

Öneri, Cilt 6, Yıl 11, Sayı 23, Ocak 2005

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

YAYIN KURULU :

Enstitü Müdür Yardımcıları

Doç.Dr.A.Ercan GEGEZ (Müdür Yrd.)

Yrd.Doç.Dr.Deniz BÖRÜ (Müdür Yrd.)

Anabilim Dalı Başkanları

Prof.Dr.Necdet ÖZTÜRK

Prof.Dr.Mustafa AYKAÇ

Prof.Dr.Tuncay KOCAMAZ

Prof.Dr.Haldun AKPINAR

Prof.Dr.Günay Göksu ÖZDOĞAN

Prof.Dr.Nur CENTEL

Prof.Dr.Rona TURANLI

Prof.Dr.Ömer Faruk BATIREL

Prof.Dr.Celal ERBAY

Prof.Dr.Mustafa FAYDA

Prof.Dr.Halis AYHAN

Prof.Dr.Filiz Balta PELTEKOĞLU

Prof.Dr.Acar SEVİM

Prof.Dr.Osman ALTUĞ

Prof.Dr.Haluk SUMER

Prof.Dr.Jale CİVELEK

Prof.Dr.Cevdet YAVUZ

Prof.Dr.Suut DOĞRUEL

Prof.Dr.İbrahim DOĞAN

Prof.Dr.Bekir KARLIĞA

Prof.Dr.Ziya KAZICI

Prof.Dr.Şengül ÖZERKAN

Prof.Dr.Esra BİRYILDIZ

SBE ile Koordineli Çalışan Enstitülerin Müdürleri

Prof.Dr.Niyazi BERK

Prof.Dr.Nurten GÜNAL

Doç.Dr.Bülent VARDAR

Prof.Dr.Muzaffer DARTAN

Prof.Dr.Ayla OKTAY

Prof.Dr.Emine GÜRSOY NASKALI

DANIŞMA KURULU:

Prof.Dr.Sudi APAK (Trakya Üniv.,İİBF Dekanı)

Prof.Dr.Taner BERKSOY (Bilgi Üniv.,İİBF Dekanı)

Prof.Dr.M.Şakir ERSOY (Galatasaray Üniv.,İİBF Dekanı)

Prof.Dr.Tamer KOÇEL (Kültür Üniv.,Rektörü)

Prof.Dr.M.Şükrü TEKBAŞ (İst.Üniv.,İşl.Fak. Dekanı)

EDİTÖR (Sorumlu Yazı İşleri Müdürü) : Prof. Dr. Uğur YOZGAT

YAYINA HAZIRLAMA SORUMLUSU : Arş.Gör.Hande GÜRSOY

BASIM YERİ : G.M. Matbaacılık ve Ticaret A.Ş.

İLETİŞİM BİLGİLERİ

ADRES : Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Ressam Namık İsmail Sok. No:1 34180 Bahçelievler - İSTANBUL

TEL : (212) 506 47 12/13 - 506 47 24

FAKS : (212) 506 88 61

e-mail : oneridergisi@marmara.edu.tr

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

Basım Tarihi: Nisan 2005

HAKEMLERİMİZ

Yalçın ACAR	Uludağ Üniversitesi	Güneş Nazire BERBEROĞLU	Anadolu Üniversitesi	Nazım EKREN	Marmara Üniversitesi
Erhan ADAL	Ege Üniversitesi	Niyazi BERK	Marmara Üniversitesi	Yücel ELMAS	Marmara Üniversitesi
Zeki ADAL	İstanbul Üniversitesi	A. Ümit BERKMAN	Bilkent Üniversitesi	Nazım ENGİN	Marmara Üniversitesi
Uğur Selçuk AKALIN	Marmara Üniversitesi	Sevda BERKMAN	Boğaziçi Üniversitesi	Aysel ERCİŞ	Atatürk Üniversitesi
Gölsüm AKALIN	Marmara Üniversitesi	Taner BERKSOY	Bilgi Üniversitesi	İnci ERDEM ARTAN	Marmara Üniversitesi
Güneri AKALIN	Hacettepe Üniversitesi	Turgay BERKSOY	Marmara Üniversitesi	Deniz ERDEN	Boğaziçi Üniversitesi
Ömer AKAT	Uludağ Üniversitesi	Zeynep BİLGİN	Marmara Üniversitesi	Sema ERDER	Marmara Üniversitesi
Ali AKDEMİR	Kocaeli Üniversitesi	Orhan BİLGİN	Marmara Üniversitesi	İlhan ERDOĞAN	İstanbul Üniversitesi
Şükrü AKDOĞAN	Erciyes Üniversitesi	Fahir BİLGİNOĞLU	İstanbul Üniversitesi	Oral ERDOĞAN	Bilgi Üniversitesi
İşıl AKGÜL	Marmara Üniversitesi	Muzaffer BODUR	Boğaziçi Üniversitesi	Muammer ERDOĞAN	Atatürk Üniversitesi
Fahamet AKIN	Uludağ Üniversitesi	Mehmet BOLAK	Galatasaray Üniversitesi	Cevdet ERDOST	Hacettepe Üniversitesi
H. Besim AKIN	Marmara Üniversitesi	Eser BORAK	Boğaziçi Üniversitesi	Tunç EREM	Marmara Üniversitesi
Özdemir AKMUT	Ankara Üniversitesi	Cemil BOYACI	Akdeniz Üniversitesi	Erol EREN	Doğuş Üniversitesi
Haldun AKPINAR	Marmara Üniversitesi	Ünal BOZKURT	İstanbul Üniversitesi	Esin ERGİN	İstanbul Üniversitesi
A.Şinasi AKSOY	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Tülay BOZKURT	Marmara Üniversitesi	Hüsnü ERKAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Ahmet AKSOY	Selçuk Üniversitesi	Veysel BOZKURT	Uludağ Üniversitesi	Haluk ERLAT	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Ekrem AKSOY	Hacettepe Üniversitesi	Nejat BOZKURT	Marmara Üniversitesi	İbrahim EROL	Celal Bayar Üniversitesi
İkbal AKSULU	Dokuz Eylül Üniversitesi	Gönül BUDAK	Dokuz Eylül Üniversitesi	İhsan ERSAN	İstanbul Üniversitesi
Sina AKŞİN	Ankara Üniversitesi	Bürol BUMİN	Gazi Üniversitesi	Büşra ERSANLI	Marmara Üniversitesi
Ayhan AKTAR	Marmara Üniversitesi	Emre BURÇKIN	Marmara Üniversitesi	Ayla ERSOY	Marmara Üniversitesi
Müfit AKYÜZ	Marmara Üniversitesi	Nuri BURHAN	Uludağ Üniversitesi	Şakir ERSOY	Galatasaray Üniversitesi
Hilmi ALACAKLI	Marmara Üniversitesi	Şahamet BÜLBÜL	Marmara Üniversitesi	Sacit ERTAŞ	Uludağ Üniversitesi
Halil ALACAKLI	Marmara Üniversitesi	Kamil BÜYÜKMİRZA	Gazi Üniversitesi	Halis ERTÜRK	Uludağ Üniversitesi
Mehmet C. ALDEMİR	Dokuz Eylül Üniversitesi	Halil CAN	Hacettepe Üniversitesi	Mümin ERTÜRK	Erciyes Üniversitesi
Emre ALKIN	Kültür Üniversitesi	Serpil CANBAŞ	Çukurova Üniversitesi	Ali ERYILMAZ	Atilım Üniversitesi
Nuray ALTUĞ	Marmara Üniversitesi	Ayşe Özgül CEMALCILAR	Anadolu Üniversitesi	Bilal ERYILMAZ	Sakarya Üniversitesi
Osman ALTUĞ	Marmara Üniversitesi	Tankut CENTEL	İstanbul Üniversitesi	Şükran ESEN	Marmara Üniversitesi
Doğan ALTUNER	Yeditepe Üniversitesi	Ali CEYLAN	Uludağ Üniversitesi	Öner ESEN	İstanbul Üniversitesi
İbrahim ANIL	Marmara Üniversitesi	Nalan CİNEMRE	Mimar Sinan Üniversitesi	Murat FERMAN	Işık Üniversitesi
Sudi APAK	Trakya Üniversitesi	Jale CİVELEK	Marmara Üniversitesi	Ergun GEDİZLIOĞLU	İstanbul Teknik Üniversitesi
İ. Hakkı ARMUTLULU	Marmara Üniversitesi	Adem ÇABUK	Balkesir Üniversitesi	Mehmet GENÇELİ	İstanbul Üniversitesi
Tamer ARPACI	Gazi Üniversitesi	Serap ÇABUK	Çukurova Üniversitesi	Nurullah GENÇ	Atatürk Üniversitesi
Hüsnü ARSLAN	Marmara Üniversitesi	Uğur ÇAĞLI	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Güneş GENÇYILMAZ	Kültür Üniversitesi
Sinan ARTAN	Marmara Üniversitesi	İsmail Lütfi ÇAKAN	İstanbul Üniversitesi	Güliz GER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Çelik ARUOBA	Ankara Üniversitesi	Ahmet ÇAKMAK	Marmara Üniversitesi	Semra GERMANER	Mimar Sinan Üniversitesi
Nurhan ASLAN	Marmara Üniversitesi	Yurdakul ÇALDAĞ	Gazi Üniversitesi	Ramazan GEYLAN	Anadolu Üniversitesi
Salih Sabri AŞARLIOĞLU	Uludağ Üniversitesi	Peyami Sefa ÇARIKÇIOĞLU	Kültür Üniversitesi	Deniz GÖKÇEN	Boğaziçi Üniversitesi
Nevzat AŞIK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Huriye ÇATALCA	İstanbul Üniversitesi	Gürbüz GÖKÇEN	Marmara Üniversitesi
Hasan Rıza AŞIKOĞLU	Afyon Üniversitesi	Hasan Fuat ÇELEBİOĞLU	Galatasaray Üniversitesi	Ahmet GÖKÇEN	İstanbul Üniversitesi
İnal Cem AŞKUN	Anadolu Üniversitesi	Canan ÇETİN	Marmara Üniversitesi	Mübeccel GÖNEN	Hacettepe Üniversitesi
Bayhan ATAÇ	Anadolu Üniversitesi	Mustafa ÇIKRIKÇI	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Korel GÖYMEN	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
İbrahim ATALAY	Dokuz Eylül Üniversitesi	Recal ÇINAR	Atatürk Üniversitesi	Selami GÖZENÇ	İstanbul Üniversitesi
Mansur ATALAY	Erciyes Üniversitesi	Sadık ÇÖKELEZ	Pamukkale Üniversitesi	Naci GÜÇHAN	Anadolu Üniversitesi
Göksele ATAMAN	Marmara Üniversitesi	Muzaffer DARTAN	Marmara Üniversitesi	Uğur GÜLLÜLÜ	Atatürk Üniversitesi
Ümit ATAMAN	Marmara Üniversitesi	Şayeste DAŞER	Koç Üniversitesi	Şelkati GÜLTEN	Atatürk Üniversitesi
Nurhan AYDIN	Anadolu Üniversitesi	Nevin DENİZ	Marmara Üniversitesi	Hüseyin GÜMÜŞ	Marmara Üniversitesi
Ramiz AYDIN	Marmara Üniversitesi	Güney DEVREZ	Ankara Üniversitesi	Şevkinaz GÜMÜŞOĞLU	Dokuz Eylül Üniversitesi
A. Kürşat AYDOĞAN	Bilkent Üniversitesi	Yalçın DEMİR	Anadolu Üniversitesi	Ayşe GÜNER	Marmara Üniversitesi
Doğan Yaşar AYHAN	Hacettepe Üniversitesi	Hilal DICLE	Marmara Üniversitesi	Sahavet GÜRDAL	Marmara Üniversitesi
Burhan AYKOÇ	Gazi Üniversitesi	Mustafa DİLBER	Boğaziçi Üniversitesi	Yaşar GÜRGEN	Çukurova Üniversitesi
Mustafa AYTAÇ	Uludağ Üniversitesi	Şener DİLEK	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Selahattin GÜRIŞ	Marmara Üniversitesi
Semra AYTUĞ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Ömer DİNÇER	Kültür Üniversitesi	Tanju GÜRKAN	Ankara Üniversitesi
Ömür BABAÇOĞLU	Kocaeli Üniversitesi	Binali DOĞAN	Marmara Üniversitesi	Necmi GÜRSAKAL	Uludağ Üniversitesi
Şemseddin BAĞIRKAN	Marmara Üniversitesi	İbrahim DOĞAN	Marmara Üniversitesi	Cudi Tuncer GÜRİSOY	Doğuş Üniversitesi
Atilla BAĞRIAÇIK	Marmara Üniversitesi	Muammer DOĞAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Ali GÜZEL	Marmara Üniversitesi
Erdal BALABAN	İstanbul Üniversitesi	Suna DOĞANER	İstanbul Üniversitesi	Rüstem HACİRÜSTEMOĞLU	Galatasaray Üniversitesi
Gölsüm BASKAN	Y.Ö.K	Suut DOĞRUDEL	Marmara Üniversitesi	Nevin HADDAD	Gazi Üniversitesi
Koray BAŞOL	Dokuz Eylül Üniversitesi	Hatice DOĞUKANLI	Çukurova Üniversitesi	Vasfi HAFTACI	Kocaeli Üniversitesi
Ömer Faruk BATIREL	Marmara Üniversitesi	Nuran DOYRANGÖL	Marmara Üniversitesi	Yusuף HALAÇOĞLU	Gazi Üniversitesi
Doğan BAYAR	Anadolu Üniversitesi	Salih DURER	Yıldız Teknik Üniversitesi	Fethi HEPER	Anadolu Üniversitesi
Ferit H. BAYKAL	Marmara Üniversitesi	Durmuş DÜNDAR	Kültür Üniversitesi	Bülent HİMMETOĞLU	Boğaziçi Üniversitesi
Selim BEKÇIOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi	Lale DURUIZ	Bilgi Üniversitesi	A. Coşkun İÇÖZ	Gazi Üniversitesi
Ayşecan BAYSAL	Halilç Üniversitesi	İ. Hakkı DÜĞER	Dumlupınar Üniversitesi	Orhan İÇÖZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Aziz BENER	Yıldız Teknik Üniversitesi	İsmail EFİL	Uludağ Üniversitesi	Zeynep İNANKUR	Mimar Sinan Üniversitesi

HAKEMLERİMİZ

Ahmet	İNCEKARA	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	İlber	ORTAYLI	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>	Hasan	TEKELİ	<i>Akdeniz Üniversitesi</i>
Aysu	İNSEL	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Suat	ÖKSÜZ	<i>Ege Üniversitesi</i>	Edip	TEKER	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>
Mehmet	İPŞİRLİ	<i>Fatih Üniversitesi</i>	Günal	ÖNCE	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Suat	TEKER	<i>İstanbul Teknik Üniversitesi</i>
Ahmet Hamdi	İSLAMOĞLU	<i>Kocaeli Üniversitesi</i>	Türkan	ÖNCEL	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Biröl	TENEKECIOĞLU	<i>Anadolu Üniversitesi</i>
Tamer	İŞGÜDEN	<i>Doğuş Üniversitesi</i>	Semra	ÖNCÜ	<i>Celal Bayar Üniversitesi</i>	Suna	TEVRUZ	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Emel	İŞIKLAR	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Acar	ÖRNEK	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Möjgan	TEZ	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Hayat	KABASAKAL	<i>Boğaziçi Üniversitesi</i>	İnan	ÖZALP	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Alaeddin	TİLEYLIOĞLU	<i>Orta Doğu Teknik Üniversitesi</i>
Ersin	KANDEMİR	<i>Atatürk Üniversitesi</i>	Mahmut	ÖZDEMİR	<i>Kırıkkale Üniversitesi</i>	Hikmet	TİMUR	<i>Hacettepe Üniversitesi</i>
İbrahim	KAPLAN	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Şükrü	ÖZEN	<i>Başkent Üniversitesi</i>	Necdet	TİMUR	<i>Anadolu Üniversitesi</i>
Kaptan	KAPTANGİL	<i>Abant İzzet Baysal Üniversitesi</i>	Mehmet	ÖZER	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Ömür	TİMURCANDAY	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>
İbrahim	KARA	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Mina	ÖZEVREN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	M. Sefa	TİNİÇ	<i>Koç Üniversitesi</i>
Ali İhsan	KARAAALP	<i>Pamukkale Üniversitesi</i>	Murat	ÖZGEN	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Bülent	TOKAT	<i>Dumlupınar Üniversitesi</i>
Mehmet	KARAFAKIOĞLU	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Enver	ÖZKALP	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Tuncer	TOKOL	<i>Uludağ Üniversitesi</i>
Taner	KARAHASANOĞLU	<i>İstanbul Ticaret Üniversitesi</i>	Ömür	ÖZMEN	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Mehmet	TOMANBAY	<i>Gazi Üniversitesi</i>
Nihat	KARAKOÇ	<i>Balıkesir Üniversitesi</i>	Şule	ÖZMEN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Aykut	TOP	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Rıdvan	KARALAR	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Tayfur	ÖZŞEN	<i>Mersin Üniversitesi</i>	Nuri	TORTOP	<i>Başkent Üniversitesi</i>
İlkyay	KASATURA	<i>İstanbul Ticaret Üniversitesi</i>	M. Yaman	ÖZTEK	<i>Akdeniz Üniversitesi</i>	Yılmaz	TULUNAY	<i>İstanbul Üniversitesi</i>
Erol	KATIRCIOĞLU	<i>Bigli Üniversitesi</i>	Ahmet	ÖZTÜRK	<i>Uludağ Üniversitesi</i>	Yusuf	TUNA	<i>İstanbul Üniversitesi</i>
Hasan	KAVAL	<i>Gazi Üniversitesi</i>	Mahmut	PAKSOY	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Nihal	TUNCER	<i>İstanbul Üniversitesi</i>
İsmail	KAYA	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Ali Bülent	PAMUKÇU	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>	Münevver	TURANLI	<i>İstanbul Ticaret Üniversitesi</i>
Tuğray	KAYNAK	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	İşıl	PEKDEMİR	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Rona	TURANLI	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Metin	KAZANCI	<i>Ankara Üniversitesi</i>	Recep	PEKDEMİR	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Hasan	TÜREDİ	<i>Karadeniz Teknik Üniversitesi</i>
Hasan	KAZDAĞLI	<i>Pamukkale Üniversitesi</i>	M. Yaşar	PINAR	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Aydın	TÜRKBAL	<i>Dicle Üniversitesi</i>
Handan	KEPİR SINANGİL	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Necla	PLUR	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Asuman	TÜRKEL	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Zafer	KESEBİR	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Gültekin	RODOPLU	<i>Kocaeli Üniversitesi</i>	R. Metin	TÜRKO	<i>Atatürk Üniversitesi</i>
Tanıl	KİLİNÇ	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Zeyyat	SABUNCUOĞLU	<i>Uludağ Üniversitesi</i>	Nurçay	TÜRKOĞLU	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Gülay	KIROĞLU	<i>Mimar Sinan Üniversitesi</i>	Hüseyin	SALMAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Sema	UĞURCAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Tuncay	KOCAMAZ	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Bedriye	SARAÇOĞLU	<i>Kırıkkale Üniversitesi</i>	Ahmet	ULU	<i>Adnan Menderes Üniversitesi</i>
Tamer	KOÇEL	<i>Kültür Üniversitesi</i>	A. Selami	SARGUT	<i>Başkent Üniversitesi</i>	İlhan	ULUDAĞ	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Asaf	KOÇMAN	<i>Ege Üniversitesi</i>	Jale	SARMAŞIK	<i>İstanbul Ticaret Üniversitesi</i>	Osman	UNUTULMAZ	<i>Erciyes Üniversitesi</i>
Gürel	KONURALP	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Fulya	SARVAN	<i>Akdeniz Üniversitesi</i>	Oğuz	URAS	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Celil	KOPARAL	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Kemali	SAYBAŞILI	<i>Yıldız Teknik Üniversitesi</i>	Alpaslan	USAL	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>
Esfender	KORKMAZ	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Hikmet	SEÇİM	<i>Akdeniz Üniversitesi</i>	Aypar	USLU	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Meral	KORZAY	<i>Boğaziçi Üniversitesi</i>	Ahmet	SERPİL	<i>Yeditepe Üniversitesi</i>	Mehmet Zeki	USLU	<i>Çukurova Üniversitesi</i>
Serdar	KURT	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Belkis	SEVAL	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Cavide	UYARGIL	<i>İstanbul Üniversitesi</i>
Kemal	KURTLUŞ	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Halil	SEYİDOĞLU	<i>Doğuş Üniversitesi</i>	Ercan	UYGUR	<i>Ankara Üniversitesi</i>
Şule	KUT	<i>Bigli Üniversitesi</i>	Zeki	SEZER	<i>Dicle Üniversitesi</i>	Ülkü	UZUNÇARŞILI	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Osman	KÜÇÜKAHMETOĞLU	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Orhan	SEZGİN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Erol	ÜÇDAL	<i>Kadir Has Üniversitesi</i>
Ömer	LALIK	<i>İstanbul Ticaret Üniversitesi</i>	Selime	SEZGİN	<i>İstanbul Teknik Üniversitesi</i>	H. İbrahim	ÜLKER	<i>Abant İzzet Baysal Üniversitesi</i>
Bariş	MATER	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Muhan	SOYSAL	<i>Orta Doğu Teknik Üniversitesi</i>	H. Targan	ÜNAL	<i>İstanbul Üniversitesi</i>
Fermani	MAVIŞ	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	İsmail Hakkı	SÖNMEZ	<i>Erciyes Üniversitesi</i>	M. Mithat	ÜNER	<i>Gazi Üniversitesi</i>
Mustafa	MAZLUM	<i>Çağ Üniversitesi</i>	Halim	SÖZBİLİR	<i>Afyon Üniversitesi</i>	Artun	ÜNSAL	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>
İsmet	MUCUK	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Metin	SÖZEN	<i>İstanbul Teknik Üniversitesi</i>	Çağatay	ÜNÜSAN	<i>Selçuk Üniversitesi</i>
Naci Birol	MUTER	<i>Celal Bayar Üniversitesi</i>	Mehmet	SÖMER	<i>Yıldız Teknik Üniversitesi</i>	Behlül	ÜSDİKEN	<i>Sabancı Üniversitesi</i>
Selçuk	MÜLAYİM	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Fevzi	SÜRMELİ	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Fusun	ÜSTEL	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Mahir	NAKIP	<i>Erciyes Üniversitesi</i>	Fevzi	ŞAHLANAN	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Ateş	VURAN	<i>Orta Doğu Teknik Üniversitesi</i>
Rauf	NIŞEL	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Münir	ŞAKRAK	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Asuman	YALÇIN	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Bora	OCAKÇIOĞLU	<i>Kadir Has Üniversitesi</i>	Cemal	ŞANLI	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Erol	YARIZ	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Yavuz	ODABAŞI	<i>Anadolu Üniversitesi</i>	Ali	ŞEN	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Duygun	YARSUVAT	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>
Sedethan	OĞUZ	<i>Yeditepe Üniversitesi</i>	Hüner	ŞENCAN	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	M. Fuat	YAŞAR	<i>İstanbul Üniversitesi</i>
Neslihan	OKAKIN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Ümit	ŞENESEN	<i>İstanbul Teknik Üniversitesi</i>	Haluk	YAVUZER	<i>İstanbul Üniversitesi</i>
Osman	OKKA	<i>Gazi Üniversitesi</i>	Necdet	ŞENSOY	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Oya	YILDIRIM	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>
Cengiz	OKMAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Levent	ŞENYAY	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Turan	YILDIRIM	<i>Marmara Üniversitesi</i>
Suat	OKTAR	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Şerif	ŞİMŞEK	<i>Selçuk Üniversitesi</i>	Ekrem	YILDIZ	<i>Kırıkkale Üniversitesi</i>
Mele	OKTAV	<i>Hacettepe Üniversitesi</i>	Hülya	TALU	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Rifat	YILDIZ	<i>Erciyes Üniversitesi</i>
Ertan	OKTAY	<i>Maltepe Üniversitesi</i>	Tuna	TANER	<i>Celal Bayar Üniversitesi</i>	Gültekin	YILDIZ	<i>Sakarya Üniversitesi</i>
İl Rıza	OKUR	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Aysıt	TANSEL	<i>Orta Doğu Teknik Üniversitesi</i>	Dilek	YILMAZCAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>
M. Engin	OKYAY	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Recep	TARI	<i>Kocaeli Üniversitesi</i>	M. Kemal	YÖĞÜRTÇÜGİL	<i>Mimar Sinan Üniversitesi</i>
Güngör	ONAL	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Necati	TAŞKIRAN	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Ahmet	YÖRÜK	<i>Kadir Has Üniversitesi</i>
M. Tuba	ONGUN	<i>Gazi Üniversitesi</i>	Ömer Baybars	TEK	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>	Süleyman	YÜKÇÜ	<i>Dokuz Eylül Üniversitesi</i>
Oğuz	ONARAN	<i>Ankara Üniversitesi</i>	Rezzan	TATLIDİL	<i>Ege Üniversitesi</i>	Öznur	YÜKSEL	<i>Çankaya Üniversitesi</i>
Osman Z.	ORHAN	<i>Marmara Üniversitesi</i>	Erdal	TEKARSLAN	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Cemal	YÜKSELEN	<i>Mustafa Kemal Üniversitesi</i>
Neyran	ORHUNBİLGE	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	Mehmet Şükrü	TEKBAŞ	<i>İstanbul Üniversitesi</i>	İmerih	ZILLILIOĞLU	<i>Galatasaray Üniversitesi</i>

YABANCI HAKEMLERİMİZ

Ramon A.	AVILA	<i>Ball State University</i>	Svend	HOLLENSSEN	<i>University of Southern Denmark</i>	Randi L.	SIMS	<i>Nova Southeastern University</i>
Katharina J.	SRNKA	<i>University of Vienna</i>						

Öneri



İÇİNDEKİLER

SUNUŞ: "SOSYAL BİLİMLERDE YENİ PARADİGMA ARAYIŞLARININ ODAK NOKTASI OLARAK SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ"	Zafer KESEBİR	vii
EDİTÖR'DEN	Uğur YOZGAT	ix
ÇALIŞMA EKONOMİSİ ve ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ		
Sosyal Güvenlik Kurumlarında İdari Özerklik ve Önemi	Recep MAKAS	1 - 7
İŞLETME		
Örgütlü Katılım ve Afet Yönetimi Etkileşimi	Arzu İŞERİ SAY Kıvanç İNELMEN Hayat KABASAKAL	9 - 18
Performans Ölçümünde Esas Alınan Ölçütler	Mehmet Yaman ÖZTEK	19 - 22
İnternet Aracılığıyla Bankacılık Hizmetlerinin Pazarlaması	Serap ÇABUK Hilal İNAN	23 - 34
Örgütlerde Bedensel ve Zihinsel Engelli İşgören Ayrımcılığı: Uygulamalı Etik Boyutuyla Bir Değerlendirme	Oya AYTEMİZ SEYMEN Tamer BOLAT	35 - 45
From Standardized Global Marketing to Global One to One Marketing: A Demand Oriented Transition	T. Sabri ERDİL A. Ercan GEGEZ	47 - 53
İşletmelerin Rekabeti Algılamaları İle Üretim Teknolojileri Kullanımı İlişkisi: Yeni Nesil Üretim Teknolojileri Kullanımının Rekabet Üstünlüğü ve İşletme Performansına Etkisi Üzerine Otomotiv Sektöründe Bir Alan Çalışması	H. Kürşat GÜLEŞ M. Atilla ARICIOĞLU	55 - 66
Zaman Yönetimi	Bahar TANER	67 - 71
Ortaklaşa Rekabette Stratejik Bir Yaklaşım: Politika Benchmarking	Orhan ÇOBAN Elyesa UYSAL	73 - 80
Rekabet Avantajı Yaratmada Tedarik Zinciri Tasarımı: Mc Donald's Türkiye Örneği	Refika BAKOĞLU Erdal YILMAZ	81 - 91
Cep Telefonunun Konumlandırılması (Karadeniz Teknik Üniversitesinde Bir Uygulama)	Hüseyin Sabri KURTULDU	93 - 97
Deprem Oluş Sıklığının Poisson Dağılımına Uyarlanabilirliği Üzerine Bir Deneme	Hakan YILDIRIM Ahmad SOURAN	99 - 105
İşletme Performansının Ölçülmesinde Ekonomik Katma Değer	Barış SİPAHİ	107 - 112
More on The Probability-Generating Functions	Özcan BAYTEKİN	113 - 117

Menü Planlamasında Çok Amaçlı Programlama Yaklaşımı	Varol GÜNYAŞAR Hakan ORAL	119 - 127
E-Commerce and Security	Levent ERTAUL Ayşe AKYOL	129 - 136
Makroskopik Akım Karakteristiklerinin Belirlenmesi İçin Bir Ölçme ve Değerlendirme Yöntemi; Trafik Optimizasyonu	Necla TEKTAŞ Ahmet AKBAŞ	137 - 145
Kanal Üyelerinin Bağlılığı: Plastik Boru Sektöründe Dağıtıcı İşletmelerin Bağlılığı Üzerine Bir Araştırma	Sema YOLAÇ	147 - 160
The Factors that Affect Consumer Impulsive Buying Behavior in Grocery and Clothing Sectors	Ela ÜNLER	161 - 168
KAMU YÖNETİMİ		
Türkiye'de İhracatın Geliştirilmesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Önemi	Aykut BEDÜK Mehmet İNCE	169 - 179
İKTİSAT		
Türkiye'de İş Güvencesi ve İşgücü Piyasasına Etkisi	İnci KAYHAN KUZGUN	181 - 190
World Trade and Cancun Summit	Hayri KOZANOĞLU	191 - 196
Reel Efektif Döviz Kurunun İhracat Arzı Üzerine Etkisi	Adnan KASMAN Saadet KASMAN	197 - 203
Neo-Liberal Yaklaşımlar Çerçevesinde Devletin Ekonomide Yarattığı Sorunlar	Nazım ÖZTÜRK	205 - 215
The Effect of Macroeconomic Factors on Asset Returns: A Comparative Analysis of the German and the Turkish Stock Markets in an Apt Framework	Erdinç ALTAY	217 - 237
MALİYE		
The Causal Relationship Between Foreign Direct Investment and Economic Growth in Turkey: Cointegration and Error-Correction Models	İhsan GÜNAYDIN	239 - 247
Devletin Düzenleyici Rolü ve Regülasyon Teorileri	Savaş ÇEVİK Murat DEMİR	249 - 257
EKONOMETRİ		
Müşteri Memnuniyetinde İstatistiksel Yöntemler ve Bir Uygulama	H. Besim AKIN Esra Tolunay ÇÖREK	259 - 266
Çok Amaçlı Doğrusal Olmayan Ulaştırma Modeli ve Hedef Programlama Bütünleşimi: Sınavlar İçin Gözetmenlerin Belirlenmesi	Mustafa M. ÖZKAN	267 - 282
İLETİŞİM		
Yoksulluk ve Şiddet Geriliminde İnsan Hakları	Nasır NİRAY	283 - 293
Küreselleşmenin Demokratikleşmeye Etkileri ve Türk Demokrasisi	Abdullah ÖZKAN	295 - 303
GÜZEL SANATLAR		
Türkiye'de Sinemanın Gelişimi ve Ulusal Sinema Tartışmaları	Bülent VARDAR	305 - 316
Eğitim Fakülteleri Resim-İş Öğretmenliğinde Desen Derslerinin Uygulanmasında Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri	Tamer KAVURAN	317 - 323

SUNUŞ

SOSYAL BİLİMLERDE YENİ PARADİGMA ARAYIŞLARININ ODAK NOKTASI OLARAK SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

*Prof. Dr. Zafer KESEBİR
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü*

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bilimsel mükemmelliği elde etme sürecinde bilimsel araştırmalar yapan, teorik bilginin yanı sıra sosyal bilimler alanındaki güncel uygulama ve gelişmeleri yakından izleyen bir araştırma ve eğitim kurumudur. Üniversite içerisinde yeniliklerin en büyük takipçisi kurum olan Sosyal Bilimler Enstitüsü, eğitim verdiği bilim dallarında evrensel bir Enstitü modelinin oluşturulması yolunda gerekli tüm çabaları bugün her zaman olduğundan daha büyük bir kararlılıkla yürütmektedir.

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün temel yönetim felsefesi, yüzyılımızın sosyal bilimler alanında getirdiği tüm yeni dinamikleri esas almak suretiyle bilimsel üretkenlik, mükemmellik ve sürekli gelişme olarak belirlenmiştir. Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün mevcut bu yönetim felsefesinin yansıtıldığı önemli alanlardan bir tanesi de günümüzün yeni dünya düzenine uygun bilgiyi üretmek, uluslararası boyutlarda bilimsel gelişmelerin takip edildiği bir Enstitü dergisinin hazırlanmasıdır. Bu bağlamda, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Dergisi Öneri, bilim dünyamızın saygın akademisyenlerinin sosyal bilimler alanındaki bilgileri objektif bir biçimde sentezleyerek hazırladıkları araştırma ve bilimsel yayınlara, yüksek bir bilimsel sorumluluk anlayışı içerisinde yer vermektedir.

Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde faaliyet göstermekte olan çok değerli öğretim üyelerimizin akademik çalışmalarını için gerekli alt yapı ve bilimsel ortamı hazırlamaya büyük özen gösteren Enstitümüz, aynı zamanda öğrenci ve öğretim üyesi merkezli yönetim felsefesini her türlü anlayışın üzerinde tutmaktadır. Bu nedendir ki; Marmara Üniversitesi'nin bilim ufkunu genişletmeyi kendisine bir misyon edinen Sosyal Bilimler

Enstitüsü, bugün ulaştığı düzeyi aşarak sürekli bir değişim ve kendini yenileme çabasını üstün bir görev kabul etmektedir.

Üniversitemiz içerisindeki saygın yerini yüksek lisans ve doktora düzeyinde yürüttüğü faaliyetleri ve yayınladığı Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisi ile sürdüren kurumumuz, sürekli sosyal değişim ve gelişmelerin yaşandığı yeni bir dünya düzeninde sosyal bilimlerin artan önemini vurgulamayı bundan sonra da sürdürmeye devam edecektir. İşte bu noktada, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü çatısı altında buluşan öğretim üyelerimizin görevi, global bir dünyadaki gelişmeleri sadece sosyal ve ekonomik boyutlarıyla değil, aynı zamanda kültürel ve teknolojik boyutlarıyla da analiz edebilmektir.

Kuruluşundan bu yana idari ve akademik faaliyetlerinde daima dinamik ve ilerici olma heyecanını kaybetmeyen Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atatürk İlke ve İnkılapları'nın rehberliğinde, tüm ileri bilimsel yöntem ve teknikleri kullanarak üniversitemizi geleceğe taşımaya her zaman olduğundan daha fazla kararlıdır. Bu hedefe ulaşmada Enstitümüzden desteğini hiçbir zaman esirgemeyen Rektörümüz, Sayın Prof. Dr. Tunç Erem'e teşekkürü borç biliriz. Bu duygu ve düşünceler içerisinde, alanlarında isim yapmış yeni uluslararası hakemlerle adım adım global platforma taşıdığımız Öneri Dergisi'nin 23. sayısını sunmanın haklı onurunu siz değerli okuyucularımızla paylaşmaktan büyük mutluluk duymaktayım.

Saygı ve Sevgilerimle,

Prof. Dr. Zafer KESEBİR

Müdür

Değerli Öneri Dergisi Dostları,

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

Bu sayımızda da sizlere bir hikaye ile seslenmek istiyorum;

Bir zamanlar çok büyük bir ressam vardı. Eserleri herkes tarafından beğenilirdi. Ülkenin kralı bile onu onur madalyası ile ödüllendirmişti. Ona Hintçe’de renklerin ustası anlamına gelen “Ranga Charya” adı verildi. Ama hayranları ona kısaca “Ranga Guruji” derlerdi.

Ranga, yıllar içinde, alanındaki ustalığını ispatlarcasına kendine özgü bir renk stili geliştirdi. Çok çalışması, yorumu ve konuya kendini vermesi, kendinden sonra gelenlerin takip etmesi için örnek oldu. Bir sanat okulu açtı ve orada öğrencilerine sanatın inceliklerini öğretmeye başladı. Belli bir müfredatı ve süresi yoktu okulun. Öğrencinin, yeteneğinden ve bilgisinden kendisi tatmin olduktan sonra onu sanat dünyasına takdim etmesi okulun özelliği idi. Kendince bir “Öğrenci Değerlendirme Yöntemi” geliştirmişti. Bu, onun çalışma yöntemi gibi, dünyada eşi olmayan bir yöntemdi.

Okulunda bir öğrenci olan Rajeev çok aceleliydi. Allah vergisi bir yeteneğe sahipti ve Ranga’nın aradığı özellikler doğrultusunda; diğer öğrencilerden çok daha hızlı bir başarı gösteriyordu. Ranga ondaki bu gelişmeden çok memnundu. Çok övgü ve teşvik almaktan dolayı Rajeev merakla Ranja Guruji’nin onu artık bir ressam olarak ilân edeceği ve hayatının bu şekilde devam etmeye başlayacağı günü bekliyordu. Bir gün, çok kibar bir şekilde Ranga Guruji’ye final uzmanlık sınavını ne zaman alacağını sordu. Ranga gülümsedi ve dedi ki: “Rajeev, sen benim gelecek vadeden öğrencilerimden birisin. Çok kısa sürede sanatın inceliklerini öğrendin. Sanırım şimdi final sınavının zamanı geldi.” “Sınav konumun ne olduğunu söyler misiniz, Guruji?” diye soran Rajeev, mutluluğunu ve heyecanını saklamakta zorlanıyordu. Ranga: “Rajeev, bir resim yapmanı istiyorum, bu senin en iyi resmin olmalı ve herkes hayran kalmalı. Şimdi acele etme ve hayatının şaheserini yap” dedi.

Rajeev gece gündüz çalıştı; en güzel resmini yaptı ve Ranga Guruji’ye getirdi. Ranga: “Şimdi bunu şehrin meydanında halkın beğenisine sun,” dedi. “İnsanların senin eserini görmelerine izin ver. Resmin altına büyük ve koyu harflerle, bu resmin halkın değerlendirmesi için oraya konulduğunu ve resimdeki hataların izleyenler tarafından resmin üzerine bir X çizerek belirtilmesini yaz.”

Rajeev Ranga’nın dediklerini yaptı. Resmi şehrin en merkezi yerine koydu. Birkaç gün sonra Ranga gidip onu getirmesini söyledi. Rajeev meydana giderken çok heyecanlıydı. Ancak oraya vardığında çok büyük bir hayal kırıklığına uğradı. Tüm resim baştan aşağı X işaretleriyle doluydu. Başarısızlığı böylece anlaşılmıştı. Büyük bir kalp kırıklığıyla resmi Guru’ya gösterdi. Ranga O’na asla umutsuzluğa kapılmamasını ve yeniden bir resim yapmasını tavsiye etti. Rajeev yeni bir sanat şaheseri daha yaptı. Ranga daha önce söylediği şeyleri tekrarladi. Ancak en son satırda değişiklik yaparak. Bu kez Rajeev’e resmin yanına boya ve fırça da koymasını söyledi. Resmin altına yazdığı mesajda izleyicilerin hataları bulması ve resmin yanında bulunan malzemeleri kullanarak düzeltmeleri istenmişti.

Birkaç gün sonra Rajeev resmi almaya gittiğinde şaşırıldı. Çünkü resmin üzerinde hiçbir işaret olmadığı gibi yanına konulmuş olan malzemelere de hiç dokunulmamıştı. Rajeev resmi

Guru'suna sunarken çok mutlu olmuş ve içi kendine güvenle dolmuştu. Ranga yine gülümsedi ve: "Rajeev bugün öğrenmiş olduğun bu dersle birlikte artık senin eğitimin tamamlandı." dedi. "Sevgili oğlum, eğer bu dalda mükemmellik ve yücelik istiyorsan sadece sanatta ustalaşmış olman yetmez. Ama insanların, eline fırsat verildiğinde hiçbir şey bilmedikleri bir konuda bile eleştirip, değerlendirme eğiliminde olduklarını da öğrenmen gerekir. Eğer dünyayı seni yargılayacak kişi olarak kabul edersen hep hayal kırıklığına uğrarsın. İnsanlar hiçbir bilgisi ve ciddiyeti olmadan yargulamalarda bulunur ve birbirlerine fikirlerini söylerler. Senin ilk resmini X' lerle doldurdular. Çünkü onları engelleyecek hiçbir risk yoktu. Ve çoğunun bu konuda hiçbir yeteneği ve bilgisi de yoktu. Onlara sunulan bu fırsatı memnuniyetle değerlendirdiler. Ama aynı insanlardan, hataları bulup düzeltmeleri istendiğinde hiç biri bunu yapmadı. Çünkü bu kez onların bilgisi ve yeteneği risk altındaydı; bu konudaki eksikliklerini göstermekten çekindiler. Uzak durmayı tercih ettiler."

Ranga devam etti: "Böylece sevgili oğlum, senin çalışman, senin yeteneklerin, senin bilgin, senin sanat alanındaki çabaların, senin çok çalışmanın ve içten uğraşlarının değerli bir ürünüdür. Bunu dünyaya bedava sunma. O zaman çalışman ilk resminin uğradığı sonuca uğrar. Kendinin yargııcı ol ve değerini kendin belirle ama bunu adalet ve eşitlik ilkeleriyle yap. Ve böyle davrandığında seni temin ederim ki asla ne kendin ne de eserininle hayal kırıklığına uğrarsın. Son olarak bir de bu başkalarının eserlerini de senin değerlendirme hakkın olmadığı anlamına gelir. Yaratıcı seni korusun oğlum."

Rajeev'in gözlerinde saygı ve neşe dolu yaşlar vardı. Kalbinin derinliklerinde; eğer bu son dersi almasaydı eğitiminin eksik olacağını hissediyordu (Nitin Kulkarni'den çeviren Doğugül Kan, Yeni Asya, 7.12.2004, [www.yeniasya.com.tr/2004/12/07/egitim/default.htm]).

"Doğru işi doğru şekilde" yapmak için geceli gündüzlü çalışan tüm ekibimiz adına "neşeli ve aydınlık günlerin sizlerle" olmasını dilerim.

Saygılarımla

Prof.Dr. Uğur YOZGAT

SOSYAL GÜVENLİK KURUMLARINDA İDARİ ÖZERKLİK VE ÖNEMİ

Recep MAKAS

Cumhuriyet Üniversitesi, İ.İ.B.F., Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Dr.

ADMINISTRATIVE AUTONOMY AND ITS IMPORTANCE IN SOCIAL SECURITY INSTITUTIONS

Abstract: Social security aims to protect individuals against the adverse effects of social risk and to ensure their security. Social security system in our country is based on three different major organisations, namely, Social Insurance Institution, the Government Employees Retirement Fund and Social Insurance Organisation for the Self Employed "Bağ-Kur". These institutions haven't been able to perform functions sufficiently because of its administrative and fiscal problems in recent years. One of the most important reasons of this situation is absence of autonomy perfectly. Appointment and to dismiss of general director of institutions and majority of representatives of central authority in board of directors aren't agree with administrative autonomy.

In this study, we examine administrative autonomy in three major social security institutions namely, Social Insurance Institution, the Government Employees Retirement Fund and Social Insurance Organisation for the Self Employed.

Keywords: Administrative Autonomy, Social Security, Social Insurance, Social Risk, Retirement System

SOSYAL GÜVENLİK KURUMLARINDA İDARİ ÖZERKLİK VE ÖNEMİ

Özet: Sosyal güvenliğin amacı, bireyleri sosyal risklerin olumsuz etkilerine karşı korumak ve onların güvenliğini sağlamaktır. Ülkemizde sosyal güvenlik sistemi esas itibarıyla Sosyal Sigortalar Kurumu, TC Emekli Sandığı ve Bağ-Kur olarak üç temel kuruluşa dayanmaktadır. Söz konusu kurumlar, son yıllarda içine düştükleri idari ve mali sorunlar nedeniyle istenilen ölçüde işlevlerini yerine getirememektedirler. Bu olumsuz durumun en önemli nedenlerinden biri, özerk bir yapılanmanın gerçek anlamda olmayışıdır. Kurumların üst düzey yöneticilerinin merkezi yönetimce atanması ve görevden alınması ve yine yönetim kurullarında merkezi yönetimin sayıca çoğunlukta olması idari özerklikle bağdaşmamaktadır.

Bu çalışmada üç temel sosyal güvenlik kurumu olan Sosyal Sigortalar Kurumu, TC Emekli Sandığı ve Bağ-Kurda idari özerklik ve önemi incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: İdari Özerklik, Sosyal Güvenlik, Sosyal Sigorta, Sosyal Risk, Emeklilik Sistemi

I. GİRİŞ

Sosyal güvenlik kurumları, son yıllarda içine düştüğü mali kriz sebebiyle istenilen ölçüde işlevlerini yerine getirememektedir. Sosyal güvenlik kurumlarının bu duruma düşmesinde özerk yapılanmanın gerçek anlamda kurulup işletilememesinin büyük payı olduğu inkar edilemez. Başka bir ifadeyle, kurumların sahip oldukları mali güçlerinin (fonların) siyasi iktidarlarca güven, verimlilik, ve likidite ilkelerine aykırı olarak kullanılması sonucu, zamanla bu fonların erimesi, kurumlara sistem dışı yapılan idari ve yasal müdahaleler, kurumların mali yapılarının bozulmasına ve dengelerin alt üst olmasına sebep olmuştur. Bu tür müdahalelerin büyük ölçüde kurumsal özerkliğin (yasalarda düzenlenmiş olmasına karşın) bulunmayışından kaynaklandığı söylenebilir. İşte sosyal güvenlik kurumlarında yeniden yapılanmanın gündeme getirildiği bu günlerde ön plana çıkan hususlardan biri de kurumsal özerkliğin sağlanması gerekliliğidir.

616 sayılı "Sosyal Sigortalar Kurumu Başkanlığının Kurulması ve Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararıyla Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (RG. 4.10.2000, 24190

Mükerrer) ile SSK'nun idari yapılanmasında esaslı değişikliklere gidilmiş; SSK'nun kuruluş yasası olan 4792 sayılı Yasa, beş maddesi hariç (7, 21, 24 maddeler ile geçici 7 ve 9. maddeleri) yürürlükten kaldırılmıştı (616 sayılı KHK m. 66). Benzer şekilde, 1479 sayılı Yasada örgütlenmeye ilişkin konularda 619 sayılı "Esnaf ve Sanatkarlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu Kanunu, Tarımda Kendi Adına ve Hesabına Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" (RG. 4.10.2000, 24190 Mükerrer) ile önemli değişiklikler yapılmıştı. Ancak kısa bir süre sonra söz konusu KHK'ler Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmiştir [(619 sayılı KHK 26.10.2000 Tarih ve E. 2000 /61, K. 2000 /34 sayılı Kararla (RG. 8.11.2000, 24224); 616 sayılı KHK ise 31.10.2000 tarih ve E. 2000 /65, K. 2000 /38 sayılı Kararla (RG. 10.11.2000, 24226) iptal edilmiştir]. Yüksek Mahkeme iptal kararlarında söz konusu KHK'lerin dayanağı olan yetki yasasının daha önce iptali üzerine, yasal ve anayasal dayanaktan yoksun oldukları gerekçesine dayanmıştır.

616 sayılı KHK'nin iptali sonucu ortaya çıkan yasal boşluk 29.7.2003 tarih ve 4958 sayılı "Sosyal

Sigortalar Kurumu Kanunu'nun (RG. 6.8.2003, 25191) çıkarılmasıyla doldurulmuş ve SSK yeniden yasal dayanağa kavuşturulmuştur. Öte yandan, 619 sayılı KHK'nin iptali üzerine ortaya çıkan yasal boşluk 24.7.2003 tarih ve 4956 sayılı "Esnaf ve Sanatkârlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu Kanununun ve Tarımda Kendi Adına ve Hesabına Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kanununun Bazı Maddelerinin Değiştirilmesi, Yürürlükten Kaldırılması ve Bu Kanunlara Geçici Maddeler Eklenmesi Hakkında Kanun" (RG. 2.8.2003, 25187) ile giderilmiştir.

II. ÖZERKLİĞİN ANLAMI, ÖNEMİ ve ANAYASAL GÜVENCEYE KAVUŞTURULMASI

II.1. Özerklik Kavramı

Özerklik kavramı farklı disiplinler açısından değişik şekillerde açıklanmaya çalışılmıştır. Hukuki bir terim olarak özerklik, tüzel kişiliğe sahip bir kuruluşun kendi kurallarının bir kısmını veya tamamını bizzat kendisinin belirleyebilmesi ya da devletçe konulan kuralların sınırları içinde serbestçe hareket edebilme imkanına sahip olmasıdır [1]. Özerklik kavramı üç temel unsuru bünyesinde barındırır. Bunlar; kamu tüzel kişiliği, kurumun bağımsızlığı ve devlet denetimidir. Bir kurumun özerkliğinden söz edebilmek için ön koşul, söz konusu kurumun bir tüzel kişi olmasıdır. Diğer bir ifadeyle merkezi örgütlenmeden ayrı bir hukuksal varlığa (kamu tüzel kişiliğine) sahip olmayan kuruluşların özerkliğinden söz edilemez [2]. Öte yandan tüzel kişiliğe sahip kamu kuruluşlarının bağımsız olması gerekir. Ancak buradaki bağımsızlık mutlak anlamda bağımsızlık değildir. Esasen özerk kuruluş özerklik kavramının çağrıştırdığının aksine, ilgili bulunduğu kamu yönetimiyle sıkı ilişkilidir. Bu kuruluşlar merkezi yönetimden ne kadar uzaklaşırsa uzaklaşırsa sonuçta doğrudan olmasa bile, dolaylı olarak devlet yönetimi kapsamında yer alırlar [3]. Nihayet özerk kuruluş kendine ait serbest alanda, kendisine tanınan yetki ve sorumluluk sınırları çerçevesinde işlevini yerine getirirken, her devlet kurumu gibi merkezi yönetimince denetlenmesi doğaldır [3].

1996 yılında sosyal güvenlik ve sağlık sigortası reform projesi çerçevesinde hazırlanan ve TC hükümetine sunulan "Sosyal Güvenlik Nihai Raporu"nda sosyal güvenlik kurumlarının özerkliği esas itibarıyla üç noktada ele alınmıştır: İlkin, sosyal tarafların üç yanlı ve eşit temsil esasına göre programın denetimine ve sosyal güvenlik politikalarının tespitine daha üst düzeyde katılımlarının gerekliliği vurgulanmıştır. İkinci olarak, sosyal güvenlik kurumlarının personel politikalarında değişikliğe gidilerek kamu personel yönetimiyle ilgili sınırlamaların kaldırılması ve uzman yöneticilerin çalıştırılması ile sözleşmeli personel istihdamına imkan tanınması üzerinde durulmuştur. Üçüncü olarak, personel

politikalarındaki sınırlamalar kaldırıldıktan sonra, konuyla ilgili kararların sosyal güvenlik kurumlarınca alınabilmesi önerilmektedir [4]. Diğer bir ifadeyle sosyal güvenlik kurumlarına tanınan özerk alan içinde uygulamaya yönelik kararlar alabilmelerine dikkat çekilmektedir.

II.2. Özerkliğin Önemi

Sosyal güvenlik kurumlarının özerk bir yapılanmaya sahip olması, kurumların ellerinde bulundurdıkları mali güçleri göz önüne alındığında daha da önemli hale gelmektedir. Genel anlamda kurumsal özerkliğin sağlanmasında kurumun mali yönden bağımlılık derecesi, özerk kurumlaşmada belirleyici olmaktadır. Sözelimi ABD'de üniversitelerle ilgili bir değerlendirmede üniversitelerin mali yönden devlete bağımlılıklarının artışının beraberinde özerk kurumlaşmadan uzaklaşmayı getirdiği belirtilmektedir [5]. Kurumların özerk olarak faaliyette bulunmadan yoksun olmaları halinde, sosyal güvenlik amacına aykırı uygulamalara gidilmesi tehlikesi belirir. Bunun sonucunda siyasi iktidarlar kurumların sahip oldukları mali gücü sistem dışı müdahalelerle kurumlar aleyhine kullanmaya kalkışabilirler. Nitekim geçmişte sosyal güvenlik fonlarına merkezi idarenin müdahalesi ve sonuçta fonların eriyip gitmesi bunun tipik örneğidir [6]. Bu sebeple özerkleştirme, sosyal güvenlik kurumlarının mali güçlerinin politik amaçlarla kullanılmasına engel olurken, kurumların mali yapılarının da dolayısıyla güçlenmesini sağlayarak sonuçta, sosyal tarafların sosyal güvenlik sisteminden beklentilerini daha da gerçekçi yapacaktır [7].

Sosyal güvenlik kurumlarına yapılan siyasi müdahaleler başlıca iki şekilde gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki, zaman zaman yasal düzenleme yoluna gidilerek, sosyal güvenliğin amaçlarına aykırı uygulamalara zemin hazırlanmasıdır. Diğeri ise, gerek üst düzey yöneticilerin merkezi yönetimce atanması ve görevden alınması gerekse Yönetim Kurulunda devlet temsilcilerinin ağırlıklı olarak yer alması sonucunda kurumların müdahalelere açık bir yapılanmaya bürünmesidir.

İkinci müdahale şeklini daha sonraki başlıklara bırakarak, ilk müdahale şekli olan yasal düzenleme yoluna gidilmesine bakacak olursak; 4447 sayılı Yasa ile getirilen işsizlik sigortası hariç, sosyal sigortaların finansmanına bir taraf olarak doğrudan katılmayan devlet, aktüeryal dengelerinin bozulması pahasına kurumların gelirlerini azaltıcı ya da giderlerini artırıcı yükümlülükleri [8] yasal düzenlemelerle getirmektedir. Nitekim karşılığı prim olarak tahsil edilmemiş sosyal yardım zammı, prim borçları, gecikme faizi, para cezalarının affı gibi sigortalıların yükümlülüklerini ortadan kaldıran ve zamanında düzenli bir şekilde sigorta yükümlülüklerini yerine getirenleri adeta cezalandırıcı uygulamalar [9], kısa

vadeli ve popülist siyasi tercihlerle, geniş oy potansiyeli de göz önüne alınarak erken emeklilik, süper emeklilik ve borçlanma olanaklarının tanınması [10], batan bankaların sahip olduğu sandıklardan emekli olanların SSK'na devri [11] bu tür müdahalelere örnek oluşturmaktadır.

II.3 Özerkliğin Anayasal Güvenceye Kavuşturulması

Ülkemizde sosyal güvenlik kurumlarının özerkliği konusunda Anayasada herhangi bir düzenlemeye yer verilmemiştir. Her bir kurum açısından yasal düzenlemelere bakıldığında, SSK ve Bağ-Kur'un idari ve mali bakımdan özerk oldukları yasalarında açıkça ifade edilmiş; Emekli Sandığı Yasası ise sandığın tüzel kişiliği dışında kurumun özerkliğinden söz etmemiştir.

Sosyal güvenlik kurumlarının özerk olarak işlevlerini sürdürmeleri temel ilkelerden biridir. Bu sebeple Anayasada sosyal güvenlik kurumlarının özerkliği açıkça düzenlenmelidir. Özerkliğin Anayasal güvence altına alınması ileride kurumlara yönelik yasal düzenlemeler yapılırken yasama organına önemli sınırlamalar getirecektir. Hemen belirtelim ki, yasal bağlamda kurumların özerkliğinin sağlanması gerçekte özerkliği sağlamaya yetmemektedir.

Gelişmiş ülkelerde uygulanan sosyal güvenlik sistemlerinde kurumların özerkliği temel bir ilke olarak benimsenmiş olup kurumlar özerk olarak işlevlerini sürdürmektedirler. Oysa ülkemizde yasal düzenlemelerle kurumların (SSK ve Bağ-Kur'un) özerkliği tanınmış olmasına karşın, kurumların bağımsız bir yapılanma ve yönetime sahip olduklarını söylemek zordur. Kurumlara yönelik önemli kararlar merkezi yönetimce alınmaktadır [12]. Öte yandan en üst düzeyde yönetim ve karar organları olan Yönetim Kurullarının yapılanmasında devlet ağırlıklıdır. Genel Kurullar ise bir danışma organı olmanın ötesinde bir işleve sahip değildir.

III. ÜST DÜZEY YÖNETİCİLERİN BELİRLENMESİ

III. 1. Belirleme Yöntemi

Sosyal güvenlik kurumlarının icra organı olan genel müdürlüklerin başındaki üst düzey yöneticilerin (Genel Müdür ve yardımcılarının) göreve getirilmeleri ve değiştirilmeleri yöntemleri kurumsal özerkliğin tespitinde çok önemli ölçütlerden biridir. Bu bağlamda üst düzey yöneticilerin göreve getirilmeleri ve değiştirilmeleri ne kadar merkezi yönetime bağımlı ise kurumsal özerklik de o ölçüde zayıf olacaktır.

