lacoste gömlekleri.

2.3. Hizmete Dayalı İmtiyaz Sistemleri

İmtiyaz sisteminin en fazla uygulandığı bir alandır. Örneğin, araba kiralama, otel - motel zincirleri oluşturma, hazır ve hızlı yiyecek - içecek hizmetleri sunma, temizleme hizmetleri, gibi alanlarda faaliyet gösteren işletmelerin, imtiyaz sistemini yoğun ölçüde kullandıkları görülmektedir. Özellikle uluslararası üne sahip bir çok otel ve motel zincirlerinin (Örneğin, Hilton, Holiday Inns, gibi..) ortaya çıkmaları ve gelişmeleri, imtiyaz sisteminin başarısı olarak değerlendirilebilir.²³

3. İmtiyaz Sistemi ve Diğer Ortak İşbirliği ve Dağıtım Sistemleri

İmtiyaz sisteminin bir çok ülkede karşılaşılan yaygın ve çeşitlilik arzeden kullanımı, buna karşılık kabul görmüş ortak bir tanımının olmaması, diğer işletmeler arası ortak hareket etme teknikleriyle çoğu kez karıştırılma sonucunu doğurmaktadır. Özellikle pazarlama sistemi içinde var olan bazı dağıtım teknikleri, imtiyaz sistemi ile olan benzer yönleri dikkate alındığında bu karışmalar kaçınılmaz olmaktadır. Ancak, söz konusu sistemlerin temel da-

(23) —, «Chain and Franchise Report», Lodging Hospitality, August 1980, s. 48-49.

yanak noktaları dikkate alınınca, imtiyaz sisteminden farkları da belirlenebilmektedir. Örneğin :

— İmtiyaz ve «ortak satın alma grupları» sistemleri, her iki sistemde de işletmelerin tedarik işlemlerinin ortak olarak yürütülmesi nedeniyle birbirlerine benzerler. Ancak, ortak satın alma grupları, geriye doğru yatay entegrasyona giderek, tedarik pazarlarından iktisadi satın alma yapmayı ve bu pazara karşı güçlü olmayı amaçlarlar. Ama, söz konusu grupların, imtiyaz sisteminde olduğu gibi tüketici pazarlarına yönelik, ortak hareket etmemeleri, birbirlerinden bağımsız olarak pazarlama ve dağıtım çabaları ortaya koymaları, iki sistemi ayıran en önemli noktadır.

— İmtiyaz ve «zincir işletmeler» sistemleri de bir çok yönden benzer özelliklere sahip, ortak işbirliği şekilleridir. İmtiyaz sisteminde de işletmelerin bir araya gelmeleri ve zincir oluşturmaları söz konusudur. Ancak, zincir işletmeler sisteminde zinciri kuran ana işletmenin, zincire giren dağıtım işletmelerine sağladığı işletme yönetimi ve pazarlama teknikleri konusundaki yardım oldukça sınırlı kalmaktadır. İmtiyaz sisteminde ise, imtiyaz veren işletme, işletmecilik ve pazarlama teknikleri konusunda, imtiyaz alan işletmelere oldukça geniş yardımlar yapmaktadır. Böylece imtiyaz sistemi tarafların karşılıklı çıkarlar sağlamaları esasına dayandırılmış olmaktadır.

— İmtiyaz sistemi, bir firmaya bağlı olarak geliştirilen «Satış Şubesi» veya «Satış noktaları» şeklindeki dağıtım sistemlerinden de farklıdır. Aslında, imtiyaz sistemi ile, imtiyaz alan işletmeler, imtiyaz veren işletmenin ticari ünvan, mal veya hizmetlerini, ticari yöntemlerini kullanmaktadırlar. Bu şekliyle tıpkı imtiyaz veren işletmenin satış şubesi gibi çalışmaktadırlar. Ama, satış şubelerinin ana işletmeye mutlak bağımlı olmaları, tıpkı ana işletmenin ücretli üniteleri gibi çalışmalarını, imtiyaz sistemi içindeki işletmelerden farklı bir yapıya sahip olmaları demektir. Bilindiği gibi imtiyaz sisteminin oluşmasında işletmelerin bağımsız kalmaları, temel koşuldur.

— İmtiyaz Sisteminin en fazla benzer olarak nitelendirildiği sistem ise «bayilik»tir. Gerçektende, imtiyaz sisteminde karşılaşılan bir çok özelliğe, bayilik sisteminde de rastlamak mümkündür. Örneğin; satış noktalarının seçimi, taraflar arası dayanışma, kuruluş ve örgütlenme çalışmalarına yardım, üne kavuşturulmuş bir

markanın kullanım hakkını alma, bölgesel ayrıcalık, gibi. Ancak, bayilik sisteminde, imtiyaz sistemine oranla, bayilik veren kuruluşun, bayilerini, ürünün kalite ve ilginçliğini sürdürme, ticari ünvanın yeterince tanıtılması ve diğer sağlanan imkanlara uyulması konusunda denetlemesi, daha sınırlı kalmakta veya sürekli olmamaktadır. Halbuki, imtiyaz sisteminde, imtiyaz veren işletmenin, imtiyaz alan işletmeleri denetimi tam ve süreklidir. Böylece imtiyaz veren işletme, imtiyaz alan işletme ile ilişki kuran tüketici kesimin, tıpkı kendi işletmesi ile ilişki kurması sonucu elde edeceği tatmini elde etmesini, sağlamış olacaktır. Örneğin, Holiday Inn'den imtiyaz alan bir işletmenin otele giren müşterinin kendisini, Holiday Inn'e ait otelde hissetmesi, imtiyaz sözleşmesinin ortaya çıkması ve yürütülmesi açısından, son derece önemlidir.²⁴ Keza, bayilerin, pazara ve mal ve/veya hizmetin satış durumuna yönelik bilgiler vermesi, bayilik sisteminde yeterince önemsenmezken, imtiyaz sistemi, bu tür bilgilere dayanarak gelişmesini sürdürmektedir.²⁵ İmtiyaz veren işletme için söz konusu bilgiler, bir yandan, pazar araştırması verileri olarak yarar sağlarken, öte yandan, imtiyaz alan işletmenin sözleşmeye uygun faaliyet gösterip göstermediğinin kontrolünde kullanılmaktadır.²⁶ Bayilik sisteminde bayiler, başka firmaların bayiliklerini alabilmektedirler. İmtiyaz sisteminde ise, tarafların ulaşmak istedikleri amaçlar ve çıkarlar dikkate alındığında, imtiyaz alan işletmelerin başka işletmelerle sözleşme süresi içinde işbirliğine gitmeleri, olası değildir. Nihayet, bazı alanlarda verilen bayiliklerin süreleri, örneğin otomobil satıcılarına verilen bayilik yetkilerinde, oldukça kısa tutulurken, imtiyaz sistemi ve ilişkilerinin süreleri daha uzun dönemli olmaktadır.

— Aynı yaklaşım içinde, imtiyaz sistemi, işletmeler arası ortaya çıkan «patent hakkı» ve «lisans hakkı» verme anlaşmalarına, «komisyonculuk» ve «acentalık» verme gibi mal ve hizmetlerin dağıtımına aracılık etme anlaşmalarına, bazı yönleri dikkate alındığında benzemektedir. Ancak, imtiyaz sistemi sonucu imtiyaz veren ve alan işletmeler, sağlanan hak ve diğer imkanlar, tümüyle de-

(24) Johnson, Clifford M., «A New Look at Franchise Sales and Marketing», HSMA World, 1979/3, s. 9.

(25) Husson - Dumoutier, Alain, a.g.e., s. 25.

(26) Montarlot, Louis, *La Franchise, Dix Cas de Réussite*, Entreprise Moderne D'édition, Paris, 1981, s. 131.

ğerlendirilince, imtiyaz sisteminin diğer işletmecilik ve pazarlama alanında geçerli olan ortak hareket etme biçimlerinden farklı, kolayca belirlenebilmektedir.

4. İmtiyaz Sisteminin Yararları ve Sakıncaları²⁷

İmtiyaz sistemi, imtiyaz veren ve alan taraflara sayısız yararlar sağlamaktadır. Buna karşılık, taraflar arasında yapılan sözleşmenin eksikliği, taraflardan birinin diğer tarafa yönelik iyiniyetten uzak yaklaşımı ve imtiyaz sisteminin henüz yasal boyutlarının tam olarak belirlenememiş olması gibi nedenlerle uygulamada bir çok sorunlar da ortaya çıkmaktadır. Söz konusu yarar ve sakıncaların ayrıntılı ele alınması, imtiyaz sistemini tanıtmaya yönelik bu makalenin kapsamını aşacağından, bazı temel noktalardan hareketle açıklamalar sınırlandırılacaktır.

4.1. İmtiyaz Sisteminin Yararları

İmtiyaz sisteminin, imtiyaz veren ve alan taraflara sağladığı yararları, mali, ticari, personel yönetimi ve genel işletmecilik şeklinde saptayacağımız 4 temel noktada toplayarak, belirtmek mümkündür (Tablo : 1)

(27) Daha geniş bilgi için bakınız : Dumoutier - Husson, Alain, a.g.e., s. 53-91; Redinbaugh, Larry D., **Retailing Management**, Grolier, 1976, s. 56-59; Vaughn, Charles L., a.g.e., s. 61-76; Hunt, Chelby D., a.g.m., Hunt, Shelby D., Nevin, John R., «Tying Agreements in Franchising», *Journal of Marketing*, Vol. 39, (July 1975), s. 20-26; Sherry, John E. H., «The Franchisor's Liability for a Franchisee's Negligence», *The Cornell Quarterly*, November, 1979, s. 59-60.

Tablo : 1. İmtiyaz Sisteminin Taraplara Sağladığı Yarar ve İmkânlar.

İmtiyaz sisteminin sağladığı temel yararlar	İmtiyaz Sistemi Tarafları	
	İmtiyaz Veren	İmtiyaz Alan
I. Grup : Malî yarar ve imkânlar	1 — Tek başına yapılacak yatırımlardan kurtulma.	1 — İşletmenin kuruluş aşamasında ucuz kredi ve malî destek.
	2 — İmtiyaz alan işletmelerden sağlanacak giriş ödentisi ve benzeri ekonomik çıkarlar.	2 — Üretim ve/veya satış faaliyetlerini yürütülmesinde sağlanan kredi, indirim ve uzun dönemli ödeme imkânı.
	3 — Mal veya hizmetlerini daha fazla satma sonucu sağlanan iş hacmi genişlemesi, finansal kuruluşlardan kredi bulma imkânının artması.	3 — İş hacminin genişlemesi sonucu, malî itibarının artması.
	4 — Büyüme ve iş hacminin artması sonucu sağlanan iktisadilik .	
II. Grup : Ticari yarar ve imkânlar	1 — Birleşme sonucu pazarlama tekniklerinin kullanımında daha dinamik olma.	1 — Daha önce denenmiş ve başarılı olmuş pazarlama tekniklerini kullanma.
	2 — Yeni ürün ve teknolojileri arama imkânı	2 — Diğer imtiyaz alan işletmelerle güç birliğine gitme.
	3 — Dağıtım sisteminin rahat ve tam denetimi.	3 — Pazarı rahat tanıma.
	4 — Pazar hakkında sürekli bilgi sağlama.	4 — Sürekli müşteri bulma ve iş yapma imkânı.

İmtiyaz sisteminin sağladığı temel yararlar	İmtiyaz Sistemi Tarafları	
	İmtiyaz Veren	İmtiyaz Alan
	5— Uluslararası pazarlama sisteminin işleyişinde kolaylık. ²⁸	
III. Grup: Personel yönetimine özgü yarar ve imkânlar	1— Kendi işletmecilik ve pazarlama politikalarına uygun satış gücünü, imtiyaz alan işletmeler bünyesinde oluşturma imkânı. 2— Söz konusu satış elemanlarının sağlayacağı imtiyaz veren işletmeyi tanıtmaya hizmetleri ve geri bildirim.	1— İmtiyaz veren işletmenin sağladığı eğitim ve uzman personel desteği. 2— Kaliteli personel bulma, işe alma ve yetiştirme konularında, imtiyaz veren işletmenin tekniklerinden yararlanma.
IV. Grup: Genel işletmecilik konularında sağlanan yarar ve imkânlar	1— İmtiyaz veren, merkezleşmeye imkânına kavuşarak, pazar ve satışa yönelik karar verme yetkilerini, imtiyaz alana devrederek yükünü azaltır. 2— Teknik konuları imtiyaz alana vererek, belirli konularda uzmanlaşabilir.	1— İmtiyaz veren işletme ile ortak hareket ederek, küçük işletmelerin karşılaşacakları risk ve işletmecilik sorunlarından kurtulma imkânı. 2— Malî, ticari ve personel konularında sağlanan destekle, teknik işlemlere (satış, üretim, dağıtım gibi) ağırlık verebilir. Başarı şansı artar.

(28) Leroy, George-Richard, Guy-Sallenave, Jean-Paul, *La Conquête des Marchés Extérieurs*, Les Editions d'Organisation, Paris, 1980, s. 83.

4.2. İmtiyaz Sisteminin Sakıncaları

Bunlar, imtiyaz sisteminin oluşturulması esnasında karşılaşılan güçlükler ve uygulanması sırasında imtiyaz veren ve alan taraflar arasında, özellikle, sözleşme hükümlerine uyma konusunda, ortaya çıkan sorunlardır. Söz konusu sakıncaları da 4 temel faktör çerçevesinde ele alıp özetlemek mümkündür (Tablo : 2).

Tablo : 2. İmtiyaz Sisteminin Sakıncaları.

İmtiyaz sisteminin sakıncalı yönleri	İmtiyaz Sistemi Tarafları	
	İmtiyaz Veren	İmtiyaz Alan
I. Grup : Mali sorun ve güçlükler	1— Sisteme giriş aidatlarının ödenmemesi. 2— İmtiyaz alan işletmelere sağlanan mal, hizmet ve benzeri imkânların karşılıklarını almada karşılaşılan güçlükler.	1— İmtiyaz veren işletmenin ününün yaygın olması, giriş aidatını yükseltmekte. 2— Sağlanan mal, hizmet ve diğer imkânların fiyatlarının yüksek tutulması. 3— Ödeme ve kredi kolaylıkları, sağlamama.
II. Grup : Ticari sorun ve güçlükler	1— İmtiyaz alan işletmelerin, sistem sayesinde güçlendikten sonra imtiyaz veren işletmenin ticari politikalarına aykırı davranışları. 2— İmtiyaz veren işletmenin ticari faaliyetleri denetlemesini engelleme.	1— Sözleşme maddelerinin eksik düzenlenmesi nedeniyle, ticari imkânların tümünün sağlanmaması. 2— İş hacmi yoğun olan imtiyaz alan işletmelere daha fazla imkân sağlanması.

İmtiyaz sisteminin sakıncalı yönleri	İmtiyaz Sistemi Tarafları	
	İmtiyaz Veren	İmtiyaz Alan
III. Grup: Personel yönetimine özgü sorun ve güçlükler	1— İmtiyaz veren işletmenin, uzman personel sağlama ve personel sağlama ve personi istememe.	1— İmtiyaz veren işletmenin, imtiyaz alan işletmelerin personeli kendine bağlama ve ele geçirme girişimleri.
IV. Grup: Genel işletmecilik ile ilgili sorun ve güçlükler	1— Sistemin oldukça yeni olması ve belirsizliği, imtiyaz almak isteyen işletme sayısını azaltmakta, bu da aralarında iyi bir seçim yapılmasını engellemektedir. 2— İmtiyaz alan işletmelerin sistemin sağlayacağı yararları tek taraflı olarak imtiyaz verenden beklemeleri, işbirliği anlayışını zedelemektedir.	1— Yasal boşluklar yapılan sözleşmelerin tek taraflı ve imtiyaz veren işletmenin istemlerine uygun gerçekleşmesine neden olmaktadır. 2— İmtiyaz veren işletmenin, alan işletmelere güvensizliği, sözleşme ile sağlanan hak ve imkânların sınırlı tutulmasına neden olmaktadır. Böyle bir durum ise zamanla taraflar arasında sürtüşmeler doğurmaktadır.

SONUÇ

Kısaca değinilmeye çalışılan sorunlarına rağmen, sağlanan sayısız yararlar, imtiyaz sistemini, işletmeler arasında hızla kabul gören ve uygulanan bir birleşme şekli olmasına itmiştir. Özellikle, küçük ve bağımsız girişimcilerin ekonomik sistem içinde başarılı bir şekilde ayakta kalmaları, imtiyaz sistemi çerçevesinde oluşturacakları birleşmelerle, gerçekleşmektedir. Küçük ve bağımsız girişimcilerin çoğunlukla seçtikleri faaliyet alanları olan dağıtım

veya hizmet üretimine yönelik sektörler, imtiyaz sistemi uygulamalarının da yoğunluk arzettiği sektörler özelliğini taşımaktadırlar. Ancak, imtiyaz sisteminin uygulandığı ülkelerde, yasal yapıya kavuşturulması, standart sözleşme biçimlerinin geliştirilmesi, imtiyaz alan ve veren işletmeler arası sürtüşmelerin en aza inmesini sağlayacak, böylece söz konusu sistemin uygulandığı alanlarda çeşitlenecektir.

İmtiyaz sistemi, küçük işletme olmanın olumsuz yönlerini kaldırarak, sınırlı imkanlarla bağımsız iş kuran veya kurmak isteyenlere, yeni faaliyet alanları ve başarılı olabilmeye şansı sağlayan, bir sistemdir. Küçük işletmelerin başarılı bir iş ortamına itilmeleri aynı zamanda onların verimli çalışmalarını da sağlamış olacaktır. Bu ise, sonuçta faaliyetlerin kanalize olduğu tüketici kesimlerin tatmin olgularının artması demektir.

İmtiyaz sisteminin, bir yandan küçük ve bağımsız işletmelere sağladığı yararlar, öte yandan, tüketici kesimlere daha iyi mal ve hizmet sunabilme konusunda işletmeler arasında ortak işbirliğini özendirici etkileri, aslında, ülke kaynaklarının yerinde ve verimli kullanımı açısından son derece önemlidir. Zira, zaten kıt olan ülke kaynaklarının güçsüz bir girişimcilik amacı doğrultusunda kullanımı, başarısızlık yüzdesinin yüksek olmasına neden olabilir. Aksine, imtiyaz sisteminin, imtiyaz veren işletmenin denediği ve başarıya ulaştırdığı bir ürüne, ticari marka ve tekniklere dayalı yönü, imtiyaz alacak işletmeler için bir güvence oluşturur ve en azından risk olasılığını azaltır. Böylece, kıt toplumsal kaynakların verimli şekilde kullanımları, garantiye alınmaktadır. Bu durum ise, ülke kaynaklarının iktisadi ve verimli kullanımına son derece gereksinim duyan az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler açısından ulaşılmak istenen önemli bir sonuçtur.

Tarımsal Kooperatifçiliğin Değişik Alanlarda Örgütlenmesi

Yrd. Doç. Dr. Ahmet ŞAHİNÖZ*

Başlangıçta çok işlevli olarak beliren tarımsal kooperatifler, zamanla sınırlı çalışma alanlarında uzmanlaşmaya yönelmişlerdir. Kooperatifçilikte belirli bir uğraşı alanında uzmanlaşma çabaları zaman bakımından toplumdaki sosyal işbölümü ve ekonomik uzmanlaşma evrimine paraleldir.

Tarımsal kooperatifçilikte, bugünkü anlamda uzmanlaşma ve işbölümü ilk defa Batı Avrupa ülkeleri tarımlarında 18. ci yüzyıl sonlarına doğru başlamıştır. Giderek kooperatifler, tarımda çeşitli gereksinimlere cevap verebilecek şekillerde örgütlenmeye başladılar: Ekonomik alanda (ürtim ve değişim) Kooperatifçilik, sosyal güvence alanında Yardımlaşma Sandıkları ve mali alanda Kredi Kooperatifleri.

— Tarım Kesiminde Kooperatifçiliğin Kökeni :

Aslında kooperatifçilik çok çeşitli alanlarda, değişik şekillerde en eski çağlardan beri bütün toplumlarda varolmuştur. İlk çağlara kadar dayanan kooperatifçiliğin temelinde karşılıklı yardım ve karşılıklı çıkar duygusu yatmaktadır. Zaten karşılıklı yardım ve dayanışma olmaksızın, değil insanlık ekonomik, sosyal, teknik ve kültürel alanda bugünkü seviyeye ulaşmak, belki de doğada kaybolup giderdi.

— Tarımsal alanda insanlar arasındaki işbirliğide toplumların tarım hayatına geçişle başlar. Tarihi incelemelerden, tarımsal kooperatifçiliğe somut örnekler vermek gerekirse, Mezopotamya'

(*) H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü Öğretim Üyesi.

da M. Ö. 3000 yıllarındaki «Birlikte toprak işleme ortaklıkları»nı ve Mısır da Firavunlar devrindeki, bugünkü modern kooperatif silolarının ilk işareti sayılan «Bolluk tahıl ambarları»nı yazabiliriz.

Ortaçağ Fransa'sında «Taisibles du Bourbonnais» isimli toprak işleme ortaklıkları, yine 18. ci yüzyılda Jura dağlarında görülen «Fruitères» diye anılan peynir kooperatifleri bugünkü tarımsal kooperatifçiliğin kökeni için örnek oluşturmuşlardır. Kooperatifçiliğin veya tarımda karşılıklı yardımlaşmanın tarihi gelişimi üzerine hemen hemen bütün ülkelerden örnek vermek olasıdır. Yugoslavya'daki toprak işleme ortaklığı şeklinde ortaya çıkan «Zadurga» isimli tarımsal işletmeler gibi.

Ülkemizde de tarımda karşılıklı yardımlaşma ve işbirliğinin temelleri çok eskilere dayanır. Türkler Anadolu'da yerleşik toplum düzenine geçtikten sonra gerek tarımsal üretimde gerekse sosyal yaşamda karşılıklı yardım ilkesine dayanan çeşitli yöntem ve kurumlar geliştirmişlerdir; ekim ve hasatın imece usulü ile yapılması, hayvan sürülerinin ortaklaşa güdülmesi, ortak sulama kanalları ve yollar yapılması, vs.