Üst düzey yöneticilerin göreve getirilmeleri ve görevden uzaklaştırılmalarında SSK, Bağ-Kur ve Emekli Sandığı arasında tam bir birlik olmamakla beraber;

kurumlar arasında ortak nokta, gerek göreve getirme gerekse görevden alınmaların tamamen merkezi yönetime bırakılmış olmasıdır. Konuyla ilgili olarak, SSK'nda Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanının önerisi üzerine ortak kararname ile atanan üst düzey yöneticiler, Bağ-Kur'da aynı bakanın önerisi üzerine Bakanlar Kurulunca atanmakta idi. Emekli Sandığı'nda ise hüküm olmamakla beraber, tüm yöneticiler merkezi yönetimce belirlenmektedir. 506, 1479 ve 5434 sayılı Yasalarda Üst düzey yöneticilerin değiştirilmesi hususunda hüküm bulunmamaktadır.

Sosyal güvenlikte yeniden yapılanma çerçevesinde önemli değişiklikler getiren 4956 ve 4958 sayılı Yasalarda, SSK ve Bağ-Kur'da Üst düzey yöneticilerin atama yöntemiyle göreve getirilmesi, bunun prosedürü olarak da Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığının önerisi üzerine ortak kararname ile olacağı öngörülmüştür. Kısaca her iki Yasada da, esas itibarıyla özerk kurumlaşmanın sağlanmasına yönelik bir gelişmenin olmadığı görülmektedir. Öte yandan, üst düzey yöneticilerden olan SSK Başkanının görevden alınmasıyla ilgili olarak, 616 sayılı KHK ile getirilen olumlu sınırlamalar [kurum başkanının görevden alınabilmesi için 657 sayılı DMK'nun 48. maddesinde aranan şartlardan birini kaybetmesi veya ağır hizmet kusuru işlediğinin tespiti üzerine, gerekçeleri açıklanmak suretiyle atanmalarındaki usulle görevden alınabilmesini öngören düzenleme (616 sayılı KHK m. 9)] ne yazık ki 4958 sayılı Yasada yer almamıştır.

III. 2. Yöntemin Sakıncaları

Sosyal sigorta kurumlarının üst düzey yöneticilerinin göreve getirilmelerinde atama yönteminin benimsenmesi ve bu hususta inisiyatifin tamamen merkezi yönetime bırakılması, siyasi iktidarların kuruma müdahalelerini büyük ölçüde kolaylaştırmıştır [13-15]. Nitekim uygulamada her siyasi iktidar değişikliğinde Genel Müdürlerin de değişikliğine gidilmesi ve bu yapılırken objektif hiçbir gerekçeye dayanma zorunluluğunun duyulmaması; öte yandan görev süresince keyfi bakan isteklerine karşı koyan Genel Müdürlerin derhal görevden alınması da geçmişte sıkça yaşanan ve sosyal güvenlik gerekleriyle asla bağdaşmayan bir yönetim tarzıdır [16]. Esasen göreve getirilmeleri ve görevde kalmaları siyasi iradeye bağlı olan kişilerin, siyasi iktidarların politikalarına -bunlar temel sosyal güvenlik prensiplerine ve kurum menfaatlerine aykırı olsa bile- karşı koyabilmeleri hemen hemen imkansızdır [9]. Kurum zararına olacak uygulamalara karşı koyabilecek üst düzey yöneticilerin olabileceğini varsaysak bile, merkezi yönetim bu gibi kişileri görevden alıp kendi isteklerini yerine getirecek yeni yöneticileri atama yoluna gidebilecektir.

Genel Müdürlerin ortalama görev sürelerine bakıldığında bu sürenin bir yıl yedi ayı geçmediği

görülmektedir [16]. Siyasi iktidarların genel eğilimlerinin bir yansıması olarak değerlendirilebilecek bu uygulama, kurumsal özerkliği engelleyici bir etki oluşturması yanında, yönetimde istikrar prensibiyle de bağdaşmamaktadır [8].

IV. YÖNETİM KURULLARININ OLUŞUMU ve İŞLEYİŞİ

IV.1. Özerkliğe Aykırı Aritmetik Katılım

En üst düzeyde yönetim ve karar organı olan Yönetim Kurullarının oluşumu ile bu kurulların alacağı kararların icra edilebilmesi için merkezi otoritenin onayına bağlı olup olmaması, kurumsal özerkliğin tespitinde en temel ölçütü oluşturmaktadır.

Yönetim Kurullarının aritmetik yapısına bakıldığında başkan ve üyelerin tamamının merkezi otorite tarafından atanan Emekli Sandığı bir yana bırakılacak olursa; SSK'nda başkan yanında yedi üyeden dördü devleti temsilen, diğer üç üye ise işçi, işveren ve kurumdaki gelir ve aylık alanları temsilen, kurulda yer almaktadır. Bu durum ise özerk yapılanmayla bağdaşmaz; çünkü devleti temsilen atanan dört üyeye karşılık diğer kesimlere birer üye düşmektedir. Bunun da ötesinde Yönetim Kurulu başkanını da devlet temsilcisi olarak aldığımızda, beşe karşı diğer kesimleri toplam üç üye temsil etmektedir. Öte yandan oyların eşitliği halinde başkanın bulunduğu tarafın çoğunlukta sayılacağı şeklindeki düzenleme (4958 sayılı Yasa m. 6/IV) ile de, başkana nitelikli oy hakkı tanınmıştır.

Bağ-Kur'da ise sadece sigortalıların temsilcilerine yer verilmiş, kurumdaki gelir ve aylık alanların temsilcilerinin katılımı öngörülmemiştir. Bağ-Kur Yönetim Kurulunda da devletin ağırlığı korunmuştur. Kaldı ki SSK'nda olduğu gibi Bağ-Kur'da da oyların eşit olması halinde, başkanın bulunduğu tarafın çoğunlukta sayılacağı öngörülmüştür (4956 sayılı Yasa m.8).

Sosyal güvenlikte reform yapma iddialarıyla çıkarılan 4447 sayılı Yasa ile de, ne yazık ki özerklik konusunda herhangi bir adım atılmamış, hatta ilk defa oluşturulan işsizlik sigortası programı çerçevesinde kurulan İşsizlik Sigortası Fonu Yönetim Kurulunda da benzer şekilde iki devlet temsilcisine karşılık, birer işçi ve işveren temsilcisine yer verilmiş, oyların eşit olması halinde başkanın bulunduğu tarafın çoğunlukta sayılacağı öngörülerek (4447 sayılı Yasa m. 53/II), özerklik hususunda SSK ve Bağ-Kur'daki geleneksel tutum devam ettirilmiştir.

Görüldüğü üzere, sosyal güvenlik kurumlarında esaslı değişiklikler getiren 4956 ve 4958 sayılı Yasalarla kurumsal yapılanma yeniden düzenlenmiş, konuyla ilgili olarak; SSK'nda daha önce Yönetim Kurulunda devlet ve

diğer kesim temsilcileri olarak 3+3 olan üye sayısı devlet temsilcilerine bir temsilci daha ilave edilerek 4+3; Bağ-Kur'da ise benzer şekilde, 2+2 olan üye sayısı devlet temsilcileri lehine 3+2 olarak değiştirilmiştir. Diğer bir ifadeyle Yönetim Kurullarında devlet ağırlığı daha da artırılarak kurumsal özerklik konusunda geriye gidilmiştir.

IV.2. Mevcut Durumun Özerklik Açısından Sakıncaları

Yönetim Kurullarında sosyal tarafların katılma aritmetiğinin yukarıda açıklanan şekilde belirlenmiş olması, devletin kesin hakimiyet sağlaması sonucunu doğurmakta, diğer kesimlerin taban isteklerinin kademeli olarak en üst düzeye çıkararak, kurum yönetiminin eylem ve işlemlerine yansıması ve giderek bu isteklerin kararda somutlaşması mümkün olamamaktadır [17].

Önemle belirtelim ki sosyal sigorta kurumlarının Yönetim Kurullarında devlet temsilcilerinin çoğunlukta olması kuruma politik müdahalelerin yapılmasını kolaylaştırmakla beraber, bu çoğunluğa rağmen kurum yönetimi önemli konularda tek başına karar alma yetkisine sahip değildir [10]. Esasen tüm kararların tek başına Yönetim Kurulunca alınabilmesi yönünde düzenleme yapılsa dahi kurul özerk bir yapıya kavuşturulmadığı sürece politik müdahalelerin önüne geçilmesi mümkün gözükmemektedir.

IV.3. Yönetim Kurullarının Yeniden Oluşumu Konusunda Doktrindeki Görüşler

Doktrinde Yönetim Kurullarının yapısal özerkliklerinin sağlanmasında görüş birliği olmasına karşın, kurullara sosyal tarafların hangi ölçüde katılacağı konusunda farklı görüşler mevcuttur. Bu görüşleri; tarafların eşit temsili, seçilmişlerin atanmışlardan fazla olması (devlet temsilcilerinin azınlıkta olması) ve yönetimin tamamen onu finanse edenlere ait olması şeklinde özetlemek mümkündür. Eşit temsil esasını savunan ve bizim de katıldığımız görüşe göre, Yönetim Kurullarında devlet temsilcilerinin diğerleriyle eşit sayıda olmaları, aynı hak ve yetkilere sahip olmaları gerekir [13,16,18-20]. Sosyal güvenlik Nihai Raporunda da konuyla ilgili olarak; ". . . kamusal sosyal güvenlik kurumlarına –tercih edilen seçeneğe bakılmaksızın– devlet, işveren ve sigortalı kişilerin eşit temsil edildiği bir başkanlar kurulu ile birlikte hem mevzuat hem de uygulamada mali ve idari özerklik verilmelidir. . . " ifadesine yer verilmiştir [4]. Raporda özerkliğin yalnızca mevzuatta düzenlenmiş olmasıyla gerçekleşmeyeceği noktasından hareketle, "hem de uygulamada" ifadesiyle kurumların fiilen özerk olarak işlevlerini yerine getirebilmeleri ve bu amaçla üçlü ve eşit ağırlıklı temsil esasının benimsenmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur.

Özerklik konusunda diğer bir görüşe göre, sosyal sigortaların yönetiminde atanmış kişiler diğerlerine göre daha az sayıda bulunmalıdır [20]. Aynı görüşü savunan *Arıcı*'ya göre devlet sosyal sigortalara üçlü bir taraf olarak prim ödeyerek katılmalı, katılımın ödenen prim ölçüsünde olması ya da sadece garantör sıfatıyla sistemi kontrol edecek kadar az sayıda kişiyle (bir veya iki temsilciyle) yönetime katılmalıdır [21]. Yazar Bağ-Kur'la ilgili olarak özerkliği açıklarken de, yine kurumların finansmanına katılmadan hareket etmekte ve finansmanı üstlenen tarafların yetki ve sorumluluğu da üstlenmeleri amacıyla yönetimde ağırlıklı temsile sahip bulunmaları gerekliliği üzerinde durmaktadır [9].

Sosyal sigortaların yönetiminde en radikal teklif ise, kurumların yönetimlerinin tamamen onu finanse edenlere ait olmasıdır. Buna göre, SSK eşit temsil esasına göre işçi ve işveren kesimlerince; Bağ-Kur, bağımsız çalışanlarca, Emekli Sandığı ise memur ve işveren konumundaki devlet temsilcilerince yönetilmelidir [22].

V. GENEL KURULLARIN OLUŞUMU ve İŞLEYİŞİ

Sosyal güvenlik kurumlarının Genel Kurulları diğer tüzel kişilerin aksine, en üst düzeyde denetim ve karar organı niteliğinde olmayıp, sadece bir danışma organı niteliğindedir. Denetim yetkisi olmayan bir kurulun doğal olarak etkin olması mümkün değildir [23,24]. SSK Genel Kuruluna bakacak olursak, kurula katılım aritmetiğinde işçi, işveren ve kurumdan gelir ya da aylık alanların temsilcileri 4958 sayılı Yasa öncesinde toplam 110 kişiyle devlet temsilcilerine oranla büyük bir çoğunluk oluşturmaktaydı. 4958 sayılı Yasa ile yapılan düzenlemeyle işçi, işveren ve kurumdan gelir ya da aylık alanların temsilcilerinin sayısı yaklaşık % 60 oranında azaltılmış, bir yenilik olarak kurum çalışanları ile yurt dışında çalışan Türk işçilerinin temsilcilerine yer verilmiştir. Öte yandan Yüksek Öğretim Kurulu tarafından gönderilecek öğretim üyesi sayısında da azaltma yoluna gidilmiştir. Devlet kesiminden gelen temsilci sayısında ise herhangi bir değişiklik yapılmamıştır. Hemen belirtelim ki 4958 sayılı Yasa ile Genel Kurula katılanların sayısında azaltma sonucunda bile işçi, işveren ve kurumdan gelir ya da aylık alanların temsilcileri çoğunluğu oluşturmaya devam etmektedir.

Bağ-Kur Genel Kurulunda da SSK'da olduğu gibi çoğunluk sigortalılar lehinedir. 4956 sayılı Yasa öncesinde devlet temsilcileri yanında Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığınca davet edilen öğretim üyelerini de merkezi yönetim temsilcileri olarak kabul etmek gerekir. Çünkü söz konusu kişilerin Genel Kurula katılımı merkezi yönetimin iradesiyle (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanının davetiyle) mümkün olabilmekteydi. Kısaca kurulda sigortalılar ve devlet temsilcileri olarak ikili bir yapılanma söz konusu idi. 4956 sayılı Yasa ile

yapılan değişiklik sonucunda, devlet temsilcileri sayısı 14'den 9'a indirilirken, kurula katılan öğretim üyelerinin belirlenmesinde SSK ile paralellik sağlanarak bunların Yükseköğretim Kurulunca görevlendirilmesi esası getirilmiştir. Öte yandan, kurula sigortalıları temsilen gelenler yanında SSK'na olduğu gibi kurum çalışanlarının ve kurumdan aylık alanların temsilcilerine de yer verilmiştir. 4956 sayılı Yasa ile Bağ-Kur Genel Kurulu beşli bir yapılanma şeklinde oluşturulmuştur.

Tüm yöneticilerin merkezi yönetimce atandığı ve Genel Kurul konusunda yasal boşluk bulunan [22] Emekli Sandığını bir yana bırakırsak; SSK ve Bağ-Kur Genel Kurullarında devlet temsilcileri karşısında diğer temsilciler büyük bir çoğunluk oluşturmaktadır. Ancak diğer kesimlerin büyük çoğunluk elde etmeleri özerklik açısından pek fazla bir anlam ifade etmemektedir. Diğer bir ifadeyle sigortalıların temsilcilerinin sayıca çoğunlukta olması, yönetimde özerklik ilkesini sağlamaya yetmemektedir [15]. Genel Kurulların en üst düzeyde denetim ve karar organı niteliğinde olmamaları, Yönetim Kurulu üyelerinin seçimi dışında alınan kararların bağlayıcı olmaması ve kurumun sadece istişari nitelikte görüş bildirmekten ibaret olması bizi bu sonuca götürmektedir. Bundan dolayıdır ki Yönetim Kurullarında devlet temsilcilerinin mutlaka çoğunlukta olmalarına büyük özen gösterilmiş olmasına karşın; Genel Kurullarda devlet temsilcileri karşısında diğer kesim temsilcilerinin büyük çoğunluk oluşturmalarında merkezi yönetim açısından bir sakınca görülmemiştir. O halde, Genel Kurullar en üst düzeyde denetim ve karar merciiine dönüştürülmeli ve kendilerine ibra yetkisi tanınmalıdır [20,3]. Öte yandan Genel Kurullar bağlayıcı kararlar alma yönünden daha fazla yetkiyle donatılmalıdır [10].

VI. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

Sosyal sigorta kurumlarında özerk bir yapılanmanın gerçekleştirilmesi büyük bir öneme sahiptir. Kurumsal özerkliğin sağlanması ise salt yasal düzenlemelerle (kurumların idari ve mali yönden özerk olduklarını ifade etmekle) gerçekleşmez. Nitekim SSK ve Bağ-Kur yasalarında böyle bir düzenleme olmasına karşın, kurumların özerkliği kağıt üzerinde kalmaktadır. Kurumsal özerklikte, kurumların kendi alanlarında kural koymaları ya da devletçe konulan kurallar çerçevesinde serbestçe hareket edebilmeleri ve kendi kendilerini yönetebilmeleri esastır. Bu sebeple, kurumların gerçek anlamda özerk olabilmeleri bu yönde yeniden yapılanmaya bağlı bulunmaktadır.

Üst düzey yöneticilerin göreve getirilmelerinin ve görevden alınmalarının siyasi bir işleme bağlı tutulması özerklikle bağdaşmamaktadır. Üst düzey yöneticilerin, en üst düzeyde karar ve denetim organı niteliğine kavuşturulması gereken Genel Kurulca seçilmeleri ve öngörülecek objektif kriterlere dayalı nedenlerin varlığı

halinde yine aynı kurulca görevden uzaklaştırılmaları benimsenmelidir. Bu yola gidilmesi sonucu, üst düzey yöneticilerin Genel Kurulca görevlendirilmeleri ve görevden alınmalarında, subjektif ve politik değerlendirmeler yerine, objektif faktörlerin dikkate alınmasının, sosyal tarafların sosyal güvenlik sistemi ile ilgili siyasi iktidarlara yönelik eleştirilerini de ortadan kaldıracığı belirtilmektedir [25].

Kurumsal özerkliğin en önemli göstergesi olan Yönetim Kurullarının oluşumu ve işleyişinde de değişikliğe gidilmesi zorunlu gözükmektedir. Mevcut haliyle merkezi yönetimin hakimiyetinde olan Yönetim Kurullarının olduğu bir kurumsallaşmada özerklikten söz edilemez. Bu hususta eşit ağırlıkta üçlü temsil esasına yer verilmesi uygun olacaktır. Sosyal tarafların eşit olarak temsil edildiği Yönetim Kurullarında devletin ağırlığına son verilmelidir. Şüphesiz devlet temsilcilerinin ağırlıklı olmamak koşuluyla kurumların Yönetim Kurullarında yer almaları özerklik açısından bir sakınca oluşturmaz. Devlet temsilcilerinin bu kurullarda yer alması devletin garantör olmasının bir gereği olduğu gibi, kurumların denetimini bu yolla gerçekleştirme açısından da gereklidir. Diğer taraftan devlet, sosyal güvenlik kurumlarının finansmanına doğrudan olmasa bile (işsizlik sigortası hariç) kurum açıklarını kapatmak suretiyle dolaylı olarak katılmaktadır. Bu hususta yapılması gereken ise, devletin üçüncü bir taraf olarak kurumların finansmanına doğrudan katılımının sağlanmasıdır.

Yönetim Kurullarına sosyal tarafların katılımı eşit olarak sağlanırken; işçi ve işveren kesiminin temsilcilerinin toplam sayısından düşülmek üzere belirlenecek sayıda kurumdan gelir veya aylık almakta olanların temsilcilerinin de Yönetim Kuruluna katılımı yararlı olacaktır. Nitekim SSK'nda kurumdan gelir veya aylık alanların Yönetim Kuruluna katılımı 4958 sayılı Yasa öncesinde ve söz konusu Yasa ile sağlanmıştır. Aynı şekilde Bağ-Kur'da da kurumdan gelir veya aylık alanların temsilcilerinin Yönetim Kuruluna katılımı sağlanmalıdır [2]. Yönetim Kurulunun alacağı kararların diğer kesimler yanında, kurumdan gelir veya aylık alanları da etkilemesi, bu yönde bir katılımı gerekli kılmaktadır.

Yönetim Kurullarına sosyal tarafların temsilcilerinin katılımı sağlanırken söz konusu yöneticilerin profesyonel yöneticiler olmasına yönelik önlemler alınmalıdır. Kurumsal özerklik tek başına bir amaç olmayıp daha etkin bir yönetim için bir araçtır. Öte yandan, Yönetim Kurullarına profesyonel yöneticilerin getirilmesi gereği devlet temsilcileri için de geçerlidir. Sosyal sigorta kurumlarının sahip oldukları mali kaynaklar ve geniş organizasyon ağı bu kurumların idaresinde profesyonel yönetimi gerekli kılmaktadır [26,27].

Yönetim Kurullarında eşit sayıda ve üçlü temsil esasının benimsenmesi yanında kurumun alacağı kararların merkezi yönetimce onaylanması zorunluluğu tamamen kaldırılmasa bile en azından bu kararların kapsamı dar tutulmalıdır [3]. Böylece kurumsal özerkliğin önemli bir unsurunu oluşturan, konulan kurullar çerçevesinde serbestçe hareket edebilme imkanı sağlanmış olacaktır.

Her ne kadar idari vesayet özerkliği sınırlayan bir durum olsa da her kamu tüzel kişisi gibi sosyal sigorta kurumlarının da devletten tamamen bağımsız olmaları düşünülmemelidir. Devlet, sosyal güvenlik kurumlarının garantörü olup, her ne sebeple olursa olsun mali yönden zor duruma düşen kurumlar devlet güvencesi altındadır. Diğer bir ifadeyle kurumların açık vermesi halinde devlet bu açıkları kapatma durumundadır. Bu sonuca katlanırken devletin de mevcut şekliyle olmamak şartıyla gerek yönetime katılım gerekse idari vesayetle sınırlı ölçüde denetimde bulunmasını yadığamamak gerekir.

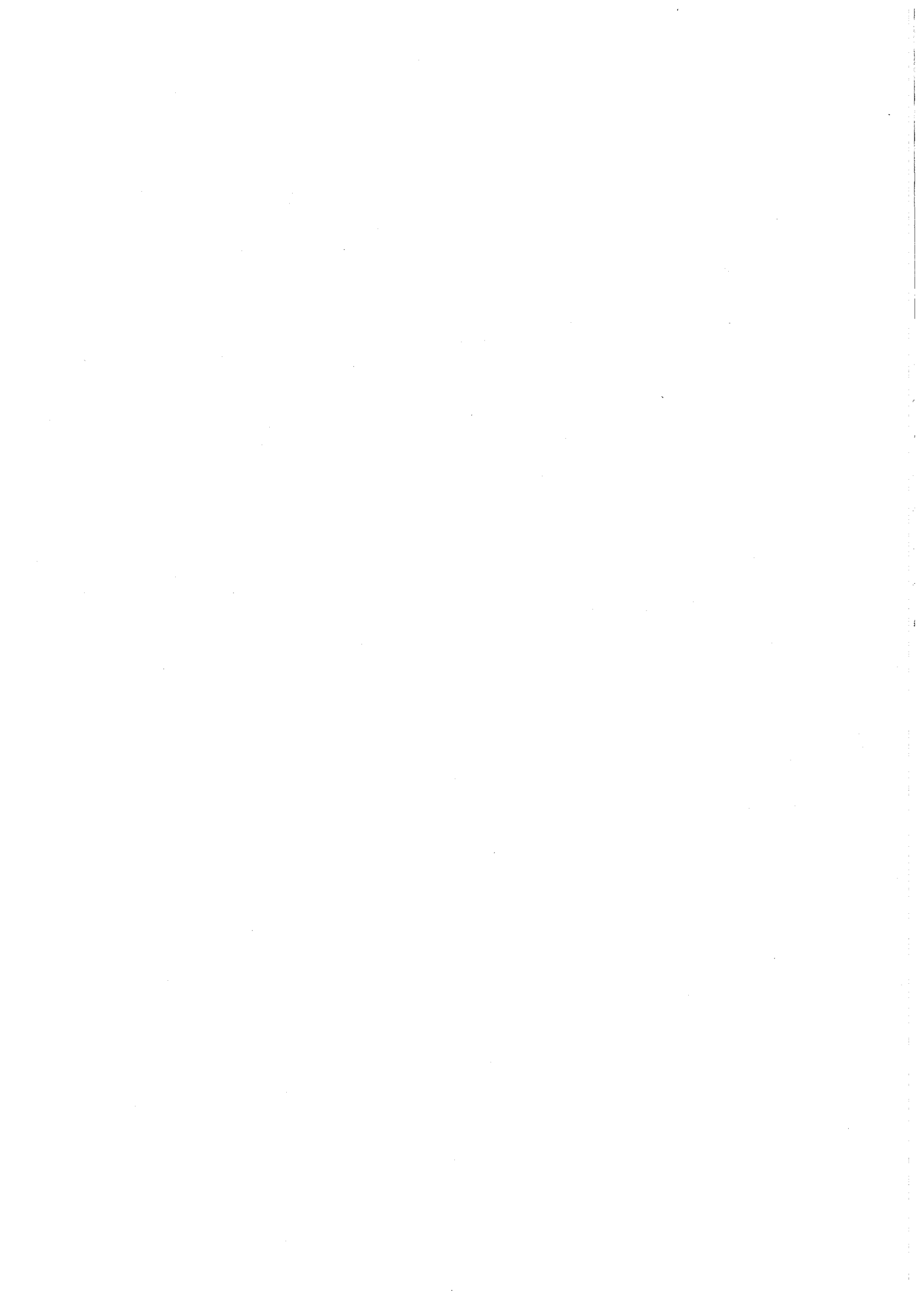
Sonuç olarak, sosyal güvenlik kurumlarının özerkliği anayasada açıkça düzenlenmelidir. Üst düzey yöneticiler Genel Kurulca seçilmeli ve yine aynı kurulca görevden alınmalıdır. Yönetim Kuruluna sosyal taraflar eşit ağırlıklı ve üçlü temsil esasına göre katılmalıdır. Mevcut yapılarıyla danışma organı olan Genel Kurullarda fonksiyon değişikliğine gidilerek, diğer tüzel kişilerde olduğu gibi en üst düzeyde denetim ve karar mercii haline getirilmeli ve kendilerine ibra yetkisi tanınmalıdır. Bunun sonucunda Genel Kurulların geniş çaplı katılımlarla toplanması, tüm kesimlerin kurum yönetimine etki düzeyini artıracaktır. Ayrıca kurumların iç denetimi bu kurullarla sağlanmış olacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Centel, T. (1982). Türk Sosyal Sigorta Kurumlarının Özerkliği Üzerine Bir Deneme. *İHİD*, Sarıcağa Armağan, Yıl. 3, S. 1- 3, s. 22.
- [2] Okur, A.R. (1993). Sosyal Güvenlikte Özerkleştirme (Bağ-Kur Açısından Bir Değerlendirme). *Türkiye'de Esnaf-Sanatkarlar Ve Küçük İşletmeler Kesimine Yönelik Sosyal Güvenlik Sisteminin Değerlendirilmesi*. Ankara: Tes-Ar Yayınları No: 8.
- [3] Centel, T. (1997). *Sosyal Güvenlikte Yapısal Değişim*. İstanbul: MESS.
- [4] ILO. (1996). *TC Sosyal Güvenlik ve Sağlık Sigortası Reform Projesi-Sosyal Güvenlik Nihai Rapor*, Yayınlanmamış Hizmete Özel Rapor.
- [5] Woodbury M. (1994). Freedom Of Information Laws Affect The Autonomy Of American Universities. *E Law - Murdoch University Electronic Journal of Law*, 1(4), December. (<http://www.murdoch.edu.au/elaw/issues/v1n4/woodbury14.html>) [Erişim: 26. 03. 03].

- [6] Centel, T. (2000). Sosyal Sigortalar Kurumunda Yapısal Değişiklik. *Sosyal Sigortalarda Yeniden Yapılanma Semineri*, Ankara.
- [7] Alper, Y. (1999). Yeni Bir Yüzyıla Giderken Yeniden Yapılanmanın Eşiğindeki Sosyal Güvenlik. *Çimento İşveren*, 13(3), Mayıs, s.22.
- [8] DPT. (1995). 7. BYKP Özel İhtisas Komisyonu Raporu, *Sosyal Güvenlik*. Ankara: Yayın No. DPT: 2420-ÖİK: 479.
- [9] Arıcı, K. (1993). *Bağ-Kur'un Bu Günkü Durumu ve Çözüm Önerileri, Türkiye'de Esnaf-Sanatkarlar ve Küçük İşletmeler Kesimine Yönelik Sosyal Güvenlik Sisteminin Değerlendirilmesi*. Ankara: Tes- Ar Yayınları No: 8.
- [10] Süzek, S. (1997). *Sosyal Sigortalar Kurumunun Sorunları ve Yeni Tasarı*. K. Tunçomağa Armağan. İstanbul.
- [11] Arıcı, K. (2000). 4447 sayılı Kanunla Sosyal Sigortalar Kanununda Yapılan Değişiklikler. *Kamu- İş*, 5(S), Ocak, s.20.
- [12] Tuncay, A.C. (1997). *Türk Sosyal Güvenlik Sisteminde Reform İhtiyacı*. K. Oğuzman'a Armağan. Ankara: İş Hukuku ve Sosyal Güvenlik Hukuku Türk Milli Komitesi.
- [13] Centel, T. (2000). İşsizlik Sigortası Kanununa Eleştirel Yaklaşım. *Tühis*, 16(2), Mayıs, s.1.
- [14] Akı, E. (1997). *Sosyal Sigortanın Mali Kaynaklarının Korunmasında Yargı Kararlarının Rolü, Sosyal Güvenlik Hukukunun Güncel Sorunları ve Çözüm Önerileri*. İstanbul: MÜHF.
- [15] Güzel, A. (1998). Türkiye'de Sosyal Güvenlik Sistemi İçin Yeni Bir Örgütlenme Modeli, Cumhuriyetin 75. Yılında Endüstri İlişkilerinde Emek ve Piyasalarının Düzenlenmesinde Devletin Değişen Rolü ve İşlevleri. *III. Uluslar Arası Endüstri İlişkileri Kongresi*, 14-16 Ekim, ss.284-285.
- [16] Centel, T. (1999). İşsizlik Sigortası Kanununa İlişkin Genel Değerlendirme. *Mercek*, 16, Ekim, s.6.
- [17] Kazancı, M. (1978). Sosyal Güvenlik Örgütlerinde Yönetim ve Fonların Kullanılması. *Armağan Kanuni Esasının 100. Yılı*. Ankara.
- [18] Engin, Y. (1997). Sosyal Hukuk Devleti Açısından Sosyal Güvenlik, Sosyal Güvenlik Hukukunun Güncel Sorunları ve Çözüm Önerileri. İstanbul: MÜHF.
- [19] Çelik, A. (1997). Türkiye'deki Sosyal Güvenlik Sisteminin Bugünkü Yapısı. *Kocaeli Üniv. HFD*, 1, Kasım, s.310.
- [20] Üçışık, F. (2000). *Ülke Sorunları ve Çözüm Önerileri*. İstanbul.
- [21] Arıcı, K. (1999). *Sosyal Güvenlik Sorunları –Çözümler*. Ankara: Özçelik –İş Sendikası Yayın No:15.
- [22] Sözer, A.N. (1994). Sosyal Sigorta Kurumlarında Yeniden Yapılanma Üzerine. *Çimento İşveren*, 8(3), Mayıs, ss.12-13.
- [23] Güzel, A., & Okur, A.R. (1999). *Sosyal Güvenlik Hukuku*. Yenilenmiş 7. Bası. İstanbul: Beta.
- [24] Tuncay, C. (2000). *Sosyal Güvenlik Hukuku Dersleri*. 9. Bası. İstanbul: Beta.
- [25] DPT. (2001). 8. Beş Yıllık Kullanma Planı (2001-2005) Sosyal Güvenlik Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Ankara: Yayın No. DPT: 2592-Öik: 604.
- [26] TÜSİAD. (1997). *Türk Sosyal Güvenlik Sisteminde Yeniden Yapılanma, Sorunlar, Reform İhtiyacı, Arayışlar, Çözüm Öneriler*. İstanbul: Tüsiad Yayın No:T-97-10/217.
- [27] Alper, Y. (1993). Sosyal Sigortalar Kurumu:1991. *Çimento İşveren*, 7(3), s.24.

Recep MAKAS (rmakas25@yahoo.com) has a PhD of private Law at Marmara University in 2003. His research areas are labor law, and social security law.



ÖRGÜTLÜ KATILIM VE AFET YÖNETİMİ ETKİLEŞİMİ

Arzu İŞERİ SAY¹, Kıvanç İNELMEN², Hayat KABASAKAL³

¹Boğaziçi Üniversitesi, İşletme Bölümü, Doçent Dr.

²Boğaziçi Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

³Boğaziçi Üniversitesi, İşletme Bölümü, Profesör Dr.

INTERACTION BETWEEN ORGANIZED PARTICIPATION AND DISASTER MANAGEMENT

Abstract: *This study focuses on the preparedness and mitigation stages of disaster management. The findings shed light on risk perceptions, preparedness and mitigation measures, perceptions of leadership, responsibility for disaster mitigation and perceived capabilities of individuals, which explain low levels of participation in organized activity. While the participants in the study estimate the risk of an earthquake threatening Istanbul as large, they tend to perceive their individual risk as much lower. The participants indicate that they would like to see NGOs or CBOs in leadership roles in disaster management although they place the responsibility mainly on government and local authorities. The study also suggests the importance of regulatory arrangements in mitigation, and brings out individuals' lack of confidence in their own skills in carrying out disaster related roles. A set of policy recommendations is formulated to improve disaster mitigation and preparedness at different level*

Keywords: *Disaster Management, Disaster Preparedness, CBOs, Community Participation*

ÖRGÜTLÜ KATILIM VE AFET YÖNETİMİ ETKİLEŞİMİ

Özet: *Bu makalede sunulan araştırma, afet yönetimi kapsamındaki risklerin azaltılması ve hazırlıklı olma aşamalarına eğilmektedir. İstanbul'un Mimarşinan beldesininin sınırları içinde yer alan Batıköy yöresinde (n=66) yapılan anketler ve mülakatlar sonucunda bölge halkının risk algulamaları, hazırlık ve risk azaltılması konularında alınan önlemler, afet hazırlığı konularında sorumluluk atfedilen merciler ve halkın algıladığı kişisel sorumluluk ve yeterlilikler konularında bir durum tespiti yapılarak, halkın sivil toplum kuruluşlarına ve mahalli örgütlenmelere katılımının düşüklüğü çerçevesinde bir değerlendirme yapılmıştır. İstanbul için algılanan riskin son derece yüksek olmasına rağmen, kişisel risk algulamalarının oldukça düşük olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca ankete katılanların sivil toplum kuruluşları ve mahalli örgütlenmelerin afet yönetimi konusunda liderlik göstermelerini beklemelerine rağmen, bu konudaki sorumluluğu neredeyse tamamen merkezi ve yerel idarelere atfetmeleri de dikkate değerdir. Risklerin azaltılması çalışmalarında devletin düzenleyici rolünün önemi ve halkın depreme hazırlık konusunda kendisini yeterli görmemesi araştırmanın bulguları arasındadır. Araştırmanın sonuçlarından yola çıkarak uygulamaya yönelik öneriler geliştirilmiştir.*

Anahtar Kelimeler: *Afet Yönetimi, Afete Hazırlık, Mahalli Örgütlenmeler, Örgütlü Katılım*

I. GİRİŞ

1999 Marmara depremi sonrasında, Türkiye'de afet yönetimi ve afetlerde risklerin azaltılması konularına artan bir ilgi oldu. Marmara depremini takiben çeşitli çalışmalar (ör. [1-3]), sivil toplum örgütlerinin (STÖ) kurtarma çalışmalarındaki önemine işaret ettiler. Afetlerin olası olduğu çeşitli ülkelerde yapılan çalışmalarda STÖ'lerin kurtarma çalışmalarının yanısıra, afetlerde risklerin azaltılması ve afetlere hazırlıklı olunmasındaki önemi de vurgulanmıştır [4]. Bu sonuçlar birlikte ele alındığında, afet öncesi hazırlık ve risklerin azaltılması dönemlerinde mahalli örgütlenmelerin ve sivil toplum örgütlerinin katılımı önemli hale gelmektedir. Öte yandan, Türk toplumunun afetlerle ilgili çalışan mahalli örgütlenmelere (community based organizations) ve sivil toplum örgütlerine katılımının düşük kaldığı gözlemlenmiştir [5]. Aynı çalışma, afetlere hazırlık faaliyetlerindeki proaktif tutumlarıyla bilinen semt

örgütlerinin bile üyelerini harekete geçirmekte zorluk yaşadığını ortaya koymaktadır. Genelde, afetlerde risklerin azaltılması ve afetlere hazırlıklı olunmasında STÖ ve mahalli örgütlenmelerin devlet birimleriyle birlikte hareket etmesinin önemi artmaktadır. Afet yönetiminin değişik aşamalarında devlet kurumlarının rolü aşikardır. Ancak bahsedilen araştırmalar göstermektedir ki mahalli programlar, standart merkezi programlarla karşılaştırıldığında, yerel bilgiyi, kapasiteyi, esnekliği, ve yerel koşullara olan hassasiyeti de içeren avantajlara sahiptir.

Afet yönetimi yazınında kabul gören genel ilkeler, risklerin azaltılması, hazırlıklı olma, müdahale ve iyileştirmeden oluşmaktadır [6-7]. *Risklerin azaltılması*, doğal olayın meydana gelmesinin öncesinde, anında, ve sonrasında yürütülen afet öncesi ve afet sonrası faaliyetleri kapsayan genel kavramdır. *Hazırlıklı olma*, vatandaşlara, topluluklara, ve devletlere, profesyonel acil

durum çalışanlarına, afetlere hazırlık, afet risklerini azaltma, afet sonrası toplum ihtiyaçlarını karşılama ve yaraları sarıcı etkin önlemler almalarından ötürü, liderlik, eğitim, ve tatbikat desteği, teknik ve finansal yardım sağlanmasıdır. *Müdahale*, olay sırasında ve hemen olay sonrasında yaşanan acıları azaltmak ve etkilenen nüfusun ve bölgenin iyileştirilmesini hızlandırmak amacıyla yapılan faaliyetleri içerir. *İyileştirme*, ekonomik ve sosyal yapının normal hale getirilebilmesi için yapılan ve hayata geçirilmesi uzun zaman alabilen, binaların, yolların, köprülerin, altyapının onarılması ile yeniden yapılandırılmasını, ve enkazın kaldırılmasını içeren tüm faaliyetleri kapsar. Bu makalede sunulan araştırma, afet yönetiminin genel ilkelerinden risklerin azaltılması ve hazırlıklı olma aşamalarına eğilmektedir. Ayrıca, Türk toplumundaki bireylerin organize olmuş faaliyetlerdeki ilgili aşamalara düşük katılım payına dikkat çekmeyi ve buna sebep olan faktörleri incelemeyi amaçlamaktadır.

1999 Marmara Depreminin Analizi

Marmara depreminden sonraki gelişmelerin ayrıntılı olarak değerlendirildiği Kocaeli'99 [8] toplantısında yapılan açıklamalar, afet yönetiminde Türkiye genelinde önemli bazı eksiklikleri ortaya çıkarıcı yönde olmuştur. Bunlar, dört ana grupta toplanabilirler: deprem öncesi ve sonrası durum, devletle ilgili ve toplumla ilgili konular. Marmara depreminden önce, binalarda yapı kodlarında (yüklenicilere yönelik kodları da içeren) ve yeni yerleşim ve iş alanlarının belirlenmesi aşamasında depreme dayanıklı bir gelişim zorunlu olmakla beraber, yeterince öncelikli bir konu olarak göz önünde tutulmadığı görülmüştür [2]. Devlet, aynı zamanda, afetin etkisini hafifletmede ve sonrası ihtiyaçlara cevap vermede resmi ve toplumsal seviyedeki çalışmaların koordinasyonunda yetersiz kalmıştı ve fazla bürokrasiden dolayı verimsiz işliyordu. Toplum felakete karşı sigorta, planlama, ve eğitim açısından hazırlıklı değildi. Deprem sonrası durum, devlet ve bağlı resmi kuruluşlar aleyhine, belirsiz amaçlar, sorumluluk, otorite ve mesuliyetlerdeki boşluklar, sınırlı kapasite/kaynaklar, ve felakete karşı eğitim eksikliği gibi sebeplerden dolayı daha fazla verimsizlik ve yönetim sıkıntıları getirdi. Üstelik, Özerdem ve Barakat [2]'in da öne sürdüğü üzere devlet, özellikle kamu binalarındaki hasarlar göz önüne alındığında, kamu binalarının ve altyapının inşasına iyi bir örnek olmaktan da uzaktı. Daha sonra meydana gelen kimi depremler sonrasında yaşananlar, kamu binalarıyla ilgili bu sorunun ülke genelinde söz konusu olduğunu ortaya koymuştur [9].

II. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu makalede sunulan araştırmanın esası, sosyo-kültürel çevre, afet yönetimindeki yeni yaklaşımlar, katılımcı yönetim ve bununla birlikte şekillenen algıların daha geniş anlamda aydınlatılması gerekliliğine dayanmaktadır.

Sosyo-Kültürel Çevre

Daha önceki araştırmalar, Türk toplumunu oluşturan bireylerin, pek çok devlet kurumu ve yasaların etkin işleyişine güvenlerinin düşük seviyede olduğunu göstermektedirler (ör. [10-11]). Üstelik, iç göçle birlikte etkisi artan yüksek oranlardaki grup içi toplumsalcılık [12], sürece dayalı güvenin gelişimini de olumsuz bir şekilde etkilemektedir [13]. Yüksek güç aralığı yanında, Türk kültürünün geleceğe odaklılıkta diğer ülkelere nazaran düşük değerlere sahip olması [12], ülke genelindeki planlama zaafiyetlerinin sebeplerinden biridir. Politik çevre, gönüllü örgütlerin oluşumunu ve ortaya çıkmasını güçleştiren, yinelenen kesintilere maruz kalmıştır [14]. Araştırmalara göre Türk toplumunda, özellikle afetlere hazırlıklı olma ve afetlerde riskleri azaltmada kadereci bir anlayış mevcuttur [2,15]. Bu bulgu da afetten önce ne yapmalı konusundan daha çok, afet sonrasında ne yapılabilir konusuna odaklanıldığını göstermektedir.

Geçtiğimiz yıl içinde İstanbul genelinde toplam 2518 kişi ile görüşülerek yapılan bir anket çalışmasında [16], kentlilerin 1999 Marmara depreminden ciddi şekilde etkilenmelerine rağmen, hazırlıklı olma konusunda fazla istekli olmadıklarını göstermiştir. Vatandaşların çoğu depreme karşı kadereci bir anlayış benimsemektedirler. Bölgede yeni bir depremin olacağına inanmalarına rağmen (%71,2), depreme karşı bir önlem almanın toplumsal çapta benimsenmemiş olduğu ortaya çıkmıştır. "Yeni bir depreme karşı nasıl hazırlanıyorsunuz?" sorusuna verilen cevaplar oldukça kötümser bir tablo çizmektedir:

- Zemin araştırması yaptıranlar: % 44,6
- Deprem sigortası yaptıranlar: % 30,6
- Deprem çantası hazırlayanlar: % 22,3
- Yattığı yeri güvenli hale getirenler: % 21,8
- Aile afet planı hazırlayan ve evde uygulamasını yapanlar: % 12,0

Afet Yönetiminde Yeni Yaklaşımlar

Son on yılda, afet yönetimiyle ilgilenen bütün tarafların sadece kurtarmaya yönelik bir hazırlığın yetersiz kalacağı konusunda anlayış birliğine vardığını söylemek yanlış olmayacaktır. Genel olarak, afet yönetiminde gelişimci ve öğrenmeye yönelik bir yaklaşıma daha fazla önem verilmeye başlanmıştır. Afetlerin olası olduğu ülkelerin hükümetleri ve uluslararası örgütler, risklerin azaltılmasının, müdahale ve iyileştirmeye nazaran daha önemli olduğunu vurgulamaktadırlar [17]. Afetin önlenmesi, risklerin azaltılması, ve hazırlıklı olma faaliyetleri, yapısal ve yapısal olmayan bir dizi önlemler sayesinde, afetlerin

fiziksel ve insani etkilerinin azaltılmasında önemli bir rol oynayacaktır.

Afetlere sık sık maruz kalan ülkelerde yapılan çalışmalara göre sivil toplum kuruluşlarının ve yerel düzeydeki sivil inisiyatiflerin afet risklerinin azaltılması ve müdahale çalışmalarındaki önemi çok yüksektir [3, 18]. Bu çalışmalar, hükümetlerin ve yerel yönetimlerin, sivil inisiyatifle elele çalışmasının ve koordinasyon içinde faaliyetlerine devam etmesinin önemine işaret etmektedir. Böylece, devletin, merkezi ve yerel yönetimlerin "koordinasyon" rolünü üstlenmeleri ve "katılımcı" yönetim tarzının benimsenmesi önerilmektedir.

Katılımcı Liderlik

Devlet mercilerinin ellerinde bulundurdukları "güc"ü sivil inisiyatifini organize etmek ve koordinasyon işlevini yerine getirmek amacıyla kullanması uygun olacaktır. French ve Raven'a [19] göre beş tür güç kaynağı arasında bulunan "yasal" güç kaynağı, devlet organlarının bu amaç için kullanabileceği ve sivil toplum kuruluşlarını harekete geçirmede yararlanabileceği önemli bir özelliktir. Merkezi ve yerel yönetim birimlerinin yasal güçlerini kullanarak halkın afet yönetimine aktif bir biçimde katılmasını sağlaması, bu sürecin etkinliğini arttıracaktır.

Halkın afet yönetimine katılımı sürecinde devlet birimlerinin "koordinatör" rolü üstlenmesi, halkın ve mahallelinin ise takım çalışmaları sırasında strateji belirleme ve faaliyetleri şekillendirme konularında eşit sorumluluğa sahip olması beklenmelidir [20]. Son dönemde "koç"luk olarak da adlandırılan liderlik işlevinin, takımların ortak kaynaklarını amaçlara yönelik olarak başarılı bir şekilde kullanmaları için önemli olduğu vurgulanmaktadır [21]. Dolayısıyla, devletin çeşitli kademelerinde yer alan, vali, kaymakam ve muhtar gibi liderlik görevlerinde bulunan kişilerin, sivil toplum kuruluşlarını ve mahalli örgütlenmeleri harekete geçirmede koçluk görevini üstlenmeleri beklenmelidir.

Devlette görev yapan yöneticilerin sivil inisiyatifini harekete geçirirken ve koçluk işlevlerini yerine getirirken katılımcı bir liderlik tarzı üstlenmeleri uygun olacaktır. Liderlik tarzları hakkında yapılan çalışmalar, liderlik davranışının tam otoriter - tam demokratik arasında değişen bir çizgide değerlendirilebileceğini göstermektedir [22]. Buna ilaveten, demokratik liderliğin çeşitli türlerinin olabileceği öne sürülmüştür [23]. Bunlar arasında, danışmacı liderlik, ortak karar verme ve yetki devri sayılabilir. Örneğin, Tannenbaum ve Schmidt [24] katılımcı liderliği bir liderin astlarına ne ölçüde karar özgürlüğü tanıdığıyla açıklarken, astların belirlenen sınırlar içinde hareket etmelerini, Hersey ve Blanchard [25] ise yetki devrini en üst düzey katılım olarak belirlemiştir. Paylaşımçı liderlik olarak da adlandırılan demokratik tarz, takım etkinliğini olumlu olarak

etkilemektedir [26]. Ayrıca, paylaşımçı liderliğin, kararların benimsenmesini sağladığı ve uygulama aşamasında da etkinliği artırıcı etkisi tespit edilmiştir [27]. Afet yönetiminde STÖ'lerin önemi ele alındığında [4], katılımcı liderliğin bu örgütleri afet yönetimine katmak için önemli bir yönetim tarzı olarak karşımıza çıkması kaçınılmaz olacaktır.

Son yılların en önemli yönetim paradigmaları arasında bulunan güçlendirme (empowerment), çalışanların ve takımların daha etkin çalışmaları için gösterilen etmenlerden biridir [28]. Devlet yöneticileri de güçlendirme yoluyla sivil toplum kuruluşlarını ve mahalle sakinlerini de afet çalışmalarına katarak, afet yönetiminin etkinliğini arttırabilirler.

III. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

İstanbul'un Mimarşinan Beldesi'nde, sivil toplum örgütleri ve mahalli örgütlenmelerdeki deprem hazırlık çalışmaları ile risklerin azaltılması ve hazırlıklı olma çabalarına toplum genelindeki düşük katılımın nedenleri, depreme yönelik olarak incelenmiştir. Sonraki bölümde yapılan anketin geliştirilme süreci hakkında daha detaylı bilgi sunulmaktadır.

Kullanılan Yöntem

Bu çalışmanın verileri, 2002 Mayıs ayında, anketörler tarafından gerçekleştirilen görüşmelerde yapılan anketler yoluyla toplanmıştır. Anket, kapsamlı yazın taramasına ek olarak uzman görüşleri, mahalli örgütlenme üyeleri ve bölgesel/yerel otoritelerle yapılan görüşmelere dayanılarak oluşturulmuştur. Araştırmanın konusu bağlam-duyarlı olduğundan, anketteki ölçekler araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir.

Veriler, İstanbul'un metropolitan alanının batı sınırında yer alan, olası depremden etkilenme riskinin yüksek olduğu yer-zemin araştırmalarında ortaya konulan Mimarşinan Beldesi'nde Batıköy yöresinde toplanmıştır. Bölgenin bir kısmı 1999 Marmara depreminden ciddi bir şekilde etkilenmiştir ve ankete katılan kişilerin çoğunun belirttiğine göre, yapıların çoğunda onarım çalışmaları olmuştur. Bu da şehrin diğer bölgelerine nazaran, merkezi yönetimin depremle ilgili müdahale çalışmalarına dair ilk elden yakın bir deneyimin göstergesidir. Örneklemin belirlenmesinde bölgede görev yapan muhtarlardan birinin yardımıyla, mümkün olan en geniş ve bölge halkının genel yapısını yansıtacak en uygun gruba ulaşılmaya çalışılmıştır.

Bölge sakinlerinin sosyo-ekonomik durumları, alt-orta ve orta tabaka aralığında, ve orta tabakaya daha yakın bir aralıkta değişmektedir. Veriler değişik sosyo-ekonomik grupları temsil eden yerleşim alanlarından toplanmıştır. Günün değişik saatlerinde, çalışan ve çalışmayan kesimin katılımını sağlamak için hem hafta içi

hem hafta sonu, apartmanlara ve evlere ziyaretler yapılmıştır. Anketleri toplam 66 kişi tam olarak cevaplamıştır. Anketleri cevaplama süresi yaklaşık olarak 20-40 dakika arasında olmuştur.

Örneklem Özellikleri

Tablo.1 örneklemini genel olarak özetlemektedir. Tablodan da görüleceği gibi, ankete katılan 66 kişinin, 39'u (%59,1) kadın ve 27'si (%40,9) erkek, ve çoğunluğu (55; %83,3) evlidir. Evli olanların %81,8'inin en azından bir tane çocukları vardır. Büyük bir çoğunluğun (42; %63,6) 30-49 yaş arasında olduğu katılımcıların yaş ortalaması 39,83'tür. Katılımcıların yarısının (%50) sürekli bir işte çalışıyor olmasına karşılık, diğer yarısı bir iş sahibi değildir. Katılımcıların 26'sı (%39,4) lise mezunu, 22'si (%33,3) üniversite mezunu, 2'si (%3) yüksek lisans mezunu, geriye kalan 16'sı (%24,2) da ilkökul mezunudur. Katılımcıların çoğunluğu (50; %75,8), gelirlerinin ihtiyaçlarını karşıladığını söylerken, geriye kalan 16 kişi (%24,2), gelirleriyle ihtiyaçlarını karşılamakta zorluk çektiklerini belirtmişlerdir. Tabloda da görüleceği gibi, belde sakinlerinin değişik kesimlerini temsil eden bir örneklemin oluşmuş olduğu söylenebilir.

Tablo.1. Örneklem Özellikleri (n=66)

	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	39	59,1
Erkek	27	40,9
Yaş		
20-29	10	16,7
30-39	21	31,8
40-49	21	31,8
50-59	8	12,1
>60	5	7,6
İş Durumu		
İş sahibi	33	50,0
İşsiz	33	50,0
Eğitim Düzeyi		
İlkokul	16	24,2
Lise	26	39,4
Üniversite	22	33,3
Yüksek Lisans	2	3,0
Gelir Düzeyi		
İhtiyaçlarını karşılamıyor	2	3,0
İhtiyaçlarını zorla karşılıyor	14	21,2
İhtiyaçlarını karşılıyor	39	59,1
İhtiyaçlarını rahatlıkla karşılıyor	11	16,7
Medeni Hali		
Evli	55	83,3
Bekar	8	12,1
Boşanmış	3	4,5

IV. BULGULAR

Algılanan Risk

İstanbul'da olası bir depremin şiddetinin nasıl algılandığı iki soru ile ölçülmüştür: 1) Şehirde meydana gelecek olan hasarın derecesinin nasıl algılandığı, az, orta, ve yüksek hasar kategorileri ile, 2) Kendi evlerinin riskinin ne seviyede olacağı, tamamen çökme, çok hasarlı, orta derecede hasarlı, az hasarlı, ve hasarsız kategorileri ile Tablo.2 ve 3 katılımcıların olası bir depremin büyüklüğünü, İstanbul şehri ve kendi evleri için beklentileri doğrultusunda nasıl algıladıklarını göstermektedir.

Tablo.2. İstanbul Şehri için Algılanan Risk (n=66)

	Frekans	Yüzde
Hiç hasar beklenmiyor	1	1,6
Az seviyede bir hasar bekleniyor	8	13,2
Orta seviyede bir hasar bekleniyor	20	32,8
Büyük bir hasar bekleniyor	32	52,5

Tablo.3. Kendi Evleri için Algılanan Risk (n=66)

	Frekans	Yüzde
Hiç hasar beklenmiyor	13	19,7
Az seviyede bir hasar bekleniyor	32	48,5
Orta seviyede bir hasar bekleniyor	13	19,7
Büyük bir hasar bekleniyor	4	6,4

Bulgular, katılımcıların İstanbul şehri ve kendi evleri için risk algılarında bir farklılık olduğunu göstermektedir. Katılımcıların yarıdan fazlası, şehrin büyük bir hasara uğrayacağını belirtirken (%52,5), bir kısmı orta seviyede (%32,8), diğer kısmı ise az seviyede (%13,2) bir hasara maruz kalacağını söylemiştir. Öte yandan, katılımcıların çoğu (%68,3) kendi evlerinin hiç hasara uğramayacağını veya az seviyede hasar göreceğini belirtirken, sadece küçük bir azınlık (%6,4) çok fazla hasar beklentisi veya tamamen yıkılabileceği endişesini taşıdıklarını belirtmişlerdir.

Depremde Hazırlıklı Olma ve Risklerin Azaltılması İçin Alınan Önlemler

Olası bir depreme hazırlıklı olmak için alınan önlemleri belirlemede, katılımcıların gerçekleştirebileceği faaliyet olarak birden fazla seçeneği seçebileceği, 11 maddelik bir liste hazırlanmıştır. Hazırlıklı olmak için alınan önlemler listesi, mobilyaları sabitlemek, deprem çantası hazırlamak, gıda ve su depolamak, binalarını mühendisler tarafından kontrol ettirmek, onarım yaptırmak, zorunlu deprem sigortası yaptırmak, özel sigorta yaptırmak, aile deprem planı hazırlamak, afetlere hazırlıklı olma eğitimi almak, afetlere yönelik çalışan örgütlere katılmak veya hiçbir önlem almamak gibi faaliyetlerinden oluşmaktadır.

Tablo.4 alınan önlemlere yönelik bulguları özet olarak sunmaktadır. Tabloda da görüldüğü üzere katılımcıların 26'sı (%39,4) evlerinde mobilyaları sabitlediğini, 34'ü (%51,5) deprem çantası hazırladığını, 11'i (%16,7) gıda ve su depoladığını, 24'ü (%36,4) binalarını mühendislere kontrol ettirdiklerini, 15'i (%22,7) binalarında onarım yaptırdıklarını, 48'i (%72,7) zorunlu deprem sigortası yaptırdıklarını, 9'u (%13,6) özel sigorta yaptırdıklarını, 15'i (%22,7) aile planı hazırladıklarını, 4'ü (%6,1) eğitim aldıklarını, 2'si (%3,0) afete hazırlıklı olma konusunda bir örgüte katıldıklarını, ve 11'i (%16,7) hiçbir önlem almadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo.4. Depreme Hazırlıklı Olma ve Risklerin Azaltılması için Alınan Önlemler

	Frekans	Yüzde
Mobilyaları sabitlemek	26	39,4
Deprem çantası hazırlamak	34	51,5
Gıda ve su depolamak	11	16,7
Binalarını mühendisler tarafından kontrol ettirmek	24	36,4
Onarım yaptırmak	15	22,7
Zorunlu deprem sigortası yaptırmak	48	72,7
Özel sigorta yaptırmak	9	13,6
Aile deprem planı hazırlamak	15	22,7
Afetlere hazırlıklı olma eğitimi almak	4	6,1
Afetlere yönelik çalışan örgütlere katılmak	2	3,0
Hiçbir önlem almamak	11	16,7

Bu bulgular pek çok açıdan önem arz etmektedir. En fazla alınan önlem olarak, afet yönetiminde yasal düzenlemelerin önemini ve toplumu harekete geçirme konusundaki rolünü de belirten, zorunlu deprem sigortası yaptırmak gözükmektedir. Diğer önlemler, sadece iki katılımcının afete ilgili çalışan bir örgüte katılmaları bulgusuna paralel olarak, kişisel ve özel gayretlere dahil edilmiştir. Bu bulgu, çalışmanın başlangıçtaki dayanak noktası olan, toplumun afetlerde risklerin azaltılması ve afetlere hazırlıklı olma konusunda mahalli örgütlenmeler ve STÖ'lere üye olmaktan çekindikleri düşüncesini doğrulamaktadır.