İnsan çabasının etkinliğini arttırmak, zorluklara birlikte karşı koymak ve karşılıklı yardım ilkesine dayanan çeşitli üretim yöntemleri geliştirmek aslında bugünkü modern kooperatifçiliğin temel amaç ve işlevlerini yansıtmakta idi. Ülkemizde kırsal alandaki karşılıklı yardım olayı her ne kadar çok eskilere dayansa da, ne yazık ki bu olgu Cumhuriyet dönemine kadar kooperatif olarak kurumsallaşamamış ve hukuki bir yapıya bürünmemiştir. Sadece 1863 yıllarında Büyük Kooperatifçi Mithat Paşa'nın kişisel çabalarıyla, bugün Yugoslavya'nın sınırları içinde kalan Pirot kasabasında modern anlamda tarımsal kooperatiflere yakın «Memleket Sandıkları» kurulmuştur. 1883'de «Menafi Sandıkları»na dönüşen bu kurumlar 1888'de fes edilerek yerine Ziraat Bankası kurulmuştur. Bu sandıklar dışında, Birinci Dünya Savaşı arifesinde İstanbul'da birkaç tüketim, Ege bölgesinde tarım satış kooperatifleri kurulmuştur.

— Tarımsal kooperatiflerin hukuki statü kazanmaları tarımda ortaklaşa yapılan işlerin örgütlenmesi ve yardım duyularının eyleme geçirilerek somutlaştırılması ancak hukuki bir yapı kazanmış kooperatiflerle olasıdır. Kooperatiflerin hukuki bir yapıya bü-

rünebilmesi ise tarım üreticisinin eğitilmesine ve siyasi iktidarların ekonomik kalkınmada kooperatifçiliğe verecekleri öneme bağlıdır. Osmanlı döneminde, cahilliğin yaygın olduğu ve devlet yöneticilerinin vergi ve asker toplama dışında uğramadığı türk tarımında elbette kooperatifçiliğin gelişmesi beklenemezdi.

Gelişmiş endüstri toplumlarında da tarımsal kooperatiflerin hukuki statülerini kazanıp ekonomide gerçek yerlerini almaları kolay olmamıştır. Örneğin 18. ci yüzyıl sonlarından itibaren Fransa'da Ch. Fourier, P. J. B. Bouchez, L. Blanc, Ch. Gide gibi düşünürler kooperatifler üzerine kuramsal görüşler geliştirirken tarım üreticisinden küçük esnafa ve zanaatçısına değin çeşitli ekonomik alanlarda bu görüşler uygulama sahasına geçirilmeye çalışılmıştır. 1948 -'lerde L. Blanc işçi üretim kooperatifleri olan «Toplumsal Atölyeler»i hayata geçirmeye çalışır. Gine aynı yıllarda Fransa da kooperatif tipi işletmeler üzerine hiçbir hukuki çerçeve geliştirilmediği halde Charentes bölgesinde «Tereyağı Kooperatifleri» kurulup çalıştırılmıştır.

Bu ülkede az - çok gizli çalışan, daha sonra hoşgörü ile karşılanan tarımsal kooperatif hareketi «1884 büyük sendika yasası»nın parlamento tarafından onaylanması ile sonuçta hukuki yapısına kavuşmuştur. Yasal mesleki sendikacılığın tanınması ile, ekonomik alanda birleşip örgütlenme isteyen tarım üreticileri kurulun hukuki kadro ve olanaklardan sistemli bir biçimde yararlandılar. Fakat şurası bir gerçek ki, mesleki sendikaların yasallaştığı 1880'li yıllarda başka bir dernek - birlik kurma özgürlüğü olmadığı için tarımsal kooperatifler hem ekonomik hem de sosyal yönü ağır olan sendikal amaçlar için kullanılmıştır. Aslında bu iki amaç bazen isteyerek bazen de istenmeyerek birbirine karıştırılmıştır. Geçmiş dönemlerde ülkemizde de bu olgulara sıkça rastlanmıştır.

Bugün yasalarda belirtildiği gibi tarımsal kooperatif kuruluşları işçi sendikaları gibi hak isteme ve sermaye sahiplerine karşı güç dengesi oluşturma aracı değildir. Hukuki açıdan kooperatiflerin görevi tarım üreticisinin ekonomik çıkarlarının yönetimi ve yönlendirilmesi ile ilgilidir. Oysa sendikalar bağlı olduğu diğer mesleklerin çıkarlarını korumakla yükümlüdürler. Önemli teknik ayrımlara rağmen mesleki sendikalarla tarımsal kooperatiflerin, eğitim eksikliğinden doğan hertürlü amaç kargaşalığı hariç, siyasi açı-

dan birbirlerine yakın görüşler taşımaları onları belirli konularda eylem birliğine itmektir.

Sendika ve kooperatif arasındaki amaç ve işlev kargaşalığı kooperatiflerin hukuki statülerinin özel yasalarla belirlenmesi ile önlenilmeye çalışılmıştır. Fransa'da tarımsal kooperatiflerin kuruluş ve çalışma yöntemlerine ışık tutan ilk bağımsız yasa 1945'de çıkarılmış ve 1967 yılında yeni yönetmeliklerle yasa günün ekonomik ve sosyal koşullarına uydurulmuştur. Bağımsız kooperatif yasaları sendika - kooperatif kargaşalığını önlemeyi amaçladığı kadar, özel işletme kooperatif ayrımında kooperatiflerin özel konumları nedeniyle kendileri ile birlikte getirmektedir. Ancak yasalar, kooperatif yönetici ve üyelerinin eğitilmesi ve bilinçlendirilmesi ile işlerlik kazanabilmektedir.

Ülkemizde ilk bağımsız kooperatifler yasası 1163 sayı ile 1969 yılında çıkabilmiştir. Fakat Cumhuriyetin kuruluşundan itibaren, Atatürk'ün bizzat teşvikiyle kooperatiflerin geliştirilmesi yönünde önemli adımlar atılmış ve birçok yasa çıkarılmıştır. Bugüne değin bazı değişikliklere uğratılmasına rağmen Tarım Kredi Kooperatifleri Yasası 2836 sayı ve Tarım Satış Kooperatifleri Yasası 2834 sayı ile 1935 yılında uygulanmaya konmuştur. Atatürk'ün tarımsal kooperatifler yasasının çıkmasına ve bu kooperatiflerin gelişmesine bizzat öncülük etmesinin nedeni açıktır; O, birçok konuşmalarında da dile getirdiği gibi, ülkenin ekonomik kalkınması için tarımsal kalkınma bir ön koşuldur. Tarımsal kalkınma içinse kooperatifçilik zorunludur. Böylelikle 1863 yılında Mithat Paşa'nın kurduğu Memleket Sandıklarıyla ilk adımı atılan Batı anlamında tarımsal kooperatifçilik Atatürk'ün çıkarttığı yasalarla ilk hukuki statüsünü kazanmış oluyor.

— Tarım Kooperatifçiliğın Değişik Alanlarda Örgütlenmesi ve Sınırları :

Yazımızın başında da belirttiğimiz gibi, tarımsal kooperatifçilik zamanla belli uğraşı alanlarında ayrı ayrı örgütlenerek, başlangıçtaki çok işlevli yapısını terketmiştir. Kooperatiflerin örgütlendiği üç büyük alan şunlardır : **Ekonomik Alan, Sosyal Alan ve Mali Alan.** Şimdi bu üç ayrı konuda uzmanlaşan kooperatifleri kısaca görmeye çalışacağız.

Ekonomik Açıdan : Günümüz kooperatiflerini dört ana gruba ayırabiliriz;

a) Tarım ürünleri üretim, işleme, muhafaza etme ve satış kooperatifleri : Tarım ürünlerinin pazara sunumunda kooperatifler yoluyla bir yoğunlaşma oluşturmak, satış fiyatlarını üretici lehine etkileyeceğinden kooperatif üyelerine büyük mâli avantajlar sağlar. Çoğu zaman tek üreticinin başaramayacağı ürün depolama ve muhafazası kooperatifler yoluyla kolayca gerçekleştirilmektedir. Diğer yandan gıda endüstrisinin gelişmesi ile işleme (dönüşüm) sürecinden uzaklaştırılan, dolayısıyla bu süreçte ortaya çıkan artık değerden pay alamayan tarımsal üretici, kooperatiflerin tarım ürünleri işleme endüstrisine girmesi ile yeniden işleme ve pazarlama kârına ortak olabilmektedir.

b) Tarımsal girdi kooperatifleri : Burada kooperatifler, üyesi üreticilerin işletmelerine gerekli olan verim arttırıcı modern girdileri (kimyasal gübre, tarımsal ilaç, vs.) ve makina - teçhizat ortak alımını yapmaktadır. Tarımsal üreticilerin modern girdilerin alımında ortak davranmaları şüphesiz bir istem yoğunlaşması yaratıp çiftçiye pazarlık avantajı sağlamaktadır.

c) Teknik hizmet kooperatifleri : Tarımsal işlemlerin teknik yönleri ile ilgili hizmetleri üreticiye götürmektedir; Laboratuvar analizleri, bitki hastalıkları, tarımsal ilaçlama, makine kullanımı, veteriner hizmetleri, ... Diğer taraftan bu kooperatifler, çiftçinin tek başına satın alamayacağı tarımsal makineleri (traktör, biçerdöver gibi) satın almakta ve ortak kullanımını sağlamaktadır. Büyük tarımsal makinelerin ortak kullanımını çiftçinin eksik kullanımından doğan zararlarını önlemekte ve sermayesinin rantabilitesini arttırmaktadır. Makine ortak kullanımını küçük aile işletmelerine makineleşme olanağı sağlarken, makinelerin eksik kullanımını önlediği için makro açıdan da ülke ekonomisinde sermaye savurganlığını önler. Bu avantaj Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülke için çok anlamlıdır.

d) Ortak toprak işletme kooperatifleri : Bu kooperatiflerin amacı, küçük tarım işletmelerinin birleşmesi ile ortaya daha daha geniş ve daha rantabl üretim ünitelerinin oluşturulmasıdır. Yalnız hemen belirtelim ki yukarıda bahsettiğimiz üç çeşit ekonomik kooperatifin bütün dünyada başarı ile geniş uygulama alanları bul-

masına rağmen bu son çeşit kooperatifçi çiftçiler arasında çok az ilgi toplamıştır (sosyalist ülkeler hariç).

Bu dört ayrı alanda örgütlenmiş tarımsal ekonomik kooperatiflerin amaçlarını şu şekilde özetleyebiliriz; ortaklarına en iyi malı ve hizmeti en ucuza götürmek ve kooperatiflerin ürettiği malları en iyi koşullarda tüketiciye sunmak. Amaç, tarım üreticisini ilgilendiren bütün mal ve hizmetleri kapsadığı için, kooperatifler tarım ekonomisinin çok çeşitli alanlarına girmişlerdir. Tarımsal kooperatiflerin uğraşı dünyasındaki bu büyük çeşitliliğe ve amaçlarındaki genişliğe rağmen, onların da uymak zorunda oldukları bazı kurallar ve aşamayacakları bazı sınırlar vardır. Bu sınırlama ve kurallar aslında kooperatiflerin doğuş ve varoluş nedeninde yatmaktadır. O da, bir kooperatifin, özel işletmelerin tersine, karşılıklı dayanışma ve yardımı birinci planda tutup daha sonra düzenli bir kâr arayışına geçeceğidir.

Bu durumda kooperatiflerin uyması gereken belli başlı üç ekonomik kuraldan söz edebiliriz;

1. Açıklık ilkesi : Kooperatifçiliğin genel ilkelerinde de yer aldığı gibi kooperatiflere giriş ve çıkış serbesttir. Her hangi bir kişi bulunduğu sosyal sınıftan, politik görüşlerden, din ve ırkından dolayı kooperatiflere girmesi engellenemez. Fakat konu tarım kooperatifleri olduğuna göre, girişlerde mesleki sınırlamanın olması doğaldır.

Bu ilkede başka bir yönde, kooperatife yeni girenlerle eski üyelerin aynı ekonomik ve sosyal haklara ve sorumluluğa sahip olmasıdır. Yeni üyeler mali yönden de eskilere oranla daha fazla yük altına sokulamazlar.

2. Sınırlılık ilkesi : Tarımsal kooperatifler sadece kendi üyesi çiftçilerle çalışırlar. Diğer yandan bir tarımsal üretici aynı işlevleri yerine getiren iki kooperatife birden üye olamazlar. Burada amaç çiftçinin iki kooperatiften birine öncelik vererek ürünün iyisini bir tanesine vermeyi ve böylece aynı alandaki kooperatifler arasında doğacak anlamsız rekabeti önlemektir.

Sınırlılık ilkesi, yukarıda kısaca sözünü ettiğimiz gibi, kooperatiflerin uğraşı alanları içinde geçerlidir. Bir tarımsal üretim kooperatifinin uğraşları sadece tarımsal işlerle ilgilidir ve işletmelerin gereksinimlerini karşılamaya yöneliktir.

Fakat kentlerden uzakta yaşayan bir çiftçi ailesinde tarımsal gereksinimlerle ailevi gereksinimleri birbirinden ayırmak zordur. Onun için bu üreticiler tarımsal kooperatiflerin doğal olarak aile gereksinimlerine de yönetmesini isterler. Bazı üretim kooperatiflerinin yer yer tüketim kooperatifleri kurması bu istemin bir sonucudur. Fakat tarımsal uğraşı alanı dışında kalan tüketim pazarlama konusunda seri kooperatifçilik çiftçinin kontrolü ve bilgisi dışında, tarımsal üreticiyi bilinmezliklere sürükleyebilir.

3. Bağlılık ilkesi : Üyeler, kooperatiflerin kapsamı içinde bulunan uğraşılardan, sadece kooperatiflerin hizmetlerinden yararlanmak zorundadırlar. Örneğin üye, kooperatifinin traktörü varken, başka bir kaynaktan traktör kiralayıp kullanamaz. Veya üye çiftçi ürününün kötüsünü kooperatife, iyisini pazara satamaz.

Kırsal alanda kooperatifçilikten bahsederken üzerinde duracağımız ikinci tip kooperatifçilik, «**Tarımda Sosyal Yardımlaşma Kooperatifleri**»dir. Ekonomik kooperatifler üretim, teknik, dönüşüm ve satış konuları ile uğraşırken sosyal yardım kooperatifleri çiftçiye teknik, ekonomik, sosyal ve doğal rizikolara karşı sosyal bir güvence sağlar. Bu kooperatifler kendi içlerinde üç kısımdan oluşur : Ekonomik Yardımlaşma, Sosyal Yardımlaşma ve Mali Yardımlaşma.

a) Ekonomik Yardımlaşma : Tarımsal üretim, özel konununun gereği olarak eskiden beri devamlı doğal tehlikelerle karşı karşıya kalmıştır. Bu doğal tehditler, tarım üretiminin en modern araç ve gereçlerle donatılmasına rağmen bugün bile en ileri endüstri ülkelerinde az - çok devam etmektedir.

Avrupa ülkelerinde salgın hayvan hastalıkları ve dolu gibi doğal afetlere karşı 10. cu yüzyılın ikinci yarısından itibaren sigorta birimleri oluşturulmaya başlanmıştır. Fransa'da ilk «**Ekonomik Yardımlaşma Sigortası**» Yasası 4 Temmuz 1900'da çıkarılmıştır.

Genel olarak ekonomik sigorta kurumu belli başlı dört riski içine almaktadır : Yangın, dolu, hayvan ölümü ve iş kazası. Fakat günümüzde bu risk kolları arttırılmakta, bölgeden bölgeye üründen ürüne değişen yeni riskler ilâve edilmektedir. Kuraklık, don, sel salgın hayvan hastalıkları vs.

Ülkemizde tarımsal sigorta kurumlarının gelişmemesi çiftçileri-

mizi zor durumda bırakmaktadır. Don, dolu, sel gibi doğal afetler özellikle küçük çiftçilerimizi açlık tehlikesiyle karşı karşıya bırakmaktadır.

b) Sosyal Yardımlaşma : Tarımda Sosyal Yardımlaşma birimleri, tarım üreticisinin hastalık ve iş kazalarına karşı geliştirdikleri bir sosyal güvence sistemidir. Yalnız burada, diğer ekonomik kesimlerde çalışanlar için oluşturulmuş Sosyal Sigortalar Kurumu ile tarımdaki sosyal yardımlaşma kurumlarını birbirine karıştırmamak gerekir. Zira tarımsal üretici sadece emeğini satan işçi statüsünde değildir ve aynı zamanda üzerinde çalıştığı toprağın sahibidir de. Bununla birlikte her iki kurumda da nihai amaç çalışanlara bir sosyal güvenlik sağlamaktır.

c) Mali Yardımlaşma : Tarımda kooperatifçiliğin geliştiği ve uzmanlaştığı üçüncü ve son alan mali alandır. Tarımsal üretimin ve çiftçinin mali sorunlarını çözmek için «**Tarım Kredi Kooperatifleri**» oluşturulmuştur.

Tarımda mali sorunları çözmeye yönelik kredi kurumlarının, ekonominin diğer kesimlerindeki mali kurumlardan farklı bir şekilde örgütlenmesinin birçok nedeni vardır. Genel olarak bir kredi verildiği zaman, ödünç alıcıdan, krediyi belli bir dönem sonunda faizleriyle birlikte geri ödeme garantisi istenir. Halbuki tarımsal üretimin yapısı gereği (doğal koşulların etkisi, üretim miktarında ve pazarlamada belirsizlik), çiftçi bu sıkı garantiyi verecek durumda değildir.

Bazı durumlarda, tarımsal üretici bankalar tarafından istenilen garantiyi verse bile, kullanılan kredinin tarımda verimliliği hem düşüktür hem de diğer ekonomik kesimlere oranla çok düşüktür. Yani normal koşullarda herhangi bir bankadan alınan kredinin kullanımıyla elde edilen kâr o kredinin faizini ödeyecek düzeyde değildir.

Tarım kesiminde sermayenin marjinal verimliliğinin diğer ekonomik kesimlere oranla düşük olması nedeniyle, yüksek faizli banka kredisinden yararlanamayan gereksinim sahibi çiftçi ister istemez tefecinin eline düşmektedir. Tefeci eline düşen çiftçi, ilk önce ürününü pazara gitmeden bahçesinde veya tarlasında satmak zorunda kalır. Daha sonra faizleriyle yükselen borcunu ödemek için toprağını satar. Diğer taraftan unutmamalıyız ki, küçük çiftçi bul-

duğu krediyi sadece tarımsal üretimde değil, fakat zorunlu olarak ailevi gereksinimlerinde de kullanmaktadır.

Tarımsal üreticinin kredi istemi, tarımda modern girdilerin yaygınlaşması ile daha da artmıştır. Kredi isteminin devamlılık kazanması olayı, verim arttırıcı girdilerin (kimyasal gübre, tarımsal ilaç) veya tarımsal makinelerin zorunlu birer girdi haline gelmesi olayına paraleldir. Bu durumda endüstriyel veya ticari bankalardan kredi alamayan tarım üreticisini tefeci elinden kurtarmak için Devletin yardımıyla tarım bankaları ve tarım kredi kooperatifleri geliştirilmiştir.

Avrupa ülkelerinde tarım kesiminde kredi sorununu çözmek için, devletin henüz bir girişimi bulunmaktan, 19. cu yüzyılın sonlarına doğru çiftçilerin bizzat kendilerinin kurdukları yöresel kredi kurumlarını görmekteyiz. Somut bir gereksinmeden doğan ve giderek yaygınlaşan bu mali kurumlar, daha sonra devlet tarafından yassallaştırılacaktır. Fransa'da 5 Nisan 1894 tarihli Yasa Bölgesel Kredi Sandıklarının kurulmasına izin vermektedir. 1920'lerden sonra bu sandıklar yurt çapında, devletin yardımlarıyla örgütlenerek Tarım Bankaları kuracaklardır.

Ülkemizde de bugünkü T. C. Ziraat Bankası 1888 yılında kurularak tarım kredi sorununa çözüm aranmıştır. Fakat kuruluşundan 1937 yılına kadar anonim bir ortaklık olarak çalışan bu banka gerçek işlevlerini yerine getirememiştir. 4 Haziran 1937 tarihli Yasa ile Ziraat Bankası bir devlet kuruluşu halinde getirilecek ve bu andan itibaren Türk çiftçisinin gereksinim duyduğu ve tarımsal kalkınma için gerekli kredileri vermeye başlayacaktır.

T. C. Ziraat Bankasının yeniden düzenlenmesinden başka 1935 yılında 2836 sayılı Yasa ile kurulan «Tarım Kredi Kooperatifleri» bu bankaya yarı özerk bir şekilde bağlanmıştır. Bu kooperatif T. C. Ziraat Bankasından sağladığı kaynaklar ile tarım üreticisine kısa ve orta vadelerle kredi dağıtımında bulunmaktadır. Bugün yaklaşık 1.5 milyon üyesi ve 2300 şubesi bulunan Tarım Kredi Kooperatifleri 1972 yılında çıkan, fakat 1977 de uygulanmaya başlanan 1581 sayılı Yasa ile Bölge Birlikleri ve Merkez Birliği şeklinde yurt çapında örgütlenmiştir.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO PRESS
CHICAGO, ILL. U.S.A.

Pazarlama İlimi İlgili Sahası İçerisinde " Bayilik Verme "

Yrd. Doç. Dr. Emir ERDEN*

Pazar ekonomisi içerisinde imal edilen mal ve hizmetlerin ihtiyaç sahiplerine iletilmesiyle ilgili faaliyetlerin bütünü olarak tarif olunan pazarlama, eski ifadesiyle «ticaret»den başka bir şey değildir. Tarih açısından bakıldığında, işletme iktisadi ilmi sahasında yapılan araştırmaların başlangıcını ticaret hizmeti ile mesgüliyetin teşkil ettiği görülür. Ticaret, ondokuzuncu yüzyıl başlarına kadar, o zaman için yeni olan bu bransa kendi adını verecek ölçüde ehemmiyet arzeden bir konu idi.¹ Sanayi ihtilâlinde sonra, ilim sahasındaki bu ilgi ticaretten ayrılıp sınai işletmelere kaymıştır. Bu sapma bir bakıma işletmelerin tarihi gelişimleri içerisinde, sevk ve idare tarzlarının ağırlık yönünü de ortaya koyar. Önceleri sadece satış işlerinin ağırlıkta olduğu ticaret işletmelerinden, kitle istihsalı dönemine geçerek en iyi imalat teknikleri ağırlık kazanmıştır. Daha sonra finansman meselelerine önem vermeye başlanmış ve hukuki mevzuatın, finansmanın yerini aldığı gözlenmiştir. En son dönem olarak da; müşteri istek ve ihtiyaçlarını araştırarak bu ihtiyaçlara en uygun mal ve hizmet imaline yön verecek ve bu mal ve hizmetleri müşteriye istenilen yer, zaman, fiyat, miktar ve kalitede ulaştırmayı başarabilecek pazarlama ağırlık kazanmıştır. Ancak mal - hizmet ayrımı pazarlama sahasında tam bir açıklığa kavuşturulamadığından daha ziyade imal edilmiş malların (sınai malların) pazarlama faaliyetleri işlenmiştir. Bugün dahi pazarlama konusunda yazılmış eserlerden birçoğunda rastlandığı gibi; konular sınai malların pazarlama ki-

(*) Çukurova Üniversitesi İktisadi ve Ticari Bilimler Fakültesi.

(1) Kulhavi, Ernest; «Dienstleistung» in Handwörterbuch der Absatzwirtschaft (Herausgegeben von Bruno Tieuz) C. E. Poeschel Verlag GmbH 1974, Sh. 459 - 464.

tapları ve sözkonusu meseleleri inceleyen makalelerde de bu tesir rahatlıkla görülebilir. Halbuki ticaret kesiminde yapılan iş hizmet istihsalinden başka bir şey değildir. Malların pazarlaması kadar hizmetlerinki de önem arzeder.

Hizmetler sektörü içerisinde mütalaa edilen ticaret her ne kadar içerisinde bulunduğumuz asırda incelemeye konu edilmeye başlanmışsa da, bu daha ziyade dağıtım yapısında meydana gelen ihtilâlcî değişikliklerin bir sonucudur. Asrımızın ilk yarısında, birinci dünya savaşı sonrası bazı ülkelerde meydana gelen iktisadi bunalımlar esnasında, kitle istihsalı içerisinde bulunan imalat birimleri, ellerinde yığılan stokları eritmenin değişik usüllerini aramışlar ve çeşitli dağıtım metodları ortaya çıkmıştır. Bunlar içerisinde en önemli gelişme şüphesiz ki «bayilik verme»dir.

Uzantılarını memleketimizde de gördüğümüz bayilik vermenin ilk ticari uygulamasının Singer Dikiş Makinaları şirketinin 1863 yılında geliştirdiği belirtilmekteyse;² bu sahada en önemli gelişme yirminci yüzyıl içerisinde sağlanmıştır. Böyle bir gelişme içerisinde en önemli rolü otomobil fabrikalarıyla petrol rafinerilerinin oynadığını kabul etmek gerekir. General Motors bunlardan biri idi.³ İmalettiği arabaların satışı ve bu arabalara hizmet için ilk bağımsız iş yerlerini 1898 yılında tesis etmiştir.

Çarşı-pazarda sık sık rastlanılan «... Bayii» gibi tabelalar asıllı iş yerlerinin pazarlama açısından ne ifade ettiklerini ve pazarlama alt konuları içerisinde ne şekilde ele alındıklarını bilmek, ülkenin ticari yapısının geleceği bakımından olduğu kadar ferdi imalat işletmelerinin pazarlama faaliyetleri bakımından da ehemmiyet arzeden bir meseledir. Bu konuda yazılmış Türkçe bir çalışmanın olmayışı da meseleyi cazip hale getirmektedir.

Bayiliklerin ülkemizde ortaya çıkış şekilleriyle olmaları gereken şekilleri arasında farklar bulunduğu muhakkaktır. Ülkemiz ticari yapısı içerisinde gelecekte daha düzenli bir görünüme sahip olmalarını sağlamanın birinci şartı, bu kuruluşların asli özelliklerini ortaya koyup, mevcutlarla mukayese yapmaktır.

(2) Rosenberg, R. and Bedell, M.; Profits From Franchising, Mc Graw Hill Book Company 1969, Sh. 9.

(3) Mockler, R.J. and H.E. Easop; «The Art of Managing a Franchise», Business Horizons, Volume XI, Number 4, August 1968, Sh. 27-33.

PAZARLAMA VE BAYİLİK VERME İLİŞKİSİ

Piyasa iktisadi içerisinde bir takım teşebbüslerin; müşteri istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetleri yaptıkları, bunları yapabilmek için müşterilerden (müstehliklerden) oluşan bir çevreden emek, sermaye vs. alarak bunlara ücret ödedikleri, daha sonra hasil olan mal ve hizmetleri, gene çoğunlukla aynı çevreye satarak paraya çevirip hayatîyetlerini devam ettirdikleri görülmektedir. Bu cins iktisadi faaliyet esasta iki bölüme ayrılabilir: İstihsal (veya imalat, istihraç, toplama vs.) ve istihlak (veya kullanım). Ancak bu faaliyetler arasında bağlantı vazifesi gören bir iktisadi faaliyet şekli daha vardır ki bu da elde edilen mal ve hizmetlerin çıkış birimlerinden nihai kullanıcı veya müstehliklerine ulaşmalarını sağlamak için yerine getirilen dağıtım faaliyetleridir.

İstihlak ile istihsal arasında üçüncü sektör olarak görünen bu faaliyetler, ferdi işletme için malların dağıtımı olarak görülse dahi, marko seviyede daha değişik şekilde ele alınmaktadır. Bu faaliyetler iktisadi bakımdan pazarlama iktisadi adını alır ve istek ve ihtiyaçları tatmin etmede yardımcı olan kuruluşlar tarafından ifa olunurlar⁴. Pazarlama iktisadi içerisinde yerine getirilen bu faaliyetler; gerek arz ve talebi karşı karşıya getirerek tarafların amaçlarına ulaşmalarını sağlama olarak, gerekse değişik pazarların birbirine bağlayan ağ (hammadde, yarımamül ve mamül madde pazarları gibi) şeklinde değişik tarzlarda⁵ yerine getirilen faaliyetler (toplama, sınıflandırma, biriktirme, tahsis etme ve gruplandırma gibi) olarak görülsünler, nihayetinde aynı yapının değişik ele alış tarzlarını ortaya koyarlar. Bu yapı istihsal ve istihlak arasındaki zinciri bağlayıcı halkadır.⁶

Pazarlama Dağıtım Kavramı :

İstihsal ve istihlak arasındaki zinciri bağlayıcı halka tabiri, genel bir ifade tarzı olarak, pazarlama kavramını açıklamada kullanılabilir. Çünkü bu halkada istihsal öncesi pazar araştırmaları,

-
- (4) Narver, J.C. and Savitt, R.; The Marketing Economy: An Analytical Approach, Holt-Rinehart and Winston, Inc. 1971, Sh. 43.
 (5) Downing, G.D.; Basic Marketing: A Strategic Systems Approach, Charles E. Merrill Publishing Company, 1971, Sh. 14.
 (6) Bidlingmeier, J.; Marketing 2, Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH, 1973, Sh. 327.

mamül geliştirme çalışmaları, pazarlama araştırmaları gibi ön faaliyetler bulunacağı gibi; pazarda malların satışından sonra da, müşterinin tatmin derecesi araştırması, satıştan sonra servis gibi değişik faaliyetler gerekecektir. Ayrıca malların müşterilere (istihlak veya istimal birimlerine) iletilmeleri esnasında da; mal, fiyat, tutundurma ve dağıtım ile ilgili faaliyetler icra olunacaktır. Pazarlama sisteminin alt sistemleri olan bu çalışma alanları da kendi aralarında, çeşitli alt sistemlerden meydana gelmiş alt sistemler olarak ele alınırlar. Mesela «dağıtım» kavramı; ananevi kuruluşlarla ilgili yapılar, davranışlarla ilgili sistemler ve malların depolama - taşıma ve yükleme - boşaltma - istif etme gibi hareketlerini konu edinen Lojistik'ten mürekkep toplam sistemler şeklinde ele alındığı görülmektedir. Meselenin bu açıdan görülmesi ise; «pazarlama dağıtımı» tabirinin, dağıtımın hususi mevcudiyeti ve genel pazarlama ilmini bir arada mütalea etmeye yardımcı olması faydasını sağlar.⁷

Pazarlama Dağıtım Sistemleri⁸ :

Pazarlama dağıtımını üç ayrı alt sistemden meydana gelir : Mübadele Sistemleri, Sosyal Sistemler ve Lojistik Sistemler. Mübadele sistemleri içerisinde dağıtımın gelişimi ile halihazır durumu ve gelecekte alacağı şekillerle ilgili tahminlere yer verilebilir. Dağıtımın yapısını ilgilendiren hususlarda ise; Perakendecilik, toptancılık, bayilik verme gibi meseleler ve bir pazarlama karışımı elemanı olarak dağıtım kanalları incelenir. Yapıyla ilgili diğer temel konular da sırasıyla; hizmetler dağıtım kanalları, hukuki durum ve milletlerarası dağıtım meseleleri olarak tarif olunur.

Sosyal sistemler olarak ele alınan dağıtım ile ilgili meseleler de; Roller, güç ilişkileri, çatışma ve haberleşmedir.

975

-
- (7) Lund, D.-P. Dunne ve diğerleri; Marketing Distribution : A Selected and Annoated Bibliography. American Marketing Association 1977, Sh. vii.
- (8) Not : Dağıtım sistemlerini on ayrı kriterden hareketle sınıflandıran Hans-Otto Schenk, 38 ayrı dağıtım sistemi ve bunlara bağlı 7 alt sistemden bahsetmektedir. Bkz. Schenk, Hans-Otto; «Vertriebssysteme» in Handwörterbuch der Absatzwirtschaftslehre Band IV, J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung und Carl Ernst Poeschel Verlag GmbH, 1974, Sh. 2116-2128. Yukarıda pazarlama dağıtım sistemleri ise Lund ve arkadaşlarının meseleyi ele alış tarzlarına göre işlenmiştir.

Lojistik sistemlerde ise yukarıda sayılan hususlar dışında; dağıtım iktisadi, müşteri hizmetleri, bilgi akışı, envanter idaresi gibi konular ayırdedilebilir.

Görüldüğü gibi, bayilik verme; pazarlama dağıtım içerisinde, mübadele sistemlerinden «yapı ile ilgili olarak görünen bir alt sistemdir. Aslında başka türlü tasniflerde daha başka şekillerde karşımıza çıkması da mümkündür. Mesela; ferdi bir teşebbüsün dağıtım kanal şekilleri arasında, dolaylı dağıtım tarzı olarak rastlanabildiği gibi,⁹ dağıtım sistemlerinin ayrı bir sınıflaması içerisinde de, işletmeye bağlı dağıtım sistemi olarak görülebilir.¹⁰

Bütün bunların dışında, bir işletmecilik tarzı olarak da bayilik meselesi ele alınabilir,¹¹ fakat bayilik vermenin kendi içerisinde bir endüstri meydana getirmediği ifade edilmektedir.¹² Bayiliğin işletmecilik tarzı olarak ele alınmasına rağmen, dağıtım kanal politikaları arasında sayılan seçimli (selektif) dağıtımın bayilik verme şeklinde genişletilmesinden ortaya çıkmış olduğu da muhakkaktır.¹³

Bayilik Verme Nedir? :

Bayilik verme (franchising) hem yeni, hem eski olan bir kavramdır. Kelime aslında terim; tahditten, kölelikten kurtulma manasına gelir. İşletmecilikte se; bir imalatçı bir perakendeciye bir bayiliğe bahşeder ve herbiri karşılıklı anlaşmayla emtianın satışını teşvik ederler.¹⁴ Yeterli sermaye ve tecrübeye sahip olmayan

(9) Kotler, P.; Marketing Management: Analysis, Planning and Control, Third Edition, Prentice-Hall, Inc. 1976, Sh. 283-284.

(10) Gutenberg, E.; Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, 2. Band: Der Absatz, 4. Auflage, Springer-Verlag 1962, Sh. 108. Gutenberg sürüm şekillerini sayarken işletmeye hukuken bağlı sürüm sistemleri olarak mukaveleli dağıtımını tarif etmektedir.

(11) Lewis, E. H.; Marketing Channels: Structure and Strategy, McGraw-Hill, Inc. 1968, Sh. 67.

(12) Stephenson, P. R. and R. G. House; «A Perspective on Franchising: The design of an effective relationship», Business Horizons, August 1971, Sh. 35-42. Ayrıca Bkz.: Lipstet, I. A.; Franchise Distribution Systems, Professional Report for the Degree of M. B. A. at The University of Texas at Austin 1975, Sh. 3.

(13) Lewis, E. H.; A.g.e. Sh. 67.

(14) Marketing Dictionary; By Stanley Strand, Philosophical Library Inc. 1962, Sh. 289.

bir kimsenin; diğer bir teşebbüs tarafından bütün detaylarıyla geliştirilmiş bulunan bir işletmecilik şekli içerisinde, karşılıklı anlaşmayla kendi işletmesini kurması bu sistemin esasıdır. İşletmecilik bir mamül hattının satışını(genellikle nihai müstehlike), bir müşteri hizmetini veya bir işletmecilik hizmetini ihtiva edebilir. Pazarlaması yapılan mamül, metot veya hizmet, bir marka ismi ile tefrik olunur ve bayilik veren şahıs, kullanılan pazarlama metotları üzerinde kontrol sağlar.

Birçok durumlarda böyle bir faaliyet; ticaret ünvanı, tek düzen semboller, teçhizat, mağaza giriş kısımları ile standartlaştırılmış mal ve hizmetlerle bir büyük zinciri andırır ve ayrıca bayilik sözleşmesinde belirtildiği gibi tek düzen uygulamalar sağlar.

Bu sahada önemli bir diğer husus, bayilik verme meselesinin değişik tariflerinin bulunuşudur. Memleketimizde anlaşılan şekliyle bayilik; bir malın satışını sürekli şekilde yerine getirmek üzere, imalatçıyla yapılan antlaşmadır. Çünkü kelime anlamı itibariyle müşteriyi ifade etmektedir veya toptancı veya perakendeci seviyesinde, bir cins malın müşterisi (ekseriyetle ticari müşterisi) olma kastolunmaktadır. Halbuki, bayilik alan şahsa iş yapma hususunda verilen imtiyazı belirten mukavele; aynı zamanda bu imtiyaza ek olarak, bayilik alanın işletmesini teşkilâtlandırma, eğitim, sürümleme ve sevk ve idarede yardımcı olma karşılığı bayilik verene menfaat sağlamayı ve ilişkilerin sürekli olması şartını da getirir.

Bayilik alan taraf, bağımsız olarak bir teşebbüs meydana getirme ve en düşük seviyede risk ile gene aynı durumda sermaye yatırımı vasıtasıyla bir iş yapmak istemektedir. Bunun için daha önce denenmiş bir mal veya hizmet ile pazarlama metodunu kullanmak ve başarı elde etmeyi arzulamaktadır. Böyle bir başarıyı elde etmek için de azami derecede fırsatı değerlendirmeyi ilk planda görmektedir. Bayilik veren taraf ise bütün bu isteklerin gerçekleşmesini sağlayacak şartları, bayilik verme adını taşıyan bir iktisadi vasıtayla arzetmektedir. Karşılığında ise bayilik alan şahsın işletmesiyle ilgili kararların bayilik verene açık olması, bu kararlarda hareket serbestisinden ve bazı alternatif tercih durumlarından imtina edilmesi talep olunmaktadır.

Her ne kadar bayilik, bayilik alan için az sermaye ile kendi

bağımsız işletmesini kurmasını ifade etmekte ise de, diğer bir yönüyle böyle bir bayilik alan şahıs kendi kendinin patronu olamamaktadır. Çünkü ayırddedici özellikleri ve hizmetin tek düzenli oluşunu devam ettirmektedir. Bayilik veren taraf üzerinde herbir bayii faaliyetinin iyi veya kötü yönleriyle yansıtacağı bilinir ve bayilik verenin ticari itibarını tesis etme ve koruma garanti altına alınır. Yani bir bakıma, bayilik alan bir yandan kendisi için (kazanç temini için) çalışırken, diğer yandan ikinci şahıs için (firma adını duyurmak, iyi hizmet vermek vs. için) çalışmaktadır.

Pazarlama yönetimi bakımından böyle bir uygulamaya; kanal üzerinde sürekli bir kontrol elde etmek üzere başvurulur. Kanal kontrolü; kanal üyelerinden birinin içerisinde yer aldığı kanalın diğer üyelerine belirli bir mal (veya marka) için pazarlama politikalarını tespit ederek, onlara bu politikaları uygulatma yeteneğini ifade etmek üzere kullanılmaktadır.¹⁵ Bayilik anlaşmaları da böyle bir kontrolü elde etmek üzere meydana getirilen işbirliğinin mukaveleye dayalı şekli olarak icra edilir.¹⁶

Kanal üyelerinden birinin diğerine kabul ettirmek isteyeceği politika ve uygulamalar; bazı durumlarda, kendi düşüncesine göre en kârlısı olduğu halde, diğerleri için öyle olmayabilir. Böyle bir hal ise kanal içerisinde müstebit bir idare tarzını ortaya koyar.¹⁷ Bayilik veren taraf ise; genellikle, bayiler üzerindeki sürekli kontrolünü belirli derecelerde gerçekleştirir ve onların, belirlenmiş kalite standartlarında birleşmelerini uygun bulur. Böyle bir kontrolün boyutları farklılıklar gösterir. Bazı durumlarda bayiler; bayilik veren tarafından teçhiz edilmiş bulunan bir yönetmeliğe sıkı sıkıya bağlı olarak, faaliyetlerinin her safhasında uymaya mecbur tutulabilirler.

Yukarıdaki durumun aksine olarak, ferdi bayilik de aynı ismi taşıyan diğer birimler tarafından tesis olunmuş iyi şöhret, iyi

(15) Stern, L. W.; «The Concept of Channel Control», Journal of Retailing, Volume 43, (Summer, 1967), Sh. 14-20.

(16) Mc Gammon, B. C. Jr.; «The Emergence and Growth of Contractually Integrated Channels in the American Economy», in Distribution Systems: firms, functions and efficiencies, (Eds. R. C. Anderson and W. P. Dommermouth) Appleton-Century-Crofts, 1972, Sh. 458-468.

(17) Stern, L. W.; «Channel Control and Interorganisation Management», in Marketing Channels (Eds. L. E. Boone and J. C. Johnson), General Learning Corporation, 1973, Sh. 191-200.

intiba ve itibarı paylaşabilir. Özellikle bayilik verilen kuruluşun, şayet bayiler arasına yeni katılıyor ise, bayiliklerin taşıdığı isim ve şöhret üzerinde tesis olunmuş iyi intiba'da hiçbir payı yoktur. Yeni bayilik, işletmecilikte önemli olan, bütün bu hususları miras alabilir. Ancak faaliyete geçtikten sonra, kendi satış sahası içerisinde aynı intibayı korumak veya daha da geliştirmek kendi elinde olacaktır. Belirlenmiş hizmet kalitesi standartlarına uymadığı sürece hem kendi işletmesi hem de, dolaylı olarak, içinde yer aldığı bayilik zincirinin tamamı zarara uğrayacaktır. Bunun için de bayilik veren kişinin bayilik zinciri üzerinde kontrolü sağlamak istemesi normaldir. Çünkü ticarete işbirliği olarak gösterilen bayilik verme'de güdülen gaye; malların kombine bir şekilde arz edilmesi veya pazarlama araçlarının birlikte kullanılmasıyla, piyasa içerisinde daha etkili olabilme veya rakiplere karşı daha büyük tesir meydana getirme olabilir.¹⁸ Böyle bir gayenin gerçekleşmesini engelleyecek herhangi bir sapma arzu edilemez.

Bir tacirin faaliyetlerini yoğunlaştırmak zorunda olduğu bölge üzerindeki sınırlandırmalar da özel dağıtımın (exclusive distribution) ve bayilik antlaşmalarının tamamlayıcı bir cüzüdüdür.¹⁹ Bazı tespit edilmiş müşteri sınıflarının, imalatçı tarafından doğrudan satış yapılması için ayrılması; Distribütörün yalnızca bazı selahiyetli perakendecilere satış yapabilmesi gibi hususlar da böyle bir antlaşmada bulunan diğer şartlar arasındadır.

Bu tip antlaşmaların temel amacı, tacirlerin satış çabalarını bir imalatçının markası için kuvvetlendirmektir.²⁰ İmalatçı; kendisine, diğer imalatçıların markalarıyla etkili bir şekilde rekabet imkânını verecek bir dağıtım kanal sistemini geliştirmeye çalışır. Bunun için de önemli bir miktarda çaba sarfı için bir enerjiye sahip ve işletmeciliği öğrenmeye niyetli fertlere ihtiyaç duyar. Bayilik veren taraf, bayilik alan taraf için gerekli diğer hususları temin edebilir.

Bayilik veren şahsın bayilere sağlayabileceği hizmetler arasın-

(18) Hill, W.; «Marketing» in Handwörterbuch der Absatzwirtschaft (Herausgegeben von Bruna Tietz) E. E. Poeschel Verlag, GmbH 1974, Sh. 1233 - 1247.

(19) Erden, Emir; Dağıtım Kanalları - Ders Notları - Erzurum 1983, Sh. 185.

(20) Stern, L. W. and J. R. Grabner Jr; Competition in The Marketplace Scott-Foresman and Company, 1970, Sh. 134.

da şunları sayabiliriz:²¹ a) Mal veya hizmet seçimi, işletme yerinin seçimi ve müşavirlik; b) Mal ve işletmecilik bilgisi olarak mağaza (veya iş yeri) geliştirmeye yardım. Buna kiralama görüşmeleri dahildir; c) Mağazanın dizaynı ve makina teçhizat mübayaasına yardımcı olma; d) Başlangıç personelinin işe alınması ve sevk - idare eğitimi ile sevk - idareyle ilgili sürekli müşavirlik; e) Reklamcılık ve sürümleme müşavirliği ve yardımcılığı; (f) Muhasabe ve kontrol süreçlerinin işletmeye yerleşmesine kadar bu hususlarda yardım; g) Planlama konusunda yardım; h) Standartlaştırılmış işlemler ve tekniklerin kazandırılmasında yardım; i) Tasarrufla neticelenen merkezileştirilmiş mübayaaya (satınalma); j) İşletmenin meydana getirilmesinde mali yardım.