Algılanan Sorumluluk

Vatandaşların afet öncesi ve sonrasında görev alan kişilere ne gibi sorumluluklar atfettiklerini araştırmak için, katılımcılara belirli önlemler ve faaliyetlerden oluşan bir liste verilmiştir. Aynı zamanda, katılımcılara bu önlemler ve faaliyetler için sorumlu gördükleri, içinden 3 kişi seçebilecekleri bir liste verilmiştir. Önlem ve faaliyetler listesi, araştırma ve kurtarma (eğitim), güvenlik ve hizmetlerin planlanması (yangın, bina çökmesi gibi), ilkyardım (eğitim), koruma (hırsızlık ve yağmaya karşı), gıda ve su depolama, trafik kontrolü ve ulaşım, muhtaç kişilerin korunması, psikolojik destek, hasar belirlenmesi ve haberleşmeyi içermektedir. Bunlara ek olarak, faaliyetlerden sorumlu olarak görülen kişi ve kurumlar

listesi ise kişinin kendisi, aile üyeleri, komşular, dernekler, mahalli örgütlenmeler, sivil toplum örgütleri ve vakıflar, muhtar, belediyeler, devlet, ve orduyu kapsamaktadır.

Tablo.5 afet yönetiminde algılanan sorumluluklara dair bulguların özetini sunmaktadır. Buna göre, afet yönetimindeki faaliyetlerin herbiri için en fazla sorumlu görülen kişiler:

“araştırma ve kurtarma” için belediyeler (39), devlet (31), muhtar (25), aile üyeleri, dernekler, komşular (24), mahalli örgütlenmeler (23).

“güvenlik ve hizmetlerin planlanması” için belediyeler (55), devlet (38), muhtar (26).

“ilk yardım” için belediyeler (39), devlet (27), STÖ'ler (25), muhtar (24), aile üyeleri, dernekler, komşular (22), kişinin kendisi (22).

“koruma” için devlet (47), ordu (40), belediyeler (32).

“gıda ve su depolama” için belediyeler (42), kişinin kendisi (35), muhtar (34), aile üyeleri, dernekler, komşular (22), devlet (20).

“trafik kontrolü ve ulaşım” için belediyeler (40), devlet (34), muhtar (23), mahalli örgütlenmeler (21).

“muhtaç kişilerin korunması” için belediyeler (47), devlet (36), muhtar (35).

“psikolojik destek” için devlet (36), aile üyeleri, dernekler, komşular (32), mahalli örgütlenmeler (28), STÖ'ler (26), belediyeler (25), kişinin kendisi (22).

“hasar belirlenmesi ve haberleşme” için devlet (47), belediyeler (47), muhtar (25).

Tablo.5. Algılanan Sorumluluk

	Frekanslar							
	Kişinin kendisi	Aile üyeleri, dernekler, komşular	Mahalli örgütlenmeler	STÖ'ler	Muhtar	Belediyeler	Ordu	Devlet
Araştırma ve kurtarma	19	24	23	15	25	39	12	31
Güvenlik ve hizmetlerin planlanması	7	5	18	13	26	55	15	38
İlkyardım	22	22	19	25	24	39	13	27
Koruma	16	12	11	5	15	32	40	47
Gıda ve su depolama	35	22	19	10	34	42	4	20
Trafik kontrolü ve ulaşım	18	13	21	15	23	40	15	34
Muhtaç kişilerin korunması	14	10	19	16	35	47	11	36
Psikolojik destek	22	32	28	26	9	25	7	36
Hasar belirlenmesi ve haberleşme	5	5	13	15	25	47	15	47

Özellikle afet sonrası dönemde yer alan müdahale aşamasında kimlerin sorumlu görüldüğünü belirlemek için, katılımcılara il, ilçe ve mahalle düzeyinde oluşturulacak kriz merkezlerinde görev almalarını istedikleri kişileri belirtebilmeleri amacıyla açık uçlu bir soru sorulmuştur. Katılımcılar, çeşitli düzeylerde kimlerin görev almaları gerektiği konusunda belirgin bir ayırım yapamamaktadırlar. En fazla sorumluluk atfedilen kişi ve kurumlar sırasıyla, üniversiteler ve bilim adamları (23), belediye (17), ordu (12), doktorlar ve sağlık görevlileri (11), devlet yetkilileri (10), muhtar (9), STÖ'ler ve vakıflar (9), vali-valilik (6), kaymakam (5), sivil savunma (5), arama ve kurtarma ekipleri-AKUT (5), ve güvenlik teşkilatı (5) olmuştur. Katılımcılar tarafından belirtilen kişi ve kurumlar geniş bir yelpaze oluşturmasına rağmen, bu cevaplar merkezi ve yerel devlet kurumları, STÖ'ler ve vakıflar, uzmanlar, ve toplum olmak üzere daha kapsamlı fakat az sayıda kategorilere toplanmıştır (Tablo 6). Katılımcılar, kriz merkezlerinin oluşumunda toplam olarak 76 kez devlet yetkililerinin, 52 kez uzmanların, 21 kez STÖ ve vakıfların, ve 18 kez de toplumun değişik kesimlerinin katılımlarının uygun olacağını belirtmişlerdir.

Tablo.6. Sorumluluk Atfedilen Kişi ve Kurumlar

Merkezi ve Yerel Devlet Kurumları	Uzmanlar	STÖ'ler ve Vakıflar	Toplum Kesimleri				
Belediye	17	Bilim Adamları	16	Dernekler, Vakıflar	5	Halk	7
Ordu	12	Sağlık Görevlileri	11	AKUT	5	Öğretmenler	2
Devlet Yetkilileri	10	Üniversiteler	7	Gönüllüler	5	Güçlü Yeten Herkes	2
Muhtar	9	Mühendisler	5	STÖ'ler	4	Özel Sektör	1
Vali-Valilik	6	Bilgili İnsanlar	4	Hayır Kuruluşları	1	Site Yöneticisi	1
Güvenlik Teşkilatı	5	Deprem Uzmanları	2	Aktif Gruplar	1	Gençler	1
Sivil Savunma	5	Uzman Kişiler	2			Emekliler	1
Kaymakam	5	Bölgeyi İyi Taniyan	2			Zamanı Fazla Olanlar	1
Bayındırlık Bakanlığı	2	Profesyonel Kişiler	1			Yeterli, Güvencileceğimiz, Halkı Düşünenler	1
Bürokratlar	2	Bilinçli Olanlar	1			Yönetim Yeteneği Olan, Mantıklı, İhtikali Çabuk İnsanlar	1
İtfaiye	2	İlk Yardım Bilen	1				
İl Sağlık Müdürü	1						
Toplam	76		52		21		18

Bu bulgular devlet, belediyeler, ve muhtarın afet öncesi ve sonrasında alınacak neredeyse tüm önlemler ve gerçekleştirilecek tüm faaliyetlerde sorumlu kişiler olarak algılandığını göstermektedir. Bu sonuç, araştırmanın esas beklentisi olan ve aynı zamanda sorumlulukların belirlenmesinde de rol oynayan, yüksek güç aralığının toplumda etkin olduğu düşüncesiyle aynı yöndedir. Türk toplumunun da yüksek güç aralığı değerlerine paralel

olarak, vatandaşlar afet öncesi ve sonrasında alınacak önlemlerin çoğunu devlet ve atanmış/seçilmiş olan resmi yetkililerden beklemektedir. Toplumda yaygın olan bu beklenti ve tutumlar, mahalli örgütlenmeler ve STÖ'lere olan katılımın düşük olmasına sebep olmaktadır. Vatandaşlar afet yönetiminde bu kurumlara yeterli sorumluluk atfetmedikleri için, afete yönelik faaliyetlere katılmayı önemli görmeyebileceklerdir.

Makul bir açıklama da, katılımcıların büyük bir afet sonrasında ait faaliyetlerdeki çok sayıda görevin üstesinden gelebilmek için geniş bir kişi/kurum yelpazesinin gerekli olabileceğini düşünmesidir. Anketin sonuçları arasında katılımcıların, merkezi ve yerel devlet kurumları, STÖ'ler, uzmanlar ve toplumun belirli kesimlerinin ortak çalışmalarını uygun gördükleri bulunmaktadır. Olası Marmara depreminin beklenen veya tahmin edilen büyüklüğü göz önüne alındığında, bu sonucun haklı bir nedeni olduğu düşünülebilir. Birlikte ele alındığında, katılımcılar afet sonrası sorumlu olarak devlet ve yerel yöneticiler yanında, uzman grubunda bilim adamlarını, üniversiteleri, araştırma ve kurtarma ekiplerini görmüşlerdir.

Afet Yönetimi ile İlgili Algılanan Kişisel Yeterlilik

Afet yönetimi ile ilgili algılanan yeterlilik ve yetenekleri araştırmak için, katılımcılara afet öncesi ve sonrası aşamalarda uygun olabilecek 15 maddelik bir liste verilmiştir. Katılımcılardan, 5 puanlık Likert ölçeği üzerinde (1= kesinlikle yapamam 2= yapamam 3= ne yapamam ne de yapabilirim 4= yapabilirim 5= kesinlikle yapabilirim) kendi yeterliliklerini değerlendirmeleri istenmiştir. Yeterlilik ve yetenekleri içeren listede, sekreterlikte çalışma (dosyalama ve iletişim), telefonla haberleşmeyi sağlama, bilgi toplanması ve kamuya aktarılması (altyapı ve yaş dağılımı), eğitim programlarının yürütülmesi ve benzeri programlara katılma, risk değerlendirmesi üzerine çalışma (tehlikeli depolar, fabrikalar, yıkılması olası binalar hakkında), gıda ve ilaç depolanması ve sağlanmasında görev alma, arama ve kurtarma, tehlike ve risk kontrolü, ilkyardım, güvenliğin sağlanması, gıda ve suyun dağıtılması, trafik kontrolü ve ulaşım, muhtaç kişilerin korunması, psikolojik destek, ve gruplarda liderliği üstlenmek yer almaktadır.

Tablo.7 katılımcıların afet yönetimi ile ilgili kendilerinde olduğunu düşündükleri yeterlilik ve yeteneklerini göstermektedir. Yaygın olarak görülen yetenekler, gıda ve suyun dağıtılması (3,94; 0,84), telefonla haberleşmeyi sağlama (3,77; 0,97), muhtaç kişilerin korunması (3,68; 0,88), gıda ve ilaç depolanması ve sağlanmasında görev alma (3,64; 0,89), eğitim programlarının yürütülmesi ve benzeri programlara katılma (3,50; 0,85), bilgi toplanması ve kamuya aktarılması (3,47; 1,04), sekreterlikte çalışma (3,30; 1,15)

olarak sıralanmaktadır. Listede yer alan hiçbir yeteneğin ortalamasının kişinin belli görevleri yerine getirebileceğini gösteren ölçek değeri 4'ün üzerine çıkmamasının yanında, katılımcılar afetle ilgili üstenecekleri rollerde gereken yeteneklerine dair oldukça düşük seviyede bir özgüven ortaya koymuşlardır.

Tablo.7. Afet Yönetimi ile İlgili Algılanan Kişisel Yeterlilik ve Yetenekler (n=66)

	Frekanslar					Değerler	
	Kesinlikle yapamam	Yapamam	Ne yapamam ne de yapabiliyim	Yapabiliyim	Kesinlikle yapabiliyim	Ortalama	Standart Sapma
Sekreterlikte çalışma	2	22	4	30	8	3,30	1,15
Telefonla haberleşmeyi sağlama	1	11	1	42	11	3,77	0,97
Bilgi toplanması ve kamuya aktarılması	0	19	5	34	8	3,47	1,04
Eğitim programlarının yürütülmesi ve benzeri programlara katılma	0	13	9	42	2	3,50	0,85
Risk değerlendirmesi üzerine çalışma	11	31	4	18	2	2,53	1,15
Gıda ve ilaç depolanması ve sağlanmasında görev alma	0	12	6	42	6	3,64	0,89
Arama ve kurtarma	6	28	2	25	5	2,92	1,22
Tehlike ve risk kontrolü	7	34	2	21	2	2,65	1,13
İlkyardım	4	18	12	29	3	3,14	1,06
Güvenliğin sağlanması	3	25	8	27	3	3,03	1,08
Gıda ve suyun dağıtılması	0	8	1	44	13	3,94	0,84
Trafik kontrolü ve ulaşım	2	32	7	23	2	2,86	1,04
Muhtaç kişilerin korunması	0	11	6	42	7	3,68	0,88
Psikolojik destek	4	18	7	31	6	3,26	1,14
Gruplarda liderliği üstlenmek	6	28	12	16	4	2,76	1,11

V. SONUÇ

2002 Mayıs ayında, olası bir depremden fazlasıyla etkilenmesi söz konusu olan bir bölgede, yerel halktan 66 kişinin katılımıyla yapılan bu çalışma ilginç sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Katılımcıların, kendi evleri ve İstanbul şehri için algıladıkları risklerde farklılık görülmektedir. Genelde, katılımcıların olası bir depremden kendi evlerinde bekledikleri hasar, şehirde beklenenden daha düşük bir seviyededir. Bu bulgu, kişilerin risk algılamalarıyla ilgili

bir kavram olan NIMBY fenomeni (ör. [29]) ile açıklanabilir. Bu kavram doğrultusunda, İstanbul için öngörülen deprem risklerinin, kendi başına gelinceye kadar, başkalarının sorunu olarak algılandığı öne sürülebilir. Bu algılama doğrultusunda, deprem hazırlık çalışmalarına katılımın da olumsuz yönde etkilendiği düşünülebilir.

Katılımcılara, depreme hazırlıklı olmak için aldıkları kişisel önlemler sorulduğunda, en fazla olarak alınan önlemin, afet yönetiminde yasal düzenlemelerin önemini ve toplumu harekete geçirme konusundaki rolünü de belirten, zorunlu deprem sigortası yaptırmak olduğu görülmektedir. Öte yandan, zorunlu deprem sigortası yaptırma oranının oldukça yüksek çıkması, bölgenin özel konumuna ve bölgede deprem riskinin yüksek olmasına da bağlanabilir. Depreme hazırlıklı olma ve risklerin azaltılması için alınan diğer önlemler daha az sıklıkta olmakla beraber, kurumsal faaliyetlerden daha çok derneklere katılma gibi kişisel önlemler oldukları görülmektedir. Türkiye genelinde, Aralık 2003 tarihi itibarıyla, kapsamda olduğu düşünülen meskenlerin yaklaşık % 16'sı sigortalanmışken (www.dask.gov.tr), araştırmanın yapıldığı Mimarşinan Beldesi'nde katılımcıların % 72,7'si zorunlu deprem sigortası yaptırmış olduklarını belirtmişlerdir.

Vatandaşlara afet öncesi ve sonrasında görev alan değişik kişiler/kurumların sorumlulukları hakkındaki düşünceleri sorulduğunda, devlet, belediye, ve muhtarları bu çalışmalarda sorumlu olarak algıladıkları görülmektedir. Bu sorumluluklarının parçası olarak, devlet, belediye ve muhtarların, koordinasyon, koçluk ve paylaşımcı liderlik işlevlerini üstlenmeleri uygun olacaktır [26,27,30]. Afet yönetiminden sorumlu mercilerin, katılımcı liderlik tarzı uygulamaları ve toplumun çeşitli kesimlerinin kararlara katılmalarını sağlamaları afet öncesi ve sonrası faaliyetlerdeki etkinliği arttıracaktır.

Mahalli örgütlenmeler ve STÖ'ler bu kategoride esas sorumlu kişiler/kurumlar olarak belirtilmeseler de, yaşanan deprem felaketlerinde, afetlere hazırlıklı olma ve afetlerde risklerin azaltılması çalışmalarında almış oldukları liderlik rolünden ötürü bu kurumlara verilen önem hayli yüksektir. Çeşitli ülkelerde yapılan çalışmalarda da [4,31,32], devlet kurumlarının yanı sıra, mahalli örgütlenmelerin ve STÖ'lerin afetlerde risklerin azaltılması ile hazırlıklı olunmasındaki önemi ön plana çıkmaktadır. Toplumun düşüncelerinin bu biçimde şekillenmesinde 1999 Marmara depremi sonrasında yaşananların etkisi de bulunmaktadır. Bu durumun yanı sıra, yaşanan depremin hemen ardından medyada bilim adamları ve üniversitelerin fazlaca gözükmemesinin de etkisiyle, afetlerde sorumluluk alacak gruplar arasında yer verilmeleri açıklanabilir.

Ankete verilen cevaplarda, katılımcıların afet yönetimiyle ilgili üstlenecekleri rollerde gereken kişisel yeterliliklerini düşük seviyelerdeki algılamaları, afetlerle ilgili çalışan örgütlerdeki katılımlarının da düşük olmasının sebeplerinden biri olarak görülebilir. Katılımcılar, gıda ve suyun dağıtılması, telefonla haberleşme sağlama, muhtaç kişilerin korunması, gıda ve ilaç depolanmasında görev alma, eğitim programlarının yürütülmesi ve benzeri programlara katılma gibi rollerde gerekli yeteneklerini vasat olarak değerlendirmişlerdir. Bununla birlikte, katılımcılar afetle ilgili olmayan konulardaki kişisel yeterliliklerinin de yüksek seviyede olmadığını ortaya koymuşlardır.

Genelde, bu bulgular, insanların afetlere hazırlıklı olma ve afetlerde risklerin azaltılması konusunda mahalli örgütlenmeler ve STÖ'lere katılmaktan neden çekindiklerini kısmen açıklamaktadır. Katılımın düşük olmasına neden olan faktörler, katılımcıların kendi evlerini az riskli bulmaları, kendilerini afet yönetiminde sorumlu görmemeleri, ve afetle ilgili örgütlerin bir parçası olduklarında gerekecek olan yeteneklerine dair düşük seviyedeki özgüvenleridir.

Yanıtıcı bir bulgu olan katılımcıların afet yönetiminde devlet kurumlarını sorumlu görmekte iken, afetlerde risklerin azaltılması faaliyetlerinde mahalli örgütlenmelerin ve STÖ'lerin öncülük etmesini tercih etmeleri, başka araştırmaların da işaret ettiği gibi [10], ordu dışında diğer devlet kurumlarına karşı düşük seviyede hissedilen güven ile bağlantılandırılabilir. Bu bulgu, 1999 Marmara depremi sonrasındaki faaliyetlerde kullanılan devlet birimlerinin sergilediği görece düşük performans ele alındığında daha iyi bir şekilde anlaşılabilir. Öte yandan, mahalli örgütlenmeler ve STÖ'ler, ordu ile birlikte beklenenden daha verimli ve etkili bir çalışma ortaya koymuşlardır. Bir diğer önemsenmesi gereken bulgu ise muhtarın, neredeyse afetle ilgili alınacak tüm önlemlerde, oldukça sık olarak ilgili makamlardan biri olarak anılmasıdır.

VI. BULGULARA DAYALI YENİ POLİTİKA ÖNERİLERİ

- Toplum üyelerinin, kendi özel alanlarındaki olası risk ve hasarlar hakkında, güvenilir kaynaklar tarafından doğru bir şekilde bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Örneğin, özellikle deprem sonrasındaki ilk 72 saat içerisinde [33], kişi ve yerel örgütlerin hangi görevlerden sorumlu olduğunun topluma bildirilmesi gerekmektedir. Örnek olarak, bilim adamlarının medya aracılığıyla kısa ve etkili mesajlar ile kişileri yönlendirmeleri ve önemli görevlerin dağılımını açıklamaları uygun olacaktır.

- Mahalli örgütlenmeleri ve STÖ'leri topluma daha aşına bir hale getirmek için, bu örgütlerin idarecileri ve başkanlarından, toplumun ilgisini çekecek, iştirake

yönelik çağrılar ve faaliyetler yapılması gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda, siteler ve apartmanlar gibi toplu yaşanan mekanların yöneticilerine doğrudan ulaşarak ilanlar asılması ve hanelere çağrılar bırakılması önerilmektedir.

- Mahalli örgütlenmelerin ve STÖ'lerin faaliyetlerini yasallaştırmak için, yerel ve merkezi devlet kurumlarını temsil eden kişiler bu örgütlerle işbirliği içinde olmalı ve ortaklıklar kurmalıdırlar. Örneğin, valiliğe ve belediyeye bağlı kriz ve afet koordinasyon merkezlerinin yöneticilerinin bu tür kuruluşlarla ortak toplantılar düzenlemeleri ve çalışmalar gerçekleştirmeleri ileriye dönük planlamalar ve koordinasyon için yararlı olacaktır.

- Zorunlu deprem sigortası gibi bazı yasal düzenlemelerin vatandaşları daha olumlu bir şekilde etkiledikleri göz önüne alındığında, afete karşı alınacak çeşitli önlemler için yasal düzenlemelerin yapılması gereği ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, afet yönetimindeki çok başlılığın giderilmesi, şehir yerleşim planlarının ve inşaat yapı denetimlerinin etkin bir biçimde gerçekleştirilmesi konularının, kat mülkiyeti kanunu, anayasa ve gerekli yasalarda ele alınarak net olarak yeniden şekillendirilmeleri gerekmektedir.

- Merkezi ve yerel devlet kurumlarından meydana gelen bugünkü idari düzenlemenin yanısıra, kriz merkezlerinin, değişik görevleri yerine getirebilmek, ve yerel bilgi ve kaynaklardan daha iyi yararlanabilmek için, mahalli örgütlenmeler, STÖ'ler, uzmanlar -sağlık görevlileri, mühendisler, üniversite temsilcileri- ve toplum üyelerini de içine alarak daha fazla kişi/kurumu kapsayabilmek amacıyla genişlemeleri gerekmektedir. Bu doğrultuda etkin bilgi alışverişini sağlamak ve güncel teknik bilgilere ulaşmak için komisyon ve şura toplantılarının düzenlenmesi uygun olacaktır.

- Vatandaşların afet yönetimine yönelik yeterlilikleri ve yeteneklerine karşı ortaya koydukları düşük özgüven seviyesi, yerel yönetimler (bölge belediyeleri ve muhtarlar), mahalli örgütlenmeler ve STÖ'lerin birlikte düzenleyecekleri, vatandaşların yeteneklerini geliştirici eğitim programlarına katılmaları ile ve bunları pekiştirecekleri gerçekçi uygulamalar sayesinde geliştirilebilir. Bu tür simülasyonların belirli aralıklarla ve bilgileri tazelemek amacıyla yapılması uygun olacaktır.

- Muhtarlar, mahalli örgütlenmeler ve STÖ'lerin afetlere hazırlık aşamasında yer alacak vazgeçilmez kişi/kurumlar arasında olması, bu kişi ve kurumların finansal, fiziksel, ve insan kaynakları yaratma ve sağlamalarına izin veren düzenlemelerin kurumsallaştırılmasını gerektirmektedir. Örneğin, bu amaçla muhtarlıklara o yerel bölgenin çevre temizlik vergisinin ya da emlak vergisinin bir kısmı tahsis edilerek

vergisinin ya da emlak vergisinin bir kısmı tahsis edilerek muhtarlıkların hazırlık aşamasında aktif olarak faaliyetlerde bulunmalarına imkan sağlanabilir. Muhtarlara, afetlere hazırlıklı olma ve önlemlerin alınması çalışmalarına katılımlarında, kendi bölgelerinde tecrübelerini paylaşabilme olanağı verilmelidir. Bu gibi imkanların yaratılmasında bölge belediyeleri ve bölge idari amirleri rol üstlenebilir. Bu amaçla, belediyeler kendi yörelerindeki muhtarlarla düzenli toplantılar gerçekleştirebilirler.

• Muhtarlar, altyapı, bina çeşitleri, semt sakinleri (özel yetenekleri ve hisleri), hastane, fabrika gibi kurumlar ve bu kurumların yerel devletle olan bağları gibi değişik pek çok bilgiye erişebildikleri için yerel halk için bilgi noktası/merkezi olarak görev alabilirler. Ayrıca, valilik ve belediye başkanlıklarının bünyesinde bulunan kriz ve afet yönetim merkezleri muhtarlıklardaki bu bilgilerden doğrudan yararlanabilirler. Toplumdaki yüksek güvenilirlik seviyesi dolayısıyla, afetlere hazırlıklı olunması ve afetlerde risklerin azaltılması çalışmalarında orduya, silah altındaki erlerin arama ve kurtarma, ilkyardım, güvenliğin sağlanması çalışmaları için daha kapsamlı biçimde eğitilmeleri gibi, daha proaktif bir rol verilebilir. Bu amaç doğrultusunda, valilikler ile askeri birliklerin kriz merkezleri planları çerçevesinde ortak hazırlıklarda bulunmaları etkinliği artırıcı olacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Kabasakal, H., Alp, E.I., & Sirman, N. (1999). *Deprem Sonrasında İlk ve Orta Öğretimde Yaşanan Sorunlar: Gölçük*. İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi: Yayınlanmamış Araştırma Raporu.
- [2] Özerdem, A., & Barakat, S. (2000). After the Marmara Earthquake: Lessons for Avoiding Shortcuts to Disasters. *Third World Quarterly*, 21, ss.425-439.
- [3] *World Disasters Report: Focus on Recovery*. (2001). International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies.
- [4] Benson, C., Twigg, J., & Myers, M. (2001). NGO Initiatives in Risk Reduction: An Overview. *Disasters*, 25(3), ss.199-215.
- [5] Kabasakal, H., Akarun, L., İşeri, A., & İnelmen, K. (2001). Organization and Communication Systems for Disaster Management. Boğaziçi Üniversitesi: *Urban Risk Management for Natural Disasters Çalıştayı*'nda sunulmuş makale.
- [6] *Acil Durum Yönetimi İlkeleri*. (2001). İstanbul Teknik Üniversitesi. Afet Yönetim Merkezi. İstanbul: İTÜ Yayınları.
- [7] Buckland, J., & Rahman, M. (1999). Community-based Disaster Management during the 1997 Red River Flood in Canada. *Disasters*, 23, ss.174-191.
- [8] Kocaeli '99 Bildiriler Kitabı (2003) İTÜ Afet Yönetim Merkezi.
- [9] Göçen Okul Seçim Yatırımı. (2 Mayıs 2003). *Radikal*, s.3.
- [10] Adaman, F., Çarkoğlu, A., & Şenatalar, B. (2001). *Hanehalkı Gözünden Türkiye'de Yolsuzluğun Nedenleri ve Önlenmesine İlişkin Öneriler*. İstanbul: TESEV Kitapları.
- [11] İnelmen, K. (2003). Nature of Trust Creation and Expansion. (Derl.: Stasiak, M.). *Values in an Era of Transformation*. Lodz: The Academy of Humanities and Economics Publishing House, ss.141-184.
- [12] Kabasakal, H., & Bodur, M. (2002). Arabic cluster: A bridge between East and West. *Journal of World Business*, 37, ss.40-54.
- [13] Zucker, L.G. (1986). Production of trust: Institutional sources of economic structure, 1840-1920. *Research in Organizational Behavior*, 8, ss.53-111.
- [14] Sunar, İ., & Sayarı, S. (1986). Democracy in Turkey: Problems and prospects. (Derl.: O'Donnel, G., Schmitter, P.C., & Whitehead, L.). *Transition from Authoritarian Rule: Prospects for Democracy*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- [15] Fişek, G., Müderrisoğlu, S. Yeniçeri, N., & Özkarar G. (2001). *Integrated Decision Support System for Disaster Management in Turkey: Pilot Study Results of the Psycho-Social Module*. Boğaziçi Üniversitesi: CENDİM Araştırma Raporu, 2001-02.
- [16] *Deprem ve Kent Araştırması*. (2002). İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi Araştırma Müdürlüğü.
- [17] Board of Natural Disasters. (1999). Natural Hazards and Policy - Mitigation Emerges as Major Strategy for Reducing Losses Caused by Natural Disasters. *Science*, 284, ss.1943-1948.
- [18] Farazmand, A. (2001). *Handbook of Crisis and Emergency Management*. New York: Marcel Dekker.
- [19] French, J.R.P.Jr., & Raven, B.H. (1968). The Basis of Social Power. (Derl.: Cartwright, D., & Zander, A.F.) *Group Dynamics*. New York: Harper & Row, ss.259-270.
- [20] Durham, C., Knight, D., & Locke, E. A. (1997). Effects of Leader Role, Team-Set Goal Difficulty, Efficacy, and Tactics on Team Effectiveness. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 72(2), ss.203-231.
- [21] Hackman, J.R. (2002). *Leading Teams: Setting the Stage for Great Performances*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- [22] Bass, B. M. (1990). *Bass & Stogdill's Handbook of Leadership: Theory, Research and Management Applications*. 3rd Ed. New York: Free Press.
- [23] Yukl, G. (1998). *Leadership in Organizations*. New York: Prentice-Hall International Inc.
- [24] Tannenbaum, R., & Schmidt, W.H. (1958). How to choose a leadership pattern? *Harvard Business Review*, 36(2), ss.95-101.
- [25] Hersey, P., & Blanchard, K. H. (1969). Life cycle theory of leadership. *Training and Development Journal*, 23, ss.26-34.

Ocak 2005.ss.9-18.

- [26] Pearce, C.L., & Sims, H.P. (2002). Vertical versus Shared Leadership as Predictors of the Effectiveness of Change Management Teams: An Examination of Aversive, Directive, Transactional, Transformational, and Empowering Leader Behaviors. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 6(2), ss.172-197.
- [27] Vroom, V.H., & Yetton, P.W. (1973). *Leadership and Decision Making*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- [28] Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği*. 9. Bası. İstanbul: Beta.
- [29] Kaplan, S. (2000). Human nature and environmentally responsible behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), ss.491-508.
- [30] House, R.J., & Mitchell, T. R. (1974). Path-Goal Theory of Leadership. *Journal of Contemporary Business*, Autumn, ss.81-97.
- [31] Bolin, R., & Stanford, L. (1998). The Northridge earthquake: Community-based approaches to unmet recovery needs. *Disasters*, 22(1), ss.21-38.
- [32] Matin, N., & Taher, M. (2001). The changing emphasis of disasters in Bangladesh NGOs. *Disasters*, 25(3), ss.227-239.
- [33] *ABCD Temel Afet Bilinci El Kitabı*. (2002). Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü, İstanbul:A.H.E.P.

Arzu İŞERİ SAY (iseria@boun.edu.tr) is currently an Associate Professor at Boğaziçi University, Department of Management. She earned her Ph.D. in Organizational Analysis at University of Bradford. Her research areas include strategic decision making, organizational change, disaster management, critical organizational analysis, and qualitative research methods.

Kıvanç İNELMEN (inelmenk@boun.edu.tr) is currently an Assistant Professor at Boğaziçi University, Department of Tourism Administration. He earned his Ph.D. in Management and Organization Studies at Boğaziçi University. His research areas include organizational behavior, disaster management, small business management, and leadership.

Hayat KABASAKAL (kabasaka@boun.edu.tr) is a Professor at Boğaziçi University, Department of Management. She earned her Ph.D. in Strategic Management and Organization at University of Minnesota. Her research areas include organizational behavior, gender, leadership, disaster management, and culture.

“Bu araştırma Boğaziçi Üniversitesi Araştırma Fonu 01R105 sayılı desteği ile yürütülmüştür.”

PERFORMANS ÖLÇÜMÜNDE ESAS ALINAN ÖLÇÜTLER

Mehmet Yaman ÖZTEK

Galatasaray Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Profesör Dr.

THE FUNDAMENTAL CRITERIAS IN THE PERFORMANCE MEASUREMENT

Abstract: *Competitive advantage is one of the most important factors that lead the company politics. Today the competition between the companies is not limited with the production as it was in the previous century. The competitive distinction between firms is determined by three main factors which are customer services, productivity and the efficient use of the capital and resources. Nowadays, the increasing pressure of the competition requires the companies to reconsider their performances. The actions on performance measurement provide important benefits in terms of "quality" and "productivity" in the entire functions of the company. Through the performance measurement, the company not only audits its own activities but also has a chance to monitor the changing environment and competition conditions. That's why all kinds of criteria have gained importance in the performance measurement. These are productivity, efficiency, quality, effectiveness and innovation. In that paper the fundamental indicators related to the each dimension are presented.*

Keywords: *Competitive Advantage, Performance Measurement, Productivity, Efficiency, Quality, Effectiveness, Innovation*

PERFORMANS ÖLÇÜMÜNDE ESAS ALINAN ÖLÇÜTLER

Özet: *İşletme politikalarını yönlendiren en önemli unsurlardan biri rekabet üstünlüğüdür. Bugün firmalar arası rekabet, geçmiş yüzyıllarda olduğu gibi sadece üretimle sınırlı değildir. İşletmelerin rekabetçi bir farkı olabilmesi üç ana unsur tarafından belirlenmektedir. Bunlar; müşteri hizmetleri, üretkenlik ve sermaye ve kaynakların verimli kullanılmasıdır. Günümüzde artan rekabet baskısı işletmelerin, varlıklarını devam ettirebilmeleri için performanslarını yeniden gözden geçirmelerini gerekli kılmaktadır. Performans ölçümüne yönelik çalışmalar işletme etkinliklerinin bütününde "kalite" ve "üretkenlik" açısından önemli yararlar sağlamaktadır. İşletme, performans ölçümü ile hem kendi faaliyetlerini denetlemekte hem de değişen çevre ve rekabet koşullarını gözleme imkanına sahip olmaktadır. Performans ölçümünün beş boyutu vardır. Bunlar; üretkenlik, verimlilik, kalite, etkinlik ve yeniliktir. Bu çalışmada her bir boyuta ilişkin temel göstergeler sunulmaktadır.*

Anahtar Kelimeler: *Rekabet Avantajı, Performans Ölçümü, Üretkenlik, Verimlilik, Kalite, Etkinlik, Yenilik*

I. GİRİŞ

Rekabet üstünlüğü, işletmenin politikalarını yönlendiren temel unsurlardan biridir. Bir işletmenin rekabet üstünlüğü onun kaynaklarına ve hedef pazarına göre konumundan doğar. Ancak, işletmenin konumu yani fiziksel yeri rekabet üstünlüğünü etkileyen tek değişken değildir. Dolayısıyla, rekabet üstünlüğü farklı değişkenlerden oluşur. Örneğin, üretim hattında otomasyona geçmek ya da yeni ürünler yaratmaya yönelik teknolojiye sahip olmak işletmeye rekabet üstünlüğü sağlar.

İşletme faaliyet gösterdiği pazar ortamını rakipleriyle paylaşır. İşletmenin rakipleri ile karşılaştırılması sonucunda rekabet üstünlüğü ölçütü oluşturulur.

İşletmeye rekabet üstünlüğü sağlayan üç baskın unsur:

1- Müşteri hizmetleri

2- Doğrudan üretkenlik

3- Taahhüt edilen sermayenin verimliliği

olarak sıralanır [1].

Müşteri hizmetleri, işletmenin toplam talep düzeyinde olumlu ya da olumsuz etkiler yaratır. Doğrudan üretkenlik ise müşterilere en düşük satış fiyatı ile ürün sunabilmektir. Buna bağlı olarak en düşük maliyetlerle çalışmak zorundadır. Doğal olarak, yatırım seçimindeki isabet işletmenin performansını doğrudan etkiler. Yatırımın verimliliği, finansal politikaların doğru belirlenmesi ile olasıdır. Özellikle, müşteri hizmetlerinin düzeyi, doğrudan üretkenlik ve yatırımın verimliliği işletme performansının ölçümünde birer boyut oluştururlar.

İşletmeyi amaçlarına taşıyan planlanmış bir etkinliğin sonuçlarının nitel ve nicel olarak tanımlanmasına performans denir. Bir diğer deyişle, belirli bir zaman dilimi sonucunda işletmenin oluşturduğu çıktılar, sonuçlardır. Bu sonuçlar, işletmenin amaçlarının

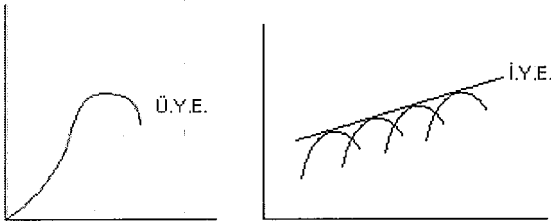
ve dışı kısıtlamalar göz ardı edilerek hareket edilir.Kısaca,etkinlik ölçümü işletmeye mevcut durumu ve gelecekte ulaşmak istediği durumu belirlemekte yardımcı olur [7].

5. **Yenilik** :İşletme yönetimi kaynaklarını iyi yönetmek ve kaynaklarından en yüksek kârı sağlamak amaçlarını güder. Bu amaçların gerçekleştirilmesi durumunda işletme pazarda sürekliliği sağlar. Eğer yenilik yapma zorunluluğunu bir kez de ürün yaşam eğrisi ile birlikte ele alınırsa işletmenin yaşam süresi üzerindeki etkileri daha iyi gözlemlenebilir. İşletmenin sürekliliği tüketici beklentilerine, gereksinimlerine, isteklerine cevap verecek ve onlarda tatmin sağlayacak ürünleri sunmasına bağlıdır. Ürünler sağladıkları tatmin düzeyine bağlı olarak pazarda satın alınırlar, talep edilirler.

Tablo.1. Yenilik Türleri

1- İcat
2- Ürün Yeniliği
3- Üretim Yöntemlerinde Yenilik
4- Ürün Kullanımında Yenilik
5- Pazar Yenilikleri

Ürün gerileme dönemine girince işletmenin teorik olarak pazarda varlığı da son bulmalıdır. Ancak işletme ürün olgunluk dönemine girerken yeni bir ürünü pazara sunmak için hazırlanmış olmalıdır. Böylece bir ürün pazardan çekilirken yenisi pazara sunulur ve işletmenin pazardaki varlığı sürekli kılınır. Bağlı olarak işletme yaşam eğrisinden söz edilebilir [8].



Şekil.1. Ürün Yaşam Eğrisi, İşletme Yaşam Eğrisi

Bir diğer açıdan gereksinimler yenilikçi işletmeler gerektirir. Ancak yeni ürün denilince akla her zaman "ıcat" niteliğinde bir yenilik gelmemelidir. Yeni ürün tüketicinin üründe yenilik olarak algıladığı herşeydir. Örneğin, ambalaj malzemesinin değiştirilmesi, logo değişikliği, ürünün renginin değiştirilmesi ya da ürüne bir koku eklenmesi gibi vb... olabilir. Ürün yenilikleri tüketicide adeta tatmin yeniler. Bu değişime uyum sağlayabilmek için üretim yöntemlerinde yenilik yapmak kaçınılmazdır. Bir diğer yenilik türü de ürünle ilgili yeni kullanım alanlarının bulunmasıdır. Hedef pazarı oluşturan tüketicilerin sosyo-ekonomik koşullarında, kültürel değerlerinde ortaya çıkan değişiklikler pazar yeniliklerini doğurur.

III. SONUÇ

Performans ölçümü bir yandan işletmenin kendi çabalarını denetlemesi diğer yandan hedef pazarda müşteri memnuniyeti yaratması açısından bir zorunluluktur.

Günümüzde işletmelerin rekabeti bir yüzyıl öncesinde olduğu gibi sadece üretmek ile sınırlı değildir. Kaynakların bu denli sınırlı olduğunun, kötü kullanıldığında yerine konulamayacağına bilinci üretimin verimli ve toplam kalite anlayışına uygun bir şekilde gerçekleştirilmesine dikkatleri çekmiştir. Ancak, bu titizlik tüketicinin beklentilerinin ne yönde geliştiğinin saptanması ve buna uygun yeniliklerin gerçekleştirilmesi, işletmeye pazarda önemli bir rekabet üstünlüğü sağlar. Özellikle, işletmenin hedef pazardaki imajının sürekli kılınmasında üretim sürecindeki yöntemlerin geliştirilmesi gerekir. Bu geliştirme çabalarında performans ölçütlerinin önemi öne çıkmıştır. Zira, artan rekabette müşteri memnuniyeti sağlayabilen işletmeler pazar paylarını büyütebilmektedirler. Bu bakımdan işletme performansı ölçütleri karşılıklı etkileşim içinde bir bütündür.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Akal, Z. (2000). *İşletmelerde Performans Ölçümü ve Denetimi*. Ankara: M.P.M. Yayınları, Yayın No:473.
- [2] Barutçugil, İ. (2002). *Performans Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- [3] Bozkurt, R. (1994). Toplam Kalite Kontrolü. *Önce Kalite Dergisi*, Ocak, 6, s.32.
- [4] Eren, E. (1986). *Değişim Yönetimi*. İstanbul: MESS Eğitim Kitapları Dizisi 9.
- [5] Loncher, R., & Mator, J. (1991). *Designing for Quality*. London: Chapman Hall.
- [6] Prokonpenko, J. (2001). *Verimlilik Yönetimi*. (Çev: Baykal, O., Atalay, N., & Fidan, E.). Ankara: M.P.M Yayınları, Yayın No:476.
- [7] Şimşek, M., & Nursoy, M. (2001). Toplam Kalite Yönetiminde Performans Değerleme. *Standart*, Mayıs, 473, s.20.
- [8] Von Schalkwyk, J.C. (1998). Total Quality Management and the Performance Measurement Barrier. *The TQM Magazine*, 10(2), s.124-131.

Mehmet Yaman ÖZTEK (moztek@gsu.edu.tr) has Ph.D of Marketing at Marmara University Social Sciences Institute. His research areas are marketing management, sales management, advertising management, logistics, and warehousing.

İNTERNET ARACILIĞIYLA BANKACILIK HİZMETLERİNİN PAZARLAMASI

Serap ÇABUK¹, Hilal İNAN²

¹Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Profesör Dr.

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

MARKETING OF BANKING SERVICES THROUGH INTERNET

Abstract: As internet technology develops, firms in many sectors starts using internet on various activities. Especially technological developments in banking sector lead customers to reach banking services on the internet very quickly and easily. The purpose of this study is to examine commercial banks located in Turkey which use internet banking and to classify factors that lead banks to use internet banking. Therefore a field study has been conducted. The findings of the research indicate that an important part of the banks tend to use internet for both retail and wholesale banking. Research findings also show internet banking to decrease banks expenses. In addition, factors leading banks to use of internet banking seem to be classified as customer satisfaction and profitability, effectiveness in communication, cost saving, effectiveness in customer services and closeness to customers.

Keywords: Internet Banking, Electronic Banking

İNTERNET ARACILIĞIYLA BANKACILIK HİZMETLERİNİN PAZARLAMASI

Özet: İnternet teknolojisinde yaşanan gelişmelerle birlikte pek çok sektörde işletmeler, çeşitli faaliyetlerini internet üzerinden yürütmeye başlamışlardır. Özellikle bankacılık sektöründe yaşanan teknolojik gelişmeler doğrultusunda hizmetlerin internet üzerinden sunulmaya başlaması, müşterilerin hızlı ve kolay bir şekilde bankacılık hizmetlerine ulaşabilmelerini sağlamıştır. Bu çalışma ile Türkiye’de faaliyet gösteren ticari bankaların internet bankacılığı alanındaki durumlarını ortaya koymak ve bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörleri sınıflandırmak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bazı önemli bulgulara göre; ticari bankaların önemli bir kısmının hem bireysel hem de kurumsal bankacılık alanında interneti kullandıkları ve internet bankacılığının bankaların giderlerinde azalmalara yol açtığı saptanmıştır. Ayrıca, ticari bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörler, müşteri memnuniyeti ve karlılık, iletişim etkinliği, maliyet tasarrufu, müşteri hizmetinde etkinlik ve müşteriye yakınlık olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnternet Bankacılığı, Elektronik Bankacılık.

I. GİRİŞ

Dünya ekonomisi içerisinde önemli bir yeri olan bankacılık sektörü, hizmet sunumunda iletişim ve bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerden büyük ölçüde yararlanmakta ve bankalar bu gelişmeler sayesinde yeni dağıtım kanalları oluşturabilmektedirler.

Bankaların teknolojik gelişmelerden faydalanarak hizmetlerin sunumunda kullandıkları yeniliklerin başında ATM (Automated Telling Machine)’ler gelmektedir. Şubesiz bankacılık anlamındaki ilk adım olan ATM’ler ile müşteriler 24 saat boyunca, çok çeşitli yerlerde para çekme ve yatırma, hesap bakiyesini inceleme gibi çeşitli işlemleri yapabilmektedirler. ATM’lerden sonra bankacılık hizmetlerinin sunumundaki bir diğer gelişme ise telefon bankacılığı alanında olmuştur. Bu sayede müşteriler telefon tuşlarını kullanarak çeşitli bankacılık hizmetlerini alabilmektedirler. Bazı bankalar ise çağrı

merkezleri (call center) kurarak para çekme dışındaki çok çeşitli bankacılık hizmetlerini sunabilmektedirler.

Şubesiz bankacılık anlamındaki yeniliklerin bir diğeri ise internet bankacılığı oluşturmaktadır. Bankalar, internet üzerinde oluşturdukları Web sayfaları aracılığıyla çok çeşitli bankacılık hizmetlerini müşterilerine sunabilmektedirler. ABD ve Avrupa ülkelerinde hızla gelişmekte olan internet bankacılığı 1997 yılında Türkiye’de de kullanılmaya başlamış ve bankacılık sektörü, hizmet sunumunda internet kullanımının en yaygın olarak görüldüğü sektörler arasında yer almıştır. Bu açıdan bakıldığında, teknolojik gelişmeler sonucunda bankacılık sektöründeki değişimleri incelemek, günümüzde gelişmekte olan internet bankacılığı konusunda Türkiye’deki ticari bankaların durumunu ortaya koymak ve bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörleri sınıflandırmak çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

II. BANKACILIKTA KULLANILAN ELEKTRONİK SİSTEMLER

Elektronik sistemlerin bankacılık işlemlerinde kullanılmasının ilk aşamasını; müşteri tarafından bir belgenin doldurulması verilen ödeme veya tahsil emrinin banka tarafından elektronik sistemler aracılığıyla hesaba geçirilmesi ya da ilgili diğer bankalara iletmesi oluştururken, ikinci aşamasını; hesaba para yatırma, hesaptan para çekme, havale gönderme gibi çeşitli bankacılık işlemlerinin müşteri tarafından herhangi bir belge doldurulmaksızın bir plastik kart kullanılarak harekete geçirilen elektronik sistemler aracılığıyla yapılması oluşturmaktadır [1]. Bu doğrultuda banka içi veya bankalar arası işlemlerin yanı sıra, müşteriler de elektronik sistemleri kullanarak bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilmektedirler [1]. Bu elektronik sistemler arasında otomatik vezne makineleri (ATM-Automated Teller Machines), satış noktasında elektronik fon transferi (EFTPOS) ve ev/ofis bankacılığı gibi sistemler sayılabilir. Günümüzde ise bankacılık işlemlerinin elektronik ortamda yürütülmesine ilişkin yaşanan önemli gelişmelerden birisi de internet bankacılığıdır. Bankalar, hem kurumsal hem de bireysel müşterilerine internet aracılığıyla çeşitli bankacılık hizmetlerini sunabilmektedirler.

II.1. İnternet Bankacılığının Tanımı ve Kapsamı

Dünya ekonomisi içerisinde önemli bir yere sahip olan bankacılık sektörü, bilgi teknolojilerinin kullanımında da yenilikçi bir rol üstlenmekte ve günümüzde bankalar internet stratejileri geliştirme yönünde çaba sarf etmektedirler [2]. Bilgi yoğun bir sektör olan bankacılık sektöründe bilgi teknolojisi giderek artan önemde bir rol taşımaktadır. Bu doğrultuda ATM'ler, EFTPOS sistemleri, ev/ofis bankacılığının yanı sıra internet üzerinden gerçekleştirilmeye başlanan bankacılık işlemleri gelişmekte ve bu durum bankacılık sektörü için önemli fırsatlar sunmaktadır [3].

İnternet bankacılığı; internetin bankacılık hizmetlerinin uzaktan dağıtımında kullanılan bir kanal olarak değerlendirildiği bankacılık olarak tanımlanabilir [4].

İnternet bankacılığı temelde iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Bunlardan ilki, fiziksel bir ofise sahip olan bankanın geleneksel dağıtım kanallarının yanı sıra kurduğu web sitesi üzerinden müşterilerine çeşitli bankacılık hizmetlerini sunması, ikincisi, sadece internet üzerinde faaliyet gösteren sanal bankacılık şeklindedir [4]. Sadece internet üzerinde faaliyet gösteren bankalar ATM ve diğer uzaktan dağıtım kanallarını da kullanmak suretiyle müşterilerine para yatırma veya çekme hizmeti de sunabilmektedirler [4].

II.2. İnternet Bankacılığı ile Sunulan Hizmetler

Bankalar oluşturdukları web siteleri aracılığıyla pek çok bankacılık hizmetini müşterilerine sunabilmektedirler. Müşteriler istedikleri yer ve zamanda internet ortamında gerekli bilgilere bilgisayarları aracılığıyla ulaşabilmekte ve bilgi transferini gerçekleştirebilmektedirler [5]. İnternet bankacılığında sunulan hizmetlerden bazıları aşağıdaki gibidir [4,6]:

- Hesap bilgileri görüntüleme ve bilgisayara indirme. (Vadesiz (TL/YP), Vadeli (TL/YP),
- Çek bilgileri görüntüleme ve bilgisayara indirme,
- Para transferleri: Müdinin hesapları arasında transfer, üçüncü kişilere havale ve EFT,
- Döviz alım satımı,
- Yatırım fonu alım satımı,
- Repo ve faiz oranları,
- Döviz kurları,
- Elektrik, doğal gaz, cep telefonu faturaları ödeme,
- SSK prim ödemeleri.
- Mevduat hesabı açma
- Kredi başvuruları
- Vergi işlemleri

İnternet aracılığıyla yukarıda bahsedilen tüm hizmetleri sunan bankalar olduğu gibi bu hizmetlerden bazılarını sunan bankalar da mevcuttur. Ancak önemli olan nokta, müşterilerin ihtiyaçlarını iyi bir şekilde belirleyerek oluşturulan güvenli bir ortamda bu hizmetleri alabilmelerini sağlamaktır.

II.3. İnternet Bankacılığının Avantaj ve Dezavantajları

Bankacılık hizmetlerinin internet aracılığıyla müşterilere ulaştırılmasının hem bankalara hem de bu hizmetten faydalanan müşterilere sağladığı önemli avantajlar olmasının yanı sıra internet bankacılığında karşılaşılan bazı problemlerin varlığından da bahsetmek gerekir. Bu avantaj ve dezavantajları şu şekilde açıklamak mümkündür:

İnternet bankacılığı, müşterilere bankacılık işlemlerini istedikleri yer ve zamanda gerçekleştirebilme rahatlığı sağlamaktadır [3]. Müşterilere sağladığı avantajların yanı sıra internet bankacılığı, daha az eleman kullanılması ve fiziksel şube sayısındaki azalmalardan dolayı bankaların faaliyet giderlerinde de azalmalara yol açmaktadır [3]. Ayrıca, ticari bankacılıkta internet

bankacılığı hizmetlerine olan müşteri talebinin kapsamındaki belirsizlik oldukça kapsamlı olmasına rağmen [7], Terry [8]'ye göre internet bankacılığıyla sadece yeni müşteriler elde edilmemekte, aynı zamanda interneti kullanmayan müşterilere oranla daha fazla kar getiren müşterilerle çalışılmaktadır.

Yukarıda sayılan faydalarının yanı sıra internet bankacılığına ilişkin bazı sorunlar da mevcuttur. Bunlar arasında en fazla konuşulan sorunlardan birisi de olarak güvenlik ile ilgili olmaktadır [3]. Günümüzde, elektronik ticaret konusunda yaşanan gelişmelere rağmen müşteriler bir web sitesine kredi kartı numarası gibi hassas kişisel bilgilerini girmekten çekinme eğilimi gösterirken, çeşitli konulardaki tercihleri gibi genel konularda bilgi vermede daha rahat davranmaktadırlar [5]. Bu davranış sadece internet veya elektronik ticaretin güvenliğindeki eksiklikten değil aynı zamanda müşterilerin bu konulara olan güvensizliklerinden de kaynaklanmakta dolayısıyla güven konusu geleneksel bankacılığa oranla internet bankacılığında daha büyük önem kazanmaktadır [5].

Suh ve Han [5], pazarlama bakış açısıyla internet bankacılığını, bankaların müşterileriyle bağlantı kurdukları yeni bir kanal olarak değerlendirmekte ve pazarlama araştırmacılarının da güven konusunu ilişkisel pazarlamanın temel faktörü olarak değerlendirdiklerini vurgulamaktadırlar.

Ayrıca çapraz satış fırsatlarının azalması da internet bankacılığında yaşanan bir diğer sorun olarak ortaya çıkmaktadır [5]. Çapraz satış, müşterinin firmaya ait kullanmakta olduğu mamul veya hizmetlerin sayısını arttırmaya yönelik faaliyetleri kapsamaktadır [9]. Dolayısıyla, fiziksel bir banka şubesinde müşteri ile banka elemanı yüz yüze iletişim kurduğundan diğer farklı hizmetlerin satışı da mümkün olabilmektedir. Fakat internet bankacılığında müşteri işlemlerini kendisi gerçekleştirdiğinden banka elemanı ile iletişim kurulmamakta dolayısıyla çapraz satış fırsatları da azalmaktadır [3]. Keener [10]'e göre de müşterilerin internet bankacılığını kullanmaya başlamalarıyla bankanın fiziksel ortamına gelmeleri kesilmektedir. Dolayısıyla bankacıların da müşterileriyle iletişim kurabilmenin farklı yollarını aramaları gerekmektedir [10].

İnternet bankacılığında başarıya ulaşmanın en önemli faktörleri arasında, müşterinin ihtiyaçlarını karşılayabilmek üzere güvenilir finansal önerilerde bulunarak müşterilere internet üzerinden çok yönlü işlemler yapabilmelerini sağlamak gelmektedir [8]. Ayrıca web sitesinin sürekli olarak güncellenmesi ve müşteri hareketlerinin sürekli bir şekilde takip edilip buna dayalı olarak müşteri hizmetlerinin sunulması, internet bankacılığında başarıya ulaşmanın diğer önemli faktörlerini oluşturmaktadır [8].

III. ARAŞTIRMANIN AMACI

İnternet teknolojisi günümüzde yaşanan en önemli teknolojik gelişmelerden birisini oluşturmaktadır. Hem fiziksel mamul hem de hizmet üreten firmalar faaliyetlerini yürütmede çok çeşitli düzeylerde internetten faydalanmaktadırlar.

Bankacılık sektörü üzerinde gerçekleştirilen bu çalışma ile öncelikle, Türkiye'de faaliyet gösteren ticari bankaların internet bankacılığını kullanıp kullanmadıklarını saptamak ve internet bankacılığına ilişkin olarak bankaların çeşitli özelliklerini (internet bankacılığını kullanım süresi, internet bankacılığıyla sunulan hizmetler, karşılaşılan problemler, müşteri sayıları gibi) ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu verilerin sunumunda frekans dağılımlarından ve çapraz tablolardan yararlanılmıştır. Ayrıca gerçekleştirilen bu çalışma ile ticari bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörler sınıflandırılmak istenmiştir. Bu amaç doğrultusunda faktör analizinden yararlanılmıştır.

Özellikle hizmet alanında bankacılık sektöründe internet kullanımının arttığı gözlemlenmektedir. Bankalar, hem kurumsal hem de bireysel müşterilerine internet üzerinden pek çok bankacılık hizmetini sunabilmektedirler. İnternetin sunduğu pek çok hizmet bankalara çeşitli maliyet tasarrufları sağlamaktadır. Bankacılık hizmetlerinin internet aracılığıyla sunumu bankalara satış, tanıtım, iletişim vb. alanlarda da önemli tasarruflar sağlamaktadır. Bu doğrultuda, çalışmada "internet bankacılığı bankaların giderlerinde azalmaya yol açar" şeklinde bir hipotez geliştirmiş ve bu hipotez t-test istatistiği kullanılarak analiz edilmiştir.

IV. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Ticari bankalar üzerinde gerçekleştirilen araştırmanın ana kütlelerini 13.12.2002 tarihi itibarıyla Türkiye Bankalar Birliği web sayfasında (www.tbb.org.tr) yer alan 41 ticaret bankası oluşturmaktadır. Ana kütlede yer alan tüm bankalar araştırma kapsamına dahil edilmiş, örneklem seçimine gidilmemiştir.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler bankaların genel müdürlüklerine posta yolu ile gönderilmiştir. Anket formunun geliştirilmesinde literatür taramasından yararlanıldığı gibi Adana il merkezinde faaliyette bulunan 5 ticari banka yöneticisi ile yapılan görüşmelerden de yararlanılmış ve anketle ilgili ön araştırma bu beş ticari banka üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler sonucunda anket formu üzerinde gerekli düzeltmeler yapılarak anketler toplam olarak 41 bankanın genel müdürlüklerine gönderilmiş ve 31 bankadan ankete cevap gelmiştir. Dolayısıyla geri dönüş oranı %76 olarak gerçekleşmiştir.