BAYILIKIN ÖNEMİ :

Yukarıda anlatılan hususlar bayilik verecek bir imalat işletmesi için önemlidir. Ticari kesim içerisinde bazı işletmecilik usullerinin iyi bilinmesi, herhangi bir tür çerisinde faaliyet göstermek isteyenlerin başarılı olabilmelerinin birinci şartıdır. Özellikle belirli bir mal veya hizmet istihsal ederek pazarlayan imalatçılar için; hangi türde bir bayilik sistemiyle mallarını sürümlemek istemektedirler, o sistemi en ince teferruatına kadar bilmeleri gerekir.

Bir dikey pazarlama sistemi tesis edildikten sonra; bu sistemi kuran kişi veya kuruluşun unutmaması gereken bir diğer husus da sistemin kendisiyle ilgilidir. Kendi işletmesi ve teker teker işbirliği yapacağı kuruluşların sevk ve idare edilmeye muhtaç olmaları gibi, bu birimlerin hepsinin oluşturduğu bayilik sistemi de sevk ve idare edilmeye muhtaçtır.²² Özellikle kitle istihsal tekniğiyle imal edilen malların dağıtımı için dikey pazarlama sistemlerinin kurulması artık zaruret halini almaktadır. Serbest akım kanallarına güven besleyerek büyük imalat işletmelerine yatırım yapıldığı günler geride kalmıştır.²³ Ayrıca bu tip mamüllerin dağıtım kanal-

(21) Little, R. W.; «The Supra-Firm: Key to Small Retailer Survival» in **Modern Marketing Thought** (Eds.: J. H. Westing / G. Albaum) Third Edition Macmillan Publishing Co., Inc. 1975, Sh. 82-94.

(22) Ridgway, V. F.; «Administration of Manufacturer-Dealer Systems» in **Distribution Channels: Behavioral Dimensions** (Ed. L. W. Stern), Houghton Mifflin Company 1969, Sh. 117-132.

(23) Bowersox, D. J. / M. B. Cooper / D. M. Lambert / D. A. Taylor; **Management in Marketing Channels**, Mc Graw-Hill, Inc. 1980, Sh. 8 vd.

ları her seviyesinde müşteriye dönük bir felsefe tarzını benimsemiş birimlerden oluşturulmadıkça, firmanın şahsen müşteriye dönük tutum takip ettiği iddia edilemez.

Konu bayilik sisteminin sevk ve idare edilmesine gelince; bayilik verme, pazarlama içerisinde değişik veçheler kazanır. Dağıtım kanallarının değişik ele alınış tarzları içerisinde bayilik sistemi ilk olarak kanal liderliği bakımından ele alınabilecektir. Böyle bir araştırmada imalatçı, aracı veya müstehlikten hangisinin dağıtım kanal sisteminin meydana gelmesinde daha büyük rolü olduğu tartışma konusu edilebilir.²⁴ Bu ise; diğer bir yönüyle, dikey veya yatay olarak entegre olmuş kanal sistemlerinin kontrol tipine göre sınıflandırıldığı²⁵ çalışmaları ilgilendirir.

Perakendecilik sahasında belirli bir mal veya hizmet sürümleme tekniği geliştirip bunu bayilikler vasıtasıyla, aynı seviyede genişleten bir işletme; yatay olarak entegre olmuş demektir. Otomobil pazarlaması gibi imalatçı tarafından²⁶ veya merkezden satınalma ve sürümleme tasarrufları elde etmek için toptancılar tarafından²⁷ kurulan pazarlama sistemleri de dikey olarak entegre olmuş bayilik kanal şekillerini ortaya koyar.

Bayilik verme şayet bir mal veya hizmetin dış pazarlarda sürümü ile ilgiliyse o vakit Coca-Cola misalinde olduğu gibi Milletlerarası Pazarlama'nın konusu olarak ele alınacak²⁸ veya dış pazarda ilk girişte nasıl bir bayilik sistemi kurulabileceğinin araştırılması olacaktır.²⁹

Kalkınmakta olan ülkeler için bayilik vermenin en önemli özel-

-
- (24) Davidson, W. R.; «Channels of Distribution - One Aspects of Marketing Strategy», Business Horizons, 1961, Sh. 84-90.
- (25) Revzan, D. A.; «Marketing Organization Through the Channel» in **the Marketing Channel, A Conceptual Viewpoint** (Ed. B. E. Mallen), John Wiley and Sons, Inc. 1967, Sh. 3-19.
- (26) Mc Guire, E. P.; Franchised Distribution. The Conference Board, New York 1972, Sh. 11.
- (27) Hall, W. P.; «Franchising: New Scope for an Old Technique», Harvard Business Review, January-February 1964, Sh. 60-72.
- (28) Terpstra, Vern; International Marketing, Holt, Rinehart and Winston, Inc. 1972, Sh. 207-208.
- (29) Matthew, G. H.; «Establishing a Franchise For Your Brand Overseas» (in AMA 1961 Proceedings: Effective Marketing Coordination) American Marketing Association. Sh. 484-492.

liği; müşterilerde belirli bir satınalma alışkanlığını geliştirmede yardımcı olan modern bir pazarlama tekniğinin uygulanması olmaktadır.³⁰ Kitle istihsal tekniğiyle elde olunan mal ve hizmetlerin dağıtımı için; şayet merkezi planlama vasıtasıyla istihsal ve istihlâke yön verilmemekteyse, serbest pazar ekonomilerinde uygulanmakta olan dağıtım sistemleri içerisinde en başarılı olanlarının uygulanmaya konması münasıptır. Gerçi bayilik verme uygulamalarının geçmişine bakıldığında gayri ahlâki uygulamalarla bozulduğu görülür.³¹ Ancak hiçbir şekilde bu tip uygulamalara fırsat vermeyecek mükemmel bir dağıtım sistemi bulunmadığı müddetle, bayilik vermenin mevcutlar içerisinde en uygunu olacağı söylenebilir.

Piyasa iktisadı içerisinde faaliyet gösteren teşebbüslerde müşteri kazanma ve buna benzer meseleler (rekabet gibi) mevcut iken merkezi planlamanın hakim olduğu ekonomilerde ise bütün pazarlama faaliyetleri merkezden yapılır. Bunlar arasında müşteri kazanma endişesi olmadığı gibi rekabet de ancak tahsisatlar yönünde olur.³² Karma iktisat sisteminin hakim olduğu ülkemizde ise, çoğunluğu teşkil eden serbest teşebbüsün mallarının büyük bir kısmı serbest akım kanalları vasıtasıyla dağıtılmakta ve müşteri kazanma şansa bırakılmaktadır. Halbuki bu şekilde, müşterileriyle ilgilenmeyip, herhangi bir talep yaratıcı faaliyette bulunmayan bir pazardaki yapıda aksaklık mevcuttur. Çünkü bu pazarın organizasyonu ile ilgili özellikleri; tarafları esas itibariyle birbiri arasında; yalnızca satış akti kesinleşinceye kadar azami kârlı çıkmaya çalışmaları dışında birşey sözkonusu olmamasıyla ve bazen bu satış akitlerinin bir defaya mahsus olarak yapılıyor olmasıyla kendini belli eder. Böyle bir pazarda ise yapı, pazarda faaliyet gösteren firmaların davranışını etkileyerek onların ait oldukları iş kollarının cemiyete tahsisi, teknik etkinlik bakımından, yenilikçiliğiyle ve ilerleyiciliğiyle vs. ile ne kadar iyi hizmet ettiğine işaret eden pazar performansı³³na yansır. Bunun sonucu ise değişik şekiller-

(30) Bu konu için Bkz.: Cranch, A. G.; «Modern Marketing Techniques Applied to Developing Countries» in The Environment of Marketing Management (Eds. R. J. Holloway and R. S. Hancock), John Wiley and Sons, Inc. 1974, Sh. 412-416.

(31) Mockler, R. J. and H. E. Easop : A.g.m.

(32) Gutenberg, Erich : A.g.e., Sh. 109.

(33) Stern, L. W. and J. R. Grabner, Jr.; Competition in the Marketplace, Sh. 8.

de ölçülebilen pazar performansı;³⁴ gerek büyüme - istikrarlı olma bakımından şansa kalmış olması, gerek pazarda satışı yapılan malların miktarı ve gerekse de pazarı meydana getiren alıcı ve satıcıların kârları bakımından ulaşılabilecek seviyenin çok altında gerçekleşmesi dolayısıyla düşük olmaktadır. Pazar performansının düşük oluşu dolayısıyla da iş kolu trendlerindeki genel gelişme eğilimleri azalmaktadır. Hatta daha ileri bir adım atılarak genel ekonomik trendi dahi bu pazar performansının etkilediği görülebilir.

İktisadi gelişme için pazarlama kurumlarının gerekli oldukları hususu her ne kadar iktisadi gelişmeyi plânlayanlar tarafından, diğer bazı ülkelerde de, kabul görmemekteyse de; ekseri iktisadi gelişme projelerinin beklenenlere erişmemesinin yegâne sebebi gene bu ters tutum gösterilmektedir.³⁵ Yalnız başına malların belirli bir kalitede, belirli bir teknikle imal edilmesi meseleyi halletmeye yetmemektedir. Neye talep olduğu veya hangi tür mal ve hizmetlere talep yaratılabileceği, müşterilerine nerede, nasıl, hangi kalite ve fiyatta ulaştırılabileceği gibi hususların hallinde gene pazarlama faaliyetleri ve pazarlama kurumlarına ihtiyaç vardır.

SONUÇ :

Görüldüğü gibi, bayilik verme; mukaveleye dayalı bir dikey pazarlama sistemi meydana getirmenin bir yolu olmaktadır. Mevcut diğer alternatifler arasında, ülkemizin ticari yapısının geleceği ile ilgili olarak da önem arzemesi bakımından, belirli avantajlar taşımaktadır. Çok değişik iş sahalarında uygulanabilmesi avantajıyla da ayrı bir yere sahibolmaktadır. Uygulama sahasındaki değişik türlerden ayrı bir sistem olduğu kabul edilerek yola çıkılır ve mevcut bayilikler olmaları gereken şekle sokulmaya çalışılırlarsa ülkenin ticari yapısında bir canlanmaya şahit olunabilir. Bunu gerçekleştirebilmenin şartlarından biri ise cesur müteşebbislerin bu sahaya ilgi göstermelerini sağlamaktır.

(34) Bucklin, L. P.; «Marketing Channels and Structures : A Macro View» in Combined Proceedings Series No : 34, American Marketing Association 1972, Sh. 28 - 38.

(35) Mc Carty, J. E.; «Effective Marketing Institutions for Economic Developments» in Distribution Systems : Firms, Functions and Efficiencies (A.g.e.), Sh. 425 - 434.

Toplam Planlama/Ana Programlama : Bir Yaklaşım

Dr. Erhan KOZAN*

GİRİŞ

Medeniyetteki gelişmeler sonucu ortaya çıkan yeni yaşam biçimi kişilerin ve toplumların isteklerinin kalite ve kantite yönünden sürekli olarak artmasına neden olmaktadır. Ayrıca dünya nüfusundaki artış da buna eklenince geçmişe oranla oldukça karmaşık ürünlerin büyük miktarlara üretilmesi zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

Bu üretim artışını sağlayabilmek için endüstrileşmiş ülkelerde olduğu kadar, endüstrileşme sürecinde bulunan ülkelerde de işletmelerin verimli bir biçimde çalıştırılması gerekmektedir. Bu ise üretim yöntem ve yönetimlerindeki oldukça karmaşık kavram ve fonksiyonlara gereksinim duyulmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada, bu kavramlarından biri olan üretim planlama/programlama işlevi ele alınmaktadır. Amacımız bu tür problemlerin karmaşık niteliği göz önünde bulundurularak pratikte kullanılabilecek bir yöntem geliştirmek ve uygulanabilirliğini saptamaktır.

Üretim yönetiminin amacı yukarıda değinildiği gibi verimliliği arttırmak ve asgari maliyeti elde etmek olmakla beraber genelde kaynaklardan optimum yararlanmaya yöneliktir. Ürtemi planlama/programlama, işletme kapasitelerinin optimum kullanılmasında, zaman sürecini esas alarak kaynak dağılımını sağlayan en

(*) Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Yönetimi Bölümü Öğretim Görevlisi.

önemli üretim yönetimi alt işlemlerinden biri olup gelecekteki dönemler için üretim sürecinin düzey ve limitlerini belirleyen ve buna ilişkin olarak anamal işgücü ve stok miktarları ve bunların birleşimi ile ilgili kararların alınmasını kapsamaktadır. İşletmeler bu planlar çerçevesinde fabrika içi ve dışı üretim olanaklarını değerlendirerek, üretim hızlarını ve bunun gerektirdiği kaynak kullanımını belirlemektedirler.¹ Bilimsel işletmeciliğin öncülerinden H. Gantt tarafından başlatılmış olan bu planlama işlevi, günümüz işletmelerinde de geliştirilmiş biçimiyle kullanılmaktadır.

Üretim yönetiminde, üretim planlaması çeşitli amaçlara hizmet etmektedir. Yeni sermaye mallarının satın alınması, fabrika binalarının temini ve geliştirilmesi yalnız gelecekteki kısa dönemleri etkileyen bir planlama olmayıp daha uzun dönemleri de içeren niteliktedir. Buna karşılık işgücünün temini ve eğitilmesi daha kısa bir süreyi kapsamaktadır. Bu nedenle, herhangi bir zamanda, bir işletmenin birden fazla plana ihtiyacı olup bu planların süreleri gibi kullanım amaçları da değişiktir.²

Dolayısıyla süreleri uzun, orta ve kısa dönem olmak üzere üç genel gruba ayırmak ve her devrede verilecek kararların ve bunlarla ilgili planların ayrı ayrı belirlenmesi gerekmektedir.³

Üretim planlamasında, uzun dönem planlar yeni ürün geliştirme fabrika kurma ve tevsi gibi yatırım planlarını içermekte olup genellikle bir yıldan uzun süreleri kapsamaktadırlar. Orta dönem planlar uzun devreli planlarla saptanan kaynakların ve sınırlamaların nasıl karşılanacağını belirlemekte ve genellikle bir yıldan kısa süreleri kapsamaktadırlar. Kısa dönem planlar ise eldeki kaynakların ayrıntılı bir şekilde, çeşitli ürün ve faaliyetlere tahsisi kararlarını vermektedirler. Genellikle günlük, haftalık veya bir aylık süreyi kapsamaktadırlar.

Görüldüğü gibi üretim planlamasında uzun dönem planlar, orta dönem, orta dönem planlar da kısa dönem planlara çerçeve olmaktadır. Diğer bir deyişle kısa dönemli planların orta, orta

- (1) Johnson, R. A., Newell, W. T., and Vergin R. C., **Operation Management : A system Concept**, Houghton Mifflin Co. Boston, 1972, s. 355.
- (2) Bock, R. R., and Holstein, N. K., **Production Planning and Control** (2. baskı), Charles E. Merrill Books Inc. Columbus, Ohio, 1964, s. 4.
- (3) Plossl, G. W. and Wight, O. W., **Production and Inventory Control**, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1967, s. 15.

dönemli planların da uzun dönemdeki planların kısıtları ve amaçları çerçevesinde yapılması zorunlu olmaktadır.

Süreler göz önüne alınarak yapılan ayırımlardan bu çalışma açısından önemli olan orta dönemli planlar ve bu planların problemleridir. Orta dönemli planlar üretim yönetiminde geleneksel olarak toplam planlar/ana programlar deyimi ile adlandırılmaktadır.

Toplam planlar/ana programlar işletmeler için ekonomik önem taşımakta olup işletmelerin çeşitli kapasite kaynaklarından en iyi şekilde faydalanmalarını sağlamaktadırlar. Üretim yönetiminde toplam planlar ilerideki oniki aylık dönemde işletmelerin talep dalgalanmalarını minimum maliyetle karşılamak amacı ile geliştirilen plan ve stratejilerdir.

İşletmeler bir ürün üretmeye karar verdikleri an ürünlerin tamamlanma sürelerini de kesin olarak belirlemek zorundadırlar. Bu tür karar sonuçlarını içeren belgelere ise ana programlar denilmektedir. Ana programlar ürün teslim tarihlerini stok ve malzeme akışını, malzeme ve işgücü planlaması gibi faktörleri göz önüne aldıklarından toplam planları ayrıntı düzeyinde tamamlamaktadırlar. Holt, Modigliani Muth ve Simon⁴ ana programlamada işgücü seviyesi, üretim hızı, stok seviyesi taşaron kullanılması ve mamül fiyatları ile oynayarak talep dengesinin korunması alternatifi gibi değişkenleri kontrol edip en iyi seçeneğin saptanması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Dilworth⁵ ise Ana programlamayı «İşgücü büyüklüğü, üretim hızı ve stok seviyesi gibi değişkenleri kontrol edip en iyi seçeneğin saptanması» şeklinde ifade etmektedir.

Yukarıda verilen değişkenlerden yalnız bir tanesini kullanarak geçerli bir dengenin bulunması oldukça güçtür. Zira, talepteki dalgalanmalar yalnız stoklar kullanılarak karşılandığında, depo, sigorta taşıma -yerleşme maliyetlerinin yanı sıra sermaye ve yıpranma maliyetleri de yükselmektedir. Yalnızca işgücünde yapılan değişikliklerle talepteki dalgalanmalar karşılanmaya çalışılırsa, bu da işçi dönüşüm maliyetleri ile fazla mesai ve vardiya priminin

(4) Holt, C. C., Modigliani, F., Simon, H. A. ve Muth, J. F., «A linear Decision Rule for Production and Employment Scheduling» **Management Science**, Vol. 2, No. 2 (Ekim 1955) s. 10-30.

(5) Dilworth, J. B., **Production and Operations Management**, Random House, 1979, s. 248.

getirdiği maliyetleri yükseltmektedir. Bunların yanısıra kamu ilişkileri ve kamu imajı gibi elle tutulamayan etkiler ve işten çıkarmanın diğer maliyetleri de söz konusu olmaktadır. Talepteki dalgalanmaların, üretim düzeyinde değişiklik yapılarak karşılanmasında, artışlar halinde fazla mesai maliyetleri, düşüşler halinde aylık işçilik maliyetleri söz konusu olmaktadır. Görüldüğü gibi her stratejiye ilişkin maliyetler, seçeneklerin akıllı bir birleşiminin aranmasını gerektirmektedir. Dolayısıyla, yukarıda verilen genel yapı içinde toplam planlama/programlama modelinin kurulması gerekmektedir.

Model kurulurken en önemli kararlardan birisi problemin yapısı ile ilgilidir. Problemin yapısı ise aşağıdaki özelliklerden hangisinin sistemin problemleri için geçerli olduğunun saptanması ile belirlenmektedir.⁶

- Doğrusal veya doğrusal olmayan
- Durağan veya devingen
- Kesikli veya sürekli zaman
- Tek işlem veya çok işlem
- Kesikli veya sürekli değer

Yukarıda özellikleri belirtilen problemler için kurulacak modeller de iki temel yaklaşım kullanılabilir bunlar :

- Matematiksel fonksiyonlarla kurulan modeller,
- Hesaplama algoritmaları ile kurulan modellerdir.

Matematiksel fonksiyonlarla kurulan modellerde sistemlerin eleman ve elemanlar arasındaki ilişkileri simgeler ve matematiksel ifadelerle temsil edilir.⁷ Bu yaklaşımın en büyük avantajı çözüme analitik teknik ve yöntemlerle —differansiyel, doğrusal programlama, tam sayılı programlama gibi— çabuk ve kolay ulaşılmasıdır. Kullanılan basitleştirici varsayımların sistemi gerçekten kısmen uzaklaştırması ise bu yaklaşımın dezavantajıdır.

(6) Buffa, E. S. and Miller G. J., **Production - Inventory Systems : Planning and Control**, Richard D. Irvin, Inc., Ontario 1979, s. 256.

(7) Dilworth, a.g.e., s. 36.

Hesaplama algoritmaları ile kurulan modellerde ise sistem bir «Kapalı Kutu»⁸ olarak var sayılır ve karar değişkenleri şeklinde sisteme sokulan girdiler bir dizi çıktıya dönüştürülür.⁹ Bu tür modeller : Tablolar, grafikler, bilgisayar programları ve karar tablolarıdır. Bu modellerle en iyiye ulaşılması güçtür. Ancak problemlerin yapısını göstermede, matematiksel fonksiyonlarla kurulan modellerin güçsüz kaldığı veya çok karmaşık oldukları durumlarda büyük avantajlar sağlayabilmektedirler.

Günümüzde sık karşılaşılan çok aşamalı problemlerde modelin kuruluş biçimi ve buna bağlı kararlar büyük önem taşımaktadırlar. Bu kararları içeren toplam planlama/ana programlama problemlerine değişik çözüm yaklaşımları bulunmaktadır. Örneğin, firmaların uzun vadedeki plan ve stratejilerinin ışığı altında kapasite ve stok seviyelerinin birlikte değerlendirilmesi, toplam planlar/ana programlar ile yapılmaktadır. Bu bilgiler, dar boğazın ve kapasite fazlalığının nereden kaynaklandığının saptanmasına yardımcı olmaktadır. Bu özellikleriyle toplam planlar/ana programlar fazla mesai ve departmanlar arası iş kaydırılması gibi kararlarda önemli rol oynamaktadırlar. Literatürde, toplam planlama/ana programlama problemlerinin çözümü için birçok değişik yöntem ve teknik geliştirilmiş olup bir uçta küçük işletmelere uygulanabilecek basit (direkt, sezgisel) yaklaşımlar, diğer uçta ise oldukça karmaşık yaklaşımlar bulunmaktadır. Bunların çoğunun uygulanması ve fayda sağlaması çok özel problemler dışında mümkün değildir. Genelde toplam planlama/ana programlama tekniklerini dört ana grupta toplamak mümkündür. Bunlar analitik, iteratif, huristik ve diyagram yaklaşımlarıdır.

A. ANALİTİK YAKLAŞIM

Kesikli üretim sistemlerinde toplam planlama/ana programlama problemlerinin çözümlenmesinde çeşitli matematiksel modeller kullanılmaktadır. Bu amaçla en yaygın olarak «Doğrusal Prog-

(8) Krick, E. V., Methods Engineering, John Wiley Inc., New York, 1962, s. 31. Kapalı kutu, problem çözümlenme yaklaşımlarından bilinmeyen ve belirlenemiyen unsurları içeren bir sistem olarak kabul edilmiş ve bir kriter esas alınarak sistem girdilerini çıktılar haline dönüştürme işlevi bu kriterlere göre değerlendirilmiştir.

(9) Buffa ve Miller, a.g.e., s. 255.

ramlama» ve «Doğrusal Karar Kuralları» yöntemlerinden yararlanılmaktadır.

Doğrusal Program Yöntemleri; toplam planlama/ana programlama problemlerinin çözümlenmesinde doğrusal programlama yaklaşımı ilk defa Bowman¹⁰ tarafından kullanılmıştır. Bowman, modelinde üretim ve stoklama maliyetlerini minimize eden bir amaç fonksiyonu kullanmaktadır. Model, tüm talebin kapasite limitlerini aşmadan karşılanmasını da sağlamaktadır. Modelin kısıtlarını satış gereksinimleri, başlangıç stoku ve üretim kapasitesi oluşturmaktadır. Model, planlama sürecindeki belirli sayıdaki period için geliştirilmiştir. Modelde kullanılan dönem başı ve dönem sonu stokların önceden belirlenmiş olması gerekmektedir. Ancak model üretim ile ilgili kapasite seviyelerini değiştirme sonucu doğacak maliyet artışlarını dikkate almamaktadır.

Bishop¹¹, Bowman'ın modelini geliştirerek fazla mesaide üretme maliyetini ve bununla ilgili kapasite kısıtlarını da modele eklemiştir. Ancak, Bishop'un modelinde de Bowman'ın modelindeki dezavantajlar mevcuttur.

Doğrusal programlama uygulamasındaki dezavantajları gidermek üzere Hansman ve Hess¹² ve McGarrah¹³ Bowman'ın modelinde değişiklik yapmışlardır. Kapasite seviyelerini değiştirmenin ve stok yokluğunun getireceği maliyetleri toplam planlama/ana programlama modellerine ilave etmişler ve Simpleks yöntem ile çözüme ulaşmışlardır.

Yukarıda sözü edilen doğrusal programlama yöntemleri toplam planlama/ana programlama problemlerinin çözümünde kolaylıklar sağlamışlardır. Ancak siparişlerin gecikmeli olarak karşılanmasının ve satışların kaybedilmesinin getirebileceği maliyetleri ya-

-
- (10) Bowman, E. H., «Production Scheduling by the Transportation Method of Linear Programming». **Operations Research**, Vol. 4, No. 1 (Şubat s. 100-103).
- (11) Bishop, G. T., «On a Problem of Production Scheduling», **Operation Research**, Vol. 5, 1957.
- (12) Hansman, F. ve Hess S. W., «A Linear Programming Approach to Production and Employment Scheduling», **Management Technology** (1), Ocak 1960, s. 46-52.
- (13) McGarrah, R. E., **Production and Logistics Management: Text and Cases**, John Wiley, New York 1963, Bölüm 5.

pılarında bulundurmamaktadırlar. Ayrıca işgücü seviyelerindeki değişikliklerin (fazla işçi alma ve işçi çıkarma) getirebileceği maliyetleri de içermemektedirler. Bu nedenle, bu tür maliyetleri göstermekte doğrusal fonksiyon ilişkileri yetersiz kalmaktadır. Bu sorunlar «Doğrusal Karar Kuralı» ile çözümlenebildiklerinden bu kuralın açıklanmasında yarar vardır.

Doğrusal Karar Kuralı : Bu kural ilk defa Holt, Modigliani, Muth ve Simon¹⁴ (HMMS modeli) tarafından kullanılmıştır. HMMS modelinde, genel giderler ile kiralama, fazla çalışma, stokta bulundurma, sipariş; makina yükleme ve normal giderleri içeren maliyetler ikinci dereceden bir fonksiyon olarak gösterilmektedir. Türevi alınarak birinci derece fonksiyon haline dönüştürülen maliyet fonksiyonları kullanılarak, oniki aylık zaman dilimi için işgücü ve üretim seviyelerinin bulunması amacıyla, modelde doğrusal karar kuralları türetilmiştir.

Literatürde ve uygulamada en çok geçen doğrusal karar kuralları yöntemlerinin yanısıra toplam planlama/ana programlama problemleri «Dinamik Programlama» ve «Arama Karar Kuralları» gibi diğer yöntemlerle çözümlenmeye çalışılmıştır. Ancak bu yaklaşımlar teorik bazda kalmışlardır.

B. İTERATİF YAKLAŞIM

İteratif yaklaşımda, problem çözümlenme, alternatif çözümlerin iteratif olarak taranması ile yapılır. Toplam planlama/ana programlama problemlerinde işlem sıralamaları için bütün alternatif kombinasyonlar denenerek en iyici seçilir. Özellikle işlem sayısı arttıkça alternatif kombinasyonlar çoğalacak ve iterasyon sayısında hızlı olarak artacaktır. m sayıda makina parkında k sayıda işlem

m
için π [K!]; alternatif kombinasyonun iteratif olarak denenme-
i = 1

si gerekecektir. Bu tür problemlerde iteratif yaklaşımın el çözümleri için imkansız, bilgisayar çözümleri için ise çok zaman alıcı olduğu gözlenmektedir.

(14) Holt, Modigliani, Muth, Simon, a.g.e., s. 10-30.

C. HURİSTİK¹⁵ YAKLAŞIM

Huristik yaklaşımlarda mantıksal karar kuralları veya bilgisayar benzetişim modelleri kullanılarak problem çözümlenmesine çalışılır. Genellikle huristik yaklaşımla en uygun çözümü bulmak mümkün değildir. Sürenin ve hesaplama işlemlerinin izin verdiği sınırlar içinde en uygun çözüme oldukça yaklaşılr. Örneğin, Jones¹⁶ huristik yaklaşımı parametrik üretim planlaması problemlerine uygulamıştır. Bu çalışmada iki karar kuralı (işgücü ve üretim oranı) kullanmıştır. Çalışmada, her karar kuralı için iki parametre saptanmakta ve kararlar dört boyuta çıkarılarak incelenmektedir. Parametrelerin birleşimi ise minimum maliyet işlemine bağlanmaktadır. Bu şekilde, planlama döneminde tek bir maliyet yapısı ele alınarak değişik parametreler seti hesaplanmakta ve maliyeti minimize eden parametre seti belirlenmektedir.

D. DİYAGRAM YAKLAŞIMI

Üretim planlamasında geleneksel olarak bilinen yaklaşım diyagram yaklaşımıdır. Bu yaklaşımın her ölçekli fabrika ve atelyede uygulama olanağı vardır. Bu yaklaşım çubuk diyagramlarının bir şekli olan Gantt diyagramlarının ya da onun kavramlarının deterministik tipteki sistemlere uygulanmasıdır. Yaklaşımda kullanılan gantt şemaları ve bunlardan geliştirilen diğer şemalar toplam planlama/ana programlama işlevi için kullanılan en önemli karar araçlarıdır.¹⁷

Bu yaklaşım, küçük ve orta ölçekli kesikli üretim sistemlerine uygulanması halinde gayet iyi sonuçlar vermektedir. Ancak sistemdeki işlemlerin sürelerinin, sisteme giriş sıralarının ve rotalarının deterministik olması halinde uygulama olanağı bulmaktadır.¹⁸ Bu

(15) Turban E. ve Meredith J. R., **Fundamentals of Management Science**, Business Publications Inc. Texas 1977, s. 571.

Huristik Yaklaşım, Benzer problem durumlarında uygulanan bir problem çözümlenme yaklaşımı olup, yaklaşımda kullanılan «Huristik Terimi» deneyime dayalı «karine» lerdir.

(16) Jones, C. H., «Parametric Planning», **Management Science**, Vol. 13, No. 11 (Temmuz 1967), s. 843-866.

(17) Buffa E. S., **Modern Production Management**, John Wiley and Sons Inc., New York 1968, (3. baskı), s. 581.

(18) Buffa ve Miller, a.g.e., s. 552.

taklaşımın bazıları şunlardır; yükleme diyagramları, Gantt diyagramları, üretim akış diyagramları, katod ışın tüplerinin Gantt diyagramları ile uygulanmasıdır.

ÜRETİM DÜZENLEME MODELİ

Üretim düzenleme modelinin amacı, periodlara göre değişen talebi karşılamak üzere yapılacak üretimin, toplam üretim ve stokta tutma maliyetini en düşük düzeye indirmektir. Bu çalışmada, üretim düzenleme modeli, bir doğrusal programlama modeli olarak kurulmuştur. Doğrusal programlama modelinin seçilmesinin nedenleri : a) Eldeki problemin özelliklerinin doğrusal programlama modelinin varsayımına uyması, b) Eldeki problemin değişken ve kısıt sayısı gözönüne alındığında, doğrusal programlamanın çözüm elde etmede sağladığı tasarruftur.

Modelde kullanılan varsayımlar, semboller ve modelin kanonik formu aşağıda verilmektedir.

Modelin Varsayımları

- 1) Her period ve ürün türü için talep önceden ve kesinlikle bilinmektedir.
- 2) Modelde kullanılan amaç ve kısıt fonksiyonları doğrusaldır : Üretim, stokta tutma maliyeti ve gerekli makina zamanları üretilen miktarların doğrusal fonksiyonu olarak artmaktadır.
- 3) Bir periodda üretilen ürünler, aynı periodda kullanılabilir veya daha sonra gelen periodların talebini karşılamak için stoklanabilir.
- 4) Stokta tutma maliyeti, ürünün değişken maliyeti üzerinden hesaplanan bileşik faiz oranına eşittir.
- 5) Makinalar arasında taşıma süreleri sıfırdır.

Modelde Kullanılan Semboller

a. Alt - sayılar :

i = üretim periodu $(i=1, 2, \dots, 12)$

j = tüketim periodu $(j=1, 2, \dots, 12)$

p =ürün çeşidi ($p=1, 2, \dots, m$)

k =makina çeşidi ($k=1, 2, \dots, n$)

b. Parametreler :

1. Teknolojik :

a_{pk} = bir birim p ürününün üretimi için gereken k makinası süresi.

2. Talep :

b_{jp} = j periodunda talep edilen p ürünü miktarı.

3. Kapasite :

c_{ik} = k makinasının i periodunda «normal zaman» üretiminde kullanılabileceği süre.

d_{ik} = k makinasının i periodunda «fazla çalışma» üretiminde kullanılabileceği süre.

4. Maliyet :

Modelde kullanılan maliyet parametreleri üretim ve stokta tutma maliyetlerini içermektedir. Üretim maliyetleri, sabit ve değişken üretim maliyet kalemlerine ayrılmaktadır. Bu ayırımın nedeni, sermaye (faiz) maliyetinin sadece değişken maliyetler için geçerli olmasıdır. Aynı mantıkla, işçilik maliyetleri «normal zaman» üretiminde sabit, «fazla çalışma» üretiminde değişken maliyetler içinde ele alınmıştır. Sonuç olarak, bir periodluk sermaye maliyeti (faiz oranı) r olarak alındığında, «normal süre» ve «fazla çalışma» üretimleri için birim maliyet parametreleri aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır :

$e_{j,p}$ = i periodunda normal zamanda üretilen ve j periodundaki talebi karşılamakta kullanılan bir birim p ürününün toplam üretim ve stokta tutma maliyeti.

= üretim (sabit + değişken) maliyet + sermaye maliyetine (faiz oranına) tabi değişken maliyetler.

= $[g_{.p} + V_{.p}] + V_{.p} [(1 + r)^{j-i} - 1]$

$f_{j,p}$ = i periodunda fazla çalışmada üretilen ve j periodundaki tale-

bi karşılama için kullanılan bir birim p ürününün toplam üretim ve stokta tutma maliyeti.

= üretim (sabit + değişken) maliyet + sermaye maliyetine (faiz oranına) tâbi değişken maliyetler.

$$= [g'_{.p} + V'_{.p}] + V'_{.p} [(1 + r)^{j-i} - 1]$$

c. Karar Değişkenleri :

x_{ijp} = j periodundaki talebi karşılamak üzere i periodunda «normal zamanda» üretilen p ürünü miktarı.

y_{ijp} = j periodundaki talebi karşılamak üzere i periodunda «fazla çalışmada» üretilen p ürünü miktarı.

Amaç Fonksiyonu :

$$\min Z = \sum_{p=1}^m \sum_{i=1}^{12} \sum_{j=i}^{12} e_{ijp} x_{ijp} + \sum_{p=1}^m \sum_{i=1}^{12} \sum_{j=i}^{12} f_{ijp} y_{ijp} \quad (1)$$

Kısıtlar

$$\sum_{p=1}^m \sum_{j=i}^{12} a_{pk} x_{ijp} \leq c_{ik} \quad \begin{matrix} (i = 1, 2, \dots, 12) \\ (k = 1, 2, \dots, n) \end{matrix} \quad (2)$$

$$\sum_{p=1}^m \sum_{j=i}^{12} a_{pk} y_{ijp} \leq d_{ik} \quad \begin{matrix} (i = 1, 2, \dots, 12) \\ (k = 1, 2, \dots, n) \end{matrix} \quad (3)$$

$$\sum_{i=1}^j x_{ijp} + y_{ijp} = b_{jp} \quad \begin{matrix} (p = 1, 2, \dots, m) \\ (j = 1, 2, \dots, 12) \end{matrix} \quad (4)$$

Negatif Olmama Koşulu

$$x_{ijp}, y_{ijp} \geq 0 \quad \begin{matrix} (i = 1, 2, \dots, 12) \\ (j = 1, 2, \dots, 12) \\ (p = 1, 2, \dots, m) \end{matrix} \quad (5)$$

Amaç fonksiyonu (1) normal zamandaki ve fazla çalışmadaki üretim ve stokta tutma maliyetleri toplamını minimize ederek perodlarda, normal zaman ve fazla çalışmadaki, en uygun üretim miktarının bulunmasını sağlamaktadır.

Modeldeki kısıtlayıcı koşullardan birincisi (2), makinaların her perodda normal zaman üretiminde en fazla ne kadar kullanılabi-

lineceğini ve ikinci kısıtlayıcı koşul (3), makinaların her periyotta fazla çalışma üretiminde en fazla ne kadar kullanılabilineceğini göstermektedir üçüncü kısıt (4) ise her periyotta talebin karşılanması gerektiğini yansıtmaktadır.

Üretim düzenleme modelinin uygulama aşamasında kesikli üretim sistemlerinde tek düzen bir üretim için aşağıdaki karar durumları ortaya çıkmaktadır.

1. Kapasite kısıtları altında üretim miktarı :

- Her periyotta her ürünün üretim miktarı
- Bir periyotta kullanılmak üzere bundan önceki periyottaki üretim miktarı
- Fabrikadaki çıktı miktarını kısıtlayan kapasite darboğazları.

1. Finansal kısıt altında üretim miktarı :

- Ürünlere olan talep yalnız talep dönemindeki üretimle mi karşılanmalıdır?
- Ürünlere olan talep önceki dönemlerdeki üretimden mi karşılanmalıdır?
- Yukardaki alternatiflerin uygun bir birleşimi mi bulunmalıdır.

Modelin teknoloji, talep, kapasite ve maliyet ile ilgili parametreleri uygulamaya konu olacak sistemde belirlendikten sonra model Tempo (MPS/Basic) paket programı ile çözümlenebilir duruma gelmektedir.

Modelde, tüm periyotlardaki taleplerin karşılanmasını sağlayan alternatifler (normal zaman üretimi, fazla çalışma üretimi ve stokta tutma) değerlendirilerek, toplam maliyeti minimize eden uygun çözüm bulunmaktadır.

Modelin uygulanması sonucu elde edilen ana programlama ile her periyotta her üründen normal zamanda ve fazla çalışmada ne kadar üretileceği saptanmaktadır. Eğer periyotlardaki talep mevcut kapasite ile karşılanabilmekte ise yalnız normal zaman üretimi ya-

pılmaktadır. Zira en az maliyetle talebin karşılanması ancak bu şekilde mümkün olmaktadır. Eğer periodlardaki normal kapasite sunumu ile talep karşılanacak durumda ise alternatiflerden biri talep periodundan önceki periodlardaki kapasite artığını kullanarak üretim yapmak ve bunları talep perioduna kadar stokta tutmaktır. İkinci alternatif ise talep periodunda fazla çalışma yapılarak talebin karşılanmasıdır. Üçüncü alternatif ise yukarıdaki alternatiflerin bileşimlerinden oluşmaktadır. Bu durumda talep, normal zamanda veya fazla çalışmada üretilip stoklanmış veya anında kullanıma sunulmuş ürünlerin uygun bir birleşimi ile karşılanmaktadır.

Genellikle kesikli üretim yapan sistemlerde makinaların kapasite sunumları ve ürünlerin makinalardaki işlem süreleri farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklar aynı miktardaki ürünün üretiminde bazı makinaların kapasitelerinin yetersiz kalmasına (darboğaz oluşmasına) bazılarında ise oldukça fazla artık kapasite oluşmasına neden olmaktadır. Bu durum ise üretim miktarını darboğaz yaratan makinaların kapasitelerine bağımlı kılmaktadır. Bu nedenle makina kapasitelerinin hangi oranda kullanılarak, ana programlama ile saptanan üretim miktarının gerçekleştirildiğinin bilinmesinde yarar vardır. Her periodda her makinanın normal zamandaki ve fazla çalışmadaki üretim için ne kadar süre kullanıldıkları ve boş bekledikleri Tempo (MPS/Basic) paket programı ile çözümlenebilen «Üretim Düzenleme Modeli» sonucu elde edilebilmektedir.

Bu şekilde, normal üretim, fazla çalışmadaki üretim ve stokta tutma maliyetleri toplamını minimize ederek talebi karşılayan en uygun üretim miktarı her period için belirlenebilmektedir. Üretim miktarına paralel olarak periodlardaki makina kapasite kullanımları ve dolayısıyla tüm üretimi etkileyen makinalardaki kapasite darboğazları saptanabilmektedir. Sonuçta darboğaz yaratan makina gruplarında kapasite arttırımının en iyi çözüm üzerindeki etkilerinin incelenmesi mümkün olabilmekte, darboğazdan doğan maliyetle makina ilavelerinin getireceği maliyetin karşılaştırılması yapılabilmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada kesikli üretim sistemlerinde ana programlama problemleri ele alınmaktadır. Çalışmanın amacı, bu tür problemlerin karmaşık niteliği gözönünde bulundurularak pratikte kullanılabilenecek bir yöntem geliştirmektedir.

Ana programlama, «Üretim Düzenleme Modeli» olarak isimlendirilen bir doğrusal programlama modeli ile yapılmaktadır. Modelin seçiminde, ana programlama problemlerindeki değişken ve kısıt sayısı dikkate alınarak, doğrusal programlama modellerinin çözüm elde etmede sağladığı tasarruf göz önünde bulundurulmaktadır. «Üretim Düzenleme Modeli» periodlara göre değişen talep kısıtı çerçevesinde normal zaman, fazla çalışma ve stokta tutma maliyetleri toplamını en düşük düzeye indirmektedir.

Doğrusal programlar, kullanılan parametrelere dayalı karar durumlarında «Duyarlık Analizi» ile karar vericiye alternatifler hakkında ışık tutabilmektedir. Çalışmada kullanılan «Üretim Düzenleme Modeli»nin duyarlık analizinin kolaylıkla yapılabilmesi, kullanıcı açısından büyük esneklik getirmekte ve modelin bir karar verme aracı olarak değerini arttırmaktadır. Bilindiği gibi doğrusal programlama modellerinde, birincil problem için elde edilen en iyi çözüm, aynı zamanda ikincil problemin de en iyi çözümünü vermektedir. Bu nedenle duyarlık analizinde kullanılan ikincil problem çözümü için ek bir çalışma gerekmemektedir. Üretim düzenleme modeli üzerinde uygulanacak duyarlık analizi kullanım amacına göre iki grupta toplanabilir. Bunlar :

- Model kurucu tarafından, kullanılan parametre değerlerindeki olası tahminleme hatalarının en iyi çözüm üzerinde etkisinin;
- Model sonuçlarının uygulamaya konulmasından sonra, öngörülen koşullardaki değişikliklerin saptanan en iyi çözümün değiştirilmesini gerektirip gerektirmediğinin,

belirlenmesi olmaktadır. Tüm modelleme çalışmalarında olduğu gibi, bu modelde kullanılan parametre değerlerinin de tahminleme hatalarını içermesi olasıdır. Ancak duyarlık analizi, en iyi çözümün parametre değerlerine duyarlılığını verdiği için, modelin veri gereksinimleri daha güvenilir olarak bulunabilmektedir.

Planlama periodu süresince, öngörülen koşullardaki değişimler, yukarıda değinildiği gibi, parametre değerlerine yansımaktadır. Bu şekilde ortaya çıkan parametrelerdeki değer değişikliklerinin, en iyi çözüm ve toplam maliyeti ne şekilde etkilediğinin bilinmesi gereklidir.

Bu uygulamada :

- Fazla/normal süre birim maliyetlerindeki,
- Teknoloji/design değişikliği sonucu «makina» zaman/ürün parametrelerindeki değişiklik,
- Periodlar için talep ve toplam makina kapasite miktarlarındaki,

değişikliklerin sonuca etkisi karar verici tarafından kolaylıkla belirlenebilmektedir. Ayrıca, bir ikame ürünün mevcut «gölge fiyatları» çerçevesinde üretiminin karlı olup olmayacağı duyarlık analizi sonucundan saptanabilmektedir.