Verilerin analizinde SPSS (Statistical Package For Social Sciences) For Windows paket programı kullanılmıştır. Bankaların internet bankacılığına ilişkin tanımlayıcı verilerinin sunumunda frekans dağılımları ve çapraz tablolardan yararlanılmıştır. İnternet bankacılığının bankaların giderlerinde azalmalara yol açtığı yönünde geliştirilmiş olan hipotezin ise t-test istatistiği kullanılarak test edilmiştir.

Ticari bankaları internet bankacılığına yönelten faktörlerin sınıflandırılmasında faktör analizinden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda internet bankacılığına ilişkin olarak geliştirilen 19 yargı cümlesine banka yöneticilerinin katılım düzeylerini ifade etmeleri istenmiş ve elde edilen verilere faktör analizi uygulanarak ticari bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörler sınıflandırılmıştır.

V. ARAŞTIRMA İLE ELDE EDİLEN VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Bu bölümde araştırma kapsamında yer alan ticari bankalar üzerinde gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda elde edilen verilerin analizi ve bu doğrultuda ulaşılan bulgulara yer verilmektedir. Verilerin analizinde SPSS For Windows paket programı kullanılmıştır

V.1. Bankaların Çeşitli Teknolojik Araçları Kullanım Oranları

Araştırma kapsamında yer alan bankalara, ATM, kredi kartı, telefon/ev bankacılığı, ofis bankacılığı ve ücretsiz 444'lü hatlarla 24 saat müşteri hizmeti uygulamalarından hangilerini kullandıkları sorulmuş ve elde edilen cevaplar Tablo.1'de sunulmuştur.

Tablo.1. Çeşitli Banka Uygulamalarının Dağılımı

Banka Uygulamaları		Evet	Hayır	TOPLAM
ATM	Sayı	24	7	31
	%	77.4	22.6	100.0
Kredi Kartı	Sayı	24	7	31
	%	77.4	22.6	100.0
Telefon/Ev Bankacılığı	Sayı	16	15	31
	%	51.6	48.4	100.0
Ofis Bankacılığı	Sayı	10	21	31
	%	32.3	67.7	100.0
444'lü Hatlarla Müşteri Hizmeti	Sayı	22	9	31
	%	71.0	29.0	100.0

Tablo.1'de de görüldüğü gibi bankaların %77.4 gibi büyük bir kısmı hem ATM hem de kredi kartı uygulamalarını kullanmaktadırlar. Bu uygulamaları %71 ile

ücretsiz 444'lü hatlar ile 24 saat müşteri hizmeti sunumu takip ederken (%71), telefon/ev bankacılığı (%51.6) ile ofis bankacılığı (%32.3) çok daha düşük oranlarda bankalar tarafından kullanılmaktadır.

V.2. İnternet Bankacılığı Uygulaması

Ankete katılan 31 ticaret bankasının internet bankacılığını uygulayıp uygulamadıklarını tespit etmek amacıyla sorulan soruya verilen cevaplar Tablo 2.'de görüldüğü gibidir.

Tablo.2. İnternet Bankacılığı Uygulaması

İnternet Bankacılığı Uygulaması	Frekans Dağılımı	Oranı (%)
Evet	19	61.3
Hayır	12	38.7
TOPLAM	31	100

Tablo.2 incelendiğinde araştırma kapsamındaki ticari bankaların %61.3'ünün internet bankacılığı hizmetini müşterilerine sunmuş oldukları görülmektedir. Bankaların %38.7 si ise internet bankacılığı uygulamasını kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

V.3. İnternet Bankacılığını Kullanmama Sebepleri

Tablo.2 incelendiğinde ankete katılan 12 ticaret bankasının (%38.7) internet bankacılığını kullanmadıkları görülmektedir. Bu 12 bankaya internet bankacılığını kullanmama sebepleri sorulduğunda elde edilen sonuçlar Tablo.3' de verilmiştir.

Tablo.3. İnternet Bankacılığını Kullanmama Sebepleri

İnternet Bankacılığını Kullanmama Sebepleri	Frekans Dağılımı*	Oranı (%)*
Güvenlik sorunu	2	16.7
Sistemi kurmanın maliyetli oluşu	4	33.3
Müşterilerden böyle bir talebin olmayışı	-	-
Banka karlılığını artırmayacağı düşüncesi	-	-
Hazırlıklar devam ediyor	4	33.3
Diğer	4	33.3

* Birden fazla seçenek işaretlendiği için banka sayısı toplamı 12'yi yuzdesi de %100'ü geçmektedir.

Tablo.3'de de görüldüğü gibi bankaların %33.3'ü internet bankacılığını kullanmama sebebi olarak sistemi

kurmanın maliyetli olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca internet bankacılığını kullanmayan bankaların %16.7'si ise güvenlik sorunu sebebiyle internet bankacılığı uygulamasını başlatmadıklarını belirtmişlerdir.

Diğer seçeneğini işaretleyen bankalar ise, tek şubeli toptan ticari bankacılık faaliyeti gerçekleştirme, şirket politikası ve Türkiye'de bireysel şubecilik yapmama gibi sebeplerden dolayı internet bankacılığını kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Şu an için internet bankacılığını kullanmayan toplam 12 bankanın 4'ü (%33.3) ise internet bankacılığının kullanılmalarına ilişkin olarak herhangi bir sebep göstermemiş ve internet bankacılığı uygulamasına geçiş hazırlıklarının devam ettiğini ifade etmişlerdir. İnternet bankacılığını kullanmayan 12 ticari bankaya internet bankacılığına girmeyi planlayıp planlamadıkları sorulmuş ve Tablo.4'deki veriler elde edilmiştir.

Tablo.4. İnternet Bankacılığına Giriş Planlaması

İnternet Bankacılığına Giriş Planı	Frekans Dağılımı	Oranı (%)
Evet	10	83.3
Hayır	2	16.7
TOPLAM	12	100

Tablo.4 incelendiğinde, şu an için internet bankacılığını kullanmayan bankaların %83.3 gibi önemli bir kısmının internet bankacılığına girmeyi planladıkları görülmektedir. Bankaların % 16.7'sinin ise internet bankacılığına girme planlarının olmadığı ortaya çıkmıştır. Tablo 2.4.'de internet bankacılığını kullanan bankaların oranının %61.3 olduğu görülmektedir. Bu uygulamayı kullanmayan bankaların %83.3'ünün (Tablo.4.) internet bankacılığına girmeyi planladıkları ve %33'ünün şu an internet bankacılığına giriş için hazırlık aşamasında oldukları düşünülürse yakın bir gelecekte internet bankacılığı uygulamasına geçen ticari banka sayısının önemli bir büyüklüğe ulaşacağı söylenebilir.

V.4. İnternet Bankacılığını Kullanım Süreleri

İnternet bankacılığını kullanan 19 bankaya (%61.3) ne kadar süredir bu uygulamayı gerçekleştirdikleri sorulmuş ve Tablo.5'de yer alan veriler elde edilmiştir.

Tablo.5 incelendiğinde internet bankacılığını kullanan ticari bankaların %10.5'inin 1 yıldan az süredir, %15.7'sinin 1 ila 2 yıl arası, %10.5'inin ise 2 yıldan fazla 3 yıldan az süredir internet bankacılığını kullandıkları görülmektedir. Bankaların 63.3'ünün ise 3 yıldan fazla süredir internet bankacılığını kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo.5. İnternet Bankacılığını Kullanım Süreleri

Kullanım Süresi	Frekans Dağılımı	Oranı (%)
1 yıldan az	2	10.5
1-2 yıl arası	3	15.7
2.01-3 yıl arası	2	10.5
3.01-4 yıl arası	7	37
4 yıldan fazla	5	26.3
TOPLAM	19	100

V.5. İnternet Bankacılığını Kullanım Alanı

Araştırma kapsamında yer alan ve internet bankacılığını kullanan ticari bankalar, geleneksel bankacılık faaliyetlerini hem bireysel hem de kurumsal alanda ya da bunlardan sadece birinde yürüten bankalardan oluşmaktadır. Bu bankaların internet bankacılığını bu alanlardan hangilerinde kullandıklarını tespit etmek amacıyla sorulan soruya verilen cevaplar Tablo.6'da verilmiştir.

Tablo.6. İnternet Bankacılığını Kullanım Alanı

Kullanım Alanı	Frekans Dağılımı	Oranı (%)
Bireysel Bankacılık	3	15.8
Kurumsal Bankacılık	-	-
Her iki alanda birden	16	84.2
TOPLAM	19	100

Tablo.6'da da görüldüğü gibi ticari bankaların %84.2 gibi önemli bir kısmı internet bankacılığını hem bireysel bankacılık hem de kurumsal bankacılık hizmetlerinin yürütülmesinde kullanmaktadırlar. İnternet bankacılığını sadece bireysel bankacılık alanında kullanan bankaların oranı %15.8 iken sadece kurumsal bankacılık alanında kullanan bankanın olmadığı görülmektedir. Bu sonuçlarda internet bankacılığının her iki alanda da (bireysel-kurumsal) bankalar tarafından kullanıldığını göstermektedir.

V.6. İnternet Bankacılığını İle Sunulan Hizmetler

Ticari bankalar hem bireysel hem de kurumsal alanda pek çok bankacılık hizmetinin sunumunda (örneğin hesap bakiyesi, kredi kartı bilgileri, para transferi, hesap açma, fatura ödeme gibi) internetten faydalanmaktadırlar. Bu doğrultuda araştırmaya katılan ve internet bankacılığını kullandığını ifade eden ticari bankalara hangi bankacılık hizmetlerinin sunumunda internet bankacılığında faydalandıkları sorulduğunda elde edilen cevaplar Tablo.7'de verilmiştir. Tablo.7'de yer alan bankacılık hizmetleri hem literatür taraması

sonucunda hem de banka yetkilileri ile yağılan görüşmeler sonucunda belirlenmiştir.

Tablo.7. İnternet Bankacılığı İle Sunulan Hizmetler

Hizmet Çeşidi	Frekans Dağılımı*	Oranı (%)*
Bilgi Hizmetleri(Bakiye, hesap hareketleri, kredi kartı borcu bilgileri vb.)	19	100
Para transferleri	19	100
Fatura ödeme	17	89.4
Kredi başvuruları	9	47.3
Hesap açma	15	78.9
Döviz işlemleri	18	94.7
Vergi işlemleri	16	84.2
Yatırım işlemleri	19	100
Diğer	6	31.5

* Birden fazla seçenek işaretlendiği için işletme sayısı toplamı 19'u, oranların toplamı da %100'ü geçmektedir.

Tablo.7 incelendiğine araştırmaya katılan ve internet bankacılığını kullanan bankaların tamamı, hesap bakiyesi durumunu sorma, hesap hareketlerini inceleme, kredi kartı borcu bilgilerinin incelenmesi gibi çeşitli bilgi hizmetlerini müşterilerine internet aracılığıyla sunmakta olduğu görülmektedir. Bilgi hizmetlerinin yanı sıra para transferlerinin gerçekleştirilmesi ve yatırım işlemleri de araştırmaya katılan ve internet bankacılığı hizmetinin sunan tüm bankalar tarafından sunulan hizmetler arasında yer almaktadır. Aynı zamanda, internet bankacılığını kullanan bankaların %94.7'si döviz işlemlerini, %89.4'ü fatura ödeme işlemlerini, %84.2'si vergi işlemlerini, %78.9'u hesap açma işlemlerini internet üzerinden elektronik olarak gerçekleştirebilme hizmetini sunmaktadırlar. %47.3 ile internet üzerinden gerçekleştirilen hizmetler arasında en düşük orana sahip olan hizmet ise kredi başvurularının internet aracılığıyla elektronik olarak gerçekleştirilebilmesi olarak ortaya çıkmıştır.

V.7. İnternet Bankacılığının Banka Giderleri Üzerindeki Etkisi

Furst ve diğerlerine göre [4], endüstri tahminlerine dayalı olarak internet bankacılığı bankaların maliyetlerini düşürmekte ve gelirlerinde bir artışa sebep olmaktadır. Bu doğrultuda ankete katılan ve internet bankacılığını kullanan bankalara internet bankacılığı sonrasında giderlerine nasıl bir değişim olduğu sorulmuş ve 5'li likert ölçeği kullanılmak suretiyle cevapları ölçülmüştür. Elde edilen veriler Tablo.8'de görüldüğü gibidir. İnternet bankacılığının bankaların giderleri üzerinde nasıl bir değişim meydana getirdiğini saptamak amacıyla sorulan bu soruya verilen cevaplar kullanılarak, "İnternet bankacılığı bankaların giderlerinde azalmaya yol açar" şeklinde geliştirilmiş olan hipotez test edilmeye çalışılmıştır.

Tablo.8. İnternet Bankacılığının Banka Giderleri Üzerinde Meydana Getirdiği Değişim

Giderlerde Meydana Gelen Değişim	Frekans Dağılımı	Oranı (%)
Arttı	-	-
Kısmen arttı	1	5.3
Herhangi bir değişiklik olmadı	1	5.3
Kısmen azaldı	9	47.3
Azaldı	8	42.1
TOPLAM	19	100

"İnternet bankacılığı bankaların giderlerinde azalmaya yol açar" şeklinde geliştirilmiş olan hipotezi test etmek için örnek hacmi 30'dan küçük olduğu için t test istatistiği kullanılmıştır.

Buna göre;

H_0 : İnternet bankacılığı bankaların giderlerinde azalmaya yol açmaz

H_1 : İnternet bankacılığı bankaların giderlerinde azalmaya yol açar

Buna göre; $H_0 : \mu \leq 3$

$H_1 : \mu > 3$

Hipotezin testinde $n < 30$ olduğu için t- Test istatistiği uygulanmıştır [11]. Test istatistik formülü aşağıdaki gibidir.

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{S / \sqrt{n-1}}$$

İnternet bankacılığının kullanımı ile giderlerde meydana gelen değişimin sorulduğu soru likert ölçeğine göre ölçeklenmiş ve gelen cevaplar aşağıdaki şekilde puanlanmıştır:

Arttı: 1 , Kısmen arttı: 2 , Herhangi bir değişiklik olmadı: 3 , Kısmen azaldı: 4 , Azaldı: 5

Buna göre;

$$1) \bar{x} = \sum_{x=1}^n \frac{f_i \cdot x_i}{f_i} \quad \bar{x} = \frac{81}{19} = 4.26$$

$$2) S^2 = \frac{\sum_{i=1}^n f_i \cdot (x_i - \bar{x})^2}{n-1} \quad S^2 = \frac{11.69}{18} = 0.65$$

$$S = \sqrt{S^2} = \sqrt{0.65} = 0.81$$

$$3) t = \frac{\bar{x} - \mu}{S / \sqrt{n-1}}$$

$$t = \frac{4.26 - 3}{0.81 / \sqrt{18}} \Rightarrow t = 6.63$$

t- Dağılım Tablosuna bakıldığında $\alpha=0.05$ önem düzeyinde ve 18 serbestlik derecesinde tablo değeri 1.734 olarak bulunur. Hesaplanan t değeri (6.63) tablo değerinden (1.734) büyük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifadeyle, "İnternet bankacılığı bankaların giderlerinde azalmaya yol açar" şeklinde geliştirilmiş olan hipotez kabul edilmiştir.

V.8. İnternet Bankacılığını Kullanan Aktif Müşteri Sayısı

Araştırma kapsamında yer alan bankalara sunmuş oldukları internet bankacılığı hizmetinden yararlanan aktif müşteri sayıları sorulmuş ve elde edilen veriler Tablo.9'da sunulmuştur. Bankaların internet bankacılığı hizmetinden yararlanan müşteri sayıları bireysel ve kurumsal bankacılık alanlarında olmak üzere iki ayrı kısımda ele alınmıştır.

Tablo.9. Bireysel Bankacılık Alanında İnternet Bankacılığını Kullanan Aktif Müşteri Sayıları

Müşteri Sayısı	Frekans Dağılımı	Oranı (%)
5000'den az	4	21
5000-9999 arası	2	10.5
10.000-14.999 arası	-	-
15.000 ve fazlası	12	63.2
Bilinmiyor	1	5.3
TOPLAM	19	100

Tablo.9 incelendiğinde bankaların %63.2 gibi önemli bir kısmının internet bankacılığını kullanan müşteri sayısı 15.000 ve üzerinde olarak ortaya çıkmaktadır. Buna karşın internet bankacılığını kullanan bankaların %21'inde ise müşteri sayısının 5000'den daha az olduğu görülmektedir. 5000 ila 9999 arası müşteri

sayısına sahip olan bankaların oranı ise %10.5 olarak saptanmıştır.

Bireysel bankacılık alanında internet bankacılığını kullanan müşteri sayıları bu şekilde iken kurumsal bankacılık alanında internet bankacılığını kullanan müşteri sayıları ise Tablo.10'da görüldüğü gibidir.

Tablo.10. Kurumsal Bankacılık Alanında İnternet Bankacılığını Kullanan Aktif Müşteri Sayıları

Müşteri Sayısı	Frekans Dağılımı	Oranı (%)
100'den az	2	12.5
100-499 arası	2	12.5
500-999 arası	-	-
1000 ve fazlası	11	68.8
Bilinmiyor	1	6.2
TOPLAM	16	100

Tablo.10 incelendiğinde, internet bankacılığını kurumsal alanda kullanan ticari banka sayısı toplamının 16 olduğu ve bu bankaların %68.8'inde kurumsal müşteri sayısının 1000 ve üzerinde olduğu görülmektedir. 100'den az ve 100 ila 499 arasında kurumsal müşteriye sahip olan bankaların oranları ise %12.5 olarak gerçekleşirken 1 banka internet bankacılığını kullanan müşteri sayısının bilinmediğini ifade etmiştir.

V.9. İnternet Bankacılığında Karşılaşılan Problemler

Bankacılık alanında kullanılmaya başlayan ve oldukça yeni bir teknoloji olan internet bankacılığının sağladığı çeşitli avantajların yanı sıra getirdiği bazı problemler de mevcuttur. Bu doğrultuda internet bankacılığını kullanan bankalara bu yeni teknolojiyi kullanmalarından dolayı hangi problemlerle karşılaştıkları sorulmuş ve bu problemleri önem sırasına göre sıralamaları istenmiştir. Elde edilen veriler Tablo.11'de sunulmuştur. İnternet bankacılığını kullanan toplam 19 bankadan 1 tanesi internet bankacılığı konusunda herhangi bir problem yaşanmadığını bildirmiş ve diğer bankalar ise yaşadıkları problemleri önem sırasına göre Tablo.11'de sunulduğu biçimde ifade etmişlerdir.

Tablo.11 incelendiğinde 1 bankanın internet bankacılığı ile ilgili olarak herhangi bir problem yaşamadığı görülmektedir. Diğer bankaların (toplam 18 banka) karşılaştıkları problemler ise her bir problem kendi içerisinde değerlendirildiğinde şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

Tablo.11. İnternet Bankacılığında Karşılaşılan Problemlerin Önem Sırası

Karşılaşılan Problemler	1.		2.		3.		4.		5.		Toplam
	B.S.*	%	B.S.	%	B.S.	%	B.S.	%	B.S.	%	
Güvenlik ile ilgili problemler	1	6.7	4	26.7	2	13.3	2	13.3	6	40	15
Müşteriler arasında internet kullanımının yaygın olmayışı	13	72.2	4	22.2	1	5.6	-	-	-	-	18
İnternet hızının yavaş olması (alt yapı problemleri)	1	7.1	2	14.3	6	42.9	4	28.6	1	7.1	14
Sistemin kuruluş aşamasında yaşanan problemler	-	-	3	27.3	3	27.3	3	27.3	2	18.1	11
Mevzuat alt yapısında eksiklik	3	20	4	26.7	3	20	3	20	2	13.3	15
Herhangi bir problemle karşılaşılmadı	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1

* BS: Banka sayısı

Güvenlik İle İlgili Problemler

Toplam 18 bankanın 15'i (%83.3) güvenlik ile ilgili problemleri olduğunu belirtmişlerdir. Güvenlik ile ilgili problemlerle karşılaştıklarını belirten bankalardan sadece %6.7'si bu problemi 1. sırada önemli görürken, %26.7'si 2. sırada önemli görmüştür. Güvenlik problemini %13.3 ile 2 banka 3. yine aynı oranda diğer 2 banka da 4. sırada önemli görürken, bankaların büyük bir çoğunluğu (%40) güvenlik probleminin 5. sırada önemli görmüşlerdir. Güvenlik probleminin ilk sıralarda önemli bir problem olarak değerlendirilmesinin sebebi olarak geliştirilen yeni güvenlik sistemlerinin (çift onay alma vb.) kullanılmaya başlanması söylenebilir.

Müşteriler Arasında İnternet Kullanımının Yaygın Olmayışı

İnternet bankacılığını kullanan bankaların tamamı (%100) müşteriler arasında internet kullanımının yaygın olmamasından kaynaklanan problemin varlığına işaret etmişlerdir. Bu problemle karşılaştıklarını belirten bankaların %72.2 gibi önemli bir çoğunluğu da internet kullanımının müşteriler arasında yaygın olmayışı problemini 1. sırada önemli olarak görmektedirler. Bankaların %22.2'si bu problemi 2. sırada önemli olarak değerlendirirken %5.6'sı da 3. sırada önemli olarak değerlendirmişlerdir.

İnternet Hızının Yavaş Olması (Alt Yapı Problemleri)

İnternet hızının yavaş olması probleminin varlığını ifade eden bankaların oranı ise %77.8 olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bankaların sadece %7.1'i internet hızının yavaş olması probleminin 1. sırada önemli görürken %14.3'ü ikinci sırada, %42.9'u üçüncü sırada, %28.6'sı 4. sırada ve son olarak %7.1'i 5. sırada önemli görmüşlerdir.

Sistemin Kuruluş Aşamasında Yaşanan Problemler

Bankaların %61.1'i internet bankacılığı sisteminin kuruluş aşamasında yaşanan problemlerin varlığını ifade etmiş fakat hiç bir banka bu problemi 1. sırada önemli olarak görmemiştir. Sistemin kuruluş aşamasında problemler yaşadığını ifade eden bankaların %27.3'ü bu problemi 2. sırada önemli görürken, yine %27.3'ü 3. sırada ve benzer bir şekilde %27.3'ü de 4. sırada önemli gördüklerini ifade etmişlerdir. Son olarak bankaların %18.1'i ise bu problemi 5. sırada önemli olarak değerlendirmişlerdir.

Mevzuat Altyapısında Eksiklik

Mevzuat altyapısındaki eksiklik probleminin varlığını ifade eden bankaların oranı ise %83.3'tür. Bu problemin varlığına işaret eden bankaların %20'si mevzuat altyapısındaki eksikliği 1. derecede önemli bir problem olarak görürken, %26.7'si bu problemi 2. derecede önemli, %20'si 3. derecede önemli ve yine %20 'si 4. derecede önemli görmüşlerdir. Bankaların %13.3'lük kısmı ise mevzuat alt yapısındaki eksikliği 5. derecede önemli olan bir problem olarak ifade etmişlerdir.

Sonuç olarak bakıldığında bankaların çok büyük bir kısmı, müşteriler arasında internet kullanımının yaygın olmamasından kaynaklanan problemi internet bankacılığı açısından 1. derecede önemli bir problem olarak görmektedirler. Gerçekten de Türkiye'deki internet kullanımının çeşitli Avrupa ülkeleri ve ABD ile karşılaştırıldığında oldukça düşük olduğunu söylemek mümkündür. Ancak gün geçtikçe internet kullanıcılarının sayısında da, bankacılık işlemlerini internet üzerinden gerçekleştiren müşterilerin sayısında da artış beklenmesi yanlış olmayacaktır.

V.10. Bankaları İnternet Bankacılığına Yönelten Faktörlerin Sınıflandırılması

Bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörlerin sınıflandırılması için faktör analizi kullanılmıştır.

Bu amaçla, banka yöneticileri ile gerçekleştirilen yüz yüze görüşmeler internet bankacılığına ilişkin literatür taraması sonucunda 19 değişken oluşturulmuş ve bu değişkenlere banka yöneticilerinin katılım düzeyi sorulmuştur. Faktör analizi, internet bankacılığını kullandıklarını ifade eden 19 banka yöneticisi ile internet bankacılığına girmeyi planladıklarını ifade eden 10 banka yöneticisinin 19 değişkene katılım düzeylerini belirttikleri veriler üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Ölçeğin güvenilirliğinin test edilmesine alfa katsayısı kullanılmıştır. 0 ile 1 arasında değerler alan alfa katsayısının 1'e yakın olması ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğunu, 0'a yakın bir değer olması ise güvenilirliğin düşük olduğunu göstermektedir [12]. Çalışmada hesaplanan alfa katsayısı ise 0.82 olduğundan ölçeğin güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Faktör analizinin uygunluğunu test etmek için Bartlett küresellik testi kullanılmıştır. Buna göre hesaplanan test istatistiği değeri 343.9 ve önem düzeyi 0.001'dir. Bu değerler de korelasyon matrisinin birim matrisi olduğunu varsayan H_0 hipotezinin reddetmekte dolayısıyla faktör analizinin uygunluğunu göstermektedir. Faktör Analizinin başlangıç çözümü Tablo.12'de verilmiştir.

Tablo.12. Faktör Analizi Başlangıç Çözümünün İstatistiksel Sonuçları

Faktör No	Eigen Value	Varyans	Ekllemeli Varyans
1	6.40	33.67	33.67
2	2.66	14.00	47.67
3	2.07	10.90	58.57
4	1.74	9.14	67.71
5	1.29	6.80	74.51
6	0.90	4.72	79.23

Tablo.12 incelendiğinde, bankaları internet bankacılığını kullanmaya sevk eden faktörlerin sınıflandırılması amacıyla gerçekleştirilen faktör analizi sonucuna göre 5 faktörün öz değeri (eigen value) 1'den büyük olduğu için faktör sayısı 5 olarak kabul edilmiştir. Her biri taşıdıkları değişkenler arasındaki ilişkilere bakılmak suretiyle adlandırılacak olan bu faktörler, araştırma kapsamındaki bankaları internet bankacılığını kullanmaya sevk eden faktörlerin %74.51'ini açıklamaktadır. Faktör analizinin varimax rotasyonuna göre hesaplanan son çözümü ise Tablo.13'de olduğu gibidir.

Tablo.13'de görüldüğü gibi faktör analizi sonucunda, ticari bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörlerin sınıflandırılmasında 5 faktör ortaya çıkmıştır. Ortak faktör varyansları da (communality, h^2) %57 ile %90 arasında değerler almıştır.

Bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörleri açıklamada birinci önemli faktör, *müşteri memnuniyeti ve karlılık* olarak adlandırılmıştır. Bu faktör bankaları internet bankacılığını kullanmaya sevk eden faktörlerin % 33.67'sini açıklamaktadır. Birinci faktör ile ilgili olarak faktör yükleri incelendiğinde, 0.83 değeri ile "internet bankacılığı ile müşteri ihtiyaçlarına daha hızlı cevap verilebilmesi", 0.79 değeri ile "internet bankacılığı ile banka içi yoğunluğun azalması" ve 0.76 ile "müşterilere sunulan hizmet kalitesindeki artış" en yüksek değerleri alan değişkenler olarak ortaya çıkmaktadır. Bu değişkenleri sırasıyla; 0.67 değeri ile "Bankamız teknolojik gelişmeleri yakından takip etmektedir" değişkeni, 0.66 ile "İnternet bankacılığı maliyetlerde düşüş sağlar" değişkeni, 0.63 ile "İnternet bankacılığı karlılığı olumlu yönde etkiler" değişkeni, 0.62 ile "Hizmetler son teknoloji kullanılarak geliştirilmeli ve sunulmalıdır" değişkeni ve son olarak 0.55 ile "İnternet bankacılığı uygulaması ile toplam müşteri sayısında artış sağlanır" değişkeni izlemektedir.

Ticari bankaları müşterilerine hizmet sunumunda internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörleri açıklamada ikinci önemli olan faktör ise *iletişim etkinliği* olarak adlandırılmıştır. Bu faktör ise ticari bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörlerin % 14'ünü açıklamaktadır. İletişim etkinliği olarak adlandırılan ikinci faktöre ilişkin faktör yükleri incelendiğinde en yüksek faktör yükünün 0.94 ile "internet bankacılığı müşterilerle daha yakın olmayı sağlar değişkenine ait olduğu görülmektedir. Daha sonra ise sırasıyla 0.79 faktör yükü ile "internet bankacılığı müşterilerle iletişimi kolaylaştır", 0.75 faktör yükü ile "internet bankacılığı ile müşteri ilişkileri gelişir" ve 0.57 ile "internet bankacılığı sayesinde müşteriler şikayetlerini daha hızlı ve kolay bir şekilde iletebilir" değişkenleri gelmektedir. Gerçektende internetin sunduğu pek çok hizmet sayesinde (e-posta, web vb.) bankalar müşterileri ile çok daha yakın olabilmekte ve çok daha kolay iletişim sağlayabilmektedirler.

Ticari bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörleri açıklamada üçüncü derecede önemli olan faktör ise *maliyet tasarrufu* olarak adlandırılmıştır ve bu faktör internet bankacılığını kullanmaya sevk eden faktörlerin %10.90'nını açıklamaktadır. Maliyet tasarrufu faktörüyle ilgili faktör yükleri incelendiğinde, 0.84 ile "internet bankacılığı ile pazarlama maliyetlerinde düşüş sağlanır" değişkeninin en yüksek faktör değerini aldığı görülmektedir. "İnternet bankacılığının kullanılması ile personel sayısında azalmalar yaşanır" değişkeni 0.82 faktör yükü ile, "bankacılık müşterinin bulunduğu yerde yapılı" değişkeni de 0.72 faktör yükü ile bu değişkeni takip etmektedir.

Ticari bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörlerin sınıflandırılmasında dördüncü önemli olan faktör *müşteri hizmetinde etkinlik* olarak adlandırılmıştır. Bu faktör ise internet bankacılığını kullanmaya sevk eden faktörlerin %9.14'ünü açıklamaktadır. Müşteri hizmetinde etkinlik olarak adlandırılan bu faktöre ilişkin faktör yükleri incelendiğinde 0.81 ile "internet bankacılığı uygulaması müşteri şikayetlerinde azalmalara yol açar" değişkeni en yüksek faktör yükünü alan değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Bu değişkeni 0.72 faktör yükü ile "banka yönetimi olarak müşterilerimize en iyi hizmeti sunmak temel amaçlarımızdandır" değişkeni takip etmektedir.

Son olarak, bankaların internet bankacılığını kullanmalarında etkili olan faktörlerden beşincisi ise *müşteriye yakınlık* olarak adlandırılmıştır. Müşteriye yakınlık faktörü, internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörlerin %6.80'nini açıklamaktadır. Müşteriye yakınlık faktörüne ilişkin faktör yükleri incelendiğinde, 0.81 faktör yükü ile "yönetim olarak satış faaliyetlerinde müşteriyle doğrudan görüşmeye dayalı pazarlamadan yanayız" değişkeni en yüksek faktör yükünü alırken, 0.62 faktör yükü ile "müşterilerin bankamızdan beklentileri sürekli olarak araştırılmakta ve karşılanmaya çalışılmaktadır" değişkeni bu faktörü açıklamakta etkili olmaktadır.

Tablo.13. Ticari Bankaları İnternet Bankacılığını Kullanmaya Yönelten Faktörlerin Sınıflandırılmasına İlişkin Faktör Analizi Rotasyon Çözümü

		Fak1	Fak2	Fak3	Fak4	Fak5	h ²
8.	İnternet bankacılığı ile müşteri ihtiyaçlarına daha hızlı cevap verilmektedir	0.83					0.79
2.	İnternet bankacılığı ile banka içi yoğunluğu azalır	0.79					0.68
12.	İnternet bankacılığı ile müşterilere sunulan hizmet kalitesi artar	0.76					0.90
13.	Bankamız teknolojik gelişmeleri yakından takip etmektedir.	0.67					0.57
1.	İnternet bankacılığı maliyetlerde düşüş sağlar	0.66					0.84
3.	İnternet bankacılığı karlılığı olumlu yönde etkiler	0.63					0.79
14.	Hizmetler son teknoloji kullanılarak geliştirilmeli ve sunulmalıdır	0.62					0.57
4.	İnternet bankacılığı uygulaması ile toplam müşteri sayısında artış sağlanır	0.55					0.59
16.	İnternet bankacılığı müşterilere daha yakın olmayı sağlar		0.94				0.91
17.	İnternet bankacılığı müşterilerle iletişimi kolaylaştırır		0.79				0.82
11.	İnternet bankacılığı ile müşteri ilişkileri gelişir		0.75				0.64
9.	İnternet bankacılığı sayesinde müşteriler şikayetlerini daha hızlı ve kolay bir şekilde iletebilir		0.57				0.72
19.	İnternet bankacılığı ile pazarlama maliyetlerinde düşüş sağlanır			0.84			0.83
18.	İnternet bankacılığının kullanılması ile personel sayısında azalmalar yaşanır			0.82			0.75
15.	Bankacılık müşterinin bulunduğu yerde yapılır			0.72			0.75
10.	İnternet bankacılığı uygulaması müşteri şikayetlerinde azalmalara yol açar				0.81		0.82
5.	Banka yönetimi olarak müşterilerimize en iyi hizmeti sunmak temel amaçlarımızdandır				0.72		0.68
7.	Yönetim olarak satış faaliyetlerinde müşterilerle doğrudan görüşmeye dayalı pazarlamadan yanayız					0.81	0.77
6.	Müşterilerin bankamızdan beklentileri sürekli olarak araştırılmakta ve karşılanmaya çalışılmaktadır.					0.62	0.76

VI. SONUÇ

Bilgi ve iletişim teknolojisinin en önemli gelişmelerinden birisi olan internet pek çok alanda kullanılmaya başlayan bir araç konumuna gelmiştir. İşletmeler pek çok faaliyetlerini yürütmeye internetten faydalandıkları gibi müşteriler de internetin sunmuş olduğu hizmetlerden faydalanmaktadır.

Bankacılık sektörü de internet alanında faaliyet göstermeye başlayan başlıca sektörlerden bir tanesidir. Günümüzde bankalar sunmuş oldukları bankacılık hizmetlerinin müşterilerine internet aracılığıyla ulaştırabilmektedirler. Gerçekleştirilen bu çalışma ile Türkiye’de, ticari bankacılık sektöründe internet bankacılığının kullanımına yönelik durumu ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

- Araştırmaya katılan bankaların büyük bir çoğunlukla elektronik bankacılık uygulamalarından olan ATM ve kredi kartlarını kullandıkları görülmektedir. Bu uygulamaları 444’lü hatlarla müşteri hizmeti sunma uygulaması takip etmektedir. İnternet bankacılığı uygulamasına bakıldığında ise Ticari bankaların %61.3’ünün internet bankacılığını kullandıkları saptanmıştır. Bu oranın, şu an için internet bankacılığını kullanmayan fakat gelecekte kullanmayı planladıklarını ifade eden bankaların da eklenmesiyle önemli bir büyüklüğe ulaşacağı tahmin edilmektedir.

- İnternet bankacılığını kullanan bankaların bu uygulamayı %37’lik bir oranla 3 ila 4 yıl arasında, %26.3’lük bir oranla da 4 yıldan fazla bir süredir kullandıkları ortaya çıkmıştır.

- Bankaların büyük bir çoğunluğu (%84) hem bireysel hem de kurumsal bankacılık alanında internet bankacılığını kullandıkları tespit edilmiştir.

- Bilgi hizmetleri, para transferi hizmeti ve yatırım işlemleri internet bankacılığını kullanan tüm bankaların müşterilere sundukları hizmetler arasında yer alırken bu hizmetleri, döviz işlemleri, fatura ödeme, vergi işlemleri, hesap açma işlemleri ve kredi başvuruları takip etmektedir.

- “İnternet bankacılığı bankaların giderlerinde azalmalara yol açar” şeklinde geliştirilmiş olan hipotez kabul edilmiştir. Gerçekten de internet sayesinde bankalar pek çok maliyetlerde tasarruf yaparak faaliyet giderlerinin geleneksel bankacılığa oranla daha düşük olmasını sağlayabilirler.

- İnternet bankacılığı kullanımında bankaların karşılaştıkları problemlerin başında, müşteriler arasında internet kullanımının yaygın olmaması gelmektedir. Gerçekten de internet kullanıcılarının sayılarına

bakıldığında Türkiye’deki kullanıcı sayısının 2002 yılı itibarıyla 4 milyon kişi olduğu tahmin edilmiştir [13].

- Çalışmada ticari bankaları internet bankacılığını kullanmaya yönelten faktörler sınıflandırılmak istenmiş gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda bu konuda etkili olan 5 faktör belirlenmiştir. Bu faktörler, müşteri memnuniyeti ve karlılık, iletişim etkinliği, maliyet tasarrufu, müşteri hizmetinde etkinlik ve müşteriye yakınlık olarak adlandırılmıştır.

Sonuç olarak ifade etmek gerekirse internet, bankacılık sektöründe kullanılan en yeni teknolojik gelişmelerden birisidir ve gün geçtikçe bu teknolojiden faydalanarak hizmetlerinin sunumunu internet üzerine taşıyacak olan bankaların sayısında artış beklenmektedir. İnternet hem bankalar hem de bankaların müşterilerine önemli avantajlar sağlamaktadır. Bankalar açısından maliyetlerde düşüşün yaşanması, iletişimin daha kolay ve etkin bir şekilde yürütülmesi, müşterilerle daha yakın olunması internetin sağladığı başlıca faydalar arasında sayılabilir. Banka müşterileri de, internet bankacılığı sayesinde istedikleri yer ve zamanda bankacılık işlemlerine gerçekleştirebilmekte ve bankaları ile kolay bir şekilde iletişim kurarak problemlerini en kısa sürede iletebilmektedirler.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Arkan, S. (1991). *Bankacılıkta Kullanılan Yeni Elektronik Sistemlerle İlgili Hukuki Sorunlar*. Ankara: Türkiye Bankalar Birliği Yayın No:166.
- [2] Angehrn, A.A., & Jens, F.M. (1997). Developing Mature Internet Strategies Insight From The Banking Sector. *Information Systems Management*, 14(3), Summer, ss.37-43.
- [3] Liao, S., Yuan, P.S., Huaiqing, W., & Ada, C. (1999). The Adaption of Virtual Banking: An Empirical Study. *International Journal of Information Management*, 19(1), February, ss.63-74.
- [4] Furst, K., William, W.L., & Nolle, D. (2002). Internet Banking. *Journal of Financial Services Research*, 22(1/2), ss.95-117.
- [5] Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of Trust on Customer Acceptance of Internet Banking. *Electronic Commerce Research and Application*, 1(3-4), Autumn-Winter, ss.247-263.
- [6] Takan, M. (2001). *Bankacılık Teori Uygulama ve Yönetim*. 1. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [7] Courchane, M., Nickerson, D., & Sullivan, R. (2002). Investment in Internet Banking As A Real Option: Theory and Tests. *Journal of Multinational Financial Management*, 12(4-5), October-December, ss.347-363.
- [8] Terry, S.H. (1999). First Tennessee’s FTP Online Plies The Internet To Become Customers’ Financial Advisor. *Journal of Retail Banking Services*, 21(1), Spring., ss.7-13.

- [9] Kamakura, W.A., Wedel, M., de Rosa, F., & Mazzon, J.A. (2003). Cross-Selling Through Database Marketing: A Mixed data Factor Analyzer For Data Augmentation and Prediction. *International Journal of Research in Marketing*, 20, ss.45-65.
- [10] Keener, A.. (1999). On-line Banking Expected To Boom. *Triangle Business Journal*, 14(33), s.28.
- [11] Kurtuluş, K. (1996). *Pazarlama Araştırmaları*. 5. Baskı. İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No:28. İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yayın No:160. İstanbul: Avcıol Basım-Yayın.
- [12] SPSS for WINDOWS (1993), *Professional Statistics*. Release 6.0, SPSS Inc.
- [13] Cohen, N. (2000). Talking Turkey. (<http://www.emarketer.com>). [07.04.2001].

Serap ÇABUK (cabuks@cu.edu.tr) is Professor in Business Administration Department of Çukurova University. She has a Ph.D. of Marketing at Çukurova University Social Sciences Institute. Her research areas are sales management, consumer behavior, marketing research and services marketing.

Hilal İNAN (ihilal@cu.edu.tr) is Assistant Professor in Business Administration Department of Çukurova University She has a Ph.D. of Marketing at Çukurova University Social Sciences Institute. Her research areas are internet marketing, services marketing and marketing research.

ÖRGÜTLERDE BEDENSEL VE ZİHİNSEL ENGELLİ İŞGÖREN AYRIMCILIĞI: UYGULAMALI ETİK BOYUTUYLA BİR DEĞERLENDİRME

Oya AYTEMİZ SEYMEN¹, Tamer BOLAT²

¹Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Doçent Dr.

²Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir Meslek Yüksek Okulu, Doçent Dr.

DISCRIMINATION OF EMPLOYEES WITH DISABILITIES IN TERMS OF PHYSICAL AND MENTAL IN ORGANIZATIONS: AN EVALUATION WITH THE EXTENT OF THE APPLIED ETHICS

Abstract: Although contemporary developments such as globalization, human rights and getting democratic and understanding total quality have positive effects in the field of management and organization, it is seen that the discrimination imposed on physically and mentally disabled employee in working life has not been completely prevented. In other words, we can see the discrimination of physically and mentally disabled employee in organizations a different dimension. One of these is the dimension of human resources functions and applications. At this point, it can be brought up at which degree these applications (human resource planning, recruitment and selection, performance evaluation, training and development, compensation management, career management, occupational safety and health, labor relations, discipline etc.) are or not in the content of discrimination by searching thorough applied ethics.

Keywords: Ethics, Business Ethics, Applied Ethics, Discrimination, Disability Employee

ÖRGÜTLERDE BEDENSEL VE ZİHİNSEL ENGELLİ İŞGÖREN AYRIMCILIĞI: UYGULAMALI ETİK BOYUTUYLA BİR DEĞERLENDİRME

Özet: Yönetim ve örgüt alanında, küreselleşme, insan hakları ve demokratikleşme ve toplam kalite anlayışı vb. çağdaş gelişmelerin olumlu etkilerine rağmen, çalışma yaşamında bedensel ve zihinsel engelli işgörenlere uygulanan ayrımcılığın tam anlamıyla önlenemediği görülmektedir. Başka bir deyişle, örgütlerde bedensel ve zihinsel engelli işgören ayrımcılığı çeşitli boyutlarda karşımıza çıkabilmektedir. Bunlardan biri de insan kaynakları işlevleri ve uygulamaları boyutudur. Bu noktada, söz konusu uygulamaların (insan kaynakları planlaması, işgören bulma, seçme ve yerleştirme, performans değerlendirme, eğitim ve yetiştirme, ücret yönetimi, kariyer yönetimi, mesleki sağlık ve güvenlik, çalışma ilişkileri yönetimi, disiplin vb.) ne ölçüde ayrımcılık kapsamına girdiği, ne ölçüde girmediği, uygulamalı etik yardımıyla araştırılarak ortaya konabilir.

Anahtar Kelimeler: Etik, İş Etiği, Uygulamalı Etik, Ayrımcılık, Engelli İşgören

I. GİRİŞ

Örgütlerde bazı bireylere ve gruplara sunulan bazı olanaklar, diğer birey ya da gruplara sunulmayabilmektedir. Ayrımcılık olarak nitelenebilen bu durum, başka bir açıdan bireylere çeşitli boyutlarda farklı davranmayı içerir. Günümüzde örgütlerde özellikle insan kaynakları işlevleri boyutunda ayrımcılığın yapıldığı görülmektedir. İşe alma ve yerleştirme, eğitim ve yetiştirme, performans değerlendirme, terfi, tazminat, ödüllendirme ve işten çıkarma gibi pek çok insan kaynakları uygulamalarında, örgüt içerisindeki bireylere, ırk, renk, milliyet, etnik köken, cinsiyet, yaş, fiziksel veya zihinsel yeterlilik vb. özelliklerinden dolayı farklı davranılabilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın ana konusunu oluşturan bedensel ve zihinsel engelli ayrımcılığı da ilgili yazında ve uygulamalarda karşımıza çıkan bir olgudur.

Örgütlerde bedensel ve zihinsel engelli bireylere uygulanan ayrımcılığın önlenmesinde ya da yaratacağı olumsuz sonuçların ortadan kaldırılmasında bir çözüm alternatifi olarak etiğin bir alt disiplini olan uygulamalı etikten yararlanılabilir. Uygulamalı etik, dünya ölçeğinde çeşitli açılardan tartışmaya açık olan yaşamsal konuları genel etik ilkeler çerçevesinde araştıran ve değerlendiren bir daldır. Örgütlerin sosyal sorumlulukları, temel işgören hakları ve iş ayrımcılığı gibi konuları, araştırma kapsamına alan uygulamalı etik, bu çerçevede bedensel ve zihinsel engelli işgörenlere uygulanan ayrımcılığı da inceleme konusu yapabilir.

Bu çalışmanın amacı, örgütlerde bedensel ve zihinsel engelli bireylere insan kaynakları işlevleri boyutunda yapılan uygulamaların ne ölçüde ayrımcılık kapsamına girdiğini ve söz konusu ayrımcılığın önlenmesinde uygulamalı etikten nasıl yararlanılabileceğini ortaya koymaktır.

II. ÖRGÜTLERDE BEDENSEL VE ZİHİNSEL ENGELLİ AYRIMCILIĞININ KAVRAMSAL ANALİZİ

II.1. Örgütsel Anlamda “Ayrımcılık” Olgusunun Kavramsal Analizi

Giddens (1991) örgütsel anlamda ayrımcılığı, örgüt yapısı içinde bazı bireylere ve gruplara sunulan hakların ve olanakların diğer bireylere ve gruplara tanınmaması olarak açıklamaktadır [1]. Başka bir tanımla ayrımcılık, bir örgütteki çalışanlara nasıl bir birey olduklarına bakılmaksızın, ait oldukları grup dikkate alınarak farklı davranılmasıdır [2]. Daha geniş açılımlı bir tanımla ayrımcılık, bir örgütte bireylere ırk, renk, milliyet, etnik köken, cinsiyet, yaş, fiziksel veya zihinsel yeterlilik vb. özellikleri dikkate alınarak, doğrudan veya dolaylı olarak diğer bireylerden farklı, işe alma, seçme, eğitime/yetiştirme/geliştirme ya da yükseltme gibi uygulamalarda bilinçli olarak farklı davranılmasıdır [3].

Yukarıdaki tanımlarda uygulanan farklı davranma, elbette olumlu ya da olumsuz anlamda karşımıza çıkabilmektedir. Ancak değişmeyen şey, olumlu anlamda farklı uygulamalara konu olan, yani bu durumdan fayda ve üstünlük sağlayanların tersine olarak, diğer taraftakilerin genellikle mağdur olmaları ve çeşitli ölçülerde zarar görmeleridir. Bu yönüyle ayrımcılık, bir grup insana karşı adaletsiz ve zarar verecek biçimdeki her türlü davranış olarak da tanımlanabilir [4]. Diğer yandan farklı davranmanın, her zaman adaletsizlik olarak kabul edilmemesi gerektiği de belirtilmelidir. Bazı durumlarda ayrımcılık, toplum çıkarları gereği üzerinde uzlaşılan bir davranış biçimi olabilir [2] ve bu da bir grup insanın çıkarlarına ters düşebilir.

Ayrımcılığa neden olan faktörler ise çeşitli şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Kasımoğlu ve Halıcı'ya göre [1], makro kültürel yapılardan kaynaklanan önyargılar, gelenekler ve ekonomik fırsatlar ayrımcılığa neden olmaktadır. Öte yandan Demircioğlu [5], toplumsal yapılar içindeki biyolojik ve kültürel farklılıkların, toplumsal davranışı belirleyen düşünce kalıplarında her zaman bir ayrımcılığı beraberinde getirdiğini öne sürmektedir. Yazar bu çerçevede, siyah-beyaz, erkek-kadın, etnik-dinsel ayrımı ya da bedensel ve zihinsel engelli (BZE)'lerle ilgili ayrımcılığın geçmişten bu yana tam anlamıyla ortadan kaldırılamadığını; ayrıca toplumsal rekabetin gücü ve bu rekabet içinde çeşitli grupların başarısız olacağı ve üretime katkı sağlayamayacağı önyargısını da önemli birer ayrımcılık nedeni olarak görmektedir.

Örgütsel anlamda ayrımcılığa ilişkin yazın incelendiğinde ise, çok çeşitli faktörlere dayalı olarak ayrımcılık yapıldığı görülmektedir. Ancak, özellikle cinsiyet, etnik köken, ırk ve kültürel faktörlerin etkili olduğu ayrımcı uygulamalara yazında daha sık

rastlanmaktadır.

Cinsiyete dayalı ayrımcılığı konu edinen çalışmalar, çoğunlukla “kadınlara” uygulanan ayrımcılığın varlığını göstermektedir [6-13]. Daily, Carton ve Dalton (1998), çalışmalarında, son 10 yıl içinde Fortune 500 sıralamasına giren şirketlerin yönetsel basamaklarındaki kadın yöneticilerin sayısında artış olmadığını belirtirken; Ragins, Townsends ve Mattis (1998), cinsiyete yönelik ayrımcılığın “ilerlemede sorun” şeklinde görüldüğünü belirterek bu bilgiyi desteklemektedir [1]. Türkiye’de ise, DİE’nin, istihdam ve ücret yapısına ilişkin olarak Kasım 1994’te yaptığı bir araştırma, toplam ücretler açısından bakıldığında kadın işgörenlere, erkeklere oranla % 40 daha az ücret ödendiğini ortaya koymuştur [14].

Örgütlerde ırk ayrımcılığı üzerinde duran yazarlar da bulunmaktadır [15-17]. Ragins, Townsends ve Mattis (1998), belirli ırklara mensup bireylerin örgütlerde ilerlemesinde sorun olduğunu; Hughes ve Thomas (1998) ise, belirli ırkların toplum içerisinde milli gelirden aldıkları payda bir artış olmadığını belirlemişlerdir [1].

Yukarıdakilere ilave olarak örgütlerde, evli olup olmama, eğitim görülen okullar, iş deneyimi ve gelir düzeyi gibi konulardan kaynaklanan ayrımcı uygulamalara da rastlanıldığı görülmektedir [18,19].

Kültürel farklılaşmanın bir ayrımcılık unsuru olarak ele alınması ise, daha çok küreselleşmenin ve çok uluslu işletmeciliğin sonucunda ortaya çıkmış bir gelişmedir. Hofstede’nin çalışmalarında bu durum açıkça vurgulanırken; Lawler ve Johnseok (1998) çok uluslu işletmelerin, insan kaynaklarına yönelik kültürel ayrımcılığa neden olduğunu ampirik olarak ortaya koymuştur [1].

Öte yandan Hann [12], örgütlerde farklılık (çeşitlilik), eşitlik ve eşit olanaklar gibi konuların giderek daha önemli bir yer tutmaya başladığına işaret etmektedir. Yaş, cinsel tercih ve din faktörlerinin de bu anlamda yakın gelecekte bir ayrımcılık olgusu olarak önem taşıyacakları öngörülmektedir.

II.2. Örgütsel Ayrımcılığın Sonuçları

Hangi kritere göre yapılırsa yapılsın, ayrımcılık beraberinde “bireysel”, “örgütsel” “toplumsal” ve “evrensel” bazda ekonomik, sosyal ve psikolojik yönü ağır basan olumsuz sonuçlara yol açmaktadır. Bunlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

• Ayrımcılığın en önemli bireysel sonuçları, motivasyonu düşürmesi ve çeşitli psikolojik sorunlara yol açmasıdır.

• Öte yandan ayrımcılığın örgütsel performans üzerindeki olumsuz sonuçlarından da bahsetmek gerekir. Örneğin bir araştırmada, ayrımcılığın, örgütlerin istenilen etkinlik düzeyine ulaşmasını engellediği ve önemli bir örgütsel çatışma kaynağı olduğu ortaya konulmuştur [1].

• Örgütsel anlamda ayrımcılık, örgütlerin sosyal sorumluluklarını yeterli ölçüde yerine getiremediğinin de bir göstergesi olarak görülebilir. Bu anlamda, örgütsel düzeyde ayrımcılık arttıkça, toplumda sosyal adalet olgusu daha fazla zedelenecek ve toplumsal çatışmalara neden olacaktır. Bu yönüyle örgütsel ayrımcılık, toplum düzeyinde sosyal maliyetleri de yükseltecektir.

• Ayrımcılık, en önemli evrensel ilkelere biri olan insan haklarına da tamamen ters bir uygulamadır. Dolayısıyla hangi sosyolojik birimde (aile, okul, işyeri gibi) uygulanırsa uygulansın kabul edilemez bir olgudur. İçinde faaliyet gösterdiği toplumsal yapının önemli bir yansıması olan “örgütlerdeki ayrımcılık” bu anlamda da evrensel barışı tehdit edebilecek düzeyde sonuçlar doğurabilir. Açıklamak gerekirse; toplumsal düzeyde yaşanan ayrımcılık örgütlere yansırken (bir dönem bazı ülkelerde toplumsal düzeyde yaşanan ırk ayrımcılığının aynen örgütlere yansıması gibi), örgütsel düzeyde yaşanan ayrımcılığın da topluma yansiyabildiği görülmektedir (örneğin, örgütlerde ayrımcılık nedeni olarak kabul edilebilen rüşvetin toplumda da yaygınlaşması gibi). Özellikle küreselleşme olgusu ile birlikte çok uluslu örgütlerin sayıca artması, bu tür uygulamaların yaygınlaşmasına neden olmakta ve bu da evrensel boyutta olumsuz etkiler yaratabilmektedir.

II.3. Örgütlerde Bedensel ve Zihinsel Engelli Ayrımcılığı

Örgütlerde BZE ayrımcılığını açıklamadan önce, BZE kavramının anlamını açıklamak yararlı olacaktır. Ancak bu noktada, BZE kavramının ilgili yazında farklı şekillerde ifade edildiğini –sakat, özürlü, yetersiz, engelli vb.- belirtmek gerekir. Aşağıdaki tanımlarda bu anlamdaşlık belirgin bir şekilde görülmektedir.

• ILO'nun yaptığı tanıma göre (1984) “engelli”, doğuştan (kalıtsal, akraba evliliği vb.) veya sonradan olma nedenlere (hastalık, kaza vb.) dayalı olarak, bedensel (görme, duyma, konuşma, el-kol-ayak-bacak aksaklıkları ve iç hastalıkları) ve/veya ruhsal yönden yetersiz hale gelmiş olan bireydir [20].

• Benzer şekilde Kutan (1978), “sakatlık” kavramını, doğuştan ya da sonradan olma herhangi bir hastalık veya kaza nedeniyle, kişinin, bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal fonksiyonlarında belirli bir oranda sürekli azalma ve kayıplara neden olan; ayrıca organ yokluğu veya bozukluğu sonucu normal yaşamın gereklerine uyum sağlamada ve günlük ihtiyaçlarını

karşılamada güçlük yaratan durum olarak tanımlamaktadır. Bu düzeyde yetersizliği olan kişilere de “özürlü-sakat-engelli” denilmektedir [21].

• Bir başka açıdan BZE'ler, işitme, konuşma veya fiziksel engelleri ve zihinsel hastalıkları ile normal fonksiyonlarını yerine getiremeyen ve bu özellikleriyle diğerlerinden ayrılan kişilerdir [21].

• 13.08.1998 tarih ve 23432 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren “Özürlüler İçin Kimlik Kartı Hakkındaki Yönetmelik'te, “özürlü, doğuştan ya da kaza etkisi altı aydan fazla süren sağlık bozukluğu sonucunda, bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal yeteneklerini %40 ve üstünde bir oranda kaybeden birey” olarak tanımlanmaktadır [21].

• 30.05.1997 tarih ve 572 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 5. maddesiyle değiştirilen 2828 sayılı Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu Kanunu'nun 3. maddesine göre, doğuştan veya sonradan herhangi bir kaza sonucu bedensel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmesi nedeniyle, normal yaşamın gereklerine uymama durumunda olup, korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyacı olan kişiye sakat (özürlü, engelli) denilmektedir [22].

• ABD'deki Engelli Ayrımcılığı Yasası'nın (Disability Discrimination Act) amaçları çerçevesinde, engelli olmak, bir kişinin normal günlük faaliyetlerini yerine getirmesinde önemli ölçüde ve uzun dönemli olumsuz etkisi olan fiziksel veya ruhsal rahatsızlığa (yetersizlik) sahip olması, şeklinde tanımlanmaktadır [3,23,24].

Çalışmanın bundan sonraki kısımlarında özürlü, sakat vb. ifadeler yerine “bedensel ve zihinsel engelli” kavramı kullanılacaktır. Yukarıdaki tanımlardan hareketle, BZE'ye ilişkin özellikler ise aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- BZE'ler, normal yaşamın gereklerine uyamama durumunda olup korunma, bakım, rehabilitasyon, danışmanlık ve destek hizmetlerine ihtiyaç duyarlar.

- BZE'ler, çalışma gücünü geçici veya sürekli olarak kaybedebilirler. Geçici kayıp, yaklaşık 6-18 ay içinde ortadan kaldırılabilir nitelikte olanlardır. Sürekli kayıp ise, insanın yaşadığı sürece engelli kalmasıdır. Çalışma gücünün %10'unun kaybı, çalışmayı engellemez; 2/3'ünü aşan kayıplar ise çalışmayı tamamen engeller. Kısmi sürekli kayıp ise %10- %66 oranındaki kayıplardır.

- BZE'lik doğuştan olabileceği gibi, sonradan olma herhangi bir hastalık veya kaza nedeniyle de ortaya çıkabilir.

- BZE'lik bedensel olabileceği gibi, zihinsel hatta her ikisi bir arada da olabilir [25]. Örneğin, kişi hem işitme engelli hem otistik olabilir. Ayrıca BZE'ler aşağıda Tablo.1 ve Tablo.2'de görüldüğü gibi sınıflandırılabilir:

Tablo.1. Bedensel Engelli Sınıflandırması

<p>• <u>Yürüme Engelliler</u></p> <p>Bu kimseler, ya büyük güçlükler çekerek hareket edebilirler veya yürümelerine yardımcı olan araçlara bağımlıdır. Yaya olarak uzun mesafeler kat edemezler ve seviye farklarını aşarken büyük zorluk çekerler.</p> <p>• <u>Tekerlekli Sandalyeye Bağımlı Engelliler</u></p> <p>Bu kimseler, sadece kol gücü ile veya elektrikle hareket eden tekerlekli bir sandalye yardımıyla hareket edebilirler.</p> <p>• <u>Kolları veya Elleri Engelli Olanlar</u></p> <p>Bu kimseler, kollarını veya ellerini ya büyük zorluklarla kullanabilirler ya da hiç kullanamazlar.</p>	<p>• <u>Görme Zorluğu Çekenler</u></p> <p>Bu kimseler ya çok zayıf bir görme kabiliyetine sahiptir ya da görüş alanları çok sınırlıdır. Sadece büyük kontrastları veya nesnelere dış hatlarını algılayabilirler.</p> <p>• <u>Körler</u></p> <p>Bu kimseler işitme ve dokunma yoluyla elde ettikleri bilgilere bağımlıdır.</p> <p>• <u>İşitme Zorluğu Çekenler</u></p> <p>Bu kimseler işitme cihazları, görsel bilgiler veren cihazlar ya da ortak dinleme donanımları gibi yardımcı araçlara bağımlıdır.</p> <p>• <u>Sağırklar</u></p> <p>Bu kimseler sadece görsel bilgiler veren donanımlara bağımlıdır.</p>
---	--

Kaynak: Resmi Gazete. (18.03.1998). Özürlülere Verilecek Sağlık Kurulu Raporları Hakkında Yönetmelik. No: 23290 [26]

Tablo.2. Bedensel ve Zihinsel Engelli Sınıflandırması

<p>• <u>Duyusal Özürlüler</u></p> <p>- Görme Özürlüler</p> <p>- Duyma Özürlüler</p> <p>• <u>Motorsal Özürlüler</u></p> <p>- Ortopedik Özürlüler</p> <p>• <u>Kolları veya Elleri Engelli Olanlar</u></p> <p>Bu kimseler, kollarını veya ellerini ya büyük zorluklarla kullanabilirler ya da hiç kullanamazlar.</p>	<p>• <u>Bilişsel Özürlüler</u></p> <p>- Öğrenme Yetersizliği</p> <p>- Algılama ve İşleme Hızının Azalması</p> <p>- Zeka Yetersizliği</p> <p>• <u>Psikolojik Rahatsızlıklar</u></p> <p>- Fobiler</p> <p>- Mazozizm</p> <p>- Depresifler</p> <p>- Şizofren</p> <p>- Mani</p>
--	--

Kaynak: Resmi Gazete. (18.03.1998). Özürlülere Verilecek Sağlık Kurulu Raporları Hakkında Yönetmelik. No: 23290 [26]; Öztürk, Y., & Günay, O. (2000). Sağlık 21 DSÖ Avrupa Bölgesi İçin Herkese Sağlık Politikası Çerçevesi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Yayınları No:126, s.107. [27]; Koptagel-İlal, G., (1991). Tıpsal Psikoloji Tıpta Davranış Bilimleri. 3.Baskı. Ankara: Güneş Kitabevi Ltd.Şti. ss.137-139. [28]

Örgütlerde çalışmakta /çalışacak olan bedensel ve zihinsel engelli işgörelere yönelik ayrımcılık da varlığını korumaktadır. Bir işveren ve/veya işletme yetkilisi/yöneticisinin engelli bir işgören ya da işgören adayına diğerlerinden farklı -istenmeyen tarzda-davranması ve bu davranışın ya da tutumun haklı gösterilememesi "BZE Ayrımcılığı" olarak ifade edilebilir. Buna yakın bir başka tanımla ise BZE ayrımcılığı, bir işveren ve/veya işletme yetkilisi/yöneticisinin, BZE işgörenine durumuna uygun bir görev verme konusunda başarısız olması ve bu başarısızlığa da mazeret gösterilememesi halidir [3].

Öte yandan, sözü edilen ayrımcılık BZE'lerin lehine diğer işgörenlerin ise aleyhine de sonuçlanabilmektedir. Başka bir deyişle, örgütte yürütülen faaliyetlerde bazen BZE'lere öncelik tanınmakta diğer personel ise geri planda tutulabilmektedir. Örneğin; terfi, işten çıkarma, uygun olmayan koşullarda ve ortamlarda çalıştırma vb. örgütsel konularda acıma duygusundan hareketle BZE'lere öncelik tanınması ve diğer personelin aleyhine karar verilmesi.

Örgütlerde BZE ayrımcılığı ağırlıklı olarak insan kaynakları işlevleri ve uygulamaları boyutunda karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede, iş başvuru prosedürleri, iş alma, eğitim/yetiştirme ve geliştirme, ödeme ve tazminat, kariyer yönetimi, çalışma koşulları, işten çıkarma veya emeklilik, sosyal yardım ve hizmetler, disiplin uygulamaları, performans değerlendirme gibi konularda, örgütlerde BZE işgören ayrımcılığının yaşandığı görülmektedir [16,29,30]. İnsan kaynakları işlevleri boyutunda BZE bireylere ayrımcılık yapılmaması durumu ise, insan kaynakları uygulamalarında kararların sadece bireyin iş ile ilgili özelliklerine ve becerilerine dayandırılarak alınması, iş performansı ile ilgisi olmayan faktörlerin ya da kişisel farklılıkların dikkate alınmamasıdır [31].

III. UYGULAMALI ETİK YARDIMIYLA ÖRGÜTLERDE BZE İŞGÖREN AYRIMCILIĞININ ÖNLENMESİ

Bir bilim dalı/disiplin olarak etik, bireyler, toplum ve örgütler açısından, yarar, iyi ve kötü gibi kavramları inceleyen; başka bir deyişle bireysel ve grupsal davranışların ve ilişkilerin hangilerinin doğru, hangilerinin yanlış olduğunu belirleyen; böylece ahlaki değerleri, ilkeleri ve standartları tanımlayan bir disiplindir [32,33]. Öte yandan bir felsefe ya da ahlak felsefesi olarak etik, insanların kurduğu bireysel ve toplumsal ilişkilerin temelini oluşturan değerleri, normları ve kuralları, doğru-yanlış ya da iyi-kötü gibi ahlaksal açıdan araştıran bir felsefe disiplindir [4].

Günümüzde felsefe ile uğraşan araştırmacılar, etik teorilerini dört genel konu başlığı altında incelemektedirler: Meta Etik, Betimleyici, Normatif Etik

ve Uygulamalı Etik. Etik ilkelerin nereden geldiğini ve ne anlam taşıdığını araştıran “Meta Etik” yardımıyla, bu ilkelerin yalnızca sosyal yenilikler mi yoksa bireysel duyguların ifadesi mi olduğu veya bunların ötesinde anlamlar taşıyıp taşımadığı değerlendirilir. “Betimleyici Etik”, toplum ya da toplumların, tutum ve davranışlarındaki ahlaki eğilimlerinin ne olduğunu araştıran ve davranışlarla ilgili olarak herhangi bir yargıda bulunmayan, yalnızca mevcut durumu bir anlamda fotoğraflayan etik dalıdır. “Normatif Etik”, neyin ahlaki bakımdan doğru ya da yanlış, neyin iyi ya da kötü olduğunu belirleyen ölçütler sunup, bu ölçütleri haklı kılma ve temellendirme işi ile uğraşan ve daha çok uygulamaya dönük bir etik alanıdır. Bu yönüyle normatif etik, örgütsel bazda yapılmakta olanın, aslında nasıl yapılması gerektiği üzerinde duran ve etiği “normlar” veya “standartlar” ile ilişkilendiren bir bakış açısı getirir [34,35]. Uygulamalı etik ise, spesifik olarak dünya ölçeğinde tartışılmalı olan –kürtaj, hayvan hakları, çevresel konular, eşcinsellik, küreselleşme, nükleer ve biyolojik silahlanma gibi- konuları inceler. Ancak uygulamalı etik, bu konuların incelenmesinde, meta etik, betimleyici etik ve normatif etiğin kavramsal araçlarından önemli ölçüde yararlanır [36,37].

Uygulamalı etik, etiğin sadece kavramsal bir bilim olarak değil, uygulamalı bir bilim olarak da ele alınabileceğini ifade eder. Buna göre, genel etik ilkelerin belirli yaşam ve eylem alanlarına uygulanmasıyla ortaya çıkan, özel ve somut bir “etik”ten söz etmek mümkündür. Bu çerçevede, tıbbi etik, bio etik, sosyal etik, iktisat etiği, bilim etiği, ekoloji etiği, barış etiği vb. uygulamalı etik türlerinden söz edilebilir. Örneğin sosyal etik, tek tek kişilerin yaşadıkları topluluğa karşı sahip oldukları hakları ve yükümlülükleri vurgulayan ve bu yönüyle bireysel etiği tamamlayan bir uygulamalı etik türüdür. Korff, “sosyal etiği, toplumun üstünde yükselen ve bireylerin hepsine uzanan normların, kurumların ve sosyal sistemlerin etiği” olarak ifade etmiştir [38].

Bu noktada, tartışılmalı konular kapsamındaki bazı örgütsel uygulamaları, “uygulamalı etik” çerçevesinde ele almak mümkündür. Örneğin, örgüt uygulamalarının getirdiği sosyal sorumluluklar, aldatıcı reklamlar, haksız rekabet, temel işgören hakları ve iş ayrımcılığı gibi konular, çeşitli açılardan tartışılabilir konulardır. Bu noktada BZE işgörenlere dönük uygulamalar, sosyal sorumluluklar, temel işgören hakları ve iş ayrımcılığı boyutunda ele alındığında, örgütler tarafından yapılan ayrımcılığın uygulamalı etiğin konusuna girip girmediği de anlaşılabilir. Aşağıda bu boyutlar ayrı ayrı değerlendirilmektedir.

III.1. Örgütlerin Sosyal Sorumlulukları ve Bedensel ve Zihinsel Engelli İşgören Ayrımcılığı

Sosyal sorumluluklar genel olarak, bir işletmenin ekonomik ve yasal koşullara, iş ahlakına ve işletme

paydaşlarının istek ve beklentilerine uygun bir çalışma stratejisi izlemesine ve genel olarak toplumu memnun etmesine yönelik örgütsel uygulamalardır [39,40].

Bazı örgütler, topluma çıkar sağlayan hemen her faaliyeti sosyal sorumluluk kavramı içine sokmaya çalışmaktadırlar. Bu görüşe göre, verimli ve etkin olarak mal ve hizmet üreten her örgüt, sosyal sorumluluğunu yerine getiriyor demektir. Ancak, günümüzün modern örgütlerinden bundan fazlası beklenmektedir. Bu sorumlulukların bir kısmı, kamu çıkarını korumak için hükümetlerin zorlaması ile gerçekleşirken; bir kısmı hatta çoğunluğu gönüllü olarak gerçekleştirilmektedir. Bu boyutta toplum, işletmelerden kıt olan kaynakları etkin ve verimli kullanmalarını, istihdam olanağı yaratmalarını, çevreyi tahrip etmemelerini ve sosyal aktivitelere yardımcı olmalarını beklemektedir. Örgütler bazı konularda sosyal sorumluluklarını yerine getirmekle aynı zamanda iyi bir imaj oluşturmuş olurlar.

BZE bireylerin fiziksel ve psiko-sosyal özellikleri nedeniyle, kendi yakın çevrelerinde ve toplum içinde bağımsız hareket edebilmeleri ve toplumun diğer bireyleri ile sağlıklı iletişim kurabilmeleri için uygun ortamlar hazırlanmalı ve onların yarınları güvence altına alınmalıdır. Bu amaçla BZE bireylere sosyal, kültürel ve ekonomik destek oluşturmak, toplumun tüm üyelerinin üzerinde durması gereken bir konudur [21]. Bu açıdan değerlendirildiğinde, BZE bireylerin diğer bireyler gibi yaşama ve çalışma hakları vardır. Bir işte çalışma, bireyin güven ve öz-saygı duygularını güçlendirmektedir. Öte yandan, sağlam ve esen sayılan insanlar gibi BZE bireyler de doğal, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayabilmek için çalışmak ve gelir sağlamak zorundadırlar. Toplumların BZE bireylere bakış açılarındaki tüm olumlu gelişmelere rağmen, BZE bireyler, kendilerine yeterli duruma getirilmeleri, topluma kazandırılmaları, çalışma yaşamına katılmaları, iş bulabilmeleri ve bu işi sürdürebilmeleri vb. konularda çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadırlar [41-43].

Bu sorunlar etik açıdan incelendiğinde, “etik tavrın temelinde sorumluluk bilincinin yattığı” düşüncesi hareket noktası olabilir [44]. Sonuçta, özen gösterilmesi gereken bir toplumsal kesim olarak BZE bireyler ve bunlara yönelik örgütsel faaliyetler, uygulamalı etiğin inceleme alanına girer.

III.2. Temel İşgören Hakları ve Bedensel ve Zihinsel Engelli Bireyler

Gerek bir örgütte çalışan gerekse çalışmaya hazırlanan BZE bireylerin, işe girişten, işten ayrılış sürecine kadar geçen sürede bazı işgören haklarına sahip oldukları bilinmektedir. Bu haklar, işgörenin BZE olup olmamasıyla ilişkili değildir; dolayısıyla tüm işgörenleri ilgilendirir. Bu haklardan bir kısmı, kaynağını yasalardan -Anayasa, İş Kanunu vb.-, uluslar arası sözleşme ve

tavsiye kararlarından; bir kısmı da evrensel, toplumsal, sektörel ve hatta örgütsel norm ve değerlerden almaktadır. Örneğin, bir insan kaynakları yönetimi ilkesi olan “eşitlik ilkesi”, örgütlerde insan kaynakları uygulamalarında, dil, din, ırk, siyasal düşünce, inanç vb. farklılıkların dikkate alınmaması ve hiçbir kişiye, aileye, zümreye ayrıcalık tanınmamasıdır [45,46]. Buradan hareketle, temel işgören hakları kapsamında BZE bireylerin bir işgören olarak söz konusu haklardan diğer işgörenlerle birlikte yararlanıp yararlanmayacağı ya da ne ölçüde yararlanabileceği, uygulamalı etik çerçevesinde değerlendirilmesi ve yanıtlanması gereken bir konudur.

III.3. Bedensel ve Zihinsel Engelli İşgörenlere Yönelik İş Ayrımcılığı

BZE bireylere yönelik iş ayrımcılığı ile kastedilen, işgörenlerin yalnızca BZE oldukları için uğradıkları yanlış ve haksız uygulamalardır. Örneğin, terfi kararlarının verilmesinde, BZE olmalarından dolayı kişilerin terfi ettirilmemeleri gibi. İş ayrımcılığı konusu ise, zaten uygulamalı etiğin ilgi alanlarından birini oluşturur [37].

Ayrıca, uygulamalı etiğin, Pieper [38] tarafından aşağıda belirtilen bazı ayırt edici özellikleri, bu konunun neden uygulamalı etik çerçevesinde ele alınması gerektiğinin anlaşılmasına yardımcı olacaktır:

- Uygulamalı etiğin kapsamına giren sorunların tümünde, bir açmaz, bunalım ya da kararsızlık durumunda kabul edilen değerlerin tartışılması ve neden belirli bir durumda bu değer, bir başka durumda ise diğer değer tercih edilme nedenlerinin belirtilmesi söz konusudur. Örneğin, genel olarak işsizliğin yoğun olduğu dönemlerde, iş başvurusunda bulunanlar arasında BZE olmayanlara öncelik verilmiş olabilir. Bu eğilime gerekçe olarak da, “sağlıklı insanlar dururken BZE bireylerin istihdam edilmesinin gereksiz olduğu” düşüncesi gösterilebilir. Bu görüşü paylaşanların çıkış noktası, muhtemelen her iki gruptaki insanların da başka bir iş bulma şanslarının çok düşük olmasında yatmaktadır. Bu bakış açısı ile hareket eden yöneticilerin BZE bireylere yönelik bu ayrımcılığının “doğru ya da yanlış” olup olmadığının yanıtı, uygulamalı etik kapsamında verilebilir.

- Uygulamalı etiğe ilişkin sorunların çözümünde, çoğunlukla disiplinler arası bir bakış açısı gerekli olmaktadır. Yukarıdaki örnekte verilen durum incelendiğinde de bu sorunun sadece yönetim-organizasyon ve örgütsel davranışla sınırlı kalmayıp, hukuk, ahlak, sosyoloji, psikoloji, iktisat, çalışma ilişkileri vb. disiplinleri de kapsadığı görülmektedir.

- Uygulamalı etik, tartışmalı ve güncel nitelikli sorunların ve bunların nedenlerinin özenle incelenmesini; bunlara ilişkin eylemlerin “normatif hedefleri”nin saptanarak gerekçelerinin temellendirilmesini ve bu

hedeflere ulaşılmasını amaçlar. Dolayısıyla BZE işgörenlere yönelik ayrımcılığın nedenlerinin araştırılması ve buna yönelik normatif hedeflerin saptanması gerekir. Bu ise, meta etik ve normatif etiğin sonuçlarından da yararlanan uygulamalı etiğin kapsamını oluşturur.

- Uygulamalı etiğin görevlerinden biri de, sınırlı olanaklara sahip bir dünyada insanlığa yönelik bir adalet kavramı oluşturmaktır. BZE işgörenlere yönelik ayrımcılığın tartışılması da sosyal adaletin sağlanması ile ilgili adımları oluşturacaktır. Dolayısıyla bu konu, bu yönüyle de uygulamalı etiğin kapsamına girer.

IV. BEDENSEL VE ZİHİNSEL ENGELLİ İŞGÖRENLERE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ ÇERÇEVESİNDE UYGULANAN AYRIMCILIĞIN UYGULAMALI ETİK YARDIMIYLA ÖNLENMESİ

Bu bölümde BZE işgörenlere yönelik olarak, insan kaynakları yönetimi çerçevesinde uygulanan ayrımcılığın önlenmesinde, uygulamalı etikten nasıl yararlanılabileceği açıklanacaktır. Daha önce de belirtildiği gibi, uygulamalı etik, BZE işgörenlere yapılan ayrımcılığı inceleme konusu olarak değerlendirirken, normatif etikten ve betimleyici etikten önemli ölçüde faydalanabilir. Dolayısıyla; bu bölümde oluşturulacak modelde de bu iki etik teorinin bakış açısına başvurulacaktır. Öncelikle konu aşağıdaki gibi makro ve mikro olmak üzere iki boyutta incelenebilir.

IV.1. İnsan Kaynakları Yönetimi Çerçevesinde Bedensel ve Zihinsel Engelli İşgören Ayrımcılığının Makro Boyutta İncelenmesi

Örgütlerde insan kaynakları yönetimi işlevleri yürütülürken, BZE işgörenleri kapsayan uygulamaların etiksel açıdan uygunluğu, uygulamalı etiğin inceleme alanlarından birini oluşturur. Bu nedenle, örgütlerde söz konusu uygulamaların gerçekten ayrımcılığa neden olup olmadığına ilişkin olarak makro düzeyde bir analiz yapılması gerekir. Makro boyutta incelemeyi kastedilen, BZE işgörenlere yönelik olarak yapılan uygulamaların, sektörel, bölgesel, ülkesel ve hatta küresel ölçekte değerlendirilmesidir. Bu değerlendirmelerde yanıt aranan temel soru, “örgütlerde insan kaynakları yönetimi işlevleri çerçevesinde BZE işgörenlere yönelik uygulamaların ayrımcılığa neden olup olmadığıdır”. Bu ise, disiplinler arası ve kurumlar üstü, hatta devletler üstü bir çalışmayı gerektirir. Bu kapsamda, öncelikle örgütlerde bu konudaki mevcut durumun ne olduğu ortaya konulmalıdır. Örneğin, Türkiye’deki örgütlerde “işgören bulma, seçme ve yerleştirme işlevi” çerçevesinde BZE işgörenlere yönelik uygulamalar, bu bakış açısı ile aşağıdaki şekilde değerlendirilebilir:

Bilindiği gibi işgören bulma-seçme ve yerleştirme işlevi; örgütte işgören ihtiyacının belirlenmesi, adayların

araştırılması ve bulunması, adaylar arasından uygun işgörenlerin seçilmesi ve yerleştirilmesi süreci olarak tanımlanabilir [47]. Bu çerçevede, Türkiye'deki örgütlerde BZE işgörenlerin işe alınması sürecinde ayrımcılık yapıldığına ilişkin veriler mevcuttur. Türkiye'deki durum incelendiğinde, BZE işgörenlerin işe alınması açısından, sadece yasal düzenlemelerle sorunun çözülebileceği inancı hakimdir. BZE işgörenlerin istihdamından önce ve sonra yapılacak düzenlemeler üzerinde yeterince durulduğu söylenemez. Örneğin, yasal düzenlemeler açısından "kota" yöntemi öngörülmüş olup; BZE işgörenlerin istihdam edilmesinde yalnızca bu yöntemden yararlanılmaktadır. Kota yöntemi, özel ve kamu kesimi ayrımı yapılmaksızın, yasalarda saptanan oranlarda BZE işgören çalıştırma yükümlülüğünün getirilmesine ilişkin bir istihdam tekniği olup; kota oranları, bir ülkenin endüstriyel yapısı ile BZE işgörenlerin istihdam edilebilirlik oranları göz önünde tutularak belirlenmektedir [48]. Bu çerçevede, 1475 Sayılı İş Kanunu'nun 25. maddesine göre, 50 veya daha fazla işgören çalıştıran özel sektör ve kamu sektörü işverenleri, %3 oranında BZE işgören çalıştırmak zorundadırlar. Ayrıca, 657 Sayılı Devlet Memurları Kanunu'nun 53. maddesi gereği, kamu kurum ve kuruluşlarında, çalıştırdıkları personele ait kadrolarda, dolu kadro sayısının (taşra teşkilatı dahil) % 3'ü oranında BZE işgören çalıştırma zorunluluğu bulunmaktadır. Bahsedilen bu kanunlardan faydalanmak isteyenlerin, çalışma güçlerinin en az % 40'ını kaybetmiş olmaları koşulu aranmaktadır [49,50]. Bu zorunluluklara rağmen, kamu ve özel kesim kuruluşlarında yeterli ölçüde BZE işgören istihdamına gidilmediği çeşitli verilerle anlaşılmaktadır. Örneğin, Devlet Personel Başkanlığı yayınlarına göre, Nisan 2001 yılı itibariyle kamuda çalıştırılması gereken BZE işgören sayısı 47 bin 46 iken, çalışan BZE işgören sayısı yaklaşık 5 bindir [51]. Bunun nedenleri olarak şunlar gösterilebilir:

• BZE işgörenlerin örgütlere yüksek maliyet getirdikleri, ancak düşük üretimde buldukları kanısı yaygındır. Dolayısıyla, BZE bireylerin diğer işsizlere göre işe alınma şansları daha azdır. Yöneticilerde, BZE işgörenler ile ilgili olarak [20];

- çok mazeret izni aldıklarına,
- düzgün ve iyi çalışmadıklarına,
- daha çok kaza yaptıklarına,
- çabuk kızdıklarına ve alındıklarına,
- onlara ceza uygulamasının daha güç olduğuna,
- yükselme olanaklarının sınırlı olduğuna,
- diğer çalışanları olumsuz etkilediklerine,

- daha çok duygusal sorun yaşadıklarına,

- halkla ilişkiler açısından iyi bir izlenim bırakmadıklarına,

- işlerinde çok özel düzenlemelere gerek duyulduğuna ve

- emek arzının, BZE işgörenlerin istihdam edilmesine gerek olmayacak kadar çok olduğuna ilişkin ön yargılar vardır.

Oysa, yapılmış olan araştırmalar, BZE işgörenlerin de diğer işgörenler kadar iş başarımı gösterdiğini ve işteki tutum ve davranışlarının, en az diğer işgörenler kadar güvenilir olduğunu ve örgüte önemli katkılar sağladıklarını göstermektedir [20,52-54].

• Öte yandan, işsizliğin yüksek olduğu ortamlarda, sağlıklı kişiler yerine BZE işgörenlerin istihdam edilmelerinin doğru olmayacağı gibi bir düşünce de söz konusu olabilmektedir [41].

Bu verilerden hareketle, uygulamalı etik çerçevesinde önemli olan, BZE işgörelere yönelik insan kaynakları yönetimi işlevleri boyutundaki uygulamaların ayrımcılığa neden olup olmadığıdır. Başka bir deyişle, mevcut uygulamaların doğru/yanlış, iyi/kötü tanımlamalarının yapılması ve örgütlere de bu noktada yol göstermesidir.

IV.2. İnsan Kaynakları Yönetimi Çerçevesinde Bedensel ve Zihinsel Engelli İşgören Ayrımcılığının Mikro Boyutta İncelenmesi

Burada mikro inceleme ile kastedilen, örgütlerin ilgili süreç kapsamında BZE işgörelere yönelik olarak kendi uygulamalarını mercek altına almalarıdır. Bu kapsamda aşağıdaki gibi beş adımdan oluşan bir süreç yol gösterici olabilir.

• İnsan kaynakları yönetimi işlevleri kapsamında BZE işgörelere yönelik uygulamaların analiz edilmesi

• Elde edilen bilgilerin uygulamalı etik yardımıyla değerlendirilmesi

• Örgütün, bu değerlendirilmelerin ışığında, normatif etik çerçevesinde iyi/kötü, doğru/yanlış tanımlamalarını yapması

• Bu boyuttaki etiksel uygulamaların kurumsallaştırılması

• Bu yapının sürekli olarak değerlendirilmesi ve güncelleştirilmesi

IV.2.1.İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevleri Kapsamında Bedensel ve Zihinsel Engelli İşgörenlere Yönelik Uygulamaların Analiz Edilmesi

Bu aşama, örgütte BZE işgörenlere yönelik insan kaynakları yönetimi işlevleri boyutundaki uygulamaların incelenmesi olarak ifade edilebilir. Bu çerçevede aşağıda belirtilen insan kaynakları yönetimi işlevlerinin ayrıntılı bir biçimde incelenmesi gerekir.

- İnsan kaynakları planlaması
- İşgören bulma, seçme ve yerleştirme
- Performans değerlendirme
- Maaş ve ücret yönetimi
- Kariyer yönetimi
- Mesleki sağlık ve güvenliğin sağlanması
- Çalışma ilişkileri yönetimi
- Sosyal yardım ve hizmetlerin sağlanması
- Özlük işleri ve disiplin

Bu kapsamda örneğin, işgören bulma, seçme ve yerleştirme işlevine ilişkin olarak aşağıdaki soruların yanıtı aranabilir [55-57]:

- İşe alma prosedürlerinde BZE olan veya olmayanlara eşit fırsatlar sunulup sunulmadığı;
- Buna yönelik olarak bir taahhütte bulunulup bulunulmadığı (BZE bireylere yönelik ayrımcılığı önlemeye dönük yazılı bir politikanın varlığı gibi);
- Bu süreçte BZE işgören istihdamı konusunda uzman kişilerden (yasal, tıbbi, psikolojik vb.) yararlanılıp yararlanılmadığı;
- İlgili giriş sınavlarında ve yapılacak iş görüşmelerinde BZE işgörenlere yönelik bir düzenlemenin yapılıp yapılmadığı;
- Yerleştirme sürecinde, iş gereklerine, yasal düzenlemelere, kişilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerine uygun bir çalışmanın yürütülüp yürütülmediği.

Bu inceleme sırasında üst yönetim, insan kaynakları birimi ile işbirliği içerisinde hareket etmelidir. Öte yandan, insan kaynakları uygulamaları tüm örgütü ilgilendirdiği için, diğer birimlerden gerekli yardım alınmalıdır.

IV.2.2.Elde Edilen Bilgilerin Uygulamalı Etik Yardımıyla Değerlendirilmesi

Bir önceki aşamada elde edilen veriler ışığında, insan kaynakları yönetimi işlevleri boyutunda yapılan uygulamaların BZE işgörenler açısından bir ayrımcılığa neden olup olmadığı incelenmelidir. Bu inceleme ise, örgütte bu boyutta yapılan uygulamaların makro boyuttaki tartışmalarla karşılaştırılmasını içerir. Böylece, bu konuda makro düzeyde ortaya çıkmış olan doğru/yanlış, iyi/kötü tanımlamaları ile örgütün mevcut uygulamaları değerlendirilerek olası sapmalar tespit edilir. Örneğin, örgütlerde BZE işgörenlerin işe alınması sürecinde bazı olumsuz ön yargıların varlığından söz edilmişti. Örgüt, yaptığı incelemelerde bu aşama ile ilgili olarak BZE işgörenlerin daha çok duygusal sorun yaşadıklarına ilişkin olarak örgütsel bir ön yargıya sahip olduğunu tespit etmiş olabilir. Bu noktada önemli olan, bu ön yargının uygulamalı etik kapsamında haklı bir temele dayanıp dayanmadığıdır. Örneğin, bu alanda çalışma yapan psikologların kuramsal ve görgül araştırmaları, iş bulma sürecinde sadece BZE adayların değil, tüm adayların duygusal sorun yaşayabildiklerini gösterebilir. Yine benzer bir şekilde, bu sorunların BZE işgörenlere yönelik farklı tutum ve davranışlardan (acıma, yetersiz görme vb.) kaynaklandığı veya örgüt içerisinde bu durumun performans boyutunda bir sorun yaratmadığı görülebilir. Öte yandan bunların tersi bulgulara da ulaşılmış olabilir.

IV.2.3.Örgütün Bu Değerlendirilmelerin Işığında Normatif Etik Çerçevesinde İyi/Kötü, Doğru/Yanlış Tanımlamalarını Yapması

Örgüt, makro düzeyde uygulamalı etik boyutunda elde ettiği verilerden hareketle, insan kaynakları yönetimi işlevleri kapsamındaki uygulamalarını gözden geçirmeli ve bu uygulamalara ilişkin yol gösterici doğru/yanlış, iyi/kötü tanımlamaları yapmalıdır. Bunlar aynı zamanda etik ilkeler haline de dönüştürülmeli ve örgütün diğer etik ilkelerine ilave edilmelidir.

IV.2.4.Bu Boyuttaki Etiksel Uygulamaların Kurumsallaştırılması

Bu aşamada, örgütte BZE işgörenlere yönelik insan kaynakları yönetimi işlevlerinin yürütülmesinde etiksel değerlere uygun bir yapının oluşturulması gereklidir. Bu çerçevede, yürütülecek etiksel davranışların örgüt içerisinde kabul görmesi ve yaygınlaştırılması için, etkin bir liderliğin gerçekleştirilmesinde yarar vardır. Başka bir deyişle, örgüt yöneticilerinin bu konudaki uygulamaları çalışanlara aktarması ve örgütte örnek teşkil edecek tarzda davranışlar sergilemeleri gereklidir. Belirlenen etik ilkeler yazılı hale getirilerek örgüt içinde yaygınlaştırılabilir.

IV.2.5.Bu Yapının Sürekli Olarak Değerlendirilmesi ve Güncelleştirilmesi

Bu aşama, özellikle etik kurulları aracılığıyla mevcut uygulamaların etiksel boyutta değerlendirilmesidir. Bu noktada etiksel amaçlara ve hedeflere ne ölçüde ulaşıldığının belirlenmesi ve insan kaynakları yönetimi işlevleri boyutunda belirlenen etiksel ilkelere ne ölçüde uygun hareket edildiğinin tespit edilmesi önem kazanır. Öte yandan, uygulamalarda etiksel boyutta bir sapma söz konusu olduğunda, bunların nedenlerinin araştırılması ve bunları düzeltici önlemlerin alınması da gerekir.

V. SONUÇ

Örgütlerde, BZE bireylerin, örgütün diğer işgörenlerine sunulan haklardan ve olanaklardan aynı ölçüde yararlanmalarını önleyen her türlü tutum ve davranışı ayrımcılık olarak ifade etmek mümkündür. Sözü edilen ayrımcılık, insan kaynakları işlevlerinin çeşitli boyutlarında karşımıza çıkmakta olup; beraberinde bireysel, örgütsel, toplumsal ve evrensel bazda, ekonomik, sosyal ve psikolojik yönü ağır basan olumsuz sonuçlara yol açabilmektedir.

Öte yandan, etiğin bir alt dalı olan uygulamalı etik, spesifik olarak dünya ölçeğinde tartışmalı olan çeşitli konuları inceleyen bir bilim dalıdır. Bu noktada, tartışmalı konular kapsamındaki bazı örgütsel uygulamaları “uygulamalı etik” içinde ele almak mümkündür. Bunlardan biri de insan kaynakları yönetimi işlevleri çerçevesinde BZE işgörelere yönelik uygulanan ayrımcılıktır. Dolayısıyla, bu ayrımcılığın önlenmesinde uygulamalı etik bir araç olarak kullanılabilir.

Bu çerçevede öncelikle İKY işlevleri kapsamında BZE işgörelere yönelik uygulamalar analiz edilmelidir. Bu analiz sırasında, örgüt içerisinde uygulanan İKY işlevleri ayrıntılı bir şekilde ele alınmalı ve özellikle BZE işgörelere yönelik takınılan tutum ve davranışlar ortaya konulmalıdır. Daha sonra, elde edilen bilgiler uygulamalı etik yardımıyla değerlendirilerek örgütsel anlamda mevcut durum ile makro düzeyde olması istenen durum karşılaştırılmalıdır. Bu karşılaştırma sonucunda ise, örgütte söz konusu işlevler ve bunlara ilişkin uygulamaları kapsayan doğru, yanlış, iyi, kötü tanımlamaları yapılmalıdır. Sonraki adımda, yapılan bu tanımlamalar örgüt içerisinde içselleştirilmeli ve örgütün etik yapısının bir parçası haline getirilmelidir. Son aşama ise, oluşturulan bu yapının sürekli gözden geçirilmesi ve değişen koşullara uygun hale getirilmesidir. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki, örgütlerde salt insan kaynakları yönetimi uygulamalarının ya da BZE işgörelere yönelik etiksel değerlendirmelere konu olması tek başına yeterli değildir. Burada önemli olan, örgütün tüm uygulamalarında etik kaygıyla hareket edilmesidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Kasımoğlu, M., & Halıcı, A. (2000). İnsan Kaynaklarına Yönelik Ayrımcılığa İlişkin Ölçek Geliştirilmesi. 8. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler*, 25-27 Mayıs, ss.373-383.
- [2] Tulloch, G. (1992). Equal Opportunity in Employment in Australia. *Social Alternatives*, 11(1), October, ss.1-12. (<http://www.acas.org.uk/faqs/discrimination.html>). [24.12.2002].
- [3] ACAS. Discrimination. ss.1-5. (<http://www.acas.org.uk/faqs/discrimination.html>). [26.12.2002].
- [4] Pehlivan, A.İ. (2001). *Yönetimsel Mesleki ve Örgütsel Etik*. 2. Baskı. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- [5] Demircioğlu, M. Ayrımcılık ve Sakatlık Olgusu. (<http://www.cagridogan.com/ayrimcilik.htm>). [10.01.2003].
- [6] Cardinal, R.; Gordon, Z. (2001). Cliff Jumping: Empowering Actions for Disabled Women. *Equal Opportunities International*, 20(8), ss.17-24.
- [7] Leck, J.D. (2002). Making Employment Equity Programs Work for Women. in *Canadian Public Policy Supplement*, 28(1/1), ss.85-100..
- [8] Heide, I. (1999). Supranational Action Against Sex Discrimination: Equal Pay and Equal Treatment in the European Union. *International Labour Review* (Switzerland), 138 (4), ss.381-410.
- [9] Reid, L.L. (1998). Devolving Women and Minorities: The effects of Race/ Ethnic and Sex Composition of Occupations on Wage Levels. *Work & Occupations*, 25(4), ss.511-536.
- [10] Boyd, M. (1990). Sex Differences in Occupational Skill: Canada, 1961-1986. *Canadian Review of Sociology&Anthropology*, 27(3), ss.285-315.
- [11] Reed, V., & Buddeberg-Fischer, B. (2001). Career Obstacles for Women in Medicine: An Overview. *Medical Education*, 35(2), ss.139-142.
- [12] Colin, H. (2002). Diversity Needs Worker Support. *Personnel Today*, 23.07.2002, ss.1-2. (http://web18.epnet.com/citation.asp?tb=1&_ug=dbs+2+In+en%2Dus+sid+66F6EA88...). [26.12.2002]
- [13] Gröschl, S., & Doherty, L. (1999). Diversity Management in Practice. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11/6, ss.262-268.
- [14] Çetık, M., & Akkaya, Y. (1999). *1990'lu Yıllarda Türkiye'de Endüstri İlişkileri Araştırma Raporu*. Ankara: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı Yayını.
- [15] Yaffe, J. (1995). Latina Managers in Public Employment: Perceptions of Organizational Discrimination. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*, 17(3), ss.1-11.
- [16] Dibben, P., James, P., & Cunningham, I. (2001). Senior Management Commitment to Disability – The Influence of Legal Compulsion and Best Practice. *Personnel Review*, 30(4), ss.454-467.

- [17] Weech-Maldonado, R., Dreachslin, J.L., Dansky, K.H., Souza, G.D., & Gatto, M. (2002). Racial/Ethnic Diversity Management and Cultural Competency: the Case of Pennsylvania Hospitals. *Journal of Healthcare Management*, 47(2), March-April, ss.1-17. (http://infotrac.london.galegroup.com/itw/infomark/468/394/32204312w4/purl=rcl_E...) [17.01.2003].
- [18] Equity Research Center. Managing Diversity. (<http://www.equityresearch.org.au/md.htm>). [21.11.2002].
- [19] Combs, G.M. (2000). Meeting the Leadership Challenge of a Diverse and Pluralistic Workplace: Implications of Self-Efficacy for Diversity Training. *Journal of Leadership*, 8(4), ss.1-16. (http://infotrac.london.galegroup.com/itw/infomark/468/394/32204312w4/prul=rcl_E...) [17.01.2003].
- [20] TİSK. (1999). *Türk-İş Yıllığı'99 1997'den 1999'a Değişimin Dinamikleri*. 1.Cilt. Ankara: Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu Türk-İş Araştırma Merkezi.
- [21] Aytaç, S. (2000). Özürlülerin Rehabilitasyonunun Artan Önemi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), ss.54-75.
- [22] Seymen, O.A. (2002). Turizm İşletmelerinde Oryantasyon Eğitiminin İnsan Kaynakları Yönetimi Açısından Önemi ve Buna Yönelik Program Modelinin Oluşturulması, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), Bahar, ss.15-26.
- [23] CSU Office of Equal Opportunity, Definitions, ss.1. (http://www.colostate.edu/Dept/OEO/dis_def.htm). [26.12.2002].
- [24] Moss, J. (2002). When is a Progressive Condition a Disability? *Personal Today*, 25.06.2002, ss.1-2. (<http://web18.epnet.com/citation.asp?tb=1&ug=dbs+2+In+en%2Dus+sid+66F6EA88...>). [26.12.2002].
- [25] Woodhams, C., & Danirli, A. (2000). Disability and Diversity- A Difference Too Far?. *Personnel Review*, 29(3), ss.402-416.
- [26] Resmi Gazete. (18.03.1998). Özürlülere Verilecek Sağlık Kurulu Raporları Hakkında Yönetmelik. No: 23290.
- [27] Öztürk, Y., & Günay, O. (2000). *Sağlık 21 DSÖ Avrupa Bölgesi İçin Herkese Sağlık Politikası Çerçevesi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Yayınları No:126.
- [28] Koptagel-İlal, G., (1991). *Tıpsal Psikoloji Tıpta Davranış Bilimleri*. 3.Baskı. Ankara: Güneş Kitabevi Ltd.Şti.
- [29] Bolat, T. (2002). SA 8000 Standardının Konaklama İşletmeleri Açısından Değerlendirilmesi. *Standard Ekonomik ve Teknik Dergi*, 482, Şubat, ss.24-32.
- [30] Davidovich, N. (1996). Disability Discrimination in the Workplace. January, ss.1-5. (<http://independentliving.org/docs/EmployDiscrim.html>). [26.12.2002].
- [31] University Of Michigan. (1993). Non-Discrimination/Affirmative Action Statement. *Staff Handbook*, (<http://www.umich.edu/~hrra/staffhandbook/statement.htm>). [26.12.2002].
- [32] Schulze, N. (1997). İşletme Etiği Konusuna Kavramsal Bir Yaklaşım. *Amme İdaresi Dergisi*, 30(4), ss.35-41.
- [33] Yurtseven, H.R. (2000). İşletme Yönetiminde Etik-Toplum ve İşletmeler Açısından Çanakkale Kenti'nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler*, Nevşehir, ss.249-261.
- [34] Arslan, M. (2001). *İş ve Meslek Ahlakı*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- [35] Chryssides, G., & Kaler, J. (1996). *Essentials of Business Ethics*. Berkshire: McGraw-Hill International (UK) Ltd.
- [36] Cevizci, A. (1997). *Felsefe Sözlüğü*. 2. Baskı. Ankara: Ekin Yayınları.
- [37] Applied Ethics. *The Internet Encyclopedia of Philosophy*. (<http://www.utm.edu/research/iep/e/ethics.htm>). [01.11.2002].
- [38] Pieper, A. (1999). *Etiğe Giriş*. (Çev. Atayman, V. & Sezer, G.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- [39] Demir, H., & Songür, N. (1999). Sosyal Sorumluluk ve İş Ahlakı. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), ss.150-168.
- [40] Halıcı, A. (2001). İşletmelerde Sosyal Sorumluluk Stratejileri: Çanakkale İlinde Bir Araştırma. *Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi*, 19(1-2), ss.1-14. (<http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/9/09-ali/ali.htm>). [26.02.2003].
- [41] Özmen, Ö.T., Katrinli, A., Arbak, Y., & İshakoğlu, G. (1997). Özürlü Bireylerin İstihdam Edilmelerini Etkileyen Faktörlere İlişkin Bir Model Analizi. 3. *Verimlilik Kongresi 14-16 Mayıs 1997 Bildiriler*, Ankara: MPM. ss.506-519.
- [42] Schur, L. (2002). The Difference a Job Makes: The Effects of Employment among People with Disabilities. *Journal of Economic Issues*, XXXVI(2), June, ss.339-347.
- [43] ILO. (1998). *Proceedings of the International Symposium on Job Retention and Return to Work Strategies for Disabled Workers*, Washington D.C., 20-21 May. (<http://www.gladnet.org/infobase/return%20to%20work/wa shingt.htm>). [09.01.2003].
- [44] Demirkan, M. (1997). Türk Endüstri İlişkileri Sisteminde Etik Tavrı ve Sorumluluk Bilinci. *Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu*, 24-26 Aralık, Adapazarı, ss.265-272.
- [45] Yüksel, Ö. (2000). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- [46] Sabuncuoğlu, Z. (2000). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- [47] Acar, A.C. (2000). 4. Bölüm: İnsan Kaynakları Temin ve Seçimi, *İnsan Kaynakları Yönetimi*. 2. Baskı, İstanbul: Dönence Basım ve Yayın Hizmetleri, ss.113-164.
- [48] Ünal, A. (1999), Özürlülerin İstihdamı. 17(3), ss.1-4. (<http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/6/unal/unal.html>). [30.09.2002].
- [49] 1475 Sayılı İş Kanunu. (http://yargitay.gov.tr/bilgi/kanun_liste/PC1475.HM5.frameset.html). [30.08.2000].
- [50] 657 Sayılı Devlet Memurları Kanunu. (http://yargitay.gov.tr/bilgi/kanun_liste/PC1657.HM5.frameset.html). [30.08.2000].

- [51] Zaman Gazetesi. (2002). Özürlü İstihdamı Kamuda Az 22 Haziran. (<http://www.zaman.com.tr/2002/06/22/haberler/h16.htm>). [10.01.2003].
- [52] ILO. Disability & the World of Work. (<http://www.ilo.org/public/english/employment/skills/disability/diswork.htm>). [08.01.2003].
- [53] Anderson, K. (1993). Hiring the Disabled: Theory into Practice. *Journal of Property Management*, 58(5), ss.40-43.
- [54] Campbell, I. (1996). Cases in Disability. *Management Developmet Review*, 9(5), ss.22-24.
- [55] ILO. (2001). *Code of Practice on Managing Disability in the Workplace*. Geneva. October.
- [56] Frazee, V. (1996). Focusing Your Recruiting Efforts on Disabled Workers. *Personnel Journal*, 75(8), ss.1-5. (http://infotrac.london.galegroup.com/itw/infomark/537/250/56154349w3/purl=rcl_E...). [09.01.2003].
- [57] Dibben, P., James, P., Cunningham, I., & Smythe, D. (2002). Employers and Employees with Disabilities in the UK. *International Journal of Social Economics*, 29(6), ss.458-459.

Tamer BOLAT (tamer_bolat@yahoo.com) is an associate professor of Management and Organization at Balıkesir University Occupational High School. His research areas include human resource management, organizational behavior, contemporary management approaches and business ethics.

Oya AYTEMİZ SEYMEN (seymenoy@yahoo.com) is an associate professor of Management and Organization at Balıkesir University School of Tourism and Hotel Management. His research areas include human resource management, organizational behavior, contemporary management approaches and business ethics.

FROM STANDARDIZED GLOBAL MARKETING TO GLOBAL ONE TO ONE MARKETING: A DEMAND ORIENTED TRANSITION

T. Sabri ERDİL¹, A. Ercan GEGEZ²

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

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

FROM STANDARDIZED GLOBAL MARKETING TO GLOBAL ONE TO ONE MARKETING: A DEMAND ORIENTED TRANSITION

Abstract: The concept of standard global marketing stands among those subjects that have been discussed in the discipline of marketing and received both positive and negative criticism. One of the features of this concept is that it is not a demand-oriented approach but rather a supply-oriented one. The model developed as an alternative to this model is one to one marketing. One to one marketing has been subject to much criticism especially because it is an application of high-cost. However, especially with the emergence and development of internet, the approach of global one to one marketing has become a strategy adopted intensively by companies of our time. Even though its application opportunities differ with respect to many products, this strategy can be counted among the significant alternatives of today. In this study, the concepts of global standard marketing and global one to one marketing are compared and the process of transition from the former to the latter has been examined.

Keywords: Globalization, Global Marketing, One to One Marketing

STANDART GLOBAL PAZARLAMADAN GLOBAL BİREBİR PAZARLAMAYA TALEP YÖNLÜ BİR GEÇİŞ

Özet: Standart global pazarlama kavramı uzun yıllar pazarlama disiplini içinde tartışılmış, olumlu ve olumsuz çok sayıda eleştiri almış konulardan biridir. Söz konusu kavramın en önemli özelliklerinden biri talep yönlü değil, arz yönlü bir yaklaşım olmasıdır. Pazarlama literatüründe bu modele getirilen alternatif ise birebir pazarlama olmuştur. Birebir pazarlama ise özellikle yüksek maliyetli bir uygulama olması nedeniyle eleştirilere uğramıştır. Bununla birlikte, özellikle internetin de gelişmesiyle bu iki kavramı bir araya getiren global birebir pazarlama yaklaşımı, günümüz firmalarının yoğun bir şekilde benimsediği bir strateji haline gelmiştir. Uygulanabilme olanakları üründen ürüne farklılık gösterse de, bu strateji günümüzün önemli alternatiflerinden biridir. Bu çalışmada global standart pazarlama kavramı ile global birebir pazarlama kavramı karşılaştırılmakta ve global standart pazarlamadan global birebir pazarlamaya geçiş süreci irdelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Globalleşme, Global Pazarlama, Birebir Pazarlama

I. INTRODUCTION

The increase in the number of firms going global and diminishing trade barriers force all domestic businesses to face the great challenge of international competition as well as domestic competition. In this regard, one of the most common reactions of these businesses to this difficult situation is internationalization. For this reason, many firms focus on establishing subsidiaries which enable them to be closer to world markets and achieve scale and scope economies through increased marketing and production efforts. Nowadays, this close-to-market approach is gaining importance with the introduction of the new concept of global one to one marketing.

The issue whether to treat the world as one market place, or a series of distinct national markets, is not new but it has become increasingly polarized in the academic and business press. As an apparent contradiction, opposing views hold that many markets are on the contrary fragmentation into divergent segments, even

down to groups of specific individuals. Any attempt to outline a new global marketing approach in the 90's therefore has to incorporate both the globalization process and the trend toward individualism. These underlying trends are reflected within the marketing discipline by global marketing and one to one marketing [1].

This new trend changed the old practice of creating a standard product which did not completely satisfy customers and forced companies to reconsider their customers by focusing on their individual needs and wants. This makes it necessary for firms to re-think and reconsider the size of the market segment in the light of individual customers versus large market segments. This paper deals with the important transition from global standardized marketing to global one to one marketing with a special focus of needs and wants.

II. PRESSURES TOWARD GLOBALIZATION AND GLOBAL MARKETING

It is well accepted by all disciplines that

globalization has dominated many areas of the world. Globalization, which influences the human life with all its strength, is the most popular term of particularly the last two decades. Undeniably, the power of globalization is the result of the latest developments in communication technologies.

It is important to note that there is a big difference between the terms 'globalization' and 'global marketing'. In fact, marketing science has also been influenced by the overall globalization trends occurring throughout the world just as much as any other business function. The outcome, 'globalization of marketing' can be summarized with the term 'global marketing'. Ironically, this term still has different meanings for different people, even among the marketing scholars. Whatever meaning it actually has, global marketing has not occurred overnight.

Globalization has had and still continues to have a direct impact on businesses. In addition, management science has adopted globalization with strategic and tactical approaches on the global level. Other business functions such as human resources and production have also been influenced by globalization. Changes in consumer wants and needs and developments in production and management have created a synergy on this matter.

The growth of competition on a global scale, together with the formation of regional trading blocs and the integration of markets worldwide, suggests the need to adopt a global orientation. Rather than competing on a country-by-country basis, the firm should look for opportunities to utilize its competitive position in one country to compete more effectively in other countries or markets [2].

Halliburton and Jones [1] point out that the factors supporting the global view can be reduced to two complementary arguments in marketing: customer convergence (or demand) factors, and global efficiencies (or supply side) factors. Proponents of the global view advocate both arguments.

According to Beamish, Morrison and Rosenzweig [3] pressures toward globalization can be grouped under three developments:

- ✓ Freer trade
- ✓ Global Financial services and capital markets
- ✓ Advances in communications technology

The removal of tariff and nontariff barriers has been the landmarks of the past decade. Also, the rapid growth of trading blocs led to enjoy freer trade on a regional scale, but not on a global scale for the time being. Therefore, the concept of "free and fair trade" turned out to be a reasonable alternative mostly for

developed countries. The globalization of financial services and capital markets has facilitated the efforts of many businesses to globally integrate their activities. Capital can now be sourced through transnational banks (for example, Citibank), overseas venture capitalists (for example, Investcorp, a Saudi owned firm) and soon, sources such as Internet [3]. It is undeniable that the power of globalization is the result of the latest developments in communication technologies. Satellite systems, internet technologies and many other developments make it possible to communicate effectively around the world.

So far, we have discussed the factors facilitating globalization. But apart from globalization, global marketing also deserves special attention.

III. THE CRITICISM of GLOBAL MARKETING

Although there are contradictory views on this matter, it can be said that criticism against the idea of global marketing has increased recently. The main topic of all these criticisms is that the global information network carries all the information about products and services across world markets but it would be a pretentious claim to say that all the offerings can be marketed with a standardized marketing mix, at least for the time being.

One of the most important weaknesses of Levitt's thesis is its ignorance of the two market coverage strategies (differentiated marketing and concentrated marketing) and its focus on the undifferentiated strategy only. According to Kustin [4], certain problems exist including the agreement on a definition of a standard product. Is Levitt's definition of a standard global product a slightly altered one (i.e., adapted?), which is priced, packaged, promoted and distributed in the same way to all countries internationally? What constitutes a minor change in the product? Any change that economically alters the product will also effect the other elements of the marketing mix in order to meet the demands of the target market. It is obvious that Levitt's thesis of "global marketing" is nothing more than a outmoded production oriented approach.

Meanwhile it is certain that for some products standardization may be desirable in terms of cost savings. What is being criticized here is the approach of seeing standardization as a remedy for increased costs in general regardless of the specific attributes of products.

As mentioned above, the term globalization, is not a specific term with a specific meaning. Global trade, global finance and particularly global marketing have different meanings. In addition, global marketing has been perceived differently among the academics. A detailed examination of this matter can be found in a

study by Kustin [4]. One of the rigid interpretations of global marketing emphasizes that firms can market their products with a standardized marketing approach around the world. In this regard, one of the great advantages of global marketing approach is scale economies through standardized mass production. Actually, this claim is more challenging than it sounds. At this point, global marketing achieves supply oriented scale economies by concessions on the demand side. One of the most important concessions is ignorance of different customer needs and wants in order to obtain economies of scale and cost savings through standardized products. Also, one of the most obvious disadvantages of global standardized production is investing everything on one, standardized product only. This is a very perilous situation in today's competitive world. Today, competitive advantage has changed from standardized production to flexible production. Also this approach not only ignores the differences in customer wants and needs but also ignores many accepted marketing basics such as "multinational marketing," "market segmentation" and "customer oriented" and "customer centric marketing." So how can a standardized global marketing strategy be a customer oriented strategy at the same time?

There is a big difference between "seeing the world as a single market" and "selling the same thing to all of the world." Probably this is the main reason behind all these disagreements on global marketing. The cost of accepting standardization and ignoring adaptation is lost markets. Seeing the world as a single market is a matter of vision rather than selling the whole world the same products. These two different approaches to the global marketing thought can be a key factor in solving academic discussions. Also, according to Kustin [4] the obvious deficiency has been the lack of empirical evidence to support both globalization or customization theory.

One critical factor that enhances global marketing is the increasing importance of trade blocs. In spite of some claims stating that trade blocs add a synergic contribution to global marketing, it is paradoxically true that about 63 different trade blocs around the world can easily hamper global integration. A living example of this situation is EC where it is not easy to trace a common standardized marketing activity.

Although it often is acknowledged that truly homogeneous segments of consumers do not exist, the approximation is assumed to be sufficiently accurate to provide a reasonable basis for the development of marketing strategy [5]. For instance, although EC is the most sophisticated and successful trade bloc in the world, it is still not easy to detect homogenous consumer demand. For Europe, a question that comes into mind at this point: Do we really need a homogenous demand? According to Allenby, Arora and Ginter [5] demand

heterogeneity is a critical element of marketing. It gives rise to differentiated product offerings, niche strategies, and effective target marketing efforts. During the course of the last decade, researchers have made great strides in understanding the extent of heterogeneity in many product markets.

An additional factor enhancing global marketing is cost savings gained through scale economies. Low costs are always appealing to firms from the standpoint of competitive edge. Possibility of reflecting these cost savings to prices by lowering them has always created a competitive tool for companies. But global marketing or standardized production is not the only way of saving costs. Trade blocs, scale economies, scope economies and even global sourcing may cause important cost savings even without standardizing products. Therefore the old approach of saving costs through scale economies and experience curves are not the most effective tools today.

Also, standardized marketing certainly ignores one of the most important basics of marketing: customer wants and needs. In this regard, global marketing is nothing more than satisfying the wants and needs of specific customer groups by chance and gaining scale economies at the same time. This approach surely ignores differentiated, undifferentiated and focused marketing strategies. There still are customer groups around the world who should be served through differentiated or focused marketing strategies. Instead of trying to adapt to changes in demand, standardized marketing, tries to create a monopoly in demand throughout the world. It is more practical to perceive globalization as a process of doing business by thinking global and acting local; by focusing on the customer and being sensitive to individual needs and wants.