Öte yandan, doğrusal programlama modellerinin sadece fonksiyon ilişkilerine dayalı olması karar durumlarında bazı kısıtlamalar getirmektedir. Örneğin,

- Siparişlerin gecikmeli olarak karşılanması,
- Satış kayıpları,
- İşgücü seviyelerindeki değişiklikler,

gibi durumlarda, üretim düzenleme modeli karar vericiye yeterince yararlı olamamaktadır.

Çalışmanın daha çok teorik bazlı olması nedeniyle karar durumlarındaki duyarlık analizi ilerideki araştırmalara açık bulunmaktadır.

Ana programlama problemlerinin çözümlenmesine, literatürde geliştirilen yaklaşımlarda, gerekse bu çalışmanın dayandığı varsayımlar da getirilecek gerçekçi esneklikler problem çözümünde yeni boyutlar ve çözümler getirebilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Bishop, G. T., «On a problem of Production Scheduling», **Operations Research**, Vol. 5, 1957.
- Bock, R. H., and Holstein, N. K., **Production Planning and Control** (2. baskı) Charles E. Merrill Books Inc. Columbus, Ohio, 1964.
- Bowman, E. H., «Production Scheduling by the Transportation Method of Linear Programming». **Operations Research**, Vol. 4, No. 1, Şubat 1956.
- Buffa, E. S., **Modern Production Management**, (3. baskı), John Wiley and Sons Inc., New York, 1968.
- ve Miller G. J., **Production - Inventory Systems : Planning and Control**, Richard D. Irvin, Inc., Ontario, 1979.
- Dilworth, J. B., **Production and Operations Management : Manufacturing and Nonmanufacturing**, Random House, 1979.
- Hansman, F., ve Hess, S. W., «A Linear Programing Aproach to Production and Employment Scheduling», **Management Technology** 1, Ocak 1960.
- Holt, C. C., Modigliani, F., Muth, J. F., ve Simon, H. A., «A Linear Decision Rule for Production and Employment Scheduling», **Management Science**, Vol. 2, No. 2, Ekim 1955.
- Johnson, A. R., Newell, T. W., ve Vergin, C. R., **Operation Management : A System Concept**, Houghton Mifflin Boston, 1972.
- Jones, C. H., «Parametric Planning», **Management Science**, Vol. 13, No. 11, Temmuz 1967.
- Krick, E. V., **Methods Engineering**, John Wiley Inc., New York 1962.
- McGarrah, R. E., **Production and Logistics Management : Text and Cases**, John Wiley, New York, 1963.
- Plossl, G. W., ve Weight, O. W., **Production and Inventory Control : Principles and Techniques**, Prentice - Hall, Englewood Cliffs, N. J., 1967.
- Turban, E., ve Meredith, J. R., **Fundamentals of Management Science**, Business Publications Inc. Texad, 1977.

Standardizasyonun Sosyo-Ekonomik Önemi

Dr. Recai ÇINAR*

Bilindiği gibi, son zamanlarda tüketicinin korunması yolunda birçok çalışmalar yapılmaktadır. Bu konunun Anayasa'mızda yer almasından sonra, çalışmalar daha yaygınlaşarak hız kazanmıştır. Ayrıca, birçok ülkede ve Türkiye'de, her yıl Dünya Standartlar Günü kutlanmaktadır.

Bu itibarla, daha yaygın benimsenmesini sağlamak maksadıyla standart ve standardizasyon; sosyo ve ekonomik yönleriyle dış ve iç ticarete, tüketici ve üreticilere sağladığı yararlar açısından inceleme konusu edilmiştir. Bu suretle, standardizasyonun tüketicinin korunmasında yararlanılacak önemli bir araç olduğuna da dikkat çekilmek istenmiştir.

KAVRAM ve TARİHÇE

Gelişen dünya ticareti ve nüfusuna paralel olarak, gittikçe karmaşık bir hal alan problemlere çözüm bulabilmek için, en ekonomik ve kullanışlı metodlar bulmak zorunluluğu daha çok hissedilmektedir. Bu bakımdan insanlar, her alanda «ortak anlamlara» varmaya çalışmaktadırlar. Nitekim, ilk insanlar da başlangıçta belirli ses, hareket ve işaretlerle anlaşmaya çalışmışlar ve daha sonra uygun buldukları belli bir dili kullanmayı öğrenmişlerdir. Ticarete bazı prensipler konulmuş ve bunlara uyulmaya çalışılmıştır. Kısacası, insanlar düzenli yaşayabilmek için birçok kurallara uymak zorunda kalmaktadırlar. Bunun birkaç kez tekrarlanması da standardın ilk teorisini ortaya koymaktadır. Buna göre standart, yapılaşta, anlayışta, söyleyişte ve ölçüşte «bir örneklik» ola-

(*) Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Yardımcı Doçenti.

rak tarif edilebilir. Başka bir ifadeyle, standart çeşitli hususların ölçülmesi ya da kıyaslanması amacıyla, örf, adet, gelenek veya yetkili bir organ tarafından konulmuş ilkelerdir. Bir işaret, marka, resim veya sesten aynı anlamı çıkarmamız standart için birer örnektir. Standardizasyon ise, belirli ilkelerin yani, standartların konulması ve bunların uygulanması işlemidir.

Günlük yaşantımızda birçok işleri bilerek veya bilmeyerek standart bir şekilde yaparız. Etrafımıza baktığımızda, birçok eşya ve malzemenin belli bir standardı olduğunu görürüz. Hemen her alanda etkisi görülen standardın, çoğu işlere ve yaşantımıza belli bir düzen getirdiği ve etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bir an için, standartların olmadığını kabul edersek, günlük yaşantımız bir kaosa dönüşecek ve işler zorlaşacaktır.

Ekonomik ve sosyal yönü bulunan standartları bugün her kesimde görmek mümkündür. Bu itibarla standartların geniş bir alana yayılmış olduklarını söyleyebiliriz. Ancak, her mal ve hizmet sayısı standart çeşidinin olduğunu söylemek mümkün değildir. Zira, pazarlamaya konu olan tüm mallar için tek bir çeşit standart bulmak da imkansızdır. Genelde standartlar üç ana sınıfta toplanabilir: Bunlar; a) yapı karakterlerine göre, b) uygulama alanlarına ve c) uygulama biçimlerine göre olamak üzere üç başlıkta toplanabilir. Bunlardan günlük yaşantımıza daha çok yakınlığı itibariyle kısaca, uygulama biçimlerine göre standart çeşitlerini belirtmek yararlı olacaktır. Bunların ihtiyari ve mecburi olmak üzere iki çeşidi vardır. İhtiyari standart, hazırlanmış olan standartların hiçbir yasal zorunluluk olmadan benimsenmesi anlamına gelir. Üreticiler ve tüketiciler herhangi bir baskı ve etki olmadan, bu standartlara kendiliklerinden uymaktadırlar. Mecburi standartlar ise ilgililere yasal yükümlülükler getirmektedir. Bunlar milli ekonomiyi doğrudan doğruya ilgilendirdiği için, uygulanması yasalarla sağlanır. Bunun için mecburi standartlar hükümet tarafından öngörülür. Mecburi standartlar başta sağlık olmak üzere tüketici çıkarlarının korunması esasına dayanır. Et, süt, sebze ve meyve gibi yiyeceklerin kaliteleri belirli bir seviyenin altına düştüğü zaman, insan sağlığı için zararlı ve tehlikeli olacağından; hükümet mecburi standartlar koyarak uygulanmasını zorunlu tutmaktadır.

Standartların yaygın bir uygulama alanı olmasına karşılık, istisnaları da vardır. Değişik tip ve niteliklerinden dolayı geniş bir

tercih gören malların standardizasyonu ekonomik olmaz. Meselâ, fantezi ve güzel sanat eserlerine standart uygulanamaz. Çünkü, burada bir örneklikten çok birbirine benzememek esastır.

Standartların insanlık kadar eski olduğunu söylemek mümkündür. Meselâ, ilk insanlar taştan ve ağaçtan yaptıkları araçlarını bir örnek biçimde ortaya koymuşlar, hayvan derilerini yünlerinin yumuşaklığı, sıklığı, uzunluğu ve büyüklüğü ve renkliliği gibi çeşitli yönlerden standartlaştırarak, herbirine değişik değerler vermişlerdir.

İnsanlar arasındaki mal değişimleri ve para karşılığı yapılan alış - verişlerde, ekonomiyi düzenlemek amacıyla bazı prensipler konmuş ve bu prensiplere aykırı hareket edenlerin cezalandırılması yoluna gidilmiştir.

Başlangıçta uluslararası niteliği olmayan ve mahalli kalan standart anlayışı, dünya ticaretinin gelişmesiyle uluslararası bir nitelik kazanmıştır. Bu itibarla 20. yüzyıl başlarından beri standardizasyon hareketleri başlamış ve bazı örgütler kurulmuştur. Nihayet, 1946 yılında da Uluslararası Standartlaşma Örgütü (ISO) kurulmuştur. ISO; üye sayısının artmasına paralel olarak, uluslararası standardizasyon faaliyetlerine önemli katkılarda bulunmuştur.

Osmanlı Devleti'nin kuruluş yıllarında da standardizasyon faaliyetlerine benzer çalışmaların olduğunu görmek mümkündür. Üreticilerin kendi aralarında teşkilatlanıp belli kurallar içinde çalıştıkları, çarşı - pazar, üretici - tüketici düzenini sağlayan, mal kalitesini, ölçü, tartı, fiyatın tesbiti, usulsüz imalat ve ticaret yapanların cezalandırılması gibi faaliyetleri bugün olduğu gibi tarihimizde de görmek mümkündür. Nitekim, çeşitli mamullerin standardını tesbit etmek ve bu standartların uygulama esaslarını ortaya koymak amacıyla yönelik olarak, 1502 tarihinde Kanun Name-i İhtisab-ı Bursa (Bursa Belediye Kanunu) adlı bir belge, II. Sultan Beyazıd'ın bir fermanı olarak çıkarılmıştır. Bu belge ile çeşitli standartlar öngörülmüştür. Bu çalışmalara Cumhuriyet döneminde de çeşitli şekillerde devam edilmiştir. Başlangıçta Odalar Birliği bünyesinde 1954 yılında bir birim olarak kurulan Türk Standartları Enstitüsü (TSE), daha sonra 1960 yılında kabul edilen 132 sayılı Yasa ile, enstitü özerk bir kamu kurumu niteliği kazanmıştır. Böylelikle bugün, standardizasyon çalışmaları TSE'nin bün-

yesinde toplanarak tek elden yürütülmesi her mal için ihtiyaç duyulan yeni standartların ileri düzeyde tesbit edilmesi sağlanmıştır.

Her ülke ve ekonomi için birçok yararları olan standardizasyonun, gelişen ülkemiz açısından ayrı bir önemi ve değeri vardır. Türkiye açısından konu iç ticaret ve dış ticaret yönleriyle ele alınarak değerlendirilebilir.

STANDARDİZASYON ve DIŞ TİCARET

İç ticarete göre rekabetin çok etkin ve belirgin olması, dünya ticaretinin önemli bir özelliğidir. Bu durumda dünya ticaretinde rekabet edebilmek ve ihraç ürünlerindeki kayıpları aza indirebilmek için, birçok tedbirlerin yanında standardizasyona önem vermek mecburiyeti vardır. Başta Batı Avrupa ülkeleri olmak üzere, birçok ülkede standardizasyona önem verilmekte ve benimsenmektedir. Tüketiciler çok kere standart malları tercih etmektedirler. Bunun için de uluslararası ticarete standardizasyon önemli bir yer işgal etmektedir.

Dünya piyasalarında, hergün modern haberleşme vasıtaları ile binlerce ton mal alınıp satılmaktadır. Bunun gerçekleşmesinde standardizasyonun önemli katkısı vardır. Çünkü, işlem gören mallarda standartların olmadığını düşünürsek; malların her partisinden örnekler almak bunları alıcıya gönderip ve onun değer biçip karar vermesini beklemek gerekecektir. Yine teslim etme ve teslim alma sırasında standart bir malın binlerce tonu kontrol kayıtlarını göndermekle hemen yapılabildiği halde, standart olmayan malların teslim işlemlerinde, örneğe uygunluk noktasında her zaman anlaşmazlıklar çıkmaktadır.

Uluslararası ticarete standardizasyon, özellikle dil güçlüklerini ortadan kaldırarak, dünya çapında anlaşmayı sağlamak, malların kalite ve kabulünü tayin etmek gibi önemli yararlar sağlar.

Bu fonksiyonları itibariyle standardizasyon, dünya ticaretinde alıcı ve satıcı ülkelerin ilişkilerinde meydana gelecek dar boğazları ortadan kaldırarak uluslararası mal ve hizmet akımını kolaylaştırmaktadır. Bir bakıma ekonomik ve teknik açıdan standartlar, uluslararası ticarete bir dünya dili haline almıştır. Bu bakımdan günümüzde, standardizasyonun ihraç mallarına uygulanması

bütün ülkelerde ve özellikle gelişen ülkelerde, ticareti teşvik edici bir unsur olarak kabul ve tavsiye edilmektedir.

Dünya piyasalarının isteklerini karşılayacak seviyede milli standartlara sahip olan ülkeler rakiplerine oranla üstünlük sağlamak imkanını bulurlar. Zira günümüzde, dış ticaretteki rekabette standartların mücadele ettiğini görmemiz mümkündür. Standartların yararlarını iyi bilen gelişmiş ülke tüketicileri, standart olmayan mallara karşı çekingen davranırlar. Dünya piyasalarında standartlaştırılmış malların yüksek fiyatla alıcı bulması kolay olur. Nitekim, bazen standartlara uyulmaması yüzünden çok kere ihraç ürünlerimizin alıcı ülke tarafından kabul edilmediği haberlerine gazetelerde rastlamaktayız. Aynı zamanda ambalajda da standartlara uyulmaması yüzünden, birçok alıcı ülkelere şikayetler gelmektedir.

STANDARDİZASYON ve İÇ TİCARET

Standardizasyonun iç ticaret bakımından önemini de çeşitli yararlarından bazılarını sayarak belirtelim.

Bugün en büyük ekonomik topluluğu meydana getiren tüketicilerin korunması için, birçok ülkede çaba gösterildiği bilinmektedir. Bu çabalar içinde standardizasyon, sağladığı birçok yararlarından ötürü, tüketicilerin korunması yolunda, önemli hareket noktalarından birini oluşturmaktadır. Standardizasyonun tüketicilere sağladığı faydalarından bazıları şunlardır.

— Tüketicilere güven verir. Standard ürünleri satın alan tüketicilerin aldatılma tehlikesi azdır. Standartlara göre alış-verişler itimat üzerine yapılır.

— Standartlar, mallar hakkında verdiği doğru ve kesin bilgilerden ötürü; tüketicilere ihtiyacına en uygun malı seçme avantajını sağlar. Bunun için seçim ve mukayese işi kolaylaşan tüketicinin, zaman kaybı azalır.

— Tüketicilere, satış sonrası hizmetlerden yararlanma imkanı sağlar.

— Standardizasyon, masraf azaltıcı özelliğinden dolayı, tüketicilere ucuz mal temini fırsatını sağlar. Kayıp ve artıkları, mümkün olan en az seviyeye indirmeye çalışır. Gereksiz veya ekonomik düşünceye aykırı olan herşeyi kapsamı dışında bırakır.

— Yayınlanmış pazar istatistiklerinin kolaylıkla kullanılmasına imkan vererek, daha rekabetçi bir pazarın gelişimine yardımcı eder.

İnsan sağlığını korumak ve hayatını emin hale getirmek amacıyla güden standartlar, genel olarak kullanılan malları veya materyalleri, yahut da üretim sırasındaki usullerle ilgilenmektedir. Yiyecek maddelerinin karışım oranlarını belirten standartlar, buna örnek olarak gösterilebilir.

Standardizasyonun üreticiye de birçok yararları vardır. Çünkü, o üretimin hemen her aşamasında belirli bir yere sahiptir. Üretici için sayılabilecek yararlarından bazıları da şunlardır :

— Ürünün satışı sırasında doğacak kayıpları aza indirir. Standart ürünlerin satılmaması halinde, pazara arz edilmeden sanayide kullanılarak kaybın önüne geçilir. Standartlaştırılmış ürünün fiyatı niteliğine göre tesbit edilmiş ve belirtilmiş olduğundan, üretici kendisine en yüksek gelir getirecek çeşidi üretmeye teşvik edilir. Böylece üretici belirli nitelikteki ürünü ile değer fiyatı elde etmiş olacaktır.

— Standardizasyon üretici ile tüketici arasında ilişki kurar. Standart mallardaki ana özelliklerin aynı olduğu tüketici tarafından bilindiği için, ayrıntılarla ilgili tüketici isteklerine daha çok önem verilir. Bu sebeple, tüketicinin ayrıntılı isteklerini bilen üretici, belli bir kalitenin üzerinde üretim imkanı arar. Düşük maliyetli ve yeni çeşitler üretir.

— Standart bir malın belli bir değeri olduğuna göre, bu mal için fiyata aldanma payının eklenmesi söz konusu olmaz. Böylece, üretici ürünü için değer fiyatını elde edebilir.

— Standardizasyon, işletmeye finansman kolaylığı sağlar. Çünkü, bu tip işletmelerin bankalar ve diğer kredi kurumlarınca kredi talepleri daha kolay kabul edilerek, daha düşük faizle ve büyük miktarlarda kredi verilir. Bankalar standart malların pazar değerleri hakkında kolayca ve az masrafla bilgi toplarlar; bunun için de standardizasyona önem veren işletmelere güven duyarlar.

Standardizasyon taşıma ve depolama fonksiyonlarını kolaylaştırmak suretiyle, üretici ve tüketicide katkıda bulunur.

— Özel şartların yerine, standart şartların kullanılması, siparişlerin karşılanmasını kolaylaştırır.

— Standardizasyon mamul tiplerini büyük çapta azaltır. Bununla da imalat serisinin devamlılığı sağlanarak, önemli ölçüde fiyatların düşmesini sağlar. Standartlar özellikle tarım ürünlerinde tam fiyatın elde edilmesini sağladığından, daha yüksek kalitede üretimi teşvik eder. Standart ölçülere göre tesbit edilen üretim planından ötürü, üretimde kullanılacak hammadde ve ara mallarında kayıp oranının düşmesi sağlanır.

— Alış - verişte külfeti azaltır. Yaygın bir kullanma alanı bulduğundan üreticiye ticari ün kazandırır, güven verir.

— Kontrol imkanı ve kolaylığı verir. Personelin eğitimini kolaylaştırır.

— Standardizasyonun en önemli yararı, maliyetlere olumlu yönde etki etmesidir. Gerçekten, standardizasyon için söz konusu olan tüm yararlar gözden geçirildiğinde, her birinin farklı yönlerden üretim maliyetini düşüren özelliklere sahip olduğu görülür.

Standardizasyonun sağladığı yararları çoğaltmak mümkündür. Bir Hint düşünürü «toplum için kültür ne ise endüstri ve ticaret için standardizasyon da odur» diyerek standardizasyonunun, ülke ekonomisi ve sosyal yaşantı için önemini ortaya koymuştur.

ÖZET ve SONUÇ

Standardizasyonun ekonomik ve sosyal yönü vardır. Bu bakımdan her iki kesimde daha duyarlı davranması gerekmektedir. Standardizasyon statik değil, dinamik bir kavramdır. Bütün yenilikleri kapsar. Dinamik dünya teknolojisi ve gelişimine ayak uydurmak için, standardizasyon çalışmalarımızda her türlü yeniliğe açık olmalıyız.

Standartlar değişmeyecek katı kurallar değildir. Zira, bu rekabet dünyasında bir işletmenin sürekli yaşaması, yapım yöntemleri ve mamul biçimleri yönünden çabucak değişen teknolojiye ayak uydurmakla mümkündür. Bunun için şartlar ve yöntemler değiştiğçe, standartlar da değiştirilmeli ve geliştirilmelidir.

Standardizasyonun benimsenmesi için, bilgi verici ve eğitici çalışmalar yapıp ve yaygınlaştırılmalıdır. Türk Standartlar Enstitüsü'nün çalışmaları desteklenmeli ve çıkarılan standart sayıları artırılmalıdır. Günün ve malların şartlarına uymayan eski standartlar değiştirilerek yerine yenileri hemen konmalıdır.

İhracatı destekleyecek milli standartları geliştirip, çoğaltmalıyız. İthalatçı ülkelerin şart koştuğu standartlara mutlaka uyulmalıdır. İthalatçı ülkelerdeki dış temsilciliklerimiz, konuyla çok yakından ilgilenmeli ve o ülke tüketicilerinin isteklerini ve standartlarını takip edip, bu konuda ihracatçı birliklerimize bilgiler aktarılmalıdır. İhracatta, standartlara uymayan ambalajların kullanılması mutlaka önlenmelidir.

Gelişen teknolojiye, günün şartlarına uyumu sağlamak amacıyla, gerektiğinde tüm yasal değişikliklere gidilmelidir.

Anayasa'mızın 172. maddesiyle Devletimiz, tüketicileri koruyucu ve aydınlatıcı tedbirler almak, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini teşvik etmekle görevlidir. Bu görevin yerine getirilmesinde, çok önemli bir araç olan standardizasyondan geniş ölçüde yararlanabilmek mümkündür.

KAYNAKLAR

- 1 — Ahmet Edip Kuşdemiroğlu, Standardizasyonun Tarihçesi ve Memleketimizdeki Uygulanması, İTO Mecmuası, No : 4-6.
- 2 — Fuat N. Erdem, Beşeriyet Boyunca Standardizasyon, Ankara, 1957.
- 3 — Gülgönül Büyükdora, Standartların Faydası ve Uygulanmasında Karşılaşılan Sorunlar, MPM, Ankara, 1974.
- 4 — Taner Berkün, Standartlaştırma ve Türkiye'deki Uygulamaları, Ankara, 1979.
- 5 — Mehmet Oluç, Pazarlama İlkeleri ve Türkiye'de Uygulanmaları; İ.Ü. İktisat Fak., İstanbul, 1970.
- 6 — Tunçtan Baltacıoğlu, Standardizasyon ve Kalkınma, AİTİA Dergisi, Cilt : 3, Sayı : 2, 1971.

Bilgisayarla Eğitim İşletmelerinde Girişim Fikri Özellikleri

Dr. Hayat Enbiyaoğlu*

Çoğu insan yaşamının bir döneminde «kendi» işini kurmayı düşler. Bu düşün arkasında yatan nedenler arasında başına buyruk olmak, işini istediği gibi yönetmek, iş yerinde dilediği ortamı yaratmak ve maddi kazançlar sayılabilir. Kişinin kendi işini kurma düşüncesi nasıl doğar? Sadece istemekle kalmayıp gerçekten iş yerlerini açma cesaretini gösterenlerin «girişim fikri» nasıl bir süreçten geçer? Hatta daha ilginç bir soru da başarılı iş adamlarının geçtikleri süreç ile daha az başarılı olanları arasında farklılıklar var mıdır?

Bu yazı bu soruları cevaplamak için bir araştırmamı ve daha önce yayınlanmış bazı çalışmalarını özetlemektedir. Daha önce yayınlanmış çalışmaların çoğu çeşitli sektörlerdeki işletmeleri kapsadığı halde, değinilen özgün araştırma tek bir endüstriyi —ileri teknolojinin bir parçası kabul edilen «bilgisayarla eğitim» işletmelerini— içermektedir. Bu araştırmada Amerika Birleşik Devletleri kökenli Control Data Corporation (CDC) ile ilişkisi bulunan 12 bilgisayarla eğitim şirketi incelenmiş ve bu firmaların kurucularının şirket kurma fikrinin nasıl bir süreçten geçtiği araştırılmıştır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Örnekleme

Bu araştırmaya CDC yöneticileri ve 12 işletmenin kurucuları

(*) Boğaziçi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Görevlisi.

katılmıştır. Araştırma konusu olan 12 işletme CDC ile ilişkilerine göre iki grupta toplanabilir :

- . 6 ortak firma — CDC bunlara kuruluş sermayelerinin tümünü ya da bir kısmını sağlayarak ortak olmuştur.
- . 6 ortak olmayan firma — CDC'nin bunlarla sermaye bağı yoktur.

Bu 12 işletme, ortaklık bağı olsun ya da olmasın, CDC tarafından önemli konularda desteklenmiştir :

- . CDC bu işletmelerin kuruluşlarını teşvik edip ilk aylarında iş olanakları sağlamıştır.
- . CDC bunların kuruluşlarındaki planlama faaliyetlerine yardım etmiştir.
- . CDC PLATO isimli bilgisayarlarla eğitim sistemine çeşitli programlar geliştirmeleri için bu işletmelere birçok ihaleye katılma olanağı sağlamıştır.
- . CDC bu işletmelerin yöneticilerine teknik, yönetim ve pazarlama konularında sürekli eğitim sağlamıştır.

CDC'nin İş Geliştirme Bölümü yöneticileri 12 şirketi coğrafi konumları, araştırmacılarla işbirliği yapma eğilimleri ve bunlar hakkında daha fazla bilgi edinme isteklerine göre desteklediği 30 şirket arasında seçmiştir. Diğer bir deyişle, firmalar tesadüfi örnekleme yoluyla seçilmemiştir ve bu da araştırma sonuçlarını kısıtlayan bir faktördür. Sonuçları sınırlayan ikinci etken 12 işletmenin daha büyük bir firmanın desteğiyle kurulmuş olmasıdır. Dolayısıyla verilerin tamamen bağımsız işletmeler için geçerliliği tartışılabilir. Üçüncü dikkat edilmesi gereken nokta da sonuçların öncelikle softwareve diğer ileri teknoloji firmaları için geçerli olmasıdır. Ancak diğer sektörlerde yapılan araştırmalar da aynı yönde şekillenirse, sonuçlar o zaman evrensel nitelik kazanabilir.

Diğer yandan 12 işletme birbirine çok benzer özellikler taşımakta ve bu tektürlük araştırmanın güvenilirliğini arttırmaktadır. Oniki şirket şu açılardan birbirine benzemektedir : 1) Araştırma yapıldığı sırada 12 işletme 1-6 yaş arasında olup, çok genç işletmeleri temsil etmektedirler. 2) Herbirinin satışı \$ 1 milyonun altında bulunduğundan küçük firma kabul edilmektedirler. 3) Hep-

si de software firması olarak aynı sektörde çalışmaktadırlar. 4) Oniki işletme de daha büyük bir şirket tarafından desteklenmektedirler.

Şirketlerin tektür olması araştırma dışı etkenlerin sonuçları etkileme olasılığını azalttığından, araştırmada ortaya çıkan ilişki ve sonuçlar sadece incelenen faktörlere bağlanabilir. Dolayısıyla böyle tektür bir gruptan çıkan sonuçları genelleştirmek güç olsa da, ortaya çıkan ilişkiler dış etkenlerden arıtılmış, çok daha sağlam ve güvenilirdir.

Bilgi Toplama Yöntem ve Araçları

Bu araştırma iki ana bilgi kaynağı kullanmaktadır : (1) Daha önce yayınlanmış araştırmalardan elde edilen ikincil bilgi kaynakları; ve (2) Bu araştırma için düzenlenmiş anket ve kişisel görüşmelerden sağlanan birincil bilgi kaynakları.

İkincil Bilgi Kaynağı : Birçok kitap, akademik yayın ve iş dergisi işletmelerin kuruluş devreleriyle ilgili sayısız araştırma ve örnek sunmaktadır. Fakat bunların arasında kendi işini başlatma fikrinin nasıl doğup, ne gibi bir süreçten geçtiğini konu alan kaynak çok sınırlıdır. Özellikle de software firmalarının kuruluş devresini inceleyen araştırmaya hiç rastlanmamıştır. Yine de elde bulunan kısıtlı ikincil bilgi kaynakları kullanılarak bu araştırma yönlendirilmiştir.

Birincil Bilgi Kaynağı : Bu araştırma için iki ayrı birincil kaynaktan bilgi toplanmıştır : (1) CDC yöneticileri ve (2) Oniki software şirketinin kurucuları. Her iki gruptan da anket ve kişisel görüşme yoluyla veri elde edilmiştir.

GİRİŞİM FİKRİ NEDİR?

Şimdi başarılılarda daha az başarılı iş adamlarının girişim fikirlerinin farklılıklarına dönelim. Bu amaçla önce girişim fikrinin ne demek olduğunu ve diğer bazı kavramlardan nasıl ayrıldığını tanımlamaya çalışalım.

Girişim fikri sık sık «ürün/hizmet» fikri ile karıştırılmaktadır. Birçok araştırmacı bu kavramı ya tanımlamaktan tamamen kaçınmış, ya da ürün/hizmet kavramı ile karıştırmıştır. Ayrıca iyi bir gi-

rişim fikrinin özelliklerini ve nasıl geliştiğini belirleyen çok az sayıda çalışmaya rastlanmaktadır.

Girişim kavramını tanımlayan ve gelişme sürecini belirleyen en kapsamlı çalışmayı Watkins (1977) gerçekleştirmiştir. Watkins'a göre iş kurma fikri belirli bir ürün/pazar ya da hizmet/pazar karışımından farklıdır. Girişim fikri o işletme kurucusunun sunmayı planladığı «genel yetenek» ya da «uzmanlık» alanıdır. İşletme sahibi kendi işini kurma isteğini duymaya başladıktan sonra kafasında önce girişim fikri, daha sonra da belirli bir ürün/pazar bileşimi belirir. Fakat işletme kurucusunun kafasındaki ilk girişim fikri ya da ürün/pazar bileşimi sabit kalmayıp, kuruluş planları ve değerlendirmeleri yapılırken her ikisinde bazı değişikliklere uğrayabilir.

ARAŞTIRMADA İNCELENEN FAKTÖRLER

İşletme kurucusunun kafasındaki girişim fikrinin işletmenin ilerideki başarısı ile ilişkisi olup olmadığını incelemek amacıyla önce 12 bilgisayarla eğitim kuruluşunun başarı düzeyi ölçülmüştür. CDC yöneticileri ve işletme kurucularıyla yapılan kişisel görüşme ve anketlerden elde edilen verilere göre bu işletmelerin başarı derecesi belirlenmiştir. Başarılılar ile daha az başarılı işletme sahiplerinin girişim fikirleri karşılaştırılıp, bazı girişim fikri özelliklerinin ilerideki şirket başarısı ile ilişkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Oniki şirket kurucusunun girişim fikri özellikleri iki açıdan incelenmiştir: (1) Girişim fikri genişliği ve (2) Girişim fikri kaynağı.

Girişim Fikri Genişliği

Genişlik o girişim kavramının esneklik derecesini ölçer. Geniş girişim kavramına sahip olan bir iş adamı dar girişim kavramlı birisine kıyasla daha esnek davranır. Geniş girişim fikri iş adamına çeşitli seçenekleri deneme eğilimi ve esneklik sağlar. Dar girişim fikri olan bir kişi ise sunabileceği uzmanlık hakkında daha kısıtlı ve sabit bir görüşe sahiptir. Bu araştırma bilgisayarla eğitim sektöründe dar ve geniş olmak üzere belirgin iki ayrı girişim kavramı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Uzmanlık alanlarını «bilgisayara bağlı eğitim» (BBE) olarak gören iş adamları dar görüşte, «bilgisayar yardımıyla eğitim» (BYE) olarak görenler ise geniş görüşte olarak tanımlanmıştır.

BBE görüşü : Bu bilgisayarla eğitim işine geniş bir bakış açıdır. Bu görüşteki işletme sahipleri iş alanlarını sadece bilgisayar vasıtasıyla kullanılabilen eğitim programları hazırlamak ve pazarlamak olarak görüp, bu tür programları daha geleneksel eğitim yöntemlerinin yerine kullanılmak amacıyla geliştirmektedirler.

BYE görüşü : Bu bilgisayarla eğitim işine geniş bir bakış açıdır. Bu görüşteki iş adamları iş alanlarını sadece bilgisayarla değil, aynı zamanda daha geleneksel yöntemlerle de eğitim programları hazırlamak ve pazarlamak olarak görmektedirler. Böyle işletmeler hazırlanması gereken eğitim programının özelliklerine bakarak, bilgisayar ya da ders kitabı, alıştırtma kitabı veya görsel işitsel yöntemlerden uygun olanları seçmektedirler. Bilgisayar diğer yöntemlerin yerine geçmek amacıyla değil de onları daha etkili kılmak için kullanılmaktadır.

Girişim Fikri Kaynağı

İşletme kurucusunun «ilk» girişim kavramının çeşitli değişimlerden geçtiği kabul edilmesine rağmen, bu ilk kavramın ilerdeki şirket başarısıyla ilişkisi olup olmadığı incelenmiştir. İlk girişim kavramı tamamen işletme kurucusunun kendi fikri olabilir, ya da başkası tarafından kurucuya önerilebilir. İşletme sahibi tarafından üretilenlere «iç kaynaklı», başkaları tarafından önerilenlere ise «dış kaynaklı» girişim fikri denir.

ARAŞTIRMA SONUÇLARI

Girişim fikri kaynağının ve genişlik derecesinin ilerideki işletme başarısıyla ilişkisini incelemek amacıyla 12 bilgisayarla eğitim firmasından başarılı ve daha az başarılı olanlar belirlenmiş ve bu iki grubun girişim fikri özellikleri karşılaştırılmıştır.

Oniki bilgisayarla eğitim şirketinin başarı düzeyi iki şekilde ölçülmüştür : (1) Medyanın üstünde ve altında olanlar — altı firma medyanın altında, altı firma ise üstündedir; (2) En üst % 25, en alt % 25 ve ortadaki % 50 — üç firma en başarılı % 25'de, üç tanesi en az başarılı % 25'te, altı firma ise ortada bulunmaktadır. Tablo 1 değişik edim düzeylerindeki işletmelerin iş fikri özelliklerini özetlemektedir.

Girişim Fikri Genişliği

Tablo 1'de görüldüğü gibi girişim fikri genişliği firma başarısı ile ilişkilidir. Medyanın üstündeki işletmecilerin tümü işlerini bilgisayar yardımıyla eğitim (BYE) olarak görmektedir. Buna karşılık medyanın altındaki işletmecilerin sadece yarısı BYE görüşünde olup, diğer yarısı da iş alanlarını bilgisayara bağlı eğitim (BBE) olarak algılamaktadır. T - test uygulandığında bu iki gruptaki (medyanın üstü ve altındaki işletmelerde) BYE - BBE oranında $\alpha = .02$ istatistik önem derecesinde fark vardır. Bu tür farklılık üç edim grubu karşılaştırıldığında da görülmektedir. Üst % 25 grubunun hepsi BYE görüşünde iken, alt % 25 grubunun sadece % 33'ü bu görüşü taşımaktadır; iki grup $\alpha = .0001$ derecesinde birbirinden farklıdır. BYE görüşü aynı zamanda orta % 50 grubunu (% 83) alt % 25 grubundan istatistik olarak ayırmaktadır ($\alpha = .02$).

Girişim Fikri Kaynağı

Tablo 1'de görüldüğü gibi girişim fikri kaynağı da başarılı işletmeleri daha az başarılılardan ayırmaktadır. Medyanın üstündeki işletmecilerin yarısı iş kavramlarını kendisi ürettiği halde, bu oran medyanın altındaki işletmelerde daha düşüktür (% 16). T - test uygulandığında bu iki grubun girişim fikri kaynağı oranlarında istatistiksel farklılık bulunmaz. Fakat üst % 25 ve alt % 25 grubunun hepsi girişim fikrini kendisi üretmesine rağmen, en az başarılı % 25 içindekilerin sadece % 33'ünün girişim fikri kendisine aittir. Girişim fikri kaynağı aynı zamanda orta grubu en başarılı gruptan ayırmaktadır. Orta % 50'de bulunan işletmecilerin tümü iş kavramlarını başkalarının önerilerinden elde etmiş, hiçbiri kendisi üretmemiştir.

İç kaynaklı girişim fikrinin ilerideki işletme başarısıyla olumlu ilişkisi olduğu daha önce yapılmış araştırmalarca da desteklenmektedir. (Vesper 1979, Flower 1980). Vesper, çeşitli endüstrileri kapsayan araştırmasında, en başarılı girişim fikrinin iş adamının kendi iş tecrübeleri, eğitimi ve hobilerinden kaynaklandığını, başkalarının tecrübelerinden elde edilen fikirlerin ise önemsiz olduğunu belirlemektedir. Girişim fikrinin kaynağı ve iş adamının tecrübeleri teknik konulu işletmelerde daha fazla önem kazanmaktadır. Oniki bilgisayarla eğitim firmasının kurucularının da daha önceki tecrübelerinin şirket başarısıyla ilişkili olduğu bulunmuştur. Tablo 2 12 işletmecinin kendi şirketini kurmadan önceki iş tecrübelerini göstermektedir.

Tablo : 1. Farklı Edim Düzeylerindeki Bilgisayarla Eğitim İşletmecilerinin Girişim Fikri Özellikleri

Girişim Fikri Özellikleri	İki Edim Gurubu			Üç Edim Gurubu			α^*
	Daha		α	Daha		α	
	Başarısız N = 6	Başarılı N = 6		Başarısız N = 6	Başarılı N = 6		
Girişim Fikri Gelişliği :							
BYE Görüşü	% 50	% 100	.02	% 33	% 83	% 100	.001
BBE Görüşü	% 50	0		% 66	% 17	0	0.2
Girişim Fikri Kaynağı :							
İç Kaynaklı	% 16	% 50		% 33	0	% 100	.001
Dış Kaynaklı	% 84	% 50		% 66	% 100	0	.000

* α 1,3 = Az başarılı ve çok başarılı grup arasındaki farkın istatistiksel anlamlılık düzeyi.

α 1,2 = Az başarılı ve orta derecede başarılı grup arasındaki farkın istatistiksel anlamlılık düzeyi.

α 2,3 = Orta derecede başarılı ve çok başarılı grup arasındaki farkın istatistiksel anlamlılık düzeyi.

Tablo : 2. Farklı Edim Düzeylerindeki Bilgisayarla Eğitim İşletmecilerinin Daha Önceki İş Tecrübeleri

Girişim Fikri Özellikleri	İki Edim Gurubu			Üç Edim Gurubu			α^*	
	Daha		Daha	Az Başarılı		Orta		Çok Başarılı
	Başarısız N = 6	Başarılı N = 6	Başarılı N = 6	Az Başarılı N = 3	Orta N = 6	Çok Başarılı N = 3		α 1,3 α 1,2 α 2,3
İşi kurmadan önce bulunduğu pozisyonların sayısı	3.6	3.5	3.6	3.6	3.0	4		
Tam - Zamanlı iş tecrübesi (Yıl)	13.1	12.8	16	16	11.6	12.6		
Eğitim alanında tam - zamanlı iş tecrübesi (Yıl)	9.6	12.5	9.3	9.3	11.5	12		
(Cevaplayanların yüzdesi)	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100		
Bilgisayar alanında tam - zamanlı iş tecrübesi (Yıl)	1.5	7.4	0.6	0.6	4.6	8.3	.02	
(Cevaplayanların yüzdesi)	% 33	% 100	% 33	% 33	% 66	% 100	.001	
Danışmanlık tecrübesi (Cevaplayanların yüzdesi)	% 16	% 66	0	0	% 50	% 66	.000	
Küçük işletme tecrübesi (Cevaplayanların yüzdesi)	% 50	% 16	% 33	% 33	% 33	% 33		

* α 1,3 = Az başarılı ve çok başarılı grup arasındaki farkın istatistiksel anlamlılık düzeyi.

α 1,2 = Az başarılı ve orta derecede başarılı grup arasındaki farkın istatistiksel anlamlılık düzeyi.

α 2,3 = Orta derecede başarılı ve çok başarılı grup arasındaki farkın istatistiksel anlamlılık düzeyi.

Tablo 2'de görüldüğü gibi işletmecinin daha önce bilgisayar alanında çalışmış olması ile şirket başarısı arasında olumlu bir ilişki vardır. Medyanın üstündeki işletmecilerin hepsi bilgisayar işinde çalışmış olmasına rağmen, medyanın altındakilerin sadece % 33'ünün böyle bir tecrübesi vardır; bu iki grup arasında $\alpha = .005$ düzeyinde istatistik fark bulunmaktadır. Aynı şekilde, üst % 25 grubunun hepsi bilgisayar tecrübesine sahipken alt % 25 grubunda bu oran % 33'dür; aralarındaki farklılık $\alpha = .0001$ önem derecesindedir.

Şirket kurucusunun daha önce danışmanlık yapmış olması da başarı ile ilişkilidir. Medyanın üstündeki işletmecilerin danışmanlık tecrübesi (% 66) medyanın altındakilerden (% 16) daha fazladır ($\alpha = .000$). Aynı fark üst % 25 grubu (% 66) ve alt % 25 grubu (0) için de geçerlidir ($\alpha = .002$).

Bu bulgular Vesper (1979) ve Flower (1980)'in çeşitli endüstrileri içeren araştırmaları ile aynı doğrultudadır. Demek ki iş kavramlarını kendi iş tecrübelerinden elde edenlerin ilerideki başarı şansı daha yüksektir. Bilgisayarla eğitim işletmelerinin kurucularının daha önce bilgisayar işinde çalışmış olmaları ve kendi şirketlerini bu tecrübeden kaynaklanarak kurmaları başarı şanslarını arttırmaktadır. Danışmanlık yapmış olmak ta iş adamına hizmet pazarlamada tecrübe kazandırmakta ve yine bir hizmet sektörü olan bilgisayarla eğitim işine katkısı olmaktadır. Bu bulgu Hoad ve Rosko (1964)'nin sanayi işletmelerinde yaptıkları araştırmanın sonuçlarıyla aynı doğrultudadır. Hoad ve Rosko başarının iş tecrübesinin uzunluğuyla değil de, tecrübenin niteliğiyle ilişkili olduğunu bulmuşlardır.

Tablo 2'de görüldüğü gibi başarılı ve daha az başarılı 12 işletmecinin tümü daha önce eğitim alanında tam-zamanlı çalışmıştır. Dolayısıyla eğitim alanında tecrübe bilgisayarla eğitim yapan bir firmayı kurup yaşatmak için asgari koşul olabilir, fakat başarıyı garantilemez. Başarı şansını bilgisayarla ilgili dallarda çalışmış olmak ve danışmanlık tecrübesi arttırmaktadır.

Daha önce küçük şirketlerde çalışmış olmak ta başarıya katkıda bulunmaz. Hatta medyanın altındaki işletmeciler arasında küçük şirkette çalışmış olanlar (% 50) medyanın üstündekilerden (% 16) daha fazladır. Bu bulgu Cooper ve Bruno'nun ileri teknoloji firmalarında yaptıkları araştırmanın sonuçlarıyla koşuttur (1977).

Cooper ve Bruno'ya göre, ileri teknoloji firması kurucuları daha önce aynı endüstrideki büyük bir şirkette (personel sayısı 500'den fazla olan) çalışmışsa, bu onların başarı şansını arttırmaktadır. Teknik konularda küçük şirketlerde elde edilen tecrübeler ise yeni kurulan firmanın başarısına katkıda bulunmamaktadır.

SONUÇ

Oniki bilgisayarla eğitim işletmesi nicelendiğinde, başarılı işletmelerin girişim fikri özelliklerinin daha az başarılı olanlara göre bazı farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Başarılı olanlar (1) BYE (bilgisayar yardımıyla eğitim) görüşündedirler ve (2) İç kaynaklı girişim fikrine sahiptirler. Buna karşılık daha az başarılı olanlar (1) BBE (bilgisayara bağlı eğitim) görüşündedirler ve (2) Dış kaynaklı girişim fikrine sahiptirler.

BYE görüşünde olanların girişim kavramları BBE görüşünde olanlara göre daha geniştir. Bu genişlik iş adamına esnekli ve değişik olanakları deneme eğilimi sağlar. Girişim fikrinin iç kaynaklı olması, fikrin iş adamının kendi tecrübelerinden doğması anlamına gelir. Dolayısıyla, iş adamının kendi işini kurmadan önceki tecrübeleri ilerideki şirket başarısı açısından önem kazanmaktadır. Başarılı işletmecileri daha az başarılılardan ayıran tecrübeler şunlardır : (1) Bilgisayar alanında tam-zamanlı iş tecrübesi ve (2) Danışmanlık tecrübesi. İlerideki şirket başarısıyla ilişkisi bulunmayan tecrübeler ise şöyledir : (1) İşletmeyi kurmadan önce bulunduğu pozisyonların sayısı, (2) Tam-zamanlı iş tecrübesinin süresi, (3) Eğitim alanında iş tecrübesi ve (4) Küçük işletmelerde çalışmış olmak.