By simultaneously examining the company's international marketing strategy and the way it is organized it is possible to classify firms into various categories (Figure.1. Large firms such as Nestlé would be considered a command company because it operates globally integrated markets and the business system is controlled from headquarters in Switzerland. Nestlé is considered as standardized and centralized. At the other extreme, very small companies new to international marketing recognize global market segments, develop focused market strategies and operate with local economy in the business system. These firms are decentralized and customized or differentiated. In between these two extremes there are firms that possess marketing autonomy or operations autonomy (Figure.1) [6].

IV. AGE OF INDIVIDUALIZED MARKETING

An alternative view claims that we have entered the era of "individual" marketing. Over the last two decades postmodernism has become a concept to be

wrestled with for the marketing profession. Postmodernism privileges heterogeneity and individualism [1]. Internet technology and direct mail enable firms to focus on smaller and even individual customers.

		International marketing strategy	
		Customized	Standardized
Organizational processes	Decentralized	Atomistic autonomy *global market segments recognized *focused marketing strategies *local autonomy for the business system	Operations autonomy *globally integrated positioning and branding *autonomy in the rest of the business system
	Centralized	Marketing autonomy *global market segments recognized *differentiated marketing *headquarters control of rest of the business system	Command companies *globally integrated markets *headquarters control of the business system

Figure.1. International Marketing Strategies and Organizational Processes

Source: Frank Bradley (2002). *International Marketing Strategy*, Financial Times Prentice Hall, Fourth Edition, p 177 [6].

According to Capon and Hulbert [7], especially the service marketers have a greater possibility of customization compared to goods marketers. Because services are produced and consumed simultaneously, service providers may be able to customize their services easily. Due to the fact that the internet's capabilities are centered on information technology, data storage, and data processing, rather than on employees and physical location, it can be used for customization on a scale that is impossible for traditional service providers to match. For reasons of economies of scale achieved by mass production, product marketers did not generally have this ability. However, the internet, coupled with remarkable breakthroughs in flexible manufacturing technology, now enables customers to specify online exactly what they require. Essentially, customers are able to design their own products. This information is then downloaded to a manufacturing facility where the product is assembled.

According to Sheth and Parvatiyar [8], international marketing will be replaced by integrated global marketing and, in the process, will undergo two dimensional shifts. The first shift to integrated marketing will focus more on cross-functional integration and coordination and less on functional adjustments across national boundaries. The second shift will focus more on transnational similarities for target markets across national boundaries and less on international differences (Figure.2).

Mass customization is one of the specific consequences of transformation from international

differences to transnational similarities. The concept of mass customization refers to standard platforms, but custom applications. It breaks the oxymoron of efficiency of mass production with the effectiveness of personalization of a product or service [8].

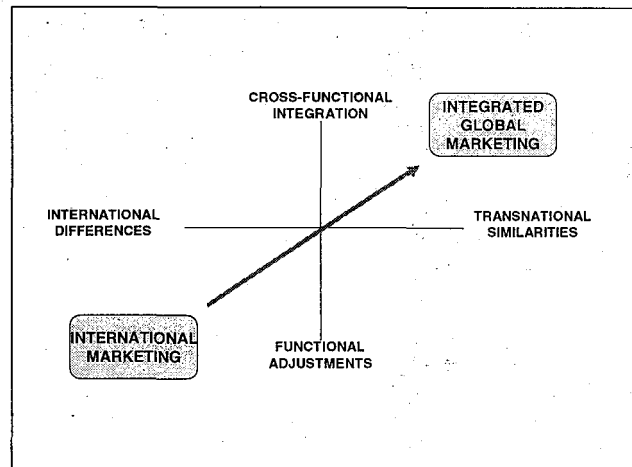


Figure.2. The Transformation of International Marketing to Integrated Global Marketing

Individualized or personalized marketing requires individualized promotion, individualized distribution channels and even individualized prices. With the help of database marketing now it is easier to keep track of customers and see which ones are loyal and which are not so that some rewarding prices may be offered to loyal customers in order to retain them and for the long term. Also, through the internet, promotions can be made through e-mails and personal choices of customers on the type of direct mail (regular or priority mail, etc.) make it possible to individualize the promotion, price and distribution channels.

Today it is easier for competitors to imitate prices and it is easier for customers to switch brands as they are more conscious of brands, firms, etc. through the widespread use of information technologies. Also, it is very difficult for customers to differentiate competing products. The one-size-fits-all approach is not a desirable model for these customers.

Transition from standardized global marketing to global one to one marketing is not an overnight process. There are many important contributions that make this transition easy. In this regard, the contribution of new production approaches to one to one marketing is undeniable. Particularly, concepts such as lean production, flexible production and customized production are one of the biggest contributions of production technology to this matter. In fact, this is the happy marriage of marketing and production. It is for certain that concepts such as customer-oriented

marketing, one to one marketing, individual marketing and even relationship marketing owe their success, if there is any, to developments in production technologies.

Also information technology is the biggest accelerator of one to one marketing. All these developments have decreased the cost of making changes which enables the firm to modify its products and offer a great variety of choices to its customers. In brief, globalization has influenced all dimensions of businesses conceptually and carried all these concepts to world markets with new practices all around the world.

Sometimes firms learn that they have customized their products not by design but by accident. For example, in the late 1980s Unilever discovered to its horror that for no apparent reason it was using eighty-five different recipes for its chicken soups and fifteen different shapes for cones for its Cornetto ice creams in Europe. Once the problem was detected, Unilever quickly standardized its ice cream cone design and slashed the number of chicken soup flavors it offered European customers, thereby reducing its production and inventory costs and simplifying its distribution requirements [9].

Another important factor enhancing one to one marketing is the development of interactive technologies. Interactive technologies allow customers to interact with a company and specify their unique requirements. With its erratic speed, communication technology has caused increased communication among countries and their people regardless of economic development level of these countries. As a result of this, life standards and the quality of life have increased dramatically. Advanced communication systems and channels have made it possible to transfer all market information such as products and/or services, their prices and extra product related services to overseas markets.

Among the factors impeding globalization and global market concept and thereby enhancing one to one marketing, is the globalization of the freedom of minority cultures. As the world is becoming a world of individual identities and cultures, consumption culture and consumption behavior will also become more heterogeneous. It is possible to see a new market model with differing individual preferences as a result of different micro cultures. Heterogeneous nature of demand is a critical and important factor in marketing. Such a market requires differentiated marketing policies aiming at different individual tastes.

Another impetus behind one to one marketing is the change in production and management technologies encouraged by "demand pull" and "technology push" factors.

V. WHAT IS AND IS NOT ONE TO ONE MARKETING

Contrary to the acclaimed thesis, globalization did not lead to limited brands dominating world markets, as one to one marketing created a big opportunity for a great number of brands within mass one to one marketing. Global competition has created global brands and a great variety of products on a global scale.

One to One Marketing Is Nothing More Than the Extreme Level of Market Segmentation. Even when using one to one marketing, it should be remembered that one to one marketing is the most extreme form of market segmentation. In this regard, one to one marketing is not contrary to and different from market segmentation. One to one marketing does not ignore market segmentation, instead, it exploits market segmentation with full effort by appealing to individuals who make up the smallest market segment in any market.

By focusing on Individuals, firms should not ignore the whole market. At this point we think that although one to one marketing is not different from market segmentation, one to one marketing does not mean that a firm does not need a target market. Certainly, before practicing one to one marketing approach, a firm should specify a target market and identify their needs and wants. And according to these predetermined needs and wants, firms should offer various alternatives to its customers. So, focusing on individuals should not mean ignoring the whole target market.

One to One Marketing should not be a sales focused concept. According to Webcmo, the most important function in marketing is not the final sales (although it is important) but to determine the direction of the business developments to determine the targeting segment(s) and to develop products/services to meet the needs of the targeted segment(s). But the most important drawback of one to one marketing is the fact that it is a sales oriented approach rather than a marketing oriented approach.

Contrary to customization, mass customization, which is a widely practiced strategy in different industries by different firms like Dell Computers, Levi's and BMW, is a business style which should be shared by all departments, subsidiary firms, etc. Individual responses to customer wants does not go beyond an individual customer oriented approach used by an employee. The difference of mass customization is 'being ready to satisfy the same need whenever it is requested by the same customer or any other individual customer.'

Through mass customization, customers are offered the opportunity to have tailor-made products or services assembled from a large choice of parts, delivered

through a made-to-order service. An example is the Japanese Bicycle Industry which has its customers compose their own bicycle from more than 11 million possible combinations of parts. The bicycle is largely assembled by robots and shipped to the dealer or directly to the customer. Dell builds personal computers to order, and Toyota is developing a system that will allow individual customers to select features for a car which can be delivered at the customer's home address a few days after the order is made [10].

VI. REQUIREMENTS OF GLOBAL ONE TO ONE MARKETING

In order to be successful with one to one marketing, firms should acquire certain capabilities and form an appropriate infrastructure. These important points are discussed below:

Adequate Information on Individual Customer.

One of the first sine qua non for one to one marketing is obtaining a satisfactory amount of information on individual customers. What kind of information should a firm collect? This information can range from their birth dates to their individual tastes, price ranges they are willing to pay in general, reasons of their usage of product, etc. But we think that may be the first and most important question a firm should try to find an answer is "who is my customer?" It should be noted that we did not say "who are my customers?" There is a great difference between these two questions. While the latter has a more general and classifying (into market segments) approach the former has a "focused on individual" approach. Without satisfactory knowledge about its individual customers (ie. answers to "who are they" and "what they want individually"), a firm cannot be successful in pursuing the one to one marketing approach. These questions, as long as they are individually focused, are the starting point of one to one marketing.

Speed is Important for one to one Marketing.

In the age of speed, it is very obvious that slow motion companies will not be the competitive companies of this decade. Speed is important for a firm because the online system is very fast and it is very easy and quick to order a product or a service online, and the firm must react in a short time to this demand. Speed is going to be one of the most important competitive advantages of our times.

One of the most important considerations for one to one marketing is to see it as an integrated business approach which means that all the departments in all subsidiaries should adopt it completely. One little defect in this matter can easily spoil the image related success of firm in the view of global customers. In this regard, One to One Marketing is more than a sales approach. It is an integrated approach that must permeate all departments of an organization: marketing, production, finance, etc. In

fact, One to One Marketing should be regarded as the vision that drives the whole company.

VII. CONCLUSION

One to one marketing is among the most popular terms of marketing literature nowadays. Essentially, it has spread so widely and so rapidly that there is nothing new in one to one marketing anymore. What is new to the marketing world is global one to one marketing. Cultural differences exist among nations. Maybe the most important unit to begin looking for cultural differences is the individual. Global one to one marketing takes the customization approach and practices it on a global scale around the world. In spite of its high practicing costs, today's fierce competition justifies global one to one marketing because it allows firms to satisfy specific needs, become profitable and remain in competition. In this regard, customization is the essence of marketing which focuses on needs and wants of each and every customer. Managers of international firms should adopt a more global approach to marketing and be aware of potential benefits of one to one marketing.

REFERENCES

- [1] Halliburton, C., & Jones, I. (1994). Executive Insights: Global Individualism-Reconciling Global Marketing and Global Manufacturing. *Journal of International Marketing*, 2(4), pp.79-88.
- [2] Douglas, S.P., & Craig, C.S. (1995). *Global Marketing Strategy*. Singapore: McGraw-Hill International Editions.
- [3] Beamish, P.W., Morrison, A., & Rosenzweig, P.M. (1997). *International Management: Text and Cases*. Illinois: Irwin.
- [4] Kustin, R.A. (1994). A Special Theory Of Globalization: A Review and Critical Evaluation of the Theoretical and Empirical Evidence. *Journal of Global Marketing*, 7(3), p. 79-101.
- [5] Allenby, G.M., Arora, N., & Ginter, J.L. (1998). On The Heterogeneity of Demand. *Journal of Marketing Research*, 35(3), p. 384.
- [6] Bradley, F. (2002). *International Marketing Strategy*. Fourth Edition. Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- [7] Capon, N., & Hulbert, J.M. (2001). *Marketing Management in the 21st Century*. New Jersey: Prentice Hall.
- [8] Sheth, J.N., & Parvatiyar, A. (2002). The Antecedents and Consequences of Integrated Global Marketing. in *Best Practices in International Marketing*. (editors: Czinkota, M.R., & Ronkainen, I.A.), pp.3-15.
- [9] Griffin, R.W., & Pustay, M.W. (1999). *International Business: A Managerial Perspective*. Second Edition. Reading: Addison-Wesley.
- [10] Hoekstra, J.C., Leeflang, P.S.H., & Wittink, D.R. (1999). The Customer Concept: The Basis For a New Marketing Paradigm. *Journal of Market Focused Management*, 4, p.43-76.

T. Sabri ERDİL (serdil@marmara.edu.tr) has Ph.D. of Marketing at Marmara University Social Sciences Institute. His research areas are marketing management, international marketing, sales management, marketing information system.

A. Ercan GEGEZ (egegez@marmara.edu.tr) is an Associate Professor of Marketing at Marmara University. Dr. Gegez holds an MBA and Ph.D. From Marmara University in the field of International Marketing. He is one of the founding members of the Turkish Marketing Association and has served as a member of supervisory board. His research interests include international marketing, marketing research, and marketing ethics.

İŞLETMELERİN REKABETİ ALGILAMALARI İLE ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIMI İLİŞKİSİ: YENİ NESİL ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIMININ REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ VE İŞLETME PERFORMANSINA ETKİSİ ÜZERİNE OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE BİR ALAN ÇALIŞMASI

Hasan Kürşat GÜLEŞ¹, M. Atilla ARICIOĞLU²

¹Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Doçent Dr.

²Selçuk Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, Yrd. Doçent Dr.

THE INTERACTION BETWEEN COMPANIES'
PERCEPTION OF COMPETITIVE SITUATION AND
IMPLEMENTATION OF MANUFACTURING
TECHNOLOGIES: A STUDY ON THE IMPACT OF NEW
WAVE MANUFACTURING TECHNOLOGIES ON
COMPETITIVE ADVANTAGE AND COMPANY
PERFORMANCE IN THE AUTOMOTIVE SECTOR

Abstract: This paper reports the results of a survey that focuses on studying and elucidating the impact of New Wave Manufacturing Technologies (NWMTs) on company performance. The empirical data gathered through a survey carried out in the Turkish automotive sector shows that the implementation of all individual NWMTs increased significantly during the five-year research horizon. Statistical analyses indicate that firms in the Turkish automotive sector have increased their reliance on NWMTs to enhance or at least to remain competitive in the market. Evidence for a positive relationship between NWMT implementation and company performance has been provided in the research, which is concurrent with the connection advocated between the two variables in the literature.

Keywords: *New Wave Manufacturing Technologies, Competitive Advantage, Company Performance, Automotive Sector.*

İŞLETMELERİN REKABETİ ALGILAMALARI İLE
ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIMI İLİŞKİSİ:
YENİ NESİL ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ
KULLANIMININ REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ VE İŞLETME
PERFORMANSINA ETKİSİ ÜZERİNE OTOMOTİV
SEKTÖRÜNDE BİR ALAN ÇALIŞMASI

Özet: Çalışmanın temel amacı, ülke ekonomisinde çok büyük bir öneme sahip olan otomotiv sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde küresel pazarlarda rekabet üstünlüğü sağlayacak YNÜT'nin kullanım düzeylerini ve bunların işletmelerin rekabet gücüne katkı sağlayıp sağlamadığını incelemektir. Bu bağlamda, Türkiye'nin en büyük 500 sanayi kuruluşu içinde yer alan ve otomotiv sektöründe faaliyette bulunan işletmelerde Yeni Nesil Üretim Teknolojileri (YNÜT)'nin işletme performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Yapılan inceleme ve değerlendirmeye bağlı olarak elde edilen verilerin istatistiksel analizi yapıldığında; araştırma kapsamındaki işletmelerin rekabetçi güçlerini artırabilmek ya da en azından koruyabilmek için YNÜT kullanım düzeylerini artırdıklarını ve YNÜT kullanım düzeyi ile işletme performansı arasında pozitif bir ilişki olduğuna işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Yeni Nesil Üretim Teknolojileri, Rekabetçi Üstünlük, İşletme Performansı, Otomotiv Sektörü.*

I. GİRİŞ

Ekonomik, sosyal ve teknolojik alanda meydana gelen gelişmeler, uluslararası pazarlarda rekabetin şekil ve boyut olarak değişmesine yol açmıştır. İşletmelerin başarısı yoğun rekabet koşulları altında faaliyetlerini sürdürmeleri ve rekabetçi üstünlüğü elde ederek tüketicilerin artan ve giderek sınırsızlaşan isteklerini ekonomik bir şekilde karşılayabilmelerine bağlıdır.

İşletmelerin artan rekabet ortamında faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürebilmeleri, pazar paylarını koruyabilmeleri, artırabilmeleri ve hatta yeni pazarlara girebilmeleri; teknolojiyi etkin bir şekilde kullanmalarına ve yönetebilmelerine bağlıdır. Teknoloji, bir sektördeki

işletmelerin ölçek ekonomilerine ulaşmalarında ve küreselleşmeye odaklanmalarında önemli rol oynamaktadır. Bilişim teknolojisindeki gelişmelerin, rekabetin yapısını ve koşullarını değiştirmede etkin rol oynadığını görmek, teknolojinin ne denli önemli ve vazgeçilmez bir faktör olduğunun anlaşılmasında katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, işletmelerin rekabet güçleri; dinamik yapılarına, yatırım kapasitelerine, Ar-Ge çalışmalarına ve kullandıkları teknolojinin uygunluğuna bağlı olarak yenilik oluşturma becerileri ile yakından ilgilidir [1].

Ele alınan bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde; değişen pazar yapısı ve artan rekabete bağlı olarak teknolojik gelişmelerin etkisi

ele alınmıştır. İkinci bölümde ise, çalışmaya temel oluşturması amacıyla Yeni Nesil Üretim Teknolojileri (YNÜT) ve işletmelere sundukları avantajlar hakkında açıklayıcı bilgiler sunulmuştur. Çalışmanın üçüncü bölümünde, ilk iki bölümde oluşturulan kuramsal çerçeve ışığında, araştırmanın varsayımları belirlenmiş ve otomotiv sektöründe gerçekleştirilmiş bir alan çalışmasının bulguları doğrultusunda sınanmıştır. Sonuç bölümünde, elde edilen bulguların değerlendirilmesi yapılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

II. İŞLETMELERDE REKABETİN ALGILANMASI VE ARAÇSAL BİR DEĞER OLARAK TEKNOLOJİNİN YÖNETİLMESİ

Tarihsel süreç içerisinde Doğu'da ve Batı'da farklı yerel araçlarla gelişen rekabet ve rekabetin sembolleri, süregiden bir çok farklılıklarına rağmen bugün ortak bir çok aracı ya da yöntemi başarının yakalanması için kullanılmaktadır. Kullanılan her araç ya da yöntem, diğeri için yeni bir eylemin başlangıcı olurken, rekabetteki üstünlüğün sağlanması için pazardaki ekonomik performansın da yükselen bir trende sahip olması gerekmektedir [2]. Bu bağlamda, pazarın nasıl biçimlendiği ve ekonomik olarak makro ölçekte hangi yeniliklerin bu biçime yön verdiği önem kazanmaktadır. Örneğin, ABD Başkanı Wilson'ın, "General Motors için iyi olan neyse, o ülkemiz için de iyidir" ifadesi bugün "Yeni ekonomi için iyi olan neyse, o dünya içinde iyidir" söylemine dönüşmüştür [3].

Bu dönüşüm geçmiş ve geleceğe ilişkin değerlerin irdelenmesiyle kendi nedenselliğini açıklığa kavuşturmaktadır. Özellikle eski ve yeni ekonomik argümanlar karşılaştırıldığında, işletmelerin kültür, yapı ve dağıtım politikalarının değiştiği ya da yeniden ele alındığı görülmektedir. Bu arayışta rekabetin doğasında meydana gelen farklılaşmaların ve müşteri odaklı baskıların rol oynadığı öngörülmektedir [4]. Endüstriyel örgütlenmelerin ekonomik dönüşümü ve rekabet politikalarının farklı araçlarla piyasada yer alması, işletmelerin davranış biçimlerini yeniden ele almalarına neden olmaktadır [5]. İşletmeler bir çok bakımdan bu gelişime ve değişime ayak uydurmaya çalışırken ya da yeniden biçimlenirken, iç ve dış etkenlerin oluşturduğu bir elemanlar kümesi kullanılmaktadır. Bu kümedeki etkili elemanlardan biri de teknoloji olup, teknolojinin kullanımı ve teknolojik gelişmenin takip edilmesi istem dışı zorunlu bir durumdur. Çünkü teknoloji, girdi ile çıktı arasında işleyen üretim sürecini belirlemede, yönetsel değerlerin daha hızlı bir biçimde kullanılmasını sağlamakta, karar vermede zaman kazanımı ve rekabetin analizinde tutarlılık sağlamaktadır. Bütün bunlar sonuç olarak müşteri ile üretim süreci arasındaki uyumu kolaylaştırarak, teknolojiyi daha etkili kullanan işletmelerin rakiplerine göre avantajlı konuma gelmelerine neden olmaktadır [6].

Bu bağlamda, bir sanayi dalıyla ilgili üretim yöntemlerini, kullanılan araç, gereç ve aletleri kapsayan bilgi ve bilginin uygulanmasını ifade eden tekniklerin bütünü olarak tanımlanan teknoloji [7], rekabeti etkilemekte ve hatta yön vermektedir. Teknolojinin uzantısı olarak kabul edilebilecek, teknolojik gelişme ise üretim ile ilgili yöntemleri, kullanılan araç, gereç ve aletleri kapsayan bilgideki gelişmeyi ifade etmektedir [8].

Teknolojik gelişme, ekonomik ve toplumsal yapıdaki değişim ve etkileşimlerle sanayileşmeye, sanayileşmeden de içinde bulunduğumuz yeni nesil teknolojiler aşamasına ulaşmıştır. Bu anlamda teknolojik değişim, var olan değişim sürecinin bir parçasıdır. Bu değişim sürecinde teknik yeniliklerin, ekonomik gelişmeyle toplumsal ve kurumsal değişikliklerle karşılıklı bağımlılıklarından söz etmek mümkündür [9].

Bu durum işletmeleri ve örgütleri bilginin stratejik bir kaynak olarak kullanılmasına ve herkesin bilgiye kolaylıkla ulaşmasına olanak sağlayacak şekilde yeniden yapılanmaya zorlamaktadır. Bilginin üretim alanındaki yenilenmesi ya da yeniden ve hızlı bir biçimde yapılanarak pazara ulaşmasında YNÜT'nin önemli bir yeri bulunmaktadır.

III. YENİ NESİL ÜRETİM TEKNOLOJİLERİ

Modern işletmelerde üretim sürecinde teknolojinin rolü, son zamanlarda bir çok yönetsel araştırmanın konusu olmuştur. Özellikle değişen piyasa koşullarının zorlamasıyla, geleneksel montaj hattı uygulamaları yerini bilgisayar kontrollü üretim teknolojilerine bırakmaktadır. Bilgisayar teknolojisindeki ilerlemelerin üretim sürecindeki yansımaları; bilgisayar destekli tasarım ve mühendislik, bilgisayar destekli üretim, esnek üretim sistemleri, sanayi robotları ve nihayetinde bilgisayar tümelşik üretim şeklinde ortaya çıkmaktadır. Yine, söz konusu teknolojilerin işletmelerde başarıyla uygulanabilmesi yönetim uygulamalarında da değişiklikler gerektirdiğinden, üretim sürecinde teknoloji kullanımı yanında yönetim alanında da bazı teknolojilerin geliştirildiği görülmektedir. Bu gelişmeler sonucunda üreticiler, rekabet üstünlüğü sağlayabilmek için çok çeşitli ürünleri hızlı bir şekilde, uygun bir maliyetle ve istenilen kalite düzeyinde piyasaya sunmak zorunluluğu ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu zorunluluk, rakiplerine karşı üstünlük sağlamalarına yardımcı olacak YNÜT'ye yatırımda bulunmalarını gerektirmektedir [10].

Nitekim, son yıllarda üretim süreçlerinde önemli bir gelişim gösteren YNÜT, rekabet gücünün elde edilmesinde ve sürekliliğin sağlanmasında önemli bir araç olarak kabul edilmektedir [11]. YNÜT, özellikle bilgisayar teknolojilerinin üretim sürecine uygulanmaları sonucu gelişmiş ve günümüzde hem üretim hem de yönetim alanında yaygınlık kazanmıştır.

YNÜT kavramı ile ilgili yapılan tanımlamalar bir çok farklılık göstermektedir. Gerwin ve Kolodny [12], YNÜT'yi "ürün ve süreç tasarımı, üretim planlama ve kontrol, üretim süreci ve bu faaliyetlerin bütünleştirilmesi amacıyla kullanılan teknolojilerin tümü" şeklinde tanımlarken, kimi yazarlar da [13,14]; uygulandığı zaman bir işletmenin mevcut üretim metotlarında, yönetim sistemlerinde ve mamulün tasarım ve üretiminde değişikliğe yol açan yeni ve ilgili herhangi bir yöntem, yaklaşım veya teknik şeklinde tanımlamaktadır.

YNÜT olarak kabul edilen teknolojiler, hem bilgisayar destekli üretim teknolojilerini hem de yönetim faaliyetleriyle ilgili yaklaşımları kapsamakta ve bu teknolojilerin herhangi birine yapılan yatırım, yeni teknoloji yatırımı olarak kabul edilebilmektedir. Bazı çalışmalarda, teknoloji ile makine ve teçhizatın eş anlamlı olarak kullanılması tercih edilmekle birlikte, genel olarak kabul edilen yaklaşıma göre YNÜT, hem üretim sürecinde kullanılan makine ve ekipmanı, hem de Toplam Kalite Yönetimi (TKY) ve Tam Zamanında Üretim (TZÜ) gibi yönetsel teknik ve yaklaşımları içerecek kadar geniş bir kavramdır [14]. YNÜT'de, geleneksel teknolojilerde olduğu gibi donanım, yazılım ve insan faktörleri yer almaktadır. Ancak, geleneksel teknolojilerden farklı olarak YNÜT'de, bu faktörlerin içerisinde özel bilgisayar yazılımlarının kontrol amaçlı olarak yoğun bir şekilde kullanılması dikkati çekmektedir [16].

YNÜT'nin mühendislik ve yönetim teknolojisi bağlamında işletmelere sağladığı katkılar genel olarak aşağıdaki gibi sıralanabilir [14,15,17]:

- Tasarım ve analiz yeteneğinin geliştirilmesi (daha hızlı ve kaliteli tasarım vs.),
- Proje maliyetlerinin ve mühendislik zamanının azalması,
- Parça programlama zamanının azaltılması,
- Müşteri taleplerinin daha hızlı karşılanması,
- Malzeme/sabit maliyetler, stok ve işgücü (direkt/endirekt) maliyetlerinin azaltılması,
- Ürün kalitesinin geliştirilmesi,
- Bakım maliyetlerinde azalmalar,
- Fabrika yeri kullanımında azalmalar,
- Pazar payında artış (daha düşük teslimat süreleri, daha yüksek güvenilirlik, daha düşük satış fiyatları, satış kayıplarında azalmalar),
- Daha etkin üretim süreci planlaması (daha az zaman ve çaba, yeni fikir ve tekniklere daha kolay ulaşılabilme),

- Kontrolün daha etkin yapılabilmesi,
- Müşteri hizmetlerinin geliştirilmesi,
- İşgücünün daha yoğun katılımının sağlanması,
- Alt-sistemlerin daha etkin entegrasyonunun yapılması,
- Daha hızlı ve doğru bilgi akışının gerçekleştirilmesi,
- Rekabet gücünde artış sağlanması.

YNÜT'nin işletmelere en önemli katkısı, işletmelerin rekabet güçlerini artırmasıdır. Bu, uygulanan teknolojinin özel niteliklerine ve işletmenin içinde bulunduğu koşullara göre farklı şekillerde gerçekleşebilir. YNÜT, bir işletmenin rekabet gücünü; işgücü maliyetlerini azaltarak, kaliteyi geliştirerek ve esneklikte artış sağlayarak artırabilir. YNÜT'den beklenen bu faydaların elde edilebilmesi için üst yönetimin katılımı, işletmede takım çalışmasının teşvik edilmesi ve uygulanması, iyi bir planlamanın yapılması, işgücü katılımının sağlanması ve onların bilgilendirilmesi ile yetenekli işgücünün sağlanması gibi faktörlere önem verilmelidir.

IV. YNÜT'NİN İŞLETME PERFORMANSINA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

IV.1. Araştırmanın Yöntemi ve Örneklem

Araştırma verilerinin toplanmasında dolaylı anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamı belirlenirken İstanbul Sanayi Odasına kayıtlı ilk 500 içerisinde yer alan ve otomotiv sanayiinde faaliyet gösteren işletmeler esas alınmıştır. Eldeki veriler 500 firma içerisinde 33 adet firmanın otomotiv sanayiinde faaliyette bulunmakta olduğunu göstermektedir. Örneklem olarak 33 firmanın tümü alınmış ve ana kütlelerin tamamına anket formu iletilmiştir. Araştırma kapsamındaki firmalardan 12 adedi anketleri değerlendirmeye uygun biçimde cevaplandırmışlar, bu da % 36'lık bir geri dönüş olarak kabul edilmiştir.

Bu bağlamda, örnek kütlelerin ana kütleleri temsil etme gücü değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılan işletmelerin ana kütleleri temsil yeterliliği benzer çalışmalardaki [18,19] temel faktörler (çalışan sayısı ve yıllık satışlar), dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan ve katılmayan işletmelerin çalışan sayısı ile yıllık satışlar karşılaştırmalı olarak Tablo.1' de sunulmuştur.

Tablo.1. Örneğin Ana Kütleli Temsil Gücü

Özellikler		Çalışan Sayısı	Yıllık Satışlar (1.000.000 TL)
Katılan (12)	Ort.	951,30	73.561.742,3
	S. H.	991,77	785.096.916,8
Katılmayan (21)	Ort.	573,25	28.808.208,9
	S. H.	939,96	15.903.472,7
t-testi	t	-1,105	-1,875
	p	>,10	>,05

Notlar:(i)Parantez içindeki rakamlar ilgili gruba dahil işletme sayısını göstermektedir; (ii)Araştırmaya katılan ve katılmayan işletmelere ilişkin veriler 2000 yılına ait İSO 500 listesinden alınmıştır.

Tablo.1'de de görüldüğü üzere araştırmaya katılan ve katılmayan işletmeler arasında çalışan sayısı ve yıllık satışlar açısından istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılık ($p>,05$) bulunmamaktadır. Bu bağlamda araştırmaya katılan işletmelerin ana kütleli temsil yeteneğine sahip oldukları görülmektedir.

Araştırma kapsamındaki işletmelerden elde edilen veriler SPSS paket programı vasıtasıyla analiz edilmiştir. Ayrıca sonuçların anlamlı olup olmadığını belirlemek için istatistiksel bakımdan daha az koşul gerektiren ve parametrik olmayan (non-parametrik) testler [20] kullanılmıştır.

Araştırma kapsamındaki işletmelerle ilgili referans bilgilerine bakıldığında ise aşağıdaki bulgularla karşılaşılmaktadır:

- İşletmelerde çalışan sayısı 162 ile 4843 arasında değişmekte olup, ortalama çalışan sayısı 951 olarak tespit edilmiştir.

- İşletmelerin çalışma yaşamındaki faaliyet sürelerine bakıldığında ise ortalama süre 29 yıldır. Bu bağlamda sektörel açıdan en yeni olan işletme 11 yıldır bu alanda faaliyet gösterirken, en deneyimlisinin 48 yıllık birikime sahip olduğu görülmektedir. Faaliyet süresine ilişkin işletmelerden 9 adedi yani % 75'i ise 21 yıldan daha uzun bir süredir bu alanda çalıştıklarını bildirmişlerdir.

- Ürün çeşitliliği açısından değerlendirildiklerinde, araştırmaya katılan işletmelerden 8 adedi (% 66,7'si) orta düzeyde, kalanı yani % 33,3'ü ise yüksek düzeyde ürün çeşitliliğe sahiptir.

- Üretim türleri bakımından ele alındığında ise işletmelerden % 41,7'si sipariş üretimi, % 58,3'ü karma üretimi benimsemişlerdir.

- Araştırma verilerinin elde edilmesinde yöneltilen sorular, işletmelerdeki üretim, Ar-Ge, genel

müdür yardımcısı seviyesindeki yöneticiler tarafından cevaplandırılmıştır.

- Araştırma kapsamındaki işletmeler, idari/işletme merkezi nedeniyle İstanbul Sanayi Odası'na kayıtlı olmakla birlikte Bursa, Sakarya, İstanbul v.b. gibi Marmara Bölgesi içinde yer alan illerde faaliyetlerini sürdürmektedirler.

IV.2. Araştırmanın Amacı ve Varsayımları

Çalışmanın temel amacı, ülke ekonomisinde çok büyük bir öneme sahip olan otomotiv sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde küresel pazarlarda rekabet üstünlüğü sağlayacak YNÜT'nin kullanım düzeylerini ve bunların işletmelerin rekabet gücüne katkı sağlayıp sağlamadığını incelemektir. Bu temel amaç çerçevesinde araştırmanın alt amaçları şu şekilde belirlenebilir:

- YNÜT kullanımında son beş yıldaki değişim durumunu belirlemek.

- YNÜT kullanımındaki amaçlara ne derece ulaşıldığını tespit etmek.

- YNÜT kullanım düzeyinin işletmelerin rekabeti algılama derecelerine göre farklılaşp farklılaşmadığını değerlendirmek.

- YNÜT'nin kullanım düzeyinin rekabet üstünlüğü ve işletme performansı üzerindeki etkisini incelemek.

Yukarıda belirtilen araştırma soruları çerçevesinde araştırmanın varsayımları şu şekilde belirtilebilir:

Varsayım 1: Son beş yılda (1996-2000) işletmelerin YNÜT kullanım düzeyi artmıştır.

Varsayım 2: Rekabeti daha yüksek algılayan işletmelerin YNÜT kullanım düzeyi daha yüksektir.

Varsayım 3: YNÜT'nin rekabet üstünlüğü üzerinde olumlu etkisi vardır.

Varsayım 4: YNÜT'nin işletme performansı üzerinde olumlu etkisi vardır.

IV.3. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirme

Araştırma bulguları şu üç düzlem üzerinde ele alınmıştır; teknoloji yönetimi ve YNÜT kullanımı, rekabetin algılanması ve YNÜT kullanımı, YNÜT'nin işletme performansına etkisi.

IV.3.1. İşletmelerde YNÜT Kullanımı

IV.3.1.1. Yeni Nesil Üretim Teknolojilerinin Kullanım Düzeyi

YNÜT kullanım düzeyi, Pike vd. [14] tarafından geliştirilen yöntemle benzer şekilde 0 ile 4 arasında değişen bir likert ölçeği ile ölçülmüştür. Ölçekte, 0 YNÜT'nin hiç kullanılmadığını, 4 ise yüksek derecede kullanıldığını göstermektedir. Araştırmaya katılan işletmelerde YNÜT kullanım düzeyi beş yıl öncesi ve şu andaki durumu Tablo.2'de görülmektedir.

Tablo.2. YNÜT Kullanım Düzeyindeki Değişim

YNÜT	Beş Yıl Önce		Şu Anda	
	Ort.	S.H.	Ort.	S.H.
Mühendislik Teknolojileri				
Bilgisayar Destekli Tasarım (BDT)	2,91	1,08	3,41	0,90
Bilgisayar Destekli Üretim (BDÜ)	1,83	1,40	3,00	0,77
Bilgisayar Kontrollü Tezgahlar (BKT)	2,66	0,77	2,91	0,79
Esnek Üretim Sistemleri	2,25	0,86	2,58	0,99
Grup Teknolojisi	0,90	0,53	1,58	1,37
Robot	0,88	0,92	1,15	0,43
Yönetim Teknolojileri				
Üretim Kaynakları Planlaması	2,00	0,95	3,00	0,73
Toplam Kalite Yönetimi	2,16	1,40	2,91	0,99
Bilgisayar Destekli Süreç Plan.	2,00	0,95	2,90	0,94
Tam Zamanında Üretim	1,63	1,02	2,09	1,22

Notlar:(i) n=12; (ii) ölçekte 0=hiç kullanılmıyor, 4=çok yüksek düzeyde kullanılıyor anlamındadır

Tabloda da görüldüğü gibi, beş yıl önce işletmelerin büyük bir kısmının YNÜT düşük veya orta düzeyde kullandıkları anlaşılmaktadır. Mevcut duruma bakıldığında ise, YNÜT kullanım düzeylerinde bir yükselmenin olduğu görülmektedir. Bu, hem mevcut teknolojilerin kullanım düzeyini artırmak hem de daha önce kullanılmamış teknolojileri kullanmaya başlamak suretiyle gerçekleştirilmiştir. Tablo.2'deki bulgular, "son beş yılda (1996-2000) işletmelerin YNÜT kullanım düzeyi artmıştır" şeklindeki 1 nolu varsayımı desteklemektedir.

Tablo.2'de görüldüğü gibi, mühendislik teknolojileri bağlamında, beş yıl öncesi ve şu andaki durum için en yüksek düzeyde kullanılan teknoloji BDT'dir. Yönetim teknolojileri açısından bir değerlendirme yapılması durumunda ise beş yıl önce en yüksek düzeyde kullanılan teknoloji TKY iken, mevcut durumda Üretim Kaynakları Planlaması (ÜKP) en yüksek düzeyde kullanılan teknolojidir. Son yıllarda, bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de rekabet üstünlüğü elde

etmede kaliteye verilen önemin artmasının yüksek düzeyde TKY kullanımına yol açtığını söylemek yanlış olmayacaktır.

IV.3.1.2. YNÜT'nin Kullanım Amaçlarına Ulaşma Düzeyi

Kapsamlı bir literatür taraması sonucunda [bkz. 21-23] araştırma kapsamındaki tüm teknolojiler için geçerli olan 8 YNÜT uygulama amacı belirlenmiştir. İşletme yöneticileri 5'li bir likert ölçeği üzerinde (0=hiç ulaşılmadı, 4=çok yüksek düzeyde ulaşıldı) her bir amaca ulaşma düzeyini belirtmişlerdir (bkz. Tablo.3).

Tablo.3. YNÜT Kullanım Amaçlarına Ulaşılma Düzeyi

Amaçlar	Ort.	S.H.
Tedarik güvenilirliğini artırmak	2,75	0,75
Sipariş ve tedarik sürecini hızlandırmak	2,68	0,77
Kaliteyi yükseltmek	2,66	0,98
İşgücü verimliliğini yükseltmek	2,65	0,88
Üretim maliyetleri azaltmak	2,50	0,90
Üretim süresini azaltmak	2,33	0,65
Malzeme kullanım verimliliğini artırmak	2,10	1,08
Üretim esnekliğini artırmak	2,08	0,79

Notlar:(i)n=12; (ii)ölçek üzerinde 0=hiç ulaşılmadı, 4=çok yüksek düzeyde ulaşıldı anlamındadır; (iii)Friedman çift yönlü Anova testine göre, ($\chi^2=14,37;p<0,05$) sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo.3'de görüldüğü gibi YNÜT uygulama amaçlarına ulaşılma düzeyi genel olarak bütün amaçlar için ortalamanın üzerindedir. Bununla birlikte en yüksek düzeyde ulaşılan iki amaç; "tedarik güvenilirliğini artırmak (2,75) ve "sipariş ve tedarik sürecini hızlandırmak" (2,68) olmaktadır. Son yıllarda birçok sektörde olduğu gibi özellikle otomotiv sektöründe rekabet gücünün artırılmasının etkin bir tedarik zinciri yönetiminin oluşturulmasına bağlı olduğu vurgulanmaktadır. Bu bağlamda araştırma kapsamındaki işletmelerin YNÜT uygulamasında alıcılar ve tedarikçilerle etkin bir tedarik zinciri oluşturmaya yönelik amaçlara öncelik verdikleri ve bu amaçlara belirli bir düzeyde ulaştıklarını ileri sürmek mümkündür. Kalite düzeyini yükseltmek, 2,66 ortalama ile üçüncü sırada ulaşılan amaç olarak tabloda yer almaktadır. Bu sonuç, ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet üstünlüğü elde etmede kaliteye verilen önemin, araştırma kapsamındaki işletmeler tarafından da dikkate alındığı görülmektedir. Tablo.3'de görüldüğü gibi "üretim maliyetlerini azaltmak" amacı, diğer amaçlarla kıyaslanınca bu amacın daha düşük düzeyde gerçekleştiği görülmektedir. Ülkemizde uzun yıllardır görülen enflasyonist baskının ve son yıllardaki ekonomik krizlerin, işletmelerin maliyet konusundaki hedeflere ulaşmasını zorlaştırmaktadır. Bu durum amaçlara ulaşma derecesinin göreceli olarak düşük çıkmasına neden olduğu ileri sürülebilir. İşletmelerin en alt düzeyde ulaştıkları amaç 2,08 ortalama ile "esnekliği

artırmak"tır. Bu bağlamda araştırma kapsamındaki işletmelerde YNÜT'den üretim sürecinde esnekliğin artırılmasında yeterince yararlanılmadığı görülmektedir.

IV.3.1.3.Ana-Yan Sanayi YNÜT Kullanımı

Mevcut duruma ilişkin yönetim teknolojileri kullanımının düzeyleri incelenince otomotiv sektöründeki işletmelerde kullanım düzeylerinin yüksek olması beklenen TZÜ ve TKY'nin nispeten düşük çıktığı kanısına varılabilir (bkz.Tablo.2). Bu sonucun ortaya çıkmasında araştırma kapsamındaki işletmelerin ana sanayi ve yan sanayi işletmeleri olmasından kaynaklandığı ileri sürülebilir. Nitekim YNÜT'nin mevcut kullanım düzeylerinin ana sanayi ve yan sanayi işletmeleri için ayrı ayrı analiz edilmesi durumunda teknoloji kullanım düzeyine ilişkin sıralamaların değiştiği görülmektedir.

Tablo.4. Ana-Yan Sanayi YNÜT Kullanımı

YNÜT (Mevcut kullanım düzeylerine göre)	Sanayi		M-W* U-Testi
	Ana (6)	Yan (6)	
	Ort.	Ort.	p
Mühendislik Teknolojileri	16,33	12,83	,10
Bilgisayar Kontrollü Tezgahlar	3,16	2,66	,26
Bilgisayar Destekli Üretim	2,83	3,20	,43
Bilgisayar Destekli Tasarım	3,83	3,00	,14
Robot	2,00	1,16	,32
Esnek Üretim Sistemleri	3,00	2,16	,15
Grup Teknolojisi	1,50	1,40	,84
Yönetim Teknolojileri	12,33	8,66	,09
Bilgisayar Destekli Süreç Plan.	3,33	2,40	,12
Üretim Kaynakları Plan.	3,00	3,00	1,0
Tam Zamanında Üretim	2,50	1,60	,24
Toplam Kalite Yönetimi	3,50	2,33	,04
YNÜT (TOPLAM)	28,67	21,20	,09

Notlar:(i) n=12; (ii)Parantez içindeki rakamlar her gruba giren işletme sayısını göstermektedir; (iii)Ölçek üzerinde 0=hiç kullanılmıyor, 4=çok yüksek düzeyde kullanılıyor anlamındadır (iv)*Mann-Whitney U- testi.

Tablo.4 incelendiğinde ana sanayi işletmelerinde YNÜT kullanım düzeyinin yan sanayi işletmeleri kullanım düzeyinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Mühendislik teknolojileri bakımından bir değerlendirme

yapılırsa ana sanayi işletmelerinde 3,83 ortalama ile BDT en yüksek düzeyde kullanılan teknoloji iken, yan sanayi işletmelerinde 2,83 ortalama ile BDÜ, en yüksek düzeyde kullanılan teknoloji olmaktadır. Bu bağlamda, ana sanayi işletmeleri tasarım faaliyetlerinde BDT'den yan sanayi işletmeleri ile kıyaslanınca daha çok yararlandıkları görülmektedir.

Yönetim teknolojileri bakımından bir değerlendirme yapılırsa ana sanayi işletmelerinin ÜKP hariç, diğer yönetim teknolojilerinden yan sanayi işletmelerine göre daha yüksek düzeyde yararlandıkları görülmektedir. Ana sanayi işletmelerinin dikkate alınması durumunda kullanım düzeyi en yüksek yönetim teknolojisi TKY'dir.

Bu sonuçlar ışığında TKY ve TZÜ gibi yönetim teknolojilerinin özellikle otomotiv sektöründeki ana sanayi işletmelerinde, yan sanayi işletmeleri ile kıyaslanınca daha yüksek düzeyde kullanıldığı görülmektedir. Bu bulgular ışığında literatürde belirtildiği gibi üretim süreçlerindeki teknolojik değişimin ana sanayi işletmelerinde başladığını ve kademeli olarak tedarik zincirinin alt kademelerine yayıldığını söylemek mümkündür.

IV.3.2.Rekabetin Algılanması ve YNÜT Kullanımı

Rekabetin algılanmasına yönelik; genel rekabet stratejileri, rekabetin biçimlendirilmesinde endüstri ve pazar dinamikleri, rekabet yoğunluğunu algılama düzeyleri, rakiplere kıyasla rekabet unsurlarının durumları, rekabetçi üstünlüğün algılanması ve YNÜT kullanım düzeylerinin rekabetçi üstünlük bağlamında kullanımları ölçülmüştür.

IV.3.2.1.Genel Rekabet Stratejileri

Araştırmaya katılan işletmelerin uyguladıkları rekabet stratejisi, Porter'in genel stratejileri kapsamında araştırılmıştır. İşletmelerden; maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma stratejilerinden uygulamalarına göre en uygun olanı belirtmeleri istenmiştir. Sonuçlar Tablo.5'de sunulmaktadır.

Tablo.5. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Genel Rekabet Stratejileri

Rekabet Stratejisi	Frekans	Yüzde
Maliyet Liderliği	3	25,0
Farklılaşma	4	33,3
Odaklanma	4	33,3
İkili Strateji*	1	8,3
Toplam	12	100

Not:*İşletmeler maliyet liderliği ve farklılaşma stratejisini, geniş bir pazar bölümünde aynı anda uygulamaktadır.

Tablo.5’de görüldüğü gibi işletmelerden 3’ü (%25,0) maliyet liderliği, 4’ü (%33,3) farklılaşma ve 4’ü (%33,3) odaklanma stratejisini uyguladığını belirtmiştir. Tabloda görüldüğü gibi sadece 1 işletme (%8,3) geniş pazar dilimlerinde, hem maliyet liderliği hem de farklılaşma stratejisini eş anlı uyguladıklarını belirtmiştir.

IV.3.2.2.Endüstri ve Pazar Dinamiklerinin Rekabete Etkisi

İşletmelerin faaliyet gösterdikleri sektördeki rekabet yoğunluğunu belirleyebilmek amacıyla araştırmaya katılan işletmelerden beşli likert ölçeği üzerinde endüstri ve pazar dinamikliğini gösteren dört faktördeki değişim hızının derecesini belirtmeleri istenmiştir. Tablo.6’da verilen yanıtların ortalama değerleri sunulmaktadır.

Tablo.6’da görüldüğü gibi işletmeler genel olarak endüstri ve pazarlarının oldukça dinamik bir yapıya sahip olduğunu ifade etmektedir. En hızlı değişimin 3,58 ortalama ile üretim süreçleriyle ilgili teknolojilerde yaşandığını belirtmişlerdir. Ayrıca Tablo 6’daki bulgular, yeni ürün sunumunda (3,08), müşteri tercih ve zevklerinde (2,92) ve mevcut ürünlerin demode olmasında da (2,92) normalin üzerinde bir değişim hızının olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, ekonomik ve teknolojik gelişmelerin bir sonucu olan dinamik rekabet ortamı koşullarının araştırma kapsamındaki işletmeler tarafından da yoğun biçimde yaşandığının bir göstergesi şeklinde yorumlanabilir.

Tablo.6. Endüstri ve Pazarların Dinamikliği

Endüstri ve Pazar Dinamikliğine İlişkin Unsurlar	Ort.	S. H.
Üretim süreçlerinde kullanılan teknolojilerin yenilik oranı	3,58	1,16
Yeni mal ve hizmetlerin yenilik oranı	3,08	0,51
Müşteri tercih ve zevklerinin değişim oranı	2,92	0,74
Mal ve hizmetlerin eskime oranı	2,92	0,90

Notlar:(i) n=12; (ii)Endüstri ve pazar dinamikliğine ilişkin unsurlar için ölçek 1=çok yavaş, 5=çok hızlı anlamındadır; (iii)Friedman çift yönlü Anova testine göre ($\chi^2=6,00$; $p=0,05$) sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

IV.3.2.3.İşletmelerin Rekabet Yoğunluğunu Algılama Düzeyleri

Araştırmaya katılan işletmelerin endüstri ve pazarın dinamikliğinin bir sonucu olarak meydana gelen rekabetçi baskıları hissetme düzeyleri, doğrudan yöneltilen bir soruyla ölçülmüştür.

Tablo.7’de görüldüğü gibi, araştırmaya katılan işletmelerin büyük çoğunluğu 11’i (%91,7) rekabeti yoğun biçimde (yüksek ve çok yüksek) algıladıklarını belirtirken sadece 1’i (%8,3) düşük düzeyde

algıladıklarını belirtmişlerdir. Bu bulgulara göre neredeyse işletmelerin tamamına yakını, normalin üzerinde bir rekabetçi baskısıyla karşı karşıya olduklarını ifade etmişlerdir. İşletme yöneticilerinin dinamik rekabet koşullarının farkında olması, pazarda rekabet gücünün artırılması bakımından büyük önem taşıyan YNÜT kullanımı bakımından önem taşımaktadır.

Tablo.7. İşletmelerin Rekabet Yoğunluğunu Algılama Düzeyleri

	Düşük	Yüksek	Çok Yüksek	Toplam
Frekans	1	6	5	108
Yüzde	8,3	50,0	41,7	100

IV.3.2.4.Endüstri ve Pazar Dinamikliğine Göre YNÜT Kullanımı

Endüstri ve pazar dinamikliğini algılama düzeyine bağlı olarak, YNÜT kullanım düzeyinin farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla işletmeler Powell ve Dent-Micallef [24] tarafından uygulanan metoda benzer bir şekilde, *medyan* kuralına göre endüstri ve pazar dinamikliğini *düşük* ve *yüksek* algılayan işletmeler olmak üzere ikiye ayrılmışlardır. Tablo.8’de görüldüğü gibi endüstri ve pazar dinamikliğini yüksek düzeyde algılayan işletmelerin YNÜT kullanım düzeyleri daha yüksektir (*varsayım 2*). Bu sonuç ışığında, araştırma kapsamındaki işletmelerin ürün ve süreç teknolojileri ile müşteri gereksinimelerindeki hızlı değişimlerin yarattığı rekabetçi baskıyı azaltabilmek amacıyla YNÜT kullanımını bir araç olarak gördükleri ileri sürülebilir.

Tablo.8. Endüstri ve Pazar Dinamikliğine Göre YNÜT Kullanımı

Teknolojiler	Endüstri ve Pazar Dinamikliğini Algılama Düzeyi				M-W U-Testi*
	Düşük (2)		Yüksek (10)		
	Ort.	S. H.	Ort.	S. H.	P
MT	10,5	3,53	15,4	3,62	<,10
YT	5,0	1,41	11,6	2,50	<,01
YNÜT	15,5	4,94	27,0	5,83	<,05

Notlar:(i)Parantez içindeki rakamlar ilgili gruba dahil işletme sayısını göstermektedir(ii)*Mann-Whitney U- testi.

IV.3.2.5.İşletmelerin Rakiplerine Kıyasla Rekabet Unsurları Konusunda Durumları

İşletmelerin rakipleri ile kıyaslanınca rekabet unsurları bakımından durumları Tablo.9’da görülmektedir.

Tablo.9’da görüldüğü gibi ankete katılan işletmeler rekabet unsurları bakımından kendilerini rakipleri ile kıyasladıklarında; “ürün kalitesi, dağıtım

güvenirliliği” ve “üretim maliyeti” konularında kendilerinin daha iyi durumda olduklarını, “piyasaya yeni ürün sürme hızı” ve “üretim esnekliği” konularında ise ortalamanın üzerinde seyrettiklerini belirtmektedirler.

Tablo.9. İşletmelerin Rakiplerine Kıyasla Rekabet Unsurları Konusunda Durumları

Rekabet Unsurları	Ort.	S.H.
Ürün kalitesi	4,41	0,66
Dağıtım güvenirliliği	4,25	0,75
Üretim maliyeti	4,16	0,71
Üretim esnekliği	3,66	0,88
Piyasaya yeni ürün sürme hızı	3,68	0,80
Toplam* rekabet üstünlüğü	20,08	2,94

Notlar:(i) $n=12$; (ii) ölçek üzerinde 1=çok kötü, 5=çok iyi anlamındadır; (iii) Friedman çift yönlü Anova testine göre ($\chi^2=14,12; p<,01$); (iv)*Rekabet unsurlarına ilişkin puanlar toplanmadan önce bu unsurlara ilişkin Cronbach Alfa değeri hesaplanmıştır. Değer 0,80 olup, değişkenlere ilişkin puanların toplanarak toplam puanın alınmasının mümkün olduğunu göstermektedir.

IV.3.2.6.Rekabetçi Üstünlüğü Sağlamada YNÜT

YNÜT kullanım düzeyinin işletmeye rekabet üstünlüğü sağlayan rekabet unsurları üzerinde bir etkisinin olup olmadığını belirlemek amacıyla iki farklı test süreci izlenmiştir. YNÜT kullanım düzeyi ile rekabet üstünlüğü arasında bir ilişkinin olup olmadığını sınamak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 10'da görüldüğü gibi, YNÜT'nin bağımsız değişken ve rekabet üstünlüğünün bağımlı değişken olarak kullanıldığı regresyon analizi sonucuna göre bağımlı değişkenin açıklanma düzeyi istatistiksel bakımdan anlamlıdır ($R^2=0,84$; $F=56,99$; $p<,001$).

Tablo.10. Regresyon Analizi: YNÜT Rekabetçi Üstünlük İlişkisi

Değişken	Beta Katsayısı	Standart Hata	-t- Değeri	-t- Değeri Anlamlılık Düzeyi
Sabit	10,48	1,32	7,954	0,001
YNÜT	0,38	0,05	7,549	0,001
$R^2=0,85$; R^2 düzeltilmiş=0,84; $F=56,99$; $p<,001$				
Rekabet Üstünlüğü= b_0+b_1 YNÜT				

Tablo.10'daki sonuçlar incelendiğinde YNÜT kullanım düzeyinin rekabet üstünlüğünde gözlenen varyansın %84'ünü açıkladığı ve istatistiksel bakımdan anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç ışığında YNÜT kullanımının işletmelere rekabet üstünlüğü sağlayan rekabet unsurları üzerinde yüksek etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

Yukarıda da belirtildiği gibi YNÜT'nin rekabet üstünlüğü sağlayıp sağlamadığını belirlemek amacıyla ikinci bir analiz yapılmıştır. Bu analizin bir diğer amacı

da YNÜT kapsamında yer alan mühendislik ve yönetim teknolojilerinin rekabet üstünlüğü üzerindeki etkisini ayrı ayrı değerlendirmektir. Araştırma kapsamındaki işletmeler Powell ve Dent-Micallef [24] tarafından uygulanan metodu benzer bir şekilde *medyan* kuralına göre YNÜT *düşük düzeyde* ve *yüksek düzeyde* kullanan işletmeler olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. YNÜT'nin rekabet üstünlüğü üzerinde etkisi Tablo.11'de görülmektedir.

Tablo.11'de izlenildiği gibi, YNÜT'yi daha yüksek düzeyde kullanan işletmelerin düşük düzeyde kullananlara kıyasla rekabetçi üstünlüklerinin daha yüksek düzeyde olduğu görülmekte ve sonuçlar *Mann-Whitney -U-* testine göre istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Tablo.11. YNÜT Kullanım Düzeyine Göre Rekabetçi Üstünlük

YNÜT	Kullanım Düzeyi	Rekabetçi Üstünlük		M-W U-Testi*	
		Ort.	S.H.	z	p
MT	Düşük (6)	18,33	2,50	-2,02	<,05
	Yüksek (6)	21,83	2,32		
YT	Düşük (7)	17,80	2,39	-2,51	<,01
	Yüksek (5)	22,60	1,52		
Toplam (YNÜT)	Düşük (6)	18,29	2,29	-2,21	<,05
	Yüksek (6)	21,71	2,14		

Notlar:(i) $n=12$; (ii)parantez içindeki rakamlar her gruptaki işletme sayısını göstermektedir(iii)*Mann-Whitney U- testi.

YNÜT ile rekabetçi üstünlük arasındaki ilişkiyi inceleyen regresyon analizi ve gruplar arası karşılaştırma sonuçları “YNÜT kullanım düzeyinin rekabetçi üstünlük üzerinde olumlu etkisi vardır” şeklindeki 3 nolu varsayımı desteklemektedir.

YNÜT kullanım düzeyi oranlarının pazarda rekabet üstünlüğü sağlama amaçları bağlamındaki çalışmaları olumlu yönde etkilediği istatistiksel analizlerden anlaşılmaktadır. YNÜT'nin etkisinin işletmelerin genel performanslarına olumlu katkı sağlayıp sağlamadığı bundan sonraki analizin konusunu oluşturmaktadır.

IV.3.3. YNÜT'nin İşletme Performansına Etkisi

Araştırmaya katılan işletmelerin genel performanslarının ölçülmesinde, Powell ve Dent-Micallef [24] ve Jayaram vd. [25] tarafından kullanılan maddelerden faydalanılarak geliştirilen bir ölçekten yararlanılmıştır. Yine yazarlar tarafından uygulanan yöntem benzer bir şekilde işletmelerden ölçekte belirtilen unsurlardan kendilerini rakipleri ile kıyaslamaları ve 1 çok kötüden 5 çok iyiye doğru derecelendirilmiş aralıkta cevaplarını belirtmeleri istenmiştir.

Tablo.12. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Genel İşletme Performansı

Genel İşletme Performansının Ölçütleri	Ort.	S.H.
Verimliliği	3,83	0,94
Pazar payı	3,75	0,97
Kârlılığı	3,58	1,16
Satışları	3,42	1,00
Toplam Performans*	14,58	3,48

Notlar:(i)n=12; (ii)ölçek 1=çok kötü, 5=çok iyi anlamındadır; (iii)*Performans ölçütlerine ilişkin Cronbach Alfa değeri 0,88 olup, değişkenlere ilişkin puanların toplamının mümkün olduğunu göstermektedir.

Tablo.12’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan işletmeler performans ölçütleri bakımından kendilerini rakipleri ile kıyasladıklarında genel olarak daha iyi ya da aynı düzeyde görmektedir. Araştırma ana kütesini ve örneklemini Türkiye’nin en büyük 500 işletmesi arasında yer alan otomotiv şirketleri oluşturduğu dikkate alınır, kendilerin, rakipleri ile kıyaslanınca performans ölçütleri konusunda daha iyi görmeleri beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Bununla birlikte işletmelerin YNÜT kullanım düzeyleri farklılık gösterdiğinden işletmelerin genel işletme performansında da YNÜT kullanım düzeyine bağlı olarak bir farklılık olup olmadığı araştırmaya değer bir konudur.

YNÜT’nin genel işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla ilk aşamada bir regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 13’deki sonuçlar incelendiğinde YNÜT kullanım düzeyinin rekabet üstünlüğünde gözlenen varyansın %23’ünü açıkladığı ve istatistiksel bakımdan anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç ışığında YNÜT kullanımının genel işletme performansı unsurları üzerinde pozitif etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo.13. Regresyon Analizi: YNÜT Genel İşletme Performansı İlişkisi

Değişkenler	Beta Katsayısı	S.H.	-t- Değeri	-t- Değerinin Anlamlılık Düzeyi
Sabit	0,27	0,13	2,33	0,04
YNÜT	7,87	3,38	2,05	0,06
$R^2=0,30$, R^2 düzeltilmiş=0,23; $F=4,22$; $p<0,05$				
Genel İşletme Performansı= b_0+b_1 YNÜT				

Yukarıda da belirtildiği gibi YNÜT’nin rekabet üstünlüğü sağlayıp sağlamadığını belirlemek amacıyla ikinci bir analiz yapılmıştır. Bu analizin bir diğer amacı da YNÜT kapsamında yer alan mühendislik ve yönetim teknolojilerinin genel işletme performansı üzerindeki etkisini ayrı ayrı değerlendirmektir. Araştırma kapsamındaki işletmeler *medyan* kuralına göre YNÜT’yi düşük düzeyde ve yüksek düzeyde kullanan işletmeler

olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. YNÜT’nin genel işletme performansı üzerindeki etkisi Tablo.14’de görülmektedir.

Tablo.14. YNÜT Kullanım Düzeyine Göre Genel İşletme Performansı

YNÜT	Kullanım Düzeyi	Genel İşletme Performansı		M-W U-Testi	
		Ort.	S.H.	z	P
MT	Düşük (6)	12,83	3,14	-1,46	<,15
	Yüksek (6)	16,33	3,01		
YT	Düşük (7)	13,14	3,02	-1,86	<,10
	Yüksek (5)	16,60	3,29		
Toplam (YNÜT)	Düşük (6)	12,67	3,01	-1,97	<,05
	Yüksek (6)	16,50	2,95		

Tablo.14’de izlenildiği gibi, YNÜT’yi daha yüksek düzeyde kullanan işletmelerin düşük düzeyde kullananlara kıyasla genel işletme performanslarının daha yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, sadece toplam YNÜT kullanımı için sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

YNÜT ile genel işletme performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen regresyon analizi ve gruplar arası karşılaştırma sonuçları “YNÜT kullanım düzeyinin işletme performansı üzerinde olumlu etkisi vardır” şeklindeki 4 nolu varsayımı kısmen desteklemektedir.

IV.3.4. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Araştırmadan elde edilen verilerin analizi çerçevesinde, işletmelerin konularına ilişkin bulguların değerlendirilmesi şu şekildedir:

- Rekabetin algılanması, Porter’in stratejileri bağlamında ele alındığında, görünürde işletmelerin dağılımının öncelikli olarak farklılaşma ve odaklanma eksenli olduğu, maliyet liderliğinin de bunları takip ettiği görülmektedir. Araştırma kapsamındaki işletmelerden sadece birisinin eş anlı (maliyet-farklılaşma) stratejiyi benimsediği dikkat çekmektedir.

Halbuki, YNÜT kullanım amaçlarına ulaşma düzeyleri bakımından bir değerlendirme yapıldığında araştırma kapsamındaki işletmelerin öncelikli olarak farklılaşma ve maliyet liderliği stratejilerini takip ettikleri yargısına ulaşılabilir. Nitekim, işletmelerin YNÜT kullanım amaçları arasında yer alan tedarik güvenilirliğini artırmak, sipariş ve tedarik sürecini hızlandırmak, kaliteyi yükseltmek amaçlarına ortalamanın üstünde ulaşmaları farklılaştırma stratejisine işlerlik kazandırdıkları şeklinde yorumlanabilir. Benzer şekilde, işgücü verimliliğinin yükseltilmesi ve üretim maliyetlerinin azaltılması amaçlarına da ortalamanın üzerinde ulaşılması maliyet liderliği stratejisinin belirli ölçüde hayata geçirildiğini

göstermektedir. Bu değerlendirmeler ışığında araştırma kapsamında işletmelerin odaklanma stratejisini uygularken hedef kitlenin gereksinimlerini daha iyi ve farklı karşılamak (farklılaşmak üzerine odaklanma) yerine daha düşük maliyetle karşılamak (maliyet üzerine odaklanma) üzerinde yoğunlaştıkları ve dolayısıyla farklılaşma ve odaklanma stratejisinden ziyade farklılaşma ve maliyet liderliği (dar bir pazarda maliyete odaklanma dahil) stratejilerini izledikleri sonucuna ulaşmak mümkündür.

Algılanan rekabet değerlerinin pazar yapısı ve faaliyette bulunulan endüstriyel durumla olan etkileşimine bakıldığında ise, müşteri odaklı etkenlerin (toplamda 8,92) belirgin bir baskı oluşturduğu ve işletmelerin üretim teknolojilerinde yeniliğe yöneldiğini (3,58) söylemek mümkündür. Oluşan baskı ve üretim sürecindeki yenilik çabaları rekabetin yoğun bir biçimde algılanması ile işletmelerin rekabette üstünlük stratejilerini oluşturmasında önemli rol oynamaktadır. Bu noktada işletmeler pazardaki rakiplerine göre kalite, dağıtım güvenilirliği ve maliyet etkenlerini rekabet avantajı açısından (Porter stratejilerinde de görüldüğü üzere) öne çıkarırlarken, pazar baskısının ya da müşteri taleplerinin öngördüğü esnek üretim ve yeni ürün politikalarını yeterli düzeyde kullanamamaktadırlar. Söz konusu rekabet unsurlarının sağlanacağı ve rekabetçi üstünlüğün gerçekleştirileceği bir stratejik değer olarak YNÜT'ler bu bağlamda ele alındığında ise, işletmelerin YNÜT'yi avantaj sağlayacak temel unsur biçiminde algıladıkları görülmektedir.

• İşletmelerin rekabetçi üstünlüğü sağlamada YNÜT'yi kabul etmelerine karşılık YNÜT'yi kullanıp kullanmadıkları ve kullanıyorlarsa ne ölçüde kullandıkları da araştırma kapsamında incelenmiştir. Yapılan analiz ve irdemelerin sonucunda iki ayrı boyutta değerlendirilen (mühendislik teknolojileri ve yönetim teknolojileri) ve rekabette üstünlük aracı olarak kabul edilen YNÜT'nin, işletmelerin kullanımını açısından bir önceki (beş yıl) döneme göre ilerleme kaydettiği görülmektedir. Ancak ilerlemenin yönetim teknolojileri açısından daha olumlu bir görüntü ortaya koyduğu ve ÜKP'nin ortalamayı yakalarken, TKY, BDSP'nin ortalamaya yakın olduğu buna karşın TZÜ teknolojisinin özellikle yan sanyei işletmeleri açısından istenilenden uzak bir noktada bulunduğu görülmektedir. Diğer yandan mühendislik teknolojileri içerisinde BDT, BTÜ ve BKT teknolojilerinin kavramsal ilişkilerinin doğal sonucu olarak daha çok tercih edildiği ve bu bağlamda özellikle ilk ikisinin ilerleme kaydettiği gözlemlenmektedir. Buna karşın esnek üretim sistemleri ile grup teknolojileri ve robotlar konusunda görülen ilerlemenin yeterli olmadığı ve mevcut kullanım düzeyinin ortalamanın altında bulunduğu görülmektedir. Bu durum, piyasaya yeni ürün sürülmesi konusundaki eldeki bilgilerle paralellik göstermektedir. Bununla birlikte Tablo 3'te vurgulanan rekabet unsurlarının önceliğinin amaçlara ulaşma

düzeyindeki konumlandırılma ile bağıntılı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda amaçlara ulaşma düzeyleri "üretim süresinin azalmasının" dışında ortalamanın üzerinde seyretmektedir. Yapılan değerlendirmenin detay araştırmasına katkı sağlaması bakımından kapsam içerisindeki işletmelerin ana sanayi ve yan sanayi ayırımına bağlı olarak YNÜT kullanımları da ele alındığında; YNÜT kullanımının ana sanayide daha yüksek kabul gördüğü dikkat çekmektedir. Bununla birlikte yan sanayide bulunan işletmelerdeki YNÜT kullanımının da ana sanayiden etkilendiği görülmektedir.

• Araştırmaya katılan işletmelerin rekabeti algılamaları ve YNÜT kullanma yatkınlıklarının sonucunda performanslarının bu süreçten nasıl etkilendiği de ölçülmüştür. İşletmeler, genel işletme performansını belirleyen verimlilik, pazar payı, kârlılık ve satışlar bağlamında, rakipleri ile karşılaştırılmış ve elde edilen veriler ortalamanın üzerinde çıkmıştır. Ancak farklı düzeylerdeki YNÜT kullanımı da dikkate alındığında performansa ilişkin yeniden bir sorgulama gerçekleştirilerek etkinlik değeri anlaşılmaya çalışılmış ve sonuçta YNÜT kullanımının dikkate değer bir etki oluşturduğu saptanmıştır. Bununla birlikte yukarıda yer alan değerlendirmelerde de vurgulandığı gibi yönetim ve mühendislik teknolojilerinin ayrı ayrı etkisi ele alındığında performans ölçümünde de yönetim teknolojileri kullanımının öncelendiği bu ölçümde de doğrulanmaktadır.

Her ne kadar YNÜT'yi yüksek düzeyde kullanan işletmelerin genel işletme performansı yüksek olsa da, mühendislik ve yönetim teknolojileri açısından bir değerlendirme yapıldığında, genel işletme performansındaki farkın istatistiksel bakımdan anlamlı olmadığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak iki ana görüş ileri sürülebilir: Bunlardan birincisi, son yıllarda ülkemizin yaşamakta olduğu ekonomik krizin diğer sektörlerde olduğu gibi otomotiv sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin performansını da olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. İkinci olarak da, bu teknolojilerin kullanım düzeyi arttıkça rekabet araçları üzerindeki olumlu etkinin orta ve uzun vade de genel işletme performansına yansıtacağı ve dolayısıyla aradaki farkın daha belirgin hale geleceği iddia edilebilir.

V. SONUÇ

Pazar yapısındaki değişim ve tüketicilerin bu değişime ilişkin belirgin katkısı, üretim süreçlerinin işleminde, kullanılan yönetsel ve teknolojik araçların kullanımını ön plana çıkarmaktadır. Özellikle rekabetin yapısal dönüşümü, stratejilerin yeni araçlara gereksinim duyması ve oluşturulacak ortaklıklarda müşteri, tedarikçi ve rakiplerin yeni aktörler olarak rol almaları; söz konusu araçların geliştirilmesini ve farklılaştırılmasını zorunlu kılmaktadır. YNÜT bu bağlamda rekabetçi üstünlüğün sağlanmasında ve müşteri taleplerinin anlamlı

bir biçimde karşılanmasında önemli bir görev üstlenmektedir. Son yıllarda otomotiv sanayiinde meydana gelen dikkat çekici teknolojik gelişmelerin yanı sıra şirket birleşmelerinin artması, ortaklaşa rekabet ve joint venture gibi yeni oluşumların uluslararası pazarda yer edinmesi YNÜT'nin rakipler/ortaklar bakımından senkronize kullanımını gündeme getirmektedir.

Bu bağlamda amaçlar bölümünde ele alınan alt amaçlar ve varsayımların gerçekleşme değerleri, Türkiye'deki otomotiv sanayiinde faaliyet gösteren işletmelerin pazar konumlarını ve rekabeti algılamalarını değerlendirmeyi hedeflemektedir. Sonuç olarak, araştırmanın ana bulguları şu şekilde özetlenebilir;

Araştırma kapsamındaki işletmeler, YNÜT kullanımında son beş yılda gerek mühendislik gerekse yönetim teknolojilerini kullanmada dikkate değer bir gelişme göstermiştir. Ancak, esnek üretim sistemleri ve grup teknolojilerini istenilen düzeyde kullanamamaktadırlar. Bununla birlikte rekabette üstünlük için yönetim teknolojilerine verdikleri önem mühendislik teknolojilerine verdikleri öneme oranla daha önceliklidir.

Verilerin analizi ve yapılan değerlendirme sonucunda görülmektedir ki işletmeler, YNÜT kullanarak tedarik güvenliğini artırma, tedarik sürecini hızlandırma, kaliteyi yükseltme, işgücü verimliliğinde artış, maliyetleri azaltma amaçlarına ortalamanın üzerinde ulaşırken, esneklik ile ilgili amaçlarını gerçekleştirmede beklenen düzeyin altında seyretmektedir.

İşletmelerin, YNÜT'nin kullanım düzeyinin rekabet üstünlüğü ve işletme performansı üzerindeki etkisini incelendiğinde, elde edilen sonucun olumlu yönde olduğu ve etkiyi arttırdığı görülmektedir.

Yukarıda belirtilen araştırma sonuçlarına bağlı olarak işletme yöneticileri YNÜT kullanımının işletme performansını olumlu yönde etkilediği ve işletmelerin rekabet güçlerini artırdığını belirtmektedirler. Bu amaçla işletme yöneticilerinin YNÜT'ye yatırım yaptıkları ve bu yatırımlarla işletmelerin, rekabet güçlerini daha da artırmak istedikleri anlaşılmaktadır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Samuelson, A.P., & Nordhaus, W.D. (1992). *Economics*. 15th Ed. New York: Mc Graw-Hill.
- [2] Findlay, R., & Baldwin, J. (1992). The Roots of Divergence: Western Economic History in Comparative Perspective. *American Economic Review*, 82(2), ss.158-162.
- [3] Hahn, R.W. (2001). A Primer on Competition Policy and the New Economy. Joint Center. *Working Paper*, 01-03 February.
- [4] Carayannis, E., & Sagi, J. (2001). "New" vs. "Old" Economy: Insights on Competitiveness in the Global IT Industry. *Technovation*, 11(8), s.501-514.
- [5] Audretsch, D.B., Baumol, W.J., & Burke, A.E. (2001). Competition Policy in Dynamic Markets. *International Journal of Industrial Organization*, 19, ss.613-634.
- [6] Douglass, M. (1992). Global Opportunities and Local Challenges for Regional Economies. *Regional Development Dialogue*, 13(2), s.3.
- [7] Sarıhan, H.İ. (1996). *Teknoloji Yönetimi*. İstanbul: Desnet Yayınları.
- [8] Balcı, Y. (1995). Bilgi Teknolojisi ve İstihdam. *Çerçeve*, 15, Ağustos-Ekim, ss.15-20.
- [9] Erdut, T. (1997). Yeni Teknolojilerin İş İlişkilerinin Yapısı Üzerindeki Etkisi. *Çimento İşveren*, 11(5), ss.18-23.
- [10] Güleş, H.K. (2000). Rekabet Üstünlüğü ve Bilişim Teknolojileri. *Verimlilik Dergisi*, 1, ss.87-106.
- [11] Elmacı, O., & Papatya, N. (1997). Tam Zamanında Üretim Sisteminin Üretim Maliyetleri Üzerindeki Etkisi. *1.Üretim Araştırmaları Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, İstanbul, ss.271-274.
- [12] Gervin, D., & Kolodny, H. (1999). *Management of Advanced Manufacturing Technology*. New York: John Wiley & Sons Inc..
- [13] Tekin, M., & Güleş, H.K. (1997). Factors Contributing to the Successful Implementation of Advanced Manufacturing Technologies. *Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), ss.1-13.
- [14] Pike, R., Sharp, J., & Price, D. (1998). AMT Investment in the Larger UK Firm. *International Journal of Operations and Production Management*, 9(2), ss13-26.
- [15] Güleş, H.K. (1996). The Impact of Advanced Manufacturing Technologies on Buyer-Supplier in the Turkish Automotive Industry. *Unpublished Ph.D. Dissertation*. The University of Leeds, School of Business and Economic Studies.
- [16] Akın, H.B. (2001). *Yeni Ekonomi: Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi*. Birinci Basım. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- [17] Güleş, H.K. (1997). İleri İmalat Teknolojileri Uygulamasının Mikro ve Makro Düzeyde Etkileri. *Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, IV(1), ss.112-129.
- [18] Boyer, K.K., Ward, P.T., & Leong, G.K. (1996). Approaches to the Factory of the Future An Empirical Taxonomy. *Journal of Operations Management*, 7(1), ss.297-313.
- [19] Koufteros, X., Vonderembse, M., & Doll, W. (2001). Concurrent Engineering and its Consequences. *Journal of Operations Management*, 19, ss.97-115.
- [20] Siegel, S., & Castellan, N.J. (1998). *Nonparametric Statistics for the Behavioral Sciences*. 2nd Ed.. London: McGraw-Hill International Editions.

- [21] Chen, I.J., & Small, M.H. (1994). Implementing Advanced Manufacturing Technology: An Integrated Model. *Omega, International Journal of Management Science*, 1, ss.91-103.
- [22] Udo, G.J., & Ehie, I.C. (1996). Advanced Manufacturing Technologies: Determinants of Implementation Success. *International Journal of Operations & Production Management*, 16(12), ss.6-26.
- [23] Jonsson, P. (2000). An Empirical Taxonomy of Advanced Manufacturing Technology. *International Journal of Operations & Production Management*, 20(12), ss1446-1474.
- [24] Powell, T.C., & Dent-Micallef, A. (1997). Information Technology as Competitive Advantage: The Role of Human, Business and Technology Resources. *Strategic Management Journal*, 18(5), ss.375-405.
- [25] Jayaram, J., Vickery, S.K., & Droge, C. (1999). An Empirical Study of Time-Based Competition in the North American Automotive Supplier Industry. *International Journal of Operations & Production Management*, 19(10), ss.1010-1033.

Hasan Kürşat GÜLEŞ (hkgules@selcuk.edu.tr) is an Associate Professor of Production Management. He has a Ph.D. of Production Management at Leeds Business School, UK. His major research areas include supply chain management, technology management, innovation management and management information systems.

M. Atilla ARICIOĞLU (maaricioglu@selcuk.edu.tr) is an Assistant Professor of Business Administration. He has a Ph.D. of Business Administration at Selçuk University, Social Sciences Institute. His research areas include organizational behavior, organizational culture, Japanese management styles and learning organizations.

ZAMAN YÖNETİMİ

Bahar TANER

Mersin Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Doçent Dr.

TIME MANAGEMENT

Abstract: Time is a manager's most precious resource. Once lost, there is no chance of getting it back. An effective manager knows how to control his time, in fact himself through keeping track of the activities that occupy his daily work time. Throughout this process, he would make sure that the time period he is at his best is spent with the activities that would make him reach his goals and he/she is not interrupted by unimportant activities. Empowerment would be useful both in developing subordinates and at the same time manager making sure that all daily activities on his agenda have been attended. Orderly arrangement in the work place also has a positive effect on time management.

Keywords: Time Management, Time Management Matrix, Pareto Principle, Parkinson Law

ZAMAN YÖNETİMİ

Özet : Bir yöneticinin kaynakları arasında en değerlisi, yöneticinin zamanıdır; zaman yitirildiğinde geriye dönüşü hiçbir şekilde mümkün olmayan bir kaynaktır. Zamanın kontrolü, aslında kendi kendimizin kontrolüdür. Etkin bir yönetici gün boyunca işinde kendisini meşgul eden aktivitelerin kaydını tutarak zamanını kontrol etmeyi bilen yöneticidir. Yönetici zamanını kontrol sürecinde işte enerji dolu olduğu ve etkin tempoyu yakaladığı zaman diliminin, amaçlara ulaştıracak aktivitelerle geçmesini sağlamalı, bu arada önemsiz aktivitelerle bölünmemeye özen göstermelidir. İş ortamının düzenli olması da zamanın etkin kullanımına yardımcı olur. Zamanın etkin kullanımında işgörenlere yetki devrinde bulunulması ve inisiyatif kullanmak üzere güçlendirilmeleri de yöneticinin gündemindeki işlerin tamamlanması ve çalışanların işte geliştirilmeleri açısından yararlı olur.

Anahtar Kelimeler: Zaman Yönetimi, Zaman Yönetim Matrisi, Pareto Prensibi, Parkinson Yasası

I. GİRİŞ

Varoluşçu felsefenin “evrende hiçbir şey yok olmaz, hiçbir şey de yoktan var olmaz” görüşüne karşın, evrende akıp giden tek şey zamandır. Çevremizde sıklıkla “zamanın su gibi geçtiği” şeklinde yakınmalara rastlarız. Herkes için aynı hızla olmasa da, kişilerde farklı algılamalara yol açsa da, zaman bir daha geri gelmemek üzere geçip gitmektedir. Ünlü Yunanlı filozof Herakleitos’un deyişiyle “aynı suda iki kez yıkanılmaz”.

Zamanın etkin kullanımı, özellikle yöneticilerin özen göstermesi gereken bir husustur. Yönetici, idaresindeki iş gücü, hammadde, sermaye, bilgi gibi kaynakları verimlilik ve karlılık ilkeleri doğrultusunda bir araya getirerek, işletmenin amaçlarını gerçekleştirmeye çalışan kişidir. Sözü edilen kaynaklar arasında gerek kıtlığı, gerekse ikame edilebilme güçlüğü açısından yüksek düzeyde önem taşıyan biri, yöneticinin zamanıdır.

Yöneticilerin işte geçen zamanları üzerinde gerek işletme içinden, gerekse işletme dışından yoğun bir talep söz konusudur. Yönetici işinde yükseldikçe, zamanı üzerindeki talep artar ve zaman yönetimi daha çok önem kazanır.

Yaşadığımız çağın gereği olarak, bilgi teknolojilerinde çok hızlı gelişmeler olmaktadır. Her geçen gün işlev kapsamı genişleyen bilgi işlem teknolojileri sayesinde yüklü bilgi toplanması, işlenmesi, depolanması baş döndürücü bir hızla gerçekleşmektedir. Bilgi işlem teknolojilerindeki tüm bu gelişmelere karşın, yöneticilerin zamanlarını yönetmede sorun yaşamaları ise bir paradoks değil midir?

Büyük yönetim gurularından Drucker, yöneticilere işlerinden ziyade zamanlarını planlamalarını önermektedir [1]. Bu yazının da amacı, zaman yönetimi kavramı ve zaman yönetimindeki aşamaların incelenmesinden sonra, yöneticilerin işte geçen zamanlarını etkin kullanabilmelerine ilişkin bir dizi öneriler ortaya koymaktır.

II. ZAMAN YÖNETİMİ KAVRAMI

Yönetimsel fonksiyonlardan kontrol, planlamanın ayrılmaz bir parçası olup, planlarda saptanan amaçlara ulaşıp ulaşamadığını ortaya koymaktadır. Başka bir deyişle, yapılan planlar ne kadar mükemmel olursa olsun, kontrol fonksiyonunun eksikliği durumunda, bir aktivitenin etkinliğini değerlendirebilmek mümkün olmamaktadır. Aynı şekilde, zamanımız üzerinde de bir

kontrol kuramazsak, onu (etkin) yönettiğimizden söz edilemez. Yöneticilerin günlük yaşamlarının en azından üçte birini kapsayan işte geçen zamanlarını etkin bir şekilde kullanmaları zorunludur. Bunu başarmanın yolu ise, yöneticinin işte geçen zamanını kontrol altına almasından geçmektedir. Zamanın kontrol altında olmaması tedirginlik, hayal kırıklığı, hatta panik gibi ciddi sorunlara yol açarak kişilerin performansına olumsuz etkide bulunabilmektedir. Bu nedenlerle zaman yönetimi kavramının içeriğini detaylı olarak incelemek yerinde olacaktır.

Zaman yönetimi, zamanımızın kullanımına yönetsel fonksiyonların uygulanmasıdır; yani zaman kullanımını planlama, organize etme ve kontrol etmedir [2]. Bu tanımdan hareketle, zaman yönetimi, performansımızın istenen zaman çizgisini izlemesini sağlamak üzere programlar ve diğer kontrol mekanizmaları uygulanmasını içermektedir.

Öte yandan, zamanın kontrol altına alınmaması kişilerde strese neden olmaktadır. Zaman kaynaklı stresin yol açtığı sorunlarla başa çıkma hususunda sıklıkla başvurulan çözümler arasında zaman planlamasına yönelik defter tutma, yapılması gerekenleri listeleme ve "hayır" demeyi öğrenmeden söz edilmektedir. Bu yöntemler hemen herkes tarafından kullanılmasına karşın, hemen hepimiz gene de yoğun zaman stresi altında olduğumuzdan yakınıyoruz; bu durumun nedeni not tutma, liste yapma ve "hayır" yanıtının yetersiz olmaları değil, ancak sorunun nedenini ortadan kaldırma yerine, yalnızca semptomları azaltmalarıdır.

Zaman kaynaklı streslerle başa çıkmada etkin olabilmek için aşağıdaki hususların gerçekleştirilmesi gerekmektedir:

- Yalnızca acil konular değil, önemli konular üzerinde de daha çok zaman harcanması,
- Önemli ve acil arasında net bir ayrımın yapılması,
- Süreç yerine çıktı üzerinde odaklanılması,

"Hayır" yanıtı verildiğinde suçluluk duymaya son verilmesi [3].

III. ZAMAN YÖNETİMİ ve AŞAMALARI

Etkin, yani amaçlara ulaştırıcı yönetim, öncelikli hususlara öncelik vermektir. Zaman yönetiminin esasını da "öncelikler çerçevesinde organize etme ve işlerlik kazandırma" oluşturmaktadır. Zaman yönetiminin bu şekilde ifadesi ise zaman yönetiminin izlediği üç aşamalı evrimi göstermektedir [4].

Zaman yönetimindeki gelişmenin her aşaması, insanların yaşamları üzerinde daha sıkı kontrol kurabilmelerine olanak vermiştir.

- Bu aşamalardan ilkinde kişinin zamanı ve enerjisi üzerindeki birçok talebi dikkate almak üzere notlar ve listeler yer almaktadır.

- İkinci aşama takvim ve randevu defterleri aracılığıyla bir ileriye bakış ve gelecekteki olayları ve aktiviteleri programlama çabalarını içermektedir.

- Zamanın etkin yönetilmesine yönelik üçüncü aşama günümüzdeki zaman yönetimini yansıtmaktadır. Üçüncü aşama, önceki aşamalara önemli bir kavram olan "netleştirici değerlere dayalı olarak öncelik tayini" kavramını eklemektedir. Bir başka deyişle, aktivitelerin öncelikli değerlerinin karşılaştırılması, sözü edilen değerlerle ilişki durumlarına göre yapılmaktadır. Buna ek olarak, üçüncü aşamada uzun, orta ve kısa vadeli hedeflere göre amaç saptama ve günlük planlama üzerinde de durulmaktadır. Zaman yönetiminde üçüncü aşamanın katkısı önemli olmakla birlikte, insanlar verimli programlama ve zamanın kontrolünün sıklıkla verimliliği negatif yönde etkilediğini düşünürler. Kapsamlı ilişkiler kurma ve hayatın zevkli anlarını yaşama hususunda kendilerini kısıtlanmış hissederek, ilişkilerini korumak ve yaşamlarının kalitesini korumak üzere birinci ve ikinci aşamadaki tekniklere dönüş yaparlar.

- Ancak ortaya çıkan dördüncü aşama diğerlerinden farklı olup, sorunun zamanın yönetimi değil, kendimizin yönetimi olduğunu vurgular ve ilişkileri koruma ve değer kazandırma ve sonuçları gerçekleştirme üzerinde odaklanır.

IV. ZAMAN NASIL HARCANIR ?

Covey tarafından geliştirilen "Zaman Yönetimi Matrisi" daha yüksek düzeyde etkinliğin anahtarıdır. Tablo.1.de verilen Zaman Yönetimi Matrisi aktiviteleri önem ve aciliyetlerine göre sınıflandırarak, zamanın bu aktivitelerle nasıl harcadığını göstermektedir. Önemli aktiviteler, değerli bir çıktı üreten veya önemli bir amaç gerçekleştiren aktivitelerdir. Acil aktiviteler ise bir an önce ilgilenilmesi gereken aktivitelerdir.

Yanıtlanması gereken bir soru, kişilerin önemli aktivitelerle – yalnızca acil olanlarına değil – odaklandıklarına nasıl emin olabilecekleridir. Bunun yanıtı açık – seçik ve belirli kişisel önceliklerin ortaya konmasıdır. Kişilerin kendi temel değerlerinin farkında olmaları ve hareketlerine yol gösterici olmak üzere bir dizi temel prensipler oluşturmaları önemlidir.

Tablo.1. Zaman Yönetimi Matrisi

AKTİVİTELER	ACİL	ACİL DEĞİL
ÖNEMLİ	I	II
	Krizler	Önleyici aktiviteler
	Zaman limiti olan projeler	İlişki geliştirme
	Zorlayıcı sorunlar (Müşteri şikayetleri)	Yeni fırsatlar ortaya çıkarma Planlama, rekreasyon
ÖNEMLİ DEĞİL	III	IV
	Bölünmeler, aramalar (Çalan telefon)	Önem taşımayan meşguliyet (Rutin işler)
	Bazı posta ve raporlar	Bazı posta ve telefonlar
	Bazı toplantılar	Zaman harcayıcı aktiviteler
	Baskı yaratan hususlar	(Kaçış)

Kaynak: Covey, S. (1990). *The 7 Habits of Highly Effective People*. New York: Simon & Schuster, s.151.[4].

Zaman yönetimi matrisinde birinci hücredeki önemli-acil aktiviteler genellikle yöneticilerin zamanları üzerinde ağırlık taşır. Bunlara örnek olarak bir raporu bitirme, bir toplantıya katılma, bir müşteriyle görüşme ve benzerleri verilebilir. Bir kişinin zamanının tümünü bu aktivitelerle harcamasındaki sorun, sözü edilen aktivitelerin başkalarının kontrolü altında olması ve yöneticinin başarmayı arzuladığı şekilde sonuçlanmalarının kesin olmamasıdır [3].

Üçüncü hücredeki aktiviteler önemsiz-acil aktiviteler ise başkalarının ihtiyaçlarına cevap verebilen, ancak yöneticinin gündeminde sapsmaya yol açan aktivitelerdir. Bunlar zaman kaynaklı stresi artırıcı etkide bulunurlar.

Zaman kaynaklı stres durumları sürdüğünde, genellikle dördüncü hücredeki önemsiz-acil olmayan aktiviteler sığınırız. Böylelikle stres geçici olarak ortadan kaldırılrsa da, daha da şiddetlenerek geri dönecektir.

Zaman yönetimi matrisinin ikinci hücresinde yer alan önemli-acil olmayan aktiviteler yöneticilerin zamanlarını yönetmelerinde birinci önceliği almalıdır, çünkü bunlar sorunlarla başa çıkmak yerine sorunları ortadan kaldıran sistemleri oluştururlar. Bu aktiviteler öncelik verilmesiyle, karşılaşılan acil sorunların azalması ve zaman kaynaklı streslerin ortadan kalkması mümkün olabilecektir. Uzun dönemde başarı için önemli olan bu aktiviteler arasında hazırlık, önleyici bakım, planlama, esneklik kazandırma ve örgütlenme önem taşımaktadır.

Sekiz saatlik bir iş gününde üç saate yakın bir süre bölünmelerle yitirilmektedir. Ortalama olarak her sekiz dakikada veya saatte altı – yedi kez bölünme yaşanmakta, böylece gündelik toplam bölünme sayısı 50 – 60'ı bulmaktadır. Her bölünmenin yaklaşık beş dakika olduğu düşünülürse, bir iş gününün 250 dakikası veya yarından fazlası bölünmelerle harcanmaktadır.

İş günündeki bölünmeleri A grubu (çok önemli), B grubu (önemli), C grubu (az önemli) ve D grubu (önemsiz) şeklinde kategorilere ayırdığımızı düşünelim. Bu durumda çoğu kişi işleri sırasında yaşadıkları bölünmelerin yüzde yirmi kadarının A ve B grubuna, yüzde sekseninin ise C ve D grubuna girdiğini görecektir. Buna göre, bir iş günündeki bölünmelerin süresi 250 dakikayı buluyor ise ve bunun yüzde sekseni C ve D grubuna giriyor ise, günün 200 dakikalık bir kısmı veya üç saati aşan bir bölümü boşa harcanmış olmaktadır [5].

İş günündeki bölünmelere ilişkin açıklamalar, işin yüzde sekseninin, işte geçen zamanın yalnızca yüzde yirmilik bir bölümünde yapıldığını ortaya koymaktadır. Bu durum zaman yönetiminde çok iyi bilinen bir prensibin, Pareto prensibinin ifadesidir. Pareto prensibine göre, işte yapılan aktivitelerin yüzde yirmisi ile sonuçların yüzde sekseni başarılmaktadır [4].

V. ETKİN ZAMAN YÖNETİMİ

Zamanı etkin yönetirken, çok zor, ancak çok önemli kararlardan biri de neyin önemli, neyin acil olduğuna ilişkin karardır. Aktivitelerin bu şekilde sınıflanması kişiden kişiye çok değişiklik gösterecektir. Örneğin, A için aciliyeti düşük olan bir aktivite, B için hayati önem taşıyabilecektir.

Zaman yönetiminde neyin önemli olduğunu belirlemek için, temel değerlerin, temel prensiplerin ve kişisel önceliklerin açık bir şekilde ortaya konması gerekmektedir. Bunun için aşağıdaki sorular yanıtlanmalıdır :

- Ne için varım ? Ne için yaşamaya istekliyim ?
- Ne şekilde hatırlanmayı isterim ?

- Neye karşı tutkulu bir ilgim var ?
- Herkesi birkaç temel prensibi izlemeye ikna edebilsedim, bunlar neler olurdu ?
- Bundan yirmi sene sonra nelerin başarılmış olmasını isterdim [3]?

Bu sorular yoluyla bir kişisel misyon ifadesi, yani bizim için gerçekten neyin önemli olduğu ortaya konabilir. Böylelikle, önem verdiğimiz hususları önceden belirleme imkanı doğmaktadır. Aktivitelerin önemi hususunda karara varmak üzere, zaman yönetimini bu şekilde temel prensiplere dayandırmak suretiyle suçluluk duymaksızın “hayır” diyebilmenin yolu da açılmış olmaktadır.

Zamanın etkin yönetilmesinde önemli bir diğer husus hedeflerin saptanmasıdır. Kişiler uzun vadede ne başarmayı istediklerine ilişkin olarak hedef saptamalı ve bu hedefleri gerçekleştirmek için gerekli aktiviteleri belirlemelidirler. Daha sonra gündelik yapılacak işlerin listesi çıkarılmalıdır. Bu listede günün bir bölümünün hedeflere ulaşmak için yapılması gereken işlere ayrılmasına özen gösterilmelidir; böylelikle önemli işler için zaman ayrılması garanti altına alınmaktadır. Gündelik iş listesi uygulanırken, en önemli işlerden en az önemli işlere doğru bir sıra izlenmelidir.

Pareto Yasası'na göre, işte geçen zamanımızın yalnızca % 20'sinde işimizin % 80'i yapılmaktadır. Burada önemli olan husus, zamanımızın sadece % 20'sinin verimli aktivitelerle geçmesi, geri kalan % 80'inin ise önem derecesi düşük olan veya gereksiz aktivitelerle geçmesidir.

Hedeflere ulaşmak üzere yapılması gereken önemli işlere daha fazla zaman ayırabilmek için yetki devrinde bulunulmalıdır. Yönetici belirli işlerin yapılması için astlarına yetki vererek, onların sorumluluğu paylaşmayı öğrenmelerini ve gelişmelerini sağlar, kendisi de önemli işler için daha fazla zaman yaratabilir.

İşte geçen zamanın planlanmasında Parkinson Yasası'ndan da yararlanılmalıdır. Bu yasaya göre “bir proje kendisi için ayrılan zamanı alma eğilimindedir”. İşte bir tek aktiviteyle uğraşılırsa, bunun tamamlanması olasılıkla tam günü alacaktır. İki aktiviteyle uğraşılırsa, olasılıkla ikisi de tamamlanacaktır. Şu halde, çok iş ile uğraşmamız, üzerimizde sağlıklı bir baskı oluşturarak zamanımızı daha verimli kullanmamızı sağlayacaktır. Elimizde çok iş olması, daha fazla odaklanmamıza, daha az bölünmemize ve daha çok yetki devrinde bulunmamıza yol açacaktır.

Yönetici önem sırasına göre yaptığı işler sırasında, iş bitmeden bölünmemeye özen göstermelidir. İşte belirli bir tempo yakalandığında iş bitene kadar başka bir işin araya girmesine izin verilmemelidir. Yöneticiler bölünmeye neden olan telefon, toplantı ve benzeri konularla yitirilen zamanın bilincinde olmalıdırlar. İşlerin benzerliklerine göre gruplandırılarak birlikte yapılması da etkin zaman yönetimi açısından önemlidir. Örneğin, telefon mesajları biriktirilerek günün belirli bir bölümünde topluca yanıtlanabilir [6].

Büyük zaman kaybına neden olan toplantılara ilişkin olarak şu iki soru yanıtlanmalıdır:

- Bu toplantıya bir katkı olabilir mi ?
- Bu toplantıdan bir yarar sağlayabilir miyim ?

Bu soruların yanıtları “hayır” ise, toplantıya katılmanın bir yarar sağlamayacağı açıktır.

Özellikle önemli işlerin yöneticinin enerji dolu olduğu saatlerde yapılmasına özen gösterilmelidir. Bazı kişiler iş gününün ilk saatlerinde verimli çalışabilirken, bazıları ise ancak iş gününün sonuna doğru verimliliği yakalayabilmektedirler. İş yerinin (örneğin, çalışma masasının) düzenli olması, işte zamanın etkin kullanılmasına katkıda bulunan bir faktördür. Nihayet hedeflere ulaşmada önem taşımayan aktivitelerle “hayır” diyebilmek de zaman yönetimi açısından önemlidir.

VI. SONUÇ

Yöneticinin idaresindeki kaynaklardan en önemlisi, yöneticinin zamanıdır; zaman bir daha asla gelmemek üzere hayatımızdan kayıp gitmektedir. Kontrol edilemeyen bir şeyin etkin yönetilemeyeceği düşüncesinden yola çıkarak, etkin bir yöneticinin işte geçen zamanı üzerinde denetim kuran kişi olduğu söylenebilir. Aslında zamanın kontrolü, yöneticinin kendi kendini kontrolü anlamına gelmektedir. Buna göre, etkin yönetici iş gününde hedeflere ulaştırıcı aktiviteler için gereken zamanı ayıran, bu aktivitelerin verimli bir şekilde yapılması için uygun şartları oluşturan kişidir. Sözü edilen aktivitelerin dışında kalan aktiviteler için astlara yetki devredilerek onlara sorumluluk paylaşmanın öğretilmesi ve geliştirilmeleri yöneticinin zamanını etkin kullanmasına katkıda bulunacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Lundberg, D.E., & Armatas, J.P. (1980). *The Management of People in Hotels, Restaurants and Clubs*. 4.Baskı, Dubuque: Wm. C. Brown Company Publishers.
- [2] Cook, C.W, Hunsaker, P.L., & Coffey, R.E. (1997). *Management and Organizational Behavior*. 2.Baskı. Chicago: Irwin.
- [3] Whetten, D., Cameron, K., & Woods, M. (2000). *Developing Management Skills for Europe*. 2.Baskı, London: Prentice Hall.
- [4] Covey, S. (1990). *The 7 Habits of Highly Effective People*. New York: Simon & Schuster.
- [5] Wetmore, D.E. *Time Management Facts and Figures*. www.balancetime.com.
- [6] Go, F.M., Monachello, M.L., & Braun, T. (1996). *Human Resource Management in the Hospitality Industry*. New York : John Wiley and Sons, Inc.

Bahar TANER (bahartaner@mersin.edu.tr) has Ph.D. from Social Sciences Institute at Çukurova University. She is Associate Professor at Mersin University School of Tourism and Hotel Management. Her research areas are total quality management, productivity management, leadership and motivation.

ORTAKLAŞA REKABETTE STRATEJİK BİR YAKLAŞIM: POLİTİKA BENCHMARKING

Orhan ÇOBAN¹, Elyesa UYSAL²

¹Erciyes Üniversitesi, Nevşehir İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

²Erciyes Üniversitesi, Nevşehir İ.İ.B.F., İşletme Bölümü

A STRATEGIC APPROACH IN THE CO-OPETITION: POLICY BENCHMARKING

Abstract: Benchmarking is a process which provides the self improvement of the firms in order to be effective. It cannot even be accomplished and ignored thereafter, in the faith, which is task settled. It must be a continuous process, because the practices of the industries constantly change. In this context, benchmarking gives itself it the possibility of comparing and with it indices of analyzing both industry-internally as well as industry-spreading to recognize where trends go and into the framework from conferences and/or presentations in the exchange with others entrepreneur inside and to entrepreneurs experiences to collect and/or learning processes introduce. In this study, it is investigated policy benchmarking as a strategic approach in order to obtain more the added value in the co-opetition.

Keywords: Co-opetition, Benchmarking, Competitiveness, Policy Benchmarking

ORTAKLAŞA REKABETTE STRATEJİK BİR YAKLAŞIM: POLİTİKA BENCHMARKING

Özet: Benchmarking, firmaların kendi çabalarıyla sürekli olarak etkin kalmalarını sağlayan bir süreçtir. Değişen çalışma şartlarına uyum sağlamak ve kendi faaliyet alanlarında başarılı olmak isteyen firmalar Benchmarking'i göz ardı etmemelidirler. Bu bağlamda firmaların kendi sektörlerindeki veya sektör dışında en iyi uygulamaları sistematik ve sürekli olarak araştırıp, daha iyisini yapmaya yardımcı olan Benchmarking, firma-içi süreç, yöntem, ürün ve hizmet alanlarında karşılaştırmanın yanı sıra firmaların kendi yöntemleriyle diğer firmaların yöntemlerini karşılaştırarak, eleştirel bir bakış açısıyla diğer firmaların üstün yönlerini öğrenme imkanı sağlamaktadır. Bu çalışmada ortaklaşa rekabet çerçevesinde daha fazla katma değer elde edebilmek için firmalar tarafından stratejik bir yaklaşım olarak dikkate alınan politika Benchmarking konusu incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ortaklaşa Rekabet, Benchmarking, Rekabet Gücü, Politika Benchmarking

I. GİRİŞ

Değişen ekonomik şartlara ve tüketici tercihlerinde meydana gelen değişmelere de bağlı olarak firmalar/işletmeler kendilerini yoğun bir rekabet ortamında bulmakta ve sürekli olarak kendilerini yenileme gereksinimi hissetmektedirler. Tüketicilerin artık daha bilinçli hale gelmesi ve ihtiyaçları konusunda daha rasyonel davranması etkin kararlar alması, firmaların hareket alanlarını sınırlandırmakta ve yenilikler ortaya koyma yönünde onları zorlamaktadır. Firmaların değişen bu şartlara uyum sağlayabilmeleri ve yıkıcı rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri için yeni stratejiler geliştirmeleri veya geliştirilmiş olan stratejileri çalışma süreçlerine adapte etmeleri gerekmektedir. Bu arayışların sonucu olarak benchmarking hem mikro hem makro düzeyde rekabet düzeyini analiz etmek amacıyla yararlanılan stratejik bir araç olarak ilgi görmeye başlamıştır.

Günümüz çalışma hayatında bazı firmalar belirlemiş oldukları amaçlara ulaşmada yeni stratejiler geliştirmek yerine, diğer firmaların tecrübelerinden yararlanmaktadırlar. Özellikle büyük ölçekli veya çok uluslu firmaların bir çoğunda benzer fonksiyonlar farklı

şekillerde icra edilmektedir. Bu tespit bağlamında benchmarkinge yönelik çalışmalar, söz konusu firmalarda yürütülen fonksiyonların, diğer veya rakip firmalardaki uygulama örnekleriyle karşılaştırılmasıyla ivme kazanmıştır. Bu bağlamda hem ulusal, hem de uluslararası düzeyde benzer fonksiyonlar üstlenen firmalar arasında bir takım karşılaştırmalar yapılmaktadır. Ayrıca, benchmarkinge ilişkin bilgiler firma yöneticileri tarafından gizlenmeksizin, gönüllü olarak verilebilmektedir.

Bu etkileşimlerin bir sonucu olarak sektörel anlamda stratejik açıdan bir takım standartlar oluşmuştur. Söz konusu standartlara ulaşabilmek için gerekli uygulamaların neler olduğu konusunda firmalar, bilgiye ulaşma anlamında benchmarkingi dikkate almaya başlamışlardır. Bu açıdan ele alındığında benchmarking, firmaların kendi zayıf yönlerini tespit ederek, sektörlerinde yada farklı sektörlerdeki en iyi uygulamaların neler olduğunu belirleyip, bunları kendi amaçlarına ulaşmada kullanmalarıdır [1]. Bir başka ifadeyle, bu firma-içi aktiviteler, işlevler ve işlemlerde sürekli gelişmenin sağlanması için iç odaklanma olarak karşımıza çıkmaktadır. Benchmarking süreçleri, bir firmanın performansının diğer firmalara göre nasıl daha

iyi olduğuna dair bilgi toplanmasından ziyade, hem endüstriyel üretim hem de yan sanayine ilişkin olarak yeni fikirler üretilmesinde kullanılan bir yöntem olarak da görülmektedir [2].

Daha iyiyi ya da en iyiyi bulmayı, öğrenmeyi, kendi süreçlerine uyarlayarak gelişmeyi sağlamayı amaçlayan bir süreç olan benchmarking sayesinde rakip firmalar arasında da köprüler kurulabilmektedir. Bu doğrultuda günümüz piyasa koşulları bazı durumlarda firmaları ortak hareket etmeye, yani ortaklaşa rekabete zorlamaktadır. Dolayısıyla benchmarking, firmalar arasındaki işbirliğini arttırarak, sinerjik güç elde edilmesine zemin hazırlamaktadır [3].

Benchmarking, hem mikro hem de makro ölçekte uygulama örneklerine rastlanılan stratejik bir araçtır. İlk uygulamalarında firma-içi karşılaştırmaların esas alındığı görülmüştür. İlk uygulama örneklerinde firma-içi karşılaştırmaların esas alındığı benchmarkingde, zamanla firmalar ve sektörler arası karşılaştırmalar da yapılmaya başlanmıştır. Son zamanlarda artan rekabet baskısına da bağlı olarak sektörel açıdan makro ölçekte ülkeler arası işbirliklerinin geliştirilmesi de önem kazanmıştır. Dolayısıyla henüz sınırlı düzeyde olmakla birlikte ortaklaşa rekabet çerçevesinde uluslararası düzeyde sektörel açıdan politika benchmarking kullanılmaya başlanmıştır. Politika benchmarking uygulamalarının önemli bir gelişme potansiyeli bulunmaktadır.

Bu çalışmada ortaklaşa rekabet çerçevesinde benchmarking konsepti ele alınmıştır. Benchmarkingün Dünya ve Türkiye uygulamalarından örnekler verilerek, ortaklaşa rekabette yeni bir strateji olarak dikkate alınan politika benchmarking üzerinde durulmuştur. Ayrıca, dinamik-rekabetçi yapının oluşturulması için benchmarking orijinli rekabet stratejilerinin geliştirilmesine yönelik çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

II. BENCHMARKING KONSEPTİ

Günümüz iş yaşamında firmaların müşterileriyle olan ilişkilerini geliştirmeleri, tedarikçi firmalarla işbirliğine gitmeleri, firmalarında ekip ruhunu oluşturmaları ve hatta rakipleriyle birlikte stratejik ortaklıklar kurmaları gerekmektedir. Bu kavramlar artık demode olan ayakta kalabilmek için savaşıacakların olgusunu çağrıştırmamaktadır. Dolayısıyla firmalar açısından,

kendi ışığının parlamaya devam etmesini sağlamak için diğerinin ışığını söndürmek zorunda değilsiniz,

yaklaşımından hareketle kazanmak için işbirliğinin önemine dikkate çekilmektedir. Bu bağlamda firmalar, ancak rakiplerinin işlerinin iyi olması halinde başarıya ulaşabileceklerdir. Örneğin Intel'in ürettiği olduğu çiplere

olan talep, ancak Microsoft'un daha güçlü yazılımlar üretmesi halinde artmaktadır. Bu durum, karşılıklı tahribatın değil, karşılıklı işbirliğinin bir başarısı olup; hem Intel hem de Microsoft'un kazancıdır [4]. Bu yaklaşımlardan hareketle ortaklaşa rekabet bağlamında rekabet gücünü artırıcı stratejik bir araç olarak yararlanılan benchmarking, popülaritesi her geçen gün artan bir uygulamadır.

II.1 Benchmarking'in Tanımı

Türkçe'ye örnek edinme, örnek alma, kıyaslama şeklinde tercüme edilmeye çalışılan benchmarkingün tanımı konusunda literatürde henüz tam bir görüş birliği sağlanamamakla birlikte, firmaların belirlemiş oldukları amaçlar doğrultusunda farklı tanımlamalar yapılabilmektedir. Söz konusu tanımlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Benchmarking, sistematik ve sürekli olarak en iyi uygulamaları, düşünceleri ve iş süreçlerini araştırarak, firmaların kendi çalışma alanlarıyla ilgili gelişme sağlayabilmek için bir sıçrama zemini oluşturmaktır [5].

Benchmarking, en iyi uygulamayı tanıma ve çalışmaların performanslarını kıyaslamada alınan ölçümlerin inisiyatifler dahilindeki gelişimlerle birlikte kullanılan bir performans ölçüm aracıdır [6].

Benchmarking, firmaların kendi sektörlerindeki veya sektör dışında en iyi uygulamaları; en iyi düşünceyi, en iyi çalışma sürecini ve en etkin performansı gerçekleştirmiş olan firmaları sistematik ve sürekli olarak araştırıp, daha iyisini yapmaya çalışmalarıdır [7].

Benchmarking tekniğinin gelişimine öncülük eden Amerikalı bilim adamı Robert C. Camp, benchmarking konusunda öncelikli olarak çalışma sürecinin tanımlanması gerektiğini ifade etmiştir. Camp'a göre benchmarking, faaliyet gösterilen alanda lider konumunda bulunan en iyi uygulayıcıların araştırılmasıdır [8].

Amerikan Verimlilik ve Kalite Merkezinin (APQC) yaptığı tanım göre ise benchmarking, bir kuruluşun performansını iyileştirmek amacıyla dünyanın herhangi bir yerinde en iyi uygulamalara sahip olmasıyla tanınmış diğer kuruluşların ürünlerini, hizmetlerini ve iş süreçlerini öğrenme ve kendi kuruluşuna adapte etme sürecidir [9].

Diğer bir tanıma göre ise benchmarking, en iyi organizasyon uygulamalarını saptamak için çok yönlü araştırmayla başlayan, hem kendi hem de başkalarının performansı ile ilgili dikkatli incelemelerle süren, sistematik firma ziyaretleri ve mülakatlar vasıtasıyla firmanın gelişimine olanak sağlayan ve sonuçların analiziyle tavsiyelerin geliştirilmesi ve uygulanmasıyla sonuçlanan bir disiplindir [10].

Bu tanımlamalar çerçevesinde benchmarking, firmaların uluslararası düzeyde performanslarını maksimize etmek amacıyla, faaliyet gösterdikleri alandaki rakiplerinin en iyi uygulamalarını kendi işsel değerleriyle çelişmeyecek şekilde bütünleştirerek yeniden tasarlamalarına imkan sağlayan ve aynı zamanda belirli bir sisteme ve sürekliliğe sahip bir süreç olarak tanımlanabilir.

II.2 Benchmarking'in Boyutları

Benchmarking genel anlamda firmaya ilişkin faaliyetler çerçevesinde süreç, yöntem, ürün ve hizmet alanlarında karşılaştırma imkanı sağlayan bir yöntemdir. Bu yöntemin uygulanmasındaki nihai amaç, bir bütün olarak firmanın performansının artırılmasıdır. Bu amaca ulaşabilmek için firma süreçlerinin etkinliğinin artırılması veya yeni yöntemlerin firma süreçlerine adapte edilmesi gerekmektedir. Ayrıca, firmalar kendi yöntemleriyle diğer firmaların yöntemlerini karşılaştırarak, eleştirel bir bakış açısıyla diğer firmaların üstün yönlerini öğrenmelidirler. Bu etkileşimlere bağlı olarak herhangi bir firmanın performansının artırılıp artırılmadığı, maliyet, kalite ve zamanla ilgili parametrelerde meydana gelen değişimlerle ölçülebilmektedir. Benchmarking'in boyutları Tablo.1'deki gibidir.

Tablo.1. Benchmarking'in Boyutları

Parametreler	Parametrelerin Gelişimi			
	Konu/Alan	Ürünler/Hizmetler	Yöntemler	Süreçler
Amaç	Maliyet	Kalite	Müşteri Memnuniyeti	Zaman
Karşılaştırma Partneri	Diğer Çalışma Alanları	Rakipler	Benzer Sektörler	Diğer Sektörler

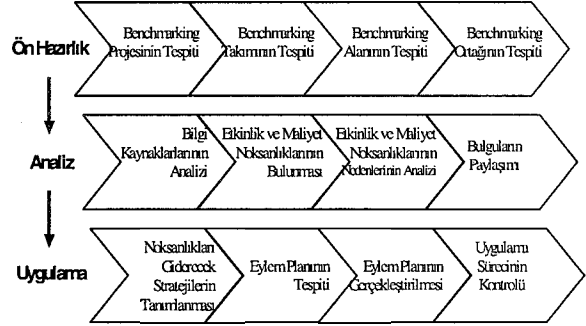
Piyasa yapılarında meydana gelen değişimlerin yanı sıra süreç ve yönetime bağlı olarak ürünlerin ve hizmetlerin araştırılması ve geliştirilmesi konularının önem kazanmasıyla birlikte firmaların kendilerini sadece rakipleriyle kıyaslamaları anlamını kaybetmeye başlamıştır. Bu süreçte firmaların rakipleriyle etkileşime girmeleri gereği ortaya çıkmıştır. Diğer sektörler veya aynı sektörde faaliyet gösteren firmalarla yapılan benchmarking, özellikle belirli faaliyet alanlarında daha etkin süreç ve yöntemlerin tanımlanmasına ve böylelikle rakiplere göre daha iyi olmaya imkan sağlamaktadır.

Ayrıca, benchmarking sayesinde firmalar, rakiplerinin güçlü ve zayıf yöntemleri gibi piyasa davranışları konusunda bilgi edinebilmektedirler. Dolayısıyla benchmarking sadece hangi firmaların hangi alanlarda lider konumunda bulunduğu bilgisini değil, aynı zamanda söz konusu liderlik konumuna ulaşmada

firmaların hangi süreç ve eylemleri izlediklerini ve bunları ne şekilde kendi firmalarına adapte etmeleri gerektiği yönünde ipuçlarının elde edilmesi imkanı sağlamaktadır [11].

III. BENCHMARKING SÜRECİ ve BENCHMARKING'İN BAŞARI FAKTÖRLERİ

Bir benchmarking'in başarılı bir şekilde uygulanması ve uygulama sonucu belirlenen hedeflere ulaşılabilmesi için uygulama alanlarının iyi tespit edilmesi gerekmektedir. Literatürde benchmarking süreci konusunda temelde önemli bir farklılık olamamakla birlikte çeşitli davranış modelleri önerilmektedir. Weber ve Wetz'e göre benchmarking süreci her biri dört adımda gerçekleşen üç aşamadan meydana gelmektedir (Şekil.1). Bunlar, ön hazırlık, analiz ve uygulama aşamalarıdır [12].



Şekil.1. Benchmarking'in Aşamaları ve Adımları

Kaynak: Weber J., & Wertz B. (1999). *Benchmarking Excellence*. In: *Advanced Controlling*, Band: 10, Weinheim/Vallender: Wiley VCH Verlag, s.15.[12]

Şekil.1 incelendiğinde her bir aşamada önemli başarı faktörleri tanımlanmaktadır. Uygulama tecrübeleri, bir benchmarking projesinin başarılı bir şekilde yürütülebilmesi için özellikle ön hazırlık aşamasının oldukça önemli olduğuna işaret etmektedir. Burada temel hedeflerden sapmamak için öncelikli olarak firma amaçlarının gerçekleştirilmesine yönelik süreçlerin ayrıntılı olarak tartışılması gerekmektedir. Ayrıca benchmarking konusu açıkça tanımlanmalıdır. Proje takımının oluşturulmasında ise görev alanları açısından farklı deneyimlere sahip gruplar tercih edilmelidir. Takım oluşturacak üyelerin sayısı ise, görev alanlarının çeşitliliği dikkate alınarak, belirlenmelidir. Buna karşın takım içerisinde koordinasyonsuzluğa yol açmaması için üye sayısı sınırlandırılmalıdır. Projenin başarısı açısından ihtiyaç duyulması halinde takım üyelerinin değiştirilmesi anlamlı olacaktır. Bu süreçte proje yürütücüsünün değiştirilmesi, pek tavsiye edilmemektedir. Karşılaştırma ortamının seçimi konusunda genel geçerli bir kriter olmamakla birlikte kendisine göre performansı üst

düzeyde olan firmaların seçimine özen gösterilmesi gerekmektedir. Ancak bu yolla ilgili firma ortaklaşa hareket edeceği firmadan bir şeyler öğrenebilecektir.

Benchmarking sürecinin *analiz* aşamasında ise somut tanımlamaların yapılmasına ve belirli parametrelerin ifade edilmesine imkan sağlayan temel başarı faktörleri bulunmaktadır. Burada özellikle parametrelerin seçimine dikkat edilmelidir. Çünkü parametreler vasıtasıyla araştırılacak alan gerçekçi bir şekilde tanımlanabilmektedir. Örneğin imalat süreci gibi parametreler, benchmarking ortakları arasındaki performans farklılığını ortaya koyan göstergelerden birisidir. Burada iyileştirme tedbirleri vasıtasıyla noksanlıkların giderilmesi önem arz etmektedir. Doğru parametrelerin seçilebilmesi için araştırılacak olan alanın performansının sistematik bir şekilde ayrıntılı olarak ortaya konulması gerekmektedir. Bu açmaz, birbirinden bağımsız kısmi süreçlerinin tamamının tanımlanmasıyla kolaylaşacaktır. Örneğin kalite testlerine yönelik parametreler, firma performansını açıklayan parametrelerdir. Söz konusu parametreler benchmarking ortakları arasındaki performans farklılığını ve bunun nedenini açıklayabilmektedir. Burada şüphesiz makine, personel ve girdi gibi faktörlerinde süreç üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır.

Uygulama aşamasında ise, bir firma içerisindeki değişime ilişkin hazırlıklar, yeni fikirlerin başarılı bir şekilde hayata geçirilebilmesi konusunda önemli etkilere sahiptir. Bu bağlamda ortaya çıkması muhtemel sorunların çözümünde firma kültürü önemli rol oynamaktadır. Ayrıca mümkün olan en yüksek başarıyı elde edebilmek için farklı departmanlarda çalışan personel arasında işbirliğinin sağlanması olması gerekmektedir.

Benchmarking projesinin olumlu yönde gerçekleştirilebilmesi için genellikle uzun bir zamana ihtiyaç duyulmaktadır. Bundan dolayı projenin yapısının ve organizasyonunun açıkça tanımlanması oldukça önemlidir. Takım üyelerinin iyi koordine olmasının yanı sıra idealist bir proje yöneticinin uygulamada görev alması, projenin başarı şansını artırmaktadır.

Tüm bunların yanı sıra firmalarda yüksek performansa ve dolayısıyla yüksek rekabet gücüne ulaşılabilmesi amacıyla benchmarkingın uygulama aşamaları konusunda farklı yaklaşımlar söz konusudur [13].

IV. DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE BENCHMARKING UYGULAMALARI

Teknolojik gelişmelerin de etkisiyle meydana gelen hızlı değişimlerin bir sonucu olarak, tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde yeni bir döneme girilmiş; bu yeni dönemde mikro düzeyde firmalar açısından, makro düzeyde ise ülke ekonomileri açısından rekabetin önemli

argümanlarını; İngiliz filozof Bacon'un da ifade ettiği gibi *bilgi* şekillendirmiştir. Özellikle 1990'lı yıllardan itibaren dünya piyasalarında yoğunluğu her geçen gün artan acımasız rekabet, firmaları sürekli olarak kendilerini yenileyen, değişimlere ayak uydurmaya çalışan ve piyasada kalabilmek için tüm gücüyle çaba gösteren bir mekanizmalar haline getirmiştir. Bu bağlamda özellikle tanınmış firmalar da bu süreçten etkilenmişler ve sürekli olarak kendini yenileyen firmalara karşı korunma ihtiyacı hissetmişlerdir.

Ulusal ve uluslararası piyasalarda artan rekabet baskısı, ülkelerin ve firmaların yapılarını sistematik olarak gözden geçirip geliştirmelerini zorunlu hale getirmiştir. Günümüzde sadece mal veya hizmetin değil, bir bütün olarak tüm sistemin kaliteli olması gerekmektedir. Uzun yıllar kendi alanlarında lider konumunda bulunan firmaların, rakiplerinin benzer yada daha üstün ürünleri piyasaya sürmeleri karşısında yok olma tehlikesiyle karşılaşmaları, bu etkileşimi dramatize eden bir gelişmedir [9]. Söz konusu gelişmeler gelişmiş ülke orijinli firmaları yeni yönetim tekniklerinin geliştirilmesine yönelik araştırmalar yapmaya sevk etmiştir. Söz konusu süreçte başarmış oldukları *Kalite Devrimi*'nin de etkisiyle özellikle Japon orijinli firmalar, diğer ülke firmalarına karşı üstünlük elde etmişlerdir.

Benchmarking, 1980'li yıllardan itibaren ABD'de Toplam Kalite Yönetiminin en önemli parçası olarak dikkate alınmaya başlamıştır. Sonraki yıllarda dinamik-rekabetçi bir ekonomik yapı oluşturmak amacıyla sanayileşmiş ülkelerde benchmarkingın yaygın olarak kullanıldığı görülmüştür. Bu bağlamda, kültürünün de etkisiyle Japonya'da benchmarking konusunda firmalar, iyi oldukları alanlardaki deneyimlerini, edindikleri yeni bilgi ya da teknikleri birbirleriyle gönüllü olarak paylaşmaktadırlar. Japonya'da benchmarking eşdeğer olarak *Dantatsu* kavramı kullanılmakta ve *'en iyinin en iyisi olmak'* anlamını taşımaktadır. Dantatsu uygulamaları ile özdeşleşerek *'en iyi'* olabilmeyi hedefleyen söz konusu yönetsel araç, *benchmarking* adı altında ilk kez ABD'de Xerox tarafından uygulamaya konulmuştur [14].

Gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra geçiş ekonomilerinde de performans artırma anlamında bir strateji olarak dikkate alınan benchmarking uygulamalarına son yıllarda Türkiye'de de rastlanmaktadır. Benchmarkingın Türkiye uygulamasının gelişmiş ülke örneklerinden oldukça farklılıklar arz ettiği tespit edilmiştir. Esas itibarıyla söz konusu farklılık benchmarking ilişkisi olarak örnek edinme süreci hakkında yasal bir düzenlemenin bulunmaması, iş hayatında bilgiyi paylaşmadan kaynaklanan avantajların tam olarak kavranılamaması ve ortaklaşa rekabet yaklaşımlarına bağlı olarak elde edilebilecek kazançların öngörülememesinden kaynaklanmaktadır.

Hem ulusal hem de uluslararası düzeyde rekabetin

ve rekabet sürecinin her gün karmaşıklaştığı günümüz iş hayatında firmaların istikrarlı bir büyüme süreci yakalayabilmeleri için uygulayacakları teknikleri beşeri sermaye ile uyumlaştırmaları gerekmektedir. Bu bağlamda beşeri sermaye stokunun artırılarak, tercih edilen yöntemlerin etkinliğinin artırılması sağlanmalıdır. Türkiye örneği dikkate alındığında, beşeri sermayenin yetersizliğine bağlı olarak çeşitli sorunlar yaşayan Anadolu firmalarının benchmarking konusunda bilgilendirilmesinde ve bu doğrultudaki girişimlerinin desteklenmesinde büyük yarar bulunmaktadır [15].

Dünya uygulamalarında olduğu gibi, Türkiye’de de benchmarking konusunda başarıya ulaşmış olan firma ve kuruluş örnekleri bulunmaktadır. Örneğin, son yıllarda bazı Türk firmaları Avrupa Kalite Vakfı’nın (EFQM) 1992 yılından itibaren vermiş olduğu *Avrupa Kalite Ödülü* nü kazanmıştır. Diğer taraftan Ocak 1996’da Gümrük Birliği sürecinin işlerlik kazanmasıyla birlikte, rekabet baskısını daha fazla hissetmeye başlayan Türk firmalarının özellikle kalite anlamında sürekli iyileştirmeyi kendilerine amaç edindikleri gözlemlenmektedir. Türk firmalarının kalite bağlamında çabalarını teşvik ve ödüllendirmek adına TÜSİAD (Türkiye Sanayici İşadamları Derneği) ile KAL-DER (Kalite Derneği), 1993 yılından itibaren başarılı firmalara *Ulusal Kalite Ödülleri* dağıtmaya başlamışlardır.

V. ORTAKLAŞA REKABETTE YENİ BİR STRATEJİ OLARAK POLİTİKA BENCHMARKING

Aynı piyasada faaliyet gösteren rakip firmalar genellikle benchmarking faaliyetine karşı çıkmaktadır. Piyasada bulunan pastayı paylaşmak zorunda bulunan firmalar benchmarking uygulamalarıyla birlikte çeşitli karşılaştırma testlerine tabi tutulmakta ve rakipleriyle kıyaslandıklarında avantaj ve dezavantajları tespit edilmektedir. Bu bağlamda iş hayatı pastayı yaparken işbirliğini, pastayı paylaşırken ise rekabeti gerektirmektedir. Dolayısıyla firmalar avantajlı oldukları alanlarda avantajlarını kaybetmemek uğruna bilgi vermeye özen göstermektedir. Bu bağlamda, benchmarking uygulamalarında rakiplerin faaliyetlerinin gerçekten karşılaştırılabilir olup olmadığının tespiti büyük önem taşımaktadır.

Ortaklaşa olarak gerçekleştirilen benchmarkingın temel esprisi, tarafların hem en iyi uygulamaları içeren inceleme ve araştırmaları anlamaya yönelik davranışlar sergileme, hem de strateji geliştirme konusunda yoğunlaşmalarıdır. Firma teorisinde spesifik öneme sahip *karlılık, etkinlik ve verimlilik* gibi kavramlar esas itibarıyla *rekabet* kavramını çağrıştırmaktadırlar. Bu anlamda etkileşimler genellikle ülke ölçeğinde dikkate alınmaktadır. Son zamanlarda *karşılaştırmalı avantajlar* nosyonunun yerini ülke düzeyinde *rekabetçilik* kavramı almaya başlamıştır [16].

Günümüzde ülkeler arası ilişkiler, uzlaşma, ortaklaşa hareket etme ve benchmarking gibi üç boyutta gerçekleşmektedir. Uluslararası alanda hali hazırda sınırlı düzeyde uygulama imkanına sahip olmakla birlikte benchmarking, gelişme potansiyeline sahip stratejik bir araçtır. Bu bağlamda Benchmarkingın ülkeler arası karşılaştırmalarda kullanımı, politika benchmarkingı (policy benchmarking) olarak adlandırılmaktadır [17].

Rekabetçi politika benchmarkingı, süreçleri gözlemlene ve en iyi uygulamalara karşı kendi durumunu dünya ölçeğinde sürekli olarak iyileştirmeye imkan sağlayan oldukça yeni araçtır. Benchmarkingın bu alanda etkin olarak kullanılması için, sektörler arası etkileşimin yanı sıra sıkı bir işbirliğine gereksinim bulunmaktadır. Dolayısıyla politika benchmarkingı, uygun olmayan kaynakların veya kötü yönetilen firmaların belirlenmesine değil, spesifik olarak belirli bir ülkedeki alt sektörlerin veya sektörlerin tamamının diğer ülkelerdeki kendi sınıflarındaki benzerleriyle karşılaştırılmasına ve rekabetçi performansı belirleyen faktörlerden hareketle analizler yapılmasına imkan sağlamaktadır.

Benchmarking rekabet üstünlüğü elde etme anlamında süreçler, yetenekler ve sahip olunan imkanlar çerçevesinde bilgiler sağlayarak, rekabetçi analizlerin yapılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda politika benchmarkingı endüstriyel gelişim politikaları açısından orta ve uzun vadeli sorunlar üzerinde de yoğunlaşmaktadır.

Teknolojinin hızla yayılması, sermayenin serbest dolaşımının sağlanması ve globalleşmeyle birlikte ülkeler bir takım kurumsal düzenlemelerden de yararlanarak, fiziki ve beşeri kaynaklarını daha etkin kullanabilmek amacıyla rekabetçi etkinlik ve performans standartlarını her geçen gün yeniden şekillendirmektedirler. Kısacası, en iyi konumda bulunan ülkeler, kıyaslama açısından diğerlerine ideal bir ideal benchmark ortağı olmaktadır. Bu alanda yapılan araştırmalar, benzer yapıya ve imkanlara sahip ülkelerin ekonomik performans açısından da benzer konumda olduklarına işaret etmektedir. Dünya ekonomilerinde artan globalleşmenin harekete geçirdiği politika benchmarkingı, çok taraflı (multilateral) işbirliklerine yeni boyutlar kazandırmaktadır [17].

Benchmarking özellikle gelişmekte olan ülkelerde ve geçiş ekonomilerinde karşılıklı (ortaklaşa) işbirlikleri açısından yeni ve daha etkin uygulamaların hayata geçirilmesinde politika yapıcılara yardımcı olmaktadır.

Benchmarking uygulamaları günümüze kadar genellikle firma düzeyinde bir yönetim aracı olarak kullanılmıştır. Buna karşın benchmarkingın ülkeler düzeyinde bir politika aracı olarak kullanılmaya başlanması henüz başlangıç aşamasındadır. Uluslararası ölçekte politika benchmarkingının önemini anlayan Hollanda ve İngiltere gibi bazı AB ülkelerinde de

hükümetler, rekabet gücünün artırılması açısından politika benchmarkingini anahtar bir araç olarak benimsemeye başlamıştır. Aynı şekilde AB Komisyonu, Avrupalı üretici firmaların korunmasına yönelik olarak, yenilik ve verimlilik gibi alanlarda Amerikalı ve Japon rakipleriyle rekabet etmeleri için Avrupalı imalat sanayiindeki girişimcilere yardımcı olmak için böyle bir süreci izlemektedir. Bu konuda AB Komisyonu Japon otomobil ve tüketiciye yönelik elektronik sektörleri ile işbirliklerine girişen özel sektör firmalarını önemli ölçüde desteklemektedir. Bu işbirliği çerçevesinde Japon firmalarının ilgisi, AB ülkelerindeki nihai montaj firmalarına üretim yapan yerel tedarikçilerinin teknik standartlarını mümkün olduğu ölçüde iyileştirmeye yönelik hükümet yardımları üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Yönetim enstrümanı olarak da dikkate alınan benchmarking, firmaların kendilerini koruma adına, kendi yönlerini ve rakiplerle olan ilişkilerde rakiplerinin güçlü yönlerini tespiti imkanı sağlamaktadır. Bu bağlamda özellikle Japon firmalarını referans alan gelişmekte olan ülkelerde ve geçiş ekonomilerindeki firmalar, ulusal ve uluslararası stratejilerin tespitinde benchmarking'i bir araç olarak kullanmışlardır. Başta Malezya olmak üzere bazı Güney Doğu Asya ülkeleri, özellikle verimliliği artırmak adına rekabetçi politika benchmarking'i uygulamalarını benimsemişlerdir. Fakat, söz konusu ülkelerin bazılarında devletin ekonomi içerisindeki ağırlığının artmasına bağlı olarak, uygulamada çok da başarılı olamamışlardır.

Gelecek 10 yıllık dönemde benchmarking'in gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra geçiş ekonomilerinin hemen hemen her alanında uygulanabileceği öngörülmektedir. Özellikle Avrupa Birliği ülkeleri gibi gelişmiş ülke uygulamalarından edinilen tecrübeler, uygulama anlamında benchmarking'in tamamen olgunlaşması gerektiğini göstermiştir. Bu nedenle benchmarking'in etkin olarak kullanılabilmesi için uygun zamanın beklenmesi gerekmektedir. Politika benchmarkinginde ülkeler arasındaki işbirliği, OECD gibi organizasyonlarında katkısıyla sanayileşmiş ülkeler arasındaki bilgi paylaşımına dayanmaktadır. Bu nedenle UNIDO, hem gelişmekte olan ülkelerde hem de geçiş ekonomilerinde işbirliğinin gelişebilmesi için bilgi paylaşımının ve açıklığın önemine dikkat çekmektedir [16].

Ülkeler tarafından uluslararası düzeyde stratejik bir araç olarak kullanılmaya başlanan politika benchmarkingine genellikle metodolojik, sistematik ve organizasyonel yapılarında rastlanmaktadır. Gelişmekte olan veya geçiş ekonomilerinde hükümetler ve karar alıcılar uluslararası politika tecrübelerinin yetersizliğinden dolayı, ya metodolojik olmayan istikrarsız bir dış politika takip etmekte ya da normalin üzerinde bedellerle outsourcingden yararlanmaktadırlar Bu nedenle daha düşük maliyetli ve daha gerçekçi yaklaşımların hayata geçirilmesinde benchmarking'e daha fazla ihtiyaç

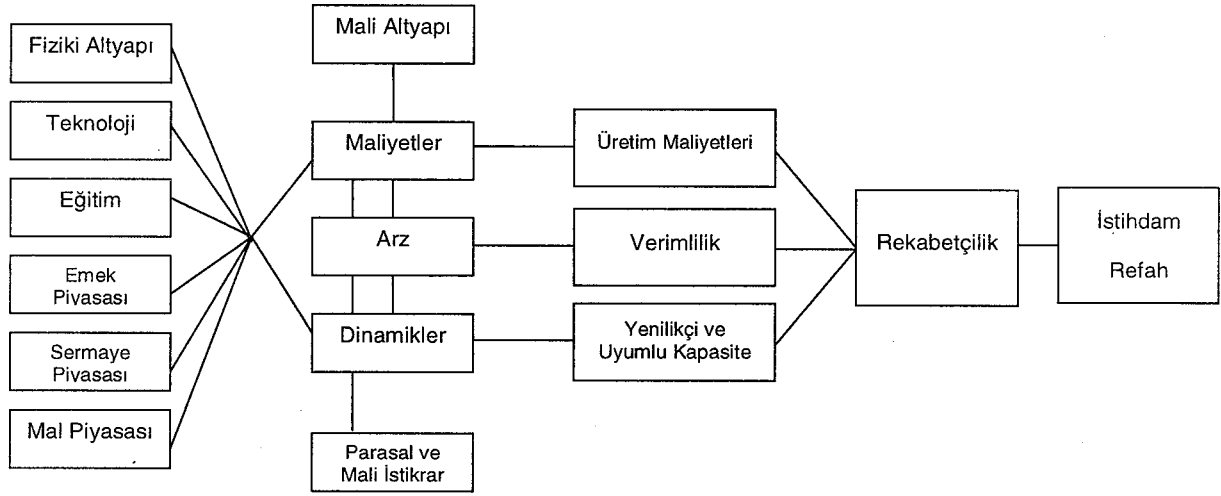
duyulacaktır. Buradan hareketle mikro ölçekte firma kaynaklarının daha etkin kullanılabilmesi için benchmarking'in uygulama zamanının, uygulama alanının ve uygulama partnerinin iyi belirlenmesi gerekmektedir.

Uluslararası ölçekte faaliyet gösteren firmalar, çalışma alanlarıyla ilgili konularda öncü konumda bulunan firmalarla işbirliğine gitmektedirler. Fakat özellikle gelişmekte olan ekonomiler ile geçiş ekonomilerinin çalışma şekillerinden dolayı bu ülkelerdeki firmalar deniz aşırı tedarikçileriyle ilişkilerinde çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Sanayileşmiş ekonomilerde faaliyet gösteren firmalar, yerel tedarikçilerinin rekabet güçlerinin yüksekliğine bağlı olarak söz konusu sorunları manipüle edilebilmektedir. Dolayısıyla gelişmekte olan ekonomilerde ve geçiş ekonomilerinde firmalarla hükümetler arasındaki etkileşimin artırılması ve bürokrasinin mümkün olduğunca azaltılması gerekmektedir. Bu bağlamda politika benchmarking'i çerçevesinde mikro ve makro ölçekte etkinlik ve performansı yakından ilgilendiren bilgilerin politikacılar (karar alıcılar) tarafından mümkün olduğunca kısa sürede firmalara ulaştırılması gerekmektedir.

1995 yılında Hollanda Ekonomi Bakanlığı [18] tarafından Hollanda ekonomisinin rekabetçiliğine ilişkin olarak test esaslı bir araştırma yapılmıştır. Politika rekabetiyle ortaya çıkan dinamik uluslararası ortamda bazı önemli sektörlerdeki etkinlik ve performansı artırıcı politikaları ve kurumlar açısından diğer ülkelerle Hollanda'nın durumunu kıyaslamayı amaçlayan çalışmada, öğrenme adına diğer ülkelerin dikkate aldığı endüstri yaklaşımları dikkate alınmıştır. Bu vaka çalışmasında karşılaştırmalar, Belçika, Danimarka, Almanya, Japonya ve ABD ile yapılmıştır [17].

Araştırma (test), parasal ve mali istikrardan araştırma ve eğitime, vergi sisteminin fiziksel altyapısından teknolojik gelişmeye kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Ekonominin güçlü ve zayıf yönleri belirlenerek, uygulamaya başlanmıştır. Dinamik, rekabetçi bir piyasa ve güçlü bir hükümet arasındaki rekabetçilik ekseninde olumlu bir iklimi yaratabilecek oyun temelinde maliyet etkinliğinin yanı sıra sürekli yeniliği esas alan sosyal kapasiteye/yeteneğe özel önem verilmektedir. Söz konusu test özel sektör mantığıyla iş ortamı koşullarına odaklanmıştır.

Hollanda Ekonomi Bakanlığı tarafından uygulanan testin metodolojisi, Şekil.2 yardımıyla gösterilmiştir. Burada temel alınan parametrelerin firma maliyetleri, arz, yenilik ve uyuma yönelik kapasite üzerindeki etkisi daha sonra değerlendirilmiştir. Söz konusu test, sosyal alt yapıyla ilgili faktörlerin yanı sıra refah devleti eksensiz etkileşimleri içermemiştir.



Şekil.2. Test Metodolojisi

Kaynak: UNIDO (United Nations Industrial Development Organization). (1998). *Policy Benchmarking in the Developing Countries and the Economies in transition: Principles and Practice*. New York, January s.5.[17]

Test sonuçları, her bir konuya/alana ilişkin yüksek, orta ve düşük puanların ortalamalarıyla özetlenmiştir. Temel raporda bulgulara yer verilmiş ve temel kurumlara yönelik değerlendirmeleri kapsayan detaylı incelemeler yapılmıştır. Genel sonuçlar, bir modern ekonomik yapı yaratma, eğitim politikasını modernize etme, girişimcilik iklimini güçlendirme, işgücü pazarının işlevselliğini artırma ve kamu maliyesini re-organize etme gereksinimi üzerinde yoğunlaşmıştır.

Teknolojik alt yapı dikkate alındığında Hollanda'da sektörlerin genelinde A&G (Araştırma ve Geliştirme) ve bununla ilintili çıktılarda puanın yüksek olduğu belirlenmiştir. Eğitim kurumlarının gereksinimleri açısından kamu sektöründe A&G puanının orta derecede olduğu, buna karşın yüksek teknoloji gerektiren alanlarda ve özel sektörde A&G puanının düşük olduğu tespit edilmiştir. Burada, kamu eksenli araştırma sistemlerinin geliştirilmesinden ziyade özel sektör orijinli gelişmelerin daha anlamlı olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim-öğretime ilişkin puanlar dikkate alındığında, (i) zorunlu eğitimin katma değerinin yüksek, (ii) ortaöğretim, mesleki yüksekokul ve üniversite çıktısının yanı sıra genel eğitimin orta ve (iii) ortaöğretim ile üniversite mezunlarının nitelikleri arasındaki uyumun düşük olduğu tespit edilmiştir.

Tüm bunların yanı sıra Almanya, Fransa ve İngiltere gibi AB Ülkelerinin yanı sıra Malezya gibi ülkelerde de politika benchmarking sektörlerin rekabetçiliğini arttırmak amacıyla kullanılmaktadır.

VI. SONUÇ

Bu çalışmada rekabet sürecinde ortaklaşa rekabet

bağlamında artı katma değer elde edilmesine imkan sağlayan bir yaklaşım olarak benchmarking konusu ele alınmıştır. Hem ulusal hem de uluslararası piyasalarda her geçen gün artan rekabet baskısı, firmaları yeni arayışlara yönlendirmiştir. Bu arayışlar çerçevesinde mevcut durumlarını korumayı ve imkanlar dahilinde pazar paylarını artırmayı amaçlayan firmalar; öncelikli olarak kendi departmanlarında kalite güvence sistemini ve Toplam Kalite Yönetimini gerçekleştirmeleri gereği üzerinde uzlaşma sağlamaktadırlar. Firmanın rekabet gücünün artırılması, dünya piyasalarına açılabilmesi ve kaynaklarını rasyonel/etkin bir şekilde değerlendirebilmesi için yeni arayışlara girilmiş ve politika benchmarking denilen yeni bir benchmarking türü dikkate alınmaya başlanmıştır.

Türkiye'deki firmaların birçoğunun (özellikle KOBİ'lerin) geleneksel yöntemlere göre çalıştığı ve profesyonel yaklaşımlara ilgilerinin az olduğu dikkate alındığında, sektörler açısından yeni açılımların yapılmasının önemi daha da artmaktadır (Bu konuda yapılan araştırmalar için bakınız; [19-20]).

Son yıllarda rekabette artı katma değer elde etme anlamında firmalar ve sektörler tarafından stratejik bir araç olarak benimsenen yöntemlerin başında gelen politika benchmarking, esas itibarıyla firmalar ve sektörler arasında makro ölçekte bir karşılaştırma/kıyaslama ve ölçme yapmaya imkan sağlamaktadır. Benchmarking sayesinde etkinliğin ve performansın artırılabilmesi için, hem proje hem de uygulama aşamalarında nitelikli personele ihtiyaç duyulmaktadır. Benchmarking alanında edinilen tecrübelerin hayata geçirilmesi, hem firmaların hem de ülke ekonomilerinin rekabet gücünü yükseltmek açısından

büyük önem arz etmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Kreuz, W. (1995). *Mit Benchmarking zur Weltspitze aufsteigen*. Landsberg/Lech: Verlag Moderne Industrie, s.137.
- [2] Topaloğlu, M., & Sökmen, A. (2002). Kıyaslama Kavramı ve Otel İşletmelerinde Uygulanabilirliği Üzerine Bir İnceleme. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitimi Fakültesi Dergisi*, 12, ss.51-61.
- [3] Bedük, A. (2002). *Benchmarking*. Ankara: Nobel Yayın ve Dağıtım, s.3.
- [4] Brandenburger, A.M., & Nalebuff, B.J. (1998). *Ortaklaşa Rekabet*. (Çev: L. Cinemre). İstanbul: Scala Yayıncılık, ss.19-20.
- [5] Karluk, R. (1998). Toplam Kalite Yönetimi Açısından Örnek Edinme (Benchmarking) Yaklaşımı. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1-2, ss.54-69.
- [6] Network, (www.benchmarkingnetwork.com/Files/General.html). [3 Mart 2003], s.3.
- [7] Döşoğlu, N. (1997). Benchmarking Süreci ve Benchmarking'in Yönetim Desteğinin Önemi. *Öneri Dergisi*, 6, ss.13-16.
- [8] Camp, R.C. (1994). *Benchmarking*. Munich: Hansen-Verlag, s.16.
- [9] Bedük, A. (2002). Yeni Yönetim Tekniği Benchmarking'in İmalat Sanayi İşletmelerinde Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma. *Yeni İpek Yolu Dergisi*, 173, ss.23-27.
- [10] Özgener, Ş. (2000). Öğrenen Organizasyon Anlayışının Gerçek Yönetim Uygulamalarına Yansıtılması. *Verimlilik Dergisi*, 2, ss.41-63.
- [11] Herter, R.N. (1992). Weltklasse mit Benchmarking - ein Werkzeug zur Verbesserung der Leistungsfähigkeit aller Unternehmensbereiche. *Fortschrittliche Betriebsführung / Industrial Engineering*, 41(5), ss.254-258.
- [12] Weber J., & Wertz B. (1999). Benchmarking Excellence. In: *Advanced Controlling*, Band: 10, Weinheim/Vallender: Wiley VCH Verlag, ss.14-16.
- [13] Aktan, C.C., (1997). *Değişim ve Yeni Global Yönetim*. İstanbul: MESS Yayınları.
- [14] Bedük, A. (2000). Yeni Yönetim Tekniği 'Benchmarking'. *Dış Ticaret Dergisi*, 19, Ekim, ss.131-143.
- [15] Kargı, B. (2002). İçsel Büyüme Modelleri Çerçevesinde Benchmarking. *II. Ulusal Orta Anadolu Kongresi Bildiriler Kitabı*, 17-19 Ekim, Niğde, ss.173-178.
- [16] Sachs, J., Zinnes, C., & Ailat, Y. (1999). *Benchmarking Competitiveness in Transition Economies*. Cambridge: Harvard Institute for International Development, s.5-7.
- [17] UNIDO (United Nations Industrial Development Organization). (1998). *Policy Benchmarking in the Developing Countries and the Economies in transition: Principles and Practice*. New York, January, ss.3-5.
- [18] MFA (Ministry of Foreign Affairs). (1995). *Benchmarking the Netherlands, Test of Dutch Competitiveness*. The Hague. December.
- [19] Kök, R., & Çoban, O. (2002). KOBİ'lerin Sorunları, Analitik Çözüm Stratejileri ve Rekabet İmkânları-Kahramanmaraş Tekstil Endüstrisi ve Firma Ölçeğinde Bir Etkinlik Analizi. 'Small and Medium Sized Enterprises in the 21. Century: Problems, Opportunities and Solutions' Conference, 3-4 January, Eastern Mediterranean University in North Cyprus, ss.80-96.
- [20] Çoban, O. (2003). Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Sorunları, Stratejik Davranışları ve Çözüm Önerileri: Nevşehir Un Sanayii Örneği. *I. Nevşehir Ekonomisi Sempozyumu*, 27-28 Haziran, Nevşehir, ss.57-81.

Orhan ÇOBAN (ocoban@eunev.edu.tr) is an assistant professor in economics department at Nevşehir Faculty of Economic and Administrative Sciences, Erciyes University. His research areas are competition theory and policy, game theory, industrial economics, and automotive industry.

Elyesa UYSAL (euysal@eunev.edu.tr) is a student in business department at Nevşehir Faculty of Economic and Administrative Sciences, Erciyes University.

REKABET AVANTAJI YARATMADA TEDARİK ZİNCİRİ TASARIMI: Mc DONALD'S TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Refika BAKOĞLU¹, Erdal YILMAZ²

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

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

SUPPLY CHAIN DESIGN IN CREATING COMPETITIVE ADVANTAGE: THE CASE OF Mc DONALD'S TURKEY

Abstract: Related writings concentrate mainly on the operational aspect of supply chain (Selection of Suppliers and Performance Evaluation, Stock Movement in the Chain, the Relationship between Firm and Suppliers, Demand Forecast etc.). Although the importance of supply chain management on business strategy has been partly emphasized, the relationship between Supply Chain Design, and Business and Corporate Strategy has not been identified in detail. This paper aims to fill this vacuum, focusing on the operational and strategic aspect of Supply Chain Design. In this study, the key factors of supply chain design have been categorized on the basis of their effect of competitive advantage, and future dynamics for supply chain design in creating competitive advantage have been discussed by the authors.

As a fast food sector case, Supply Chain Design of McDonald's Corporation, Turkey, and its role on its strategic advantage has been analyzed to support the theoretical arguments discussed in the article.

Keywords: Supply Chain Management, Competitive Advantage, Fast Food Sector

REKABET AVANTAJI YARATMADA TEDARİK ZİNCİRİ TASARIMI: Mc DONALD'S TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Özet: Tedarik zinciri yazını incelendiğinde yapılan çalışmaların daha çok pazarlama ve üretim perspektifinden ele alınmakta olduğu, süreçteki problemlerin operasyonel etkinlik boyutuyla incelendiği gözlenmektedir (örn. maliyetlerin veya stok düzeylerinin belirlenmesi, üretim planlarının oluşturulması, bilgi paylaşımında ihtiyaç duyulabilecek yazılımlar veya bilgi paylaşım düzeyleri, vb.). Buna karşın tedarik zincirlerinin ve özellikle tedarik zinciri tasarımının işletme stratejileri açısından önemine sınırlı ve genel düzeyde değinildiği, genel stratejilerle tedarik zinciri tasarımı ilişkisi boyutunun yeterince incelenmediği söylenebilir. Bu noktadan hareketle, ilgili yazından farklı olarak, çalışmamız rekabet avantajı yaratmada tedarik zinciri tasarımı kilit noktada bulunan boyutlardan hareketle tedarik zinciri tasarımı incelemekte ve stratejik yönetim ve genel olarak yönetim yazınından hareketle tasarımda rekabet avantajı yaratma açısından gelecekte ön plana çıkması beklenen alanlara temas etmektedir.

Teorik çerçevede hazırlanan ilk bölümü desteklemek amacıyla özellikle "fast food" sektörü örneği seçilmiştir. Bu amaçla McDonald's Türkiye'nin tedarik zinciri tasarımının ortaya çıkarılmasına ve bu tasarımın rekabet avantajı sağlaması açısından değerlendirilmesine yönelik örnek olay incelemesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tedarik Zinciri, Rekabet Avantajı, Fast Food Sektörü

I. TEDARİK ZİNCİRİ KAVRAMI

Tedarik Zinciri Konseyi'ne göre, Tedarik Zinciri kavramı son ürünün üretilmesi ve dağıtımı (tedarikçinin tedarikçisinden müşterinin müşterisine kadar) ile ilgili bütün çabaları kapsar [1]. Bu çabalar plan (tedarik ve talebin yönetimi), kaynak (hammadde ve yarı mamullerin temini), üretim (imalat ve montaj), teslim (depolama ve stok takibi, sipariş alımı ve yönetimi, bütün kanal boyunca dağıtım ve müşteriye teslim) olmak üzere dört temel süreçten oluşur [2]. Quinn [3] ise konseyin tanımına benzer bir tanımlama yaparak değinilen aktivitelerin yanında bütün bu aktivitelerin denetimini sağlayan bilgi sistemlerini de tedarik zinciri aktivitesi olarak tanımlamıştır.

Lojistik Yönetimi Konseyi'ne göre Tedarik Zinciri

Yönetimi; müşteri gereksinmelerini karşılamak amacıyla hammaddelerin, süreçteki stokların, nihai ürünlerin ve başlangıçtan tüketime kadar ilişkili bilgilerin maliyet etkin akışının ve depolanmasının planlanması, uygulanması ve kontrolü sürecidir [4].

Ellram ve Cooper ise Tedarik Zinciri Yönetimi'ni bir bütünleştirme felsefesi olarak tanımlamaktadırlar [5]. Bütünleşik tedarik zinciri yönetimi, öncelikle müşteriye merkeze koyarak yatay bir yolla müşteriye değer sağlayacak gerekli tüm süreçlerin yönetimi olarak tanımlanmaktadır [6].

Günümüzde tedarik zincirinin daha çok bütünleşik, değer yaratmaya yönelik bir faaliyet olarak tanımlandığı gözlenmektedir. Bu çalışmada da tedarik zinciri, benzer bir düşünceden hareketle; değer yaratmak amacıyla

tedarikçiler, nakliyeciler, üretici, dağıtım kanalları ve müşteriler arasındaki esnek ve/veya katı bir şekilde tanımlanmış ortaklık ilişkileri aracılığı ile ürünlerin hammadeden müşteriye ulaşana kadarki dönüşüm sürecini, zincir üyeleri arasındaki bilgi paylaşımını, güç ilişkilerini ve iletişim prosedürlerini içeren faaliyetler bütünü olarak ele alınmaktadır.

II. TEDARİK ZİNCİRİ TASARIMI

Yıllardır pek çok firma iş fonksiyonlarını ayırma çalışmalarına yoğunlaşmış durumdadır [7,8]. Böylece tedarik zinciri boyunca sayıları artan firmalarda sağlanan fonksiyonlar arası ve organizasyonlar arası bütünleşme ve koordinasyon ile yakalanan sinerji yardımıyla daha etkin ve verimli sistemlere ulaşılması hedeflenmektedir. Bu açıdan bakıldığında zaman, bugün geldiğimiz noktada artık firmaların başarısı büyük oranda tedarik zinciri üyelerinden oluşan karmaşık ilişkiler ağını bütünleştirebilme ve koordine edebilme yönetsel yeteneğine bağlı olduğu söylenebilir [9]. Bu durum tedarik zincirinin tasarımı, planlaması ve kontrolü sorununu stratejik öneme sahip bir problem haline dönüştürmüştür.

Bugüne kadar gerçekleştirilen çalışmalar incelendiği zaman bunların büyük çoğunluğunun tedarik zinciri problemlerine belirli bir açıdan yaklaşarak kantitatif karar verme teknikleri yardımıyla ele alınan soruna ilişkin optimum çözümü araştırdıkları görülmektedir [10-13]. Bu çalışma ise daha bütünsel bir yaklaşımla tedarik zinciri tasarımı sürecini ele alarak, sürece ilişkin kavramsal bir çerçeve tanımlama amacındadır. Bu amaca yönelik olarak tedarik zinciri tasarım süreci üç temel başlıkta ele alınmıştır: Genişletilmiş Organizasyon Yapısı, Bilgi/Teknoloji Paylaşım Yapısı ve Üretim Yönelimi.

II.1. Organizasyon Yapısı

Taylorizm, Fordizm, Weber Bürokrasisi gibi klasik yönetim doktrinleri endüstri çağı yapılarının temellerini oluşturmaktadır [14]. Bu yapılar temelde üretim sürecinden doğan kârın maksimize olduğundan emin olacak şekilde, hammadeden ürüne kadar dikey entegre olmuş, bürokratik ve hiyerarşik yönetim kontrol sistemi kurulmasına yönelik, optimizasyon ve en az maliyeti sağlayacak "rasyonel" yapılarıdır [15]. Kitle tüketimi dönemi olarak tanımlanan, görece durağan bir pazar için önerilen bu yapının o dönemin gereklerini yerine getirebilecek nitelikte olduğu söylenebilir. Ancak bu yapılar, bugünün modern yaklaşımındaki daha organik yapılara göre daha az etkindirler ve özellikle fiyat üzerine odaklandıkları için bu dikey bütünleşik yapı içerisinde yüksek kalite ve dağıtım performansı gibi değerlendirme kriterlerini ihmal etmektedirler [16].

Stevens [17] firmaların başlangıcından günümüze

kadar geçirdikleri yeniden yapılanma aşamalarının *Başlangıç Organizasyonu, Fonksiyonel Olarak Bütünleşik Organizasyonlar, İçsel Bütünleşik Organizasyonlar ve Dışsal Bütünleşik Organizasyonlar* olmak üzere dört tane olduğunu ileri sürmektedir. Dışsal bütünleşik süreçler müşterinin talebine göre tedarik odaklı bütünleşmenin gerçekleştirildiği yapılardır. Bu aşamadaki organizasyonda materyal ve bilgi alış verişi şeffaf bir şekilde yapılmakta olduğu ve Organizasyonun uzun dönemli işbirlikleri kuran, esnek ve değişimlere duyarlı bir sistem haline geldiği kabul edilmektedir.

Özellikle artan globalleşme, keskin fiyat rekabeti, kalite ve güvenilirliğe yönelik artan müşteri talebi ve aynı zamanda yeni çalışma ve ticaret biçimlerini olanaklı kılan teknolojik değişimlerin, organizasyonların rekabetçi gücünü koruyabilmeleri için müşteri hizmet düzeylerinin geliştirilmesini ve/veya maliyetlerin azaltılmasını hedefleyen tedarik zinciri yönetimini uygulamalarına neden olduğu belirtilmektedir [18]. Bu amaca yönelik olarak yeniden yapılanmada Stevens'in dörtlü aşamasının sonuna gelen firmaların; dikey hiyerarşik yapılardan daha yatay, birbirlerine stratejik işbirliği ve ortaklık ilişkisi ile bağlı ancak ana firmadan bağımsız çalışma özerkliğine sahip, daha esnek, genişletilmiş networke dayalı bir hale geldikleri ileri sürülmektedir [19]. Ancak günümüz koşulları dikkate alındığında, her ne kadar genel eğilimin bu yönde olduğu gözlenebilmekteyse de, bu türdeki organizasyonların yaygınlaştığını söylemek iddialı olabilir.

Tedarik zinciri networkü; tedarikçi, nakliyecisi, üretici, dağıtım merkezleri, perakendeci ve tüketici ile ortaya çıkan tedarik zincirini oluşturan sistemler, alt sistemler, operasyonlar, aktiviteler ve bunların birbirleriyle olan ilişkilerini içeren karmaşık bir bütündür [20]. Bu karmaşık bütünün tasarımı, modelinin oluşturulması ve hayata geçirilmesi firmanın maksimum etkinlik ve verimliliğe sahip olmasında oldukça belirleyici bir rol üstlenecektir [21]. Hızlı bir şekilde, çok çeşitli ürünün, arzulanan fiyat ve kalitede sunumunun sağlanabilmesi için network elemanlarının mümkün olduğunca azaltılması ve yapının yalın hale getirilmesi gerekir [22]. Bu konudaki güzel bir örnek standart dağıtım merkezlerine getirilen yeni "cross-docking" yaklaşımıdır. Standart dağıtım merkezlerinin aksine "cross-docking"lerde ürün hiçbir zaman stoklanmadan hızlı bir şekilde perakendeciye gönderilmesi sağlanır [20]. "Cross-docking"de perakendecinin ürünleri sisteme itmesi yerine müşteriler ürünleri istedikleri zaman ve yerde çekerler. Bunun anlamı; bütün mağazalar, dağıtım kanalları ve tedarikçiler arasında komuta ve kontrol mantığının yerine çok daha az merkezi kontrole dayalı, düzenli, informal işbirliğinin geçmesidir [23].

Kısaca özetlemek gerekirse organizasyon yapısı olarak ele alınan bu bölümde, yapının sadece organizasyonun kendi iç yapısı değil tedarik zinciri

elemanlarının toplamından oluşan “genişletilmiş girişimler” (extended enterprise) olduğu varsayılmıştır. Ancak günümüzde Japon sistemi benzeri bu yapıların yaygınlığını ve kolayca uygulanabilirliğini ileri sürmek pek olanaklı görülmemektedir [24]. Yalınlığı ve entegrasyonu en doğru yol olarak öneren bu modelin uygulanması ve yaygınlaşması, tedarik zincirinde güç yapısının değişimine dayalı olması nedeniyle zor gibi görünmektedir [24]. Ancak, yukarıda bahsedilen, Wal-Mart’ın uyguladığı cross docking sistemi ve daha sonraki bölümde detaylı olarak incelenecek olan McDonald’s örneklerinde entegrasyonun farklı biçimlerinin olanaklı olduğu gözlenmektedir.

Tedarik zincirini bütünsel bir yapı olarak ele almanın en önemli avantajlarından birinin ‘yeni ürün geliştirme’ sürecinde ortaya çıktığı söylenebilir. Firma, tedarik zinciri boyunca güçlerin birleştirilmesi, tasarım bilgisinin ve teknolojinin paylaşılması ile yaratılan sinerji yardımıyla pazarın dinamik yapısına uygun bir ürün geliştirme yeteneğine kavuşabilir [25]. Bu noktada, genişletilmiş organizasyon yapısı unsurunun, tedarik zinciri tasarımının rekabet avantajı yaratması açısından hayati öneminin bulunduğu ileri sürülebilir. Bu anlamda, tedarik zinciri elemanları arasındaki entegrasyon düzeyinin ne şekilde oluşturulacağı, tedarik zincirinin nasıl bir ağ olarak tanımlanacağı ve ağ boyunca ilişkilerin ve bağımlılıkların ne şekilde yapılandırılacağı gibi soru ve sorunların kritik öneme sahip olduğu söylenebilir.

II.2. Bilgi Paylaşım Yapısı

Her ne kadar bütünlük bir yapı olarak tanımlansa da tedarik zinciri kendi içerisinde departmanlara ya da bağımsız girişimlere sahip, çok sayıda işletmeden oluşacaktır. Her bir işletmenin kendi içerisinde ve zincir elemanlarıyla kuracağı iletişim düzeyi ve şekli, zincirin esnek ve değişimlere duyarlı bir yapıda olması ve dolayısıyla rekabet avantajı sağlaması için hayati bir önem taşıyacaktır. Jones ve Towill [26] tedarik zinciri bilgi paylaşım yapısının tasarımında paylaşılacak bilginin tanımlanması ve bilgiye hızlı ulaşımın sağlanması olmak üzere iki ana konunun önemine değinmişlerdir. Davis ve O’Sullivan [27] ise üç boyutlu bir model önerisi getirmişlerdir. Bu üç boyutlu modelde bilgi paylaşım yapısının kapsamı, vereceği hizmetler ve sistemin teknolojik alt yapısı belirlenmeye çalışılmıştır. Sistemin kapsamı, tedarik zincirini oluşturan elemanları (tedarikçi, üretici, dağıtımçı ve müşteri) belirlemeye yöneliktir. Doğal olarak bu zincir elemanlarının alt elemanları da vardır (departmanlar, fonksiyonel alt bölümler ve bireyler) [28]. Kapsam boyutunu oluşturan bu elemanlar tedarik zinciri bilgi sisteminde birbirleriyle bağlantılı olmak zorundadır. Bu iletişim ağı, tedarik zinciri elemanlarını tek bir organizasyonmuşcasına birbirine yakınlatacaktır [27]. Sistemin vereceği hizmetler ise birbir olarak sistemde hangi bilgilerin paylaşılacağıyla yakından ilişkilidir [29], tedarik zincirinde hangi

bilgilerin paylaşılacağını Kurumsal Kaynak Planlama (ERP) sistemi çerçevesinde tanımlamışlardır. Esnek bir yapı olarak karşımıza çıkan ERP işletme içerisinde fonksiyonların ve tedarik zinciri boyunca üyelerin birbirlerinin faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamaktadır. Bir ERP sistemine ilişkin kilit modüller aşağıdaki şekilde sıralanabilirse de firmaların ihtiyaçlarına göre kullanılacak modüllerin farklılıklar göstereceği de açıktır.

1.Finans: Bu modül gelir, maliyet verileri gibi değişik alanlardaki firma içi finansal bilgileri sağlar.

2.Lojistik: Bu modül genellikle birkaç alt modüle ayrılır. Burada değişik lojistik fonksiyonlarına ait modüller söz konusudur (taşıma, stok yönetimi, depo yönetimi, vb.).

3.Üretim: Bu modül üretim süreci boyunca ürünlerin akışını koordine eder. Hangi parça için ne zaman ne yapılacak?

4.Siparişlerin Karşılanması (order fulfillment): Bu modül siparişlerin karşılanması sürecinin kesintisiz olarak tamamlanmasını kontrol eder.

5.İnsan Kaynakları: Bu modül tüm görev dağılımlarını (çalışanların çizelgelerinin oluşturulması, vb.) idare eder.

6.Tedarikçi Yönetimi: Bu modül tedarikçilerin performanslarını kontrol eder ve tedarikçilerin siparişlerinin dağıtımını gerçekleştirir.

Hangi bilgilerin paylaşılacağı sorusunu ise nasıl paylaşılacağı sorusu takip edecektir. Geleneksel tedarik zinciri yapısında perakendeci, müşteri bilgisini direkt olarak görebilen tek elemanken, diğer tüm üyeler kendisinden bir önceki üyeden aktarılan bilgilere sahiptirler. Bu yüzden de geleneksel tedarik zincirinde bilgi hem tahrip olmakta hem de bilgiye ulaşılması zaman aldığından değerini kaybetmektedir [24]. Oysa yeni yaklaşımlarda bilgi paylaşım yapısı, direkt ulaşılabilir tam zamanlı bilgi ve periyodik bilgi olmak üzere iki ayaklı olarak tanımlanmaktadır. Periyodik bilgi, firmanın stratejilerindeki bir değişimi, bir fiyat düzenlemesi, yeni ürün ve hizmetlerin tanıtımı vb. bilgilerin tedarik zinciri elemanlarına iletilmesini sağlar. Periyodik bilgi, tam zamanlı bilginin aksine bütün tedarik zinciri elemanlarına mesaj biçiminde gönderilir [20]. Tam zamanlı bilgi paylaşımı, geleneksel hiyerarşik bilgi akış yapısının aksine, tüm zincir üyelerinin bağlı olduğu bir bilgi akış ağı ile gerçekleştirilir. Bu ağ üzerinden zincirin tüm elemanları birbirleriyle direkt iletişim kurabilir, ihtiyaç duydukları bilgileri ilk elden, tam zamanlı olarak alabilirler [26]. Özellikle direkt ulaşılabilir tam zamanlı bilgi, tedarik zinciri üyelerinin rollerinde de değişikliklere neden olmaktadır. Tedarikçi Yönetimli Stok (Vendor

Managed Inventory) yaklaşımı bu değişime gösterilebilecek en güzel örnektir. Tedarikçi Yönetimli Stok yaklaşımında perakendecilerinin satış ve stok bilgilerini tam zamanlı olarak takip eden tedarikçi firma, gerekli gördüğü zamanlarda gerekli gördüğü miktarda ürünü perakendecisine göndermektedir [28] yaklaşım tedarik zinciri üyelerinin geleneksel olarak tanımlanmış rollerinden oldukça farklı görünmektedir.

II.3. Üretimin Yönlendirilmesi

Üretimin yönlendirilmesi, temelde operasyonel boyutuyla tedarik zincirinin işleyişini belirlemeye yönelik olarak tanımlanmıştır. Üretim yönlendirilmesi ile her geçen gün artan rekabet ortamında pazar koşullarına uyumlu olarak hareket edebilen, ürünlerini pazar segmentinin ihtiyaçlarına uygun olarak adapte edebilecek, esnek, güçlü, uyumlu ve dinamik bir tedarik zinciri yapısının hayata geçirilebilmesine yönelik fiziksel koşulların sağlanması hedeflenmektedir. Tedarik zincirinin tasarımında üretimin yönlendirilmesi açısından kilit rol oynayan üç temel unsur belirlenmiştir: Üretim Sisteminin Yapısı, Üretim Planlama ve Kontrol ile Yeni Ürün Geliştirme Süreci.

Düşük çeşitlilikte, yüksek miktarda standart ürünlerin üretimini amaçlayan üretim sistemleri genel olarak müşterilerin tercihlerini ön plana çıkartmazlar ve yaşam eğrileri uzun ürünleri geniş kitlelere satarak hayatta kalabilirler [30]. Ancak günümüz rekabet ortamında bu tip kitle imalat sistemine sahip firmaların sadece belirli sektörlerde etkinliklerini koruyabildikleri gözlenmektedir. Son dönemlerdeki işletme yazınındaki ortak kanı ise firmaların hayatta kalabilmeleri için "müşteri odaklı" bir yaklaşım içerisinde olmaları gerekliliğidir. Müşterinin istediği zamanda, müşterinin istediği ürünü, müşterinin istediği fiyatla pazara sunabilmek ancak çok güçlü, israflardan arındırılmış (yalın) ve esnek yapılarca gerçekleştirilebilecek bir çabadır. Üretim sisteminin bu amacı sağlayabilecek şekilde tasarlanması içinse yine işletme yazınında değişik alternatifler dile getirilmiştir. Bunlardan en popüler olanları; Esnek İmalat Sistemleri [31-32]. Tam Zamanında Yönetim/Üretim [30,33-37] ve Genişletilmiş Organizasyonlardır [37-39].

Üretim planlama ve kontrol süreçleri üretim sistem yapısına göre büyük farklılıklar göstermektedir. Kitle imalat sistemlerinin "stok için üret" yaklaşımı standart ürünler için belirli bir oranda ve süreklilikte büyüyen pazarlar söz konusu olduğunda oldukça etkin bir yaklaşımdır [40]. Böylesi bir stok yapısı içerisinde üretim plan ve kontrolü için malzeme gereksinim planlaması yeterli olacaktır. Hatta bu amaca yönelik olarak MRP [41,42] gibi yazılımlardan faydalanmak da mümkündür. Genel karakteristiği açısından "İtme Tipi İmalat Sistemi" olarak adlandırılan böylesi bir yapının müşteri taleplerinin büyük çeşitlilik gösterdiği, talebin düşük miktarlarda

gerçekleştiği ve ürün yaşam eğrisinin kısa olduğu endüstrilerde hayat şansı yoktur. Böylesi pazar koşulları için tanımlanan yapı "talep için üret" [40] ve hatta "talep için tasarımı" yaklaşımları ile ifade edilen sistemlerdir [39]. Genel karakteristiği açısından "Çekme Tipi İmalat Sistemi" olarak adlandırılan bu sistemde amaç üretimin talep değişimlerine hızlı bir şekilde tepki verebilmesidir. Sistemin ihtiyaç duyduğu bu duyarlılık ise karar sürecinde tedarik zincirine bütünsel bir bakış açısını gerekli kılmaktadır. Zincirin tüm üyelerinin üretim süreçleri bir bütün olarak ele alınmalı ve üretim kararları (üretim miktarının belirlenmesi, üretim çizelgeleri, stok miktarları, vb.) zincirin işleyişini optimize edecek şekilde alınmalıdır [43,44]. Aksi takdirde her bir üyenin kendi optimum kararları bütünü optimizasyonunu sağlamayabilecektir. Bu amaca yönelik olarak da DRP, MRPII [45], ERP [46-48] gibi yazılımlardan ya da JIT [49-51] gibi yaklaşımlardan yararlanmak faydalı olacaktır.

Üretim süreçlerinin esnek yapısı, pazar koşullarının değişkenliği ve teknolojinin hızlı ilerleyişi yeni ürün geliştirme süreçlerini işletmeler için kilit bir noktaya getirmiştir. Bu sürecin hızlı ve etkin olması firma için rekabet avantajı yaratabilmesi açısından önemlidir. Kitle imalat sistemlerinin aksine modern üretim sistemlerinde bu süreç nihai tüketiciler de dahil olmak üzere tüm tedarik zinciri üyelerinin katıldığı proje takımları ile hayata geçirilmektedir. Böylece üretici, tedarik zinciri üyelerinin bilgi ve teknoloji birikiminden yararlanma avantajını yakalayacaktır [39]. Aynı zamanda tasarım sürecindeki bu beraberlik üretim aşamasına geldiğinde de bir uyumu beraberinde getirecek, alınan riskin paylaşılmasını sağlayacaktır [52]. Bu noktada ürünün tasarımına tedarik zinciri üyelerinin katılımının yanı sıra ürünün tasarımında tedarik zincirinin de tasarlanması yaklaşımı söz konusudur. Üç Boyutlu Eşzamanlı Mühendislik olarak adlandırılan bu yaklaşım tasarım sürecine yeni bir perspektif kazandırmıştır [53].

Sonuç olarak günümüz koşulları firmaya, üretim birimine, tedarikçilere ve dağıtım kanalına farklı bir perspektiften bakışı gerekli kılmaktadır. Bu yaklaşım üretim birimlerine ya da üretici firmaya odaklanmak yerine, tedarik zincirine odaklanmak ve tedarik zincirini bütünlük bir yapı olarak ele almak zorundadır