KAYNAKLAR

- Cooper, A. C. ve Bruno, A., «Success Among High Technology Firms», **Business Horizons** 20, No. 2 (April 1977).
- Flower, J., «How Entrepreneurs Come Up With Ideas», **Venture**, May 1980.
- Hoad, W. ve Rosko, P., **Management Factors Contributing to the Success or Failure of New Small Manufacturers**. Ann Arbor: University of Michigan, 1964.
- Vesper, K. H., «New Venture Ideas: Do Not Overlook Experience Factor», **Harvard Business Review**, July-August 1979.
- Waskins, D. S., «Technical Innovation and Entrepreneurship in the U.K.», yayımlanmamış bildiri, Manchester Business School, U.K., 1977.

Deniz Yük Taşıma İşletmelerinde Sürastarya ve Dispeç Günleri ve Ücretlerin Hesaplanması

Yusuf SÜR MEN*

GENEL AÇIKLAMA

Sürastarya, «yükleme ve boşaltma için tespit edilen muayyen süreler zarfında yükleme veya boşaltma yapılmaması halinde geminin taşıma sözleşmesi uyarınca fazladan bekliyeceği süre için ödenecek paradır».¹

Sürastarya ücreti, ne bir tazminat ve ne de bir cezai şart niteliğinde değildir, bir ücret, munzam navlundur. Bu sebeple, Türk Ticaret Kanununun 1951 yılı tasarısındaki «tazminat» sözü çıkarılmış ve yerine «ücret» denilmiştir.

Sürastarya, sözleşme ile kararlaştırılmışsa taşıyan, eşyanın yükletilmesi ya da boşaltılması için «yükleme süresinden» fazla beklemek zorundadır. Bu fazla süreye «sürastarya süresi» denir. Eğer, sözleşmede sürastarya süresi tayin edilmemişse bu süre yükleme ya da boşaltma süresi (starya)'nın yarısından ibarettir.² Taşıtan, sürastarya süresi için taşıyana, sürastarya ücreti ödemekle yükümlüdür.³

Sürastarya süresi, yükleme ya da boşaltma süresinin bitimiyle başlar. Yükleme ya da boşaltma süresi veya sürastarya süresi

(*) Karadeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Arş. Görv.

(1) Genay Nefise, «Nakliyat Vergisinde Sürastarya ve Boş Navlun Konusu», *Vergi Dünyası*, sayı 10 (Haziran 1982), ss. 36.

(2) TTK, Md. 1031/2

(3) TTK, Md. 1030/3

bittikten sonra taşıyan yükleme ya da boşaltma için fazla beklemeye mecbur değildir. Bununla beraber taşıyan fazla beklemek istemiyorsa, yükleme ya da boşaltma veya sürastarya süresinin bitmesinden üç gün önce taşıtana bunu bildirmeye mecburdur; bildirmezse yükleme ya da boşaltma veya sürastarya süresi, sonradan yapacağı ihbardan itibaren üç gün geçmedikçe bitmez.

Yukarıda yazılı üç gün bütün hallerde takvime göre aralıksız olarak hesap olunur.⁴

Sürastarya ücreti, genellikle sözleşme ile tayin edilir; sözleşme ile tayin edilmemişse hakkaniyet üzere takdir olunur.⁵

Sürastarya ücretinin süresinin hesaplanmasına gelince, bu ücrette süre aralıksız hesap olunur.

Taşıyanın faaliyet sahasında tahakkuk eden tesadüfi sebepler dolayısıyla yükün gemiye alınması ya da boşaltılması mümkün olmayan günler ise, bu sürenin hesabında nazara alınmaz; sürastarya süresi içinde olsa bile bu günler için sürastarya ücreti istenemez.⁶

Fırtına istilâsı veya seferberlik gibi her iki tarafın faaliyet sahasını ilgilendiren tesadüfi sebepler dolayısıyla yükün gemiye teslimi, alınması ya da boşaltılması mümkün olmayan günler beklemeye süresine ilave olunur; şu kadar ki; yükleme süresi içinde olsa bile taşıtan bu günler için taşıyana sürastarya ücreti ödemekle yükümlüdür.⁷

Dispeç parası (despatch money) ise, «yükleme ya da boşaltmanın sözleşmede belirtilen sürede veya daha önce yapılması halinde deniz yük taşıma işletmesinin (taşıyanın) taşıtana ödediği paradır.⁸

Taşıma sözleşmesinde belirtilen süre içerisinde, geminin yüklenmesi ya da boşaltılmasında kazanılan günlere «dispeç günleri» denir.

(4) TTK, Md. 1033

(5) TTK, Md. 1035

(6) TTK, Md. 1036/1-3

(7) TTK, Md. 1036/4

(8) Kemp J.F. ve Young Peter, **Business For Shipmasters**, Surrey : Kadly Publications, 1963, s. 19.

Sözleşmede süre, fiilen gerçekleştirilebilecek yükleme ya da boşaltma süresi kadar belirtilir, bu süre içerisinde yükleme ya da boşaltma gerçekleştirildiğinde bile, taşıtan dispeç parasına hak kazanır.

Türk Ticaret Kanununda dispeç parasından bahsolunmamıştır. Ancak, gerek dispeç parasını⁹ tayini ve gerekse bekleme süresinin hesaplanması, sürastarya ücretinin hesaplanmasından farklı değildir.

Sürastarya ücreti ile dispeç parasının hesaplanmasında sözleşmede yer alacak klozların (sözleşme maddesi) iyi bilinmesi gerekir. Ayrıca, sözleşmede sürastarya ücreti ile dispeç parasının «kazanılan bütün çalışma süresi» (all working time saved) için mi, yoksa «kazanılan bütün zaman» (all time saved) için mi, ödeneceği şartının yer alması da çok önemlidir.

Sürastarya ve dispeç günlerinin hesaplanmasında gün ile ilgili **running days** ve **working days** olmak üzere iki türlü kloz vardır.

Running days, cari günler anlamına gelen ve 24 saati aralıksız olarak dikkate alan klozdur. Cari günlerin takvim günlerinden farklı, günlerin sıfırdan değil, sözleşmede gösterilen saatten itibaren başlamak üzere sayılmasıdır.⁹ Bu klozda Cumartesi, Pazar ve tatiller cari gün içinde yer alır. Running days klozunun yanına sHex ifadesi eklendiğinde tatillerin yükleme ya da boşaltma süresinden sayılmayacağı anlaşılır. Running days klozunun yanına sHine ifadesi eklendiğinde ise, tatillerin yükleme ya da boşaltma süresi içerisinde sayılacağı anlaşılır. Cuma günlerinin tatil olduğu ülkelerde sHex yerine fHex, sHine yerine ise fHine kullanılır.

Working days iş günü ile ilgili klozdur. Bu klozda Pazar günleri ile kanuni tatil günleri müstesna tutulur. Fakat, gün bölünmez. Ancak bu kloz ile limanın normal çalışma saatleri dikkate alınır ve bir çok limanda bu çalışma, gece mesaisini kapsamaz. Bu karşılık, gece mesaisini de süreye alan (kapsayan) **per working day of 24 hours** veya **per clear working day of 24 hours** şeklinde kloz da vardır.

(9) Tekil Fahiman, *Navlun Mukaveleleri*, İstanbul: Bozak Matbaası, 1973, s. 53.

Örnek Olay¹⁰

«A» gemisinin kayıtlı tonajı 6000 tondur. Yüklemeye hazırlık mektubu verildikten 24 saat sonra başlanacaktır. Dispeç parası her gün için \$ 250 iken, sürastarya ücreti her gün için \$ 350'dır.

Taşıma sözleşmesinde yükleme ile ilgili şartlar ayrıntıları ile aşağıda gösterilmiştir :

1. 10 cari gün
2. Havanın çalışmaya müsait olduğu her iş günü için 600 ton (Pazarlar ve tatiller hariçtir)
3. Yükleme (starya) 10 gün kabul edildi. (Pazar ve tatil günleri yüklemeye devam edilirse sayılacaktır).

27 Aralık, Perşembe günü öğlede hazırlık mektubu yetkililere verildi. 1-2 Ocak Salı ve Çarşamba günleri tatildi, fakat 3 Ocak günü yükleme yapıldı. 4 ve 9 Ocak günleri yağmur yağdığından çalışma yapılamadı. 10 Ocak öğlede yükleme tamamlandı ve konişmento imza edildi.

a) Hazırlık mektubu 27 Aralık, saat 12.00'de yetkiliye verildi, yükleme süresi 28 Aralık, Cuma günü saat 12.00'de başladı.

Yükleme süresi (starya)	28 Aralık	saat 12.00'de başladı
Yükleme günü izni	10	
Yükleme süresi sonu	7 Ocak	saat 12.00
Yükleme tamamlandı	10 Ocak	saat 12.00
Sürastarya (demurrage) süresi	3 gün	

Ödenmesi gereken sürastarya tutarı $\$ 350 \times 3 \text{ gün} = \$ 1.050,-$

$$\text{b) Yükleme günü izni} \quad \frac{6000}{600} = 10 \text{ gündür.}$$

(10) Kemp J. F. ve Young, Peter, a.g.e., s. 71.

ZAMAN TABLOSU

Gün ve Tarih	Açıklama	Yüklemede İşleyen Süre	Toplam Yükleme Süresi
Perş. 27 Aralık	12.00 hazırlık mektubu yetkiliye verildi	—	—
Cuma 28 »	12.00 yükleme başladı	12 saat	12 saat
C.tesi 29 »		24 saat	1 gün 12 saat
Pazar 30 »	Tatil - işlemez	—	1 gün 12 saat
P.tesi 31 »		24 saat	2 gün 12 saat
Salı 1 Ocak	Tatil - işlemez	—	2 gün 12 saat
Çarş. 2 »	Tatil - işlemez	—	2 gün 12 saat
Perş. 3 »		24 saat	3 gün 12 saat
Cuma 4 »	Yağmur, çalışma yapılmadı - işlemez	—	3 gün 12 saat
C.tesi 5 »		24 saat	4 gün 12 saat
Pazar 6 »	Tatil - işlemez	—	4 gün 12 saat
P.tesi 7 »		24 saat	5 gün 12 saat
Salı 8 »		24 saat	6 gün 12 saat
Çarş. 9 »	Yağmur, çalışma yapılmadı - işlemez		6 gün 12 saat
Perş. 10 »	12.000 yükleme tamamlandı ve konişmento imza edildi	24 saat	7 gün 12 saat

Ödenmesi gereken sürüstaryaya ücreti \$ 350 × 3 gün = \$ 1.050,—

NOT : 10 Ocak 1984 tarihli kur uygulanmıştır (1 \$ = 300,— TL)

ZAMAN TABLOSU

Gün ve Tarih	Açıklama	Yüklemede İşleyen Süre	Toplam Yükleme Süresi
Perş. 27 Aralık	12.00 hazırlık mektubu yetkiliye verildi	—	—
Cuma 28 »	12.00 yükleme başladı	12 saat	12 saat
C.tesi 29 »		24 saat	1 gün 12 saat
Pazar 30 »	Tatil - işlemez	—	1 gün 12 saat
P.tesi 31 »		24 saat	2 gün 12 saat
Salı 1 Ocak	Tatil - işlemez	—	2 gün 12 saat
Çarş. 2 »	Tatil - işlemez	—	2 gün 12 saat
Perş. 3 »		24 saat	3 gün 12 saat
Cuma 4 »	Yağmur, çalışma yapılmadı		3 gün 12 saat
C.tesi 5 »		24 saat	4 gün 12 saat
Pazar 6 »	Tatil - işlemez	—	4 gün 12 saat
P.tesi 7 »		24 saat	5 gün 12 saat
Salı 8 »		24 saat	6 gün 12 saat
Çarş. 9 »	Yağmur, çalışma yapılmadı - işlemez		6 gün 12 saat
Perş. 10 »	12.00 yükleme tamamlandı ve konişmento imza edildi	24 saat	7 gün 12 saat
Cuma 11 »		24	8 gün 12 saat
C.tesi 12 »		24	9 gün 12 saat
Pazar 13 »	Tatil - işlemez	—	9 gün 12 saat
P.tesi 14 »	12.000 -yükleme süresinin sonu	12 saat	10 gün

Yükleme süresinin sonu 14 Ocak saat 12.00

Yüklemenin tamamlanması 10 Ocak saat 12.00

Kazanılan zaman 4 gün

Ödenecek dispeç parası \$ 250 × 4 gün = \$ 1.000,—

NOT : 14 Ocak 1984 tarihli kur uygulanmıştır (1 \$ = 300,— TL)

Sürastarya ücreti tahsil edildiğinde yapılacak kayıt :

Ocak 1984	
_____ 10 _____	
KASA H.	315.000,—
ALINAN SÜRASTASYA ÜCRETİ	315.000,—
\$ 1.050,— × 300,— TL.	315.000,— TL
_____	_____

Dispeç parası verildiğinde yapılacak kayıt :

Ocak 1984	
_____ 14 _____	
VERİLEN DİSPEÇ PARASI	300.000,—
KASA H.	300.000,—
\$ 1.000,— × 300,— TL.	300.000,— TL
_____	_____

1934

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

KİTAP ELEŞTİRİSİ

Ekonomi Politikasının Temelleri, Doç. Dr. Hüsnü ERKAN, Aydın Yayınevi, İzmir 1984, 288 s.

Doç. Dr. İsmet ERGÜN*

Günümüzde İktisat Biliminin genel olarak üç alt dala ayrıldığını görüyoruz : 1) Teorik İktisat (İktisat Tarihi ve İktisadi Düşünceler Tarihini Kapsayacak şekilde), 2) İktisat Politikası ve 3) Maliye. Şüphesiz bu ayırmada çizgiler çok kesin olmadığı gibi, bundan farklı ayırmalara da rastlanmaktadır. Aslında alt dalları kesin bir çizgi ile ayırmaya ne gerek ve de imkân vardır.

Türkiye'de yüksek öğretim birimlerinin işleyişleri ve teşkilâtlandırılmaları yeniden düzenlenirken İktisat Bölümleri, 1) İktisat Teorisi ve İktisat Tarihi, 2) İktisat Politikası ve 3) Kalkınma İktisadi ve Uluslararası İlişkiler olmak üzere üç anabilim dalına dayandırılmıştır. İktisat Bölümlerinde bir İktisat Politikası anabilim dalı bulunmasına ve ülkemizde en çok konuşulan bir konu olmasına rağmen, İktisat Fakültelerinde İktisat Politikası diye bir ders olmadığı gibi, genel iktisat politikası ile ilgili bilimsel yayınlar da yok denecek kadar azdır. Bu yargıyı insafsız bulanlar, bizde politikaların teorik dersler çerçevesinde, örneğin para politikası «Para ve Banka» dersinde, istihdam politikası, «Makro Ekonomi» dersinde, ticaret politikası «Uluslararası İktisat» dersinde, Maliye Politikası, «Kamu Maliyesi» dersinde vs. okutulduğunu söyleyeceklerdir. Bu doğrudur. Ancak tüm politikaları koordineli bir şekilde ele alan ve politikalar arasındaki yatay, dikey ve aykırı bağlantıları sistematik bir bütünlük içinde ortaya koyan bir ders

(*) Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü Öğretim Üyesi.

mevcut değildir. Halbuki iktisadi sorunlar çok boyutlu ve karmaşık bir içeriğe sahip olduklarından, bunların çözümü için de aynı anda birden çok politikalar birlikte kullanılmaktadır. Bu nedenle Hüsnü ERKAN'ın yukarıda adı geçen kitabı bu boşluğu doldurmada önemli bir adım olarak görüyoruz. Bugün özellikle Alman Üniversitelerinde —Alman Tarihçi Okulunun bir mirası olarak— teorik iktisat yanında ve aynı ağırlıkta iktisat politikası dersleri okutulduğunu görüyoruz.

Kitap altı bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, iktisat politikasının tanımı, politika bilimi ile olan ilişkisi, iktisat bilimi içindeki yeri, tarihçesi ve sınıflaması ayrıntılı bir biçimde işlenmektedir. ERKAN, önce makro düzeydeki genel iktisat politikasını,

- ekonomik düzenle ilgili politikalar
- ekonominin yapısı ile ilgili politikalar ve
- ekonominin seyri ile ilgili politikalar

olmak üzere üç alt gruba ayırmaktadır. Daha sonra özel ekonomi politikası dediği sektörel politika ayırımını yapmaktadır. Örneğin tarım politikası, sanayi politikası, ulaştırma politikası, enerji politikası, ticaret politikası vs. Diğer yandan yazar, amaçlara göre iktisat politikasını; 1) İstihdam politikası, 2) Konjöntür politikası, 3) Büyüme ve Kalkınma politikası, 4) Bölüşüm politikası ve 5) Ödemeler Dengesi politikası olmak üzere beş alt dala; araçlara göre ise 1) Para ve Kredi politikası ve 2) Maliye politikası olmak üzere iki alt dala ayırmaktadır. Ayrıca iktisat politikası mekân açısından da bir sınıflamaya tabi tutulmaktadır: Yerel iktisat politikası (belediyelerin), bölgesel iktisat politikası, ulusal iktisat politikası, uluslararası iktisat politikası ve uluslararası iktisat politikası (A.E.T. gibi). Bütün bu sınıflamalar ve ayırımlar bize iktisat politikası derslerinin boyutunu ve önemini açık bir şekilde göstermektedir. Bu sınıflamalardan sonra özellikle sosyal bilimlerde büyük bir tartışma konusu olan «Değer Yargısı» konusu çok ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

İkinci bölüm iktisadi sistem ile iktisat politikası arasındaki ilişkilere ayrılmıştır. Burada önce iktisadi sistemlerin temel ilkeleri üzerinde durulmakta ve bundan sonra iktisadi sistem tipleri

anlatılıp, sistemlerde kaynak dağılımı sorunu, sistemlerin yakınlaşması tezi ve çeşitli iktisadi düzen konseptleri tartışılmaktadır.

Üçüncü bölümde «İktisat Politikasında Karar Birimleri» konusu ele alınmıştır. Burada çeşitli karar birimleri (Parlamento, Hükümet, Merkez Bankası, Yerel Yönetimler, Çıkar grupları vs.) incelenmiş ve bu karar birimleri arasındaki koordinasyon sorunları tartışılmıştır. Ayrıca karar sürecinde istek oluşumu ve bu istek oluşumunun etkileme yöntemleri geniş bir biçimde anlatılmıştır.

Ekonomi Politikasında Amaç Sorunu dördüncü bölümün, araçlar sorunu ise beşinci bölümün konusunu teşkil etmektedir. Önce amaçlar arasında ilişkiler ele alınmakta ve hemen arkasından amaçların bir sistematigi verilmektedir. Buna göre, ekonomik büyüme, tam istihdam, fiyat istikrarı, adil gelir dağılımı, ödemeler dengesi ve optimal tüketim yapısı pratik iktisat politikasında temel ekonomik amaçlar olarak gösterilmektedir. Ayrıca her bir amaçın alt dalları ve amaçlar arasındaki çelişkiler şematik bir şekilde ortaya konmaktadır. İktisat politikasının araçlarına da geniş yer verilmektedir. Önce araçlar bir sınıflandırmaya tabi tutulmakta ve daha sonra, ekonomik düzenin çerçevesini oluşturan temel yasalar ele alınmaktadır. Bunun ardından pratik iktisat politikası açısından son derece önemli olan Ekonomik süreç politikasının araçları verilmektedir. Bu bölümün sonunda pratik iktisat politikasında hangi araçların, hangi amaçlar için kullanıldığı ve etki açısından önemlilik derecesi ayrıntılı bir tabloda gösterilmiştir. (S. 219)

Son bölümde, ekonomik sorunlarda teşhisden tedaviye kadar ortaya çıkan ekonomik önlemler çeşitli açılardan incelenmektedir. İktisat Politikasında enformasyon süreci, projeksiyonlar, durum analizi, plan ve programlar, karar, uygulama ve kontrol aşamaları, strateji ve taktik ve nihayet nicel iktisat politikaları bu bölümün belli başlı konularıdır. Böylece iktisat politikasının, daha önce sözü edilen sınıflamanın içerdiği alt dallarının hepsi için gerekli ve geçerli temel bilgiler bu kitapta verilmiş ve iktisat politikasının bütün bu alt dallarında ortak olan, amaç, araç ve karar birimi ilişkileri ustalıkla incelenmiştir. Eğer, Hüsnü ERKAN kitabın son sözünde vadettiği gibi (S. 283)

- Ekonomik süreç politikası
- Ekonomik yapı politikası
- Büyüme ve Kalkınma politikası ve
- Sanayileşme politikası

alanlarında çalışmalarını sürdürüp bu konularda kitap yazarsa, gerçekten Türk İktisat Literatürüne önemli katkıları olacaktır. «Ekonomi Politikasının Temelleri» kitabı bu hamlenin bir başlangıcı olarak görüyoruz.

Kitabın özellikle birinci bölümünde felsefi konular ağır basmaktadır. Eğer bu konular diğer bölümlerin içinde eritilmiş olsaydı, kitabın okunuşu daha kolay olurdu. Diğer taraftan kavramlar ve tanımlar üzerinde çok fazla durulmuş ve bunlar gereğinden fazla alt gruplara ayrılmıştır. Bu durum okuyucunun anlatılanların, bütün içindeki yerini saptamasını zorlaştırmaktadır. Okuyucu adeta bir kavram ve gruplandırma kargaşası ile karşı karşıya kalmaktadır. Şüphesiz bunda, bazı kavramların henüz Türkçe'ye tam olarak yerleşmemesinin veya Türkçede karşılığı bulunmamasının büyük payı vardır ve bu konuda yazarın yapabileceği fazla birşey yoktur.

Kitabın sonunda, özellikle ders kitapları için çok önemli olan fakat Türkçe kitaplarda pek görmediğimiz «Kavramlar Dizini» yer almaktadır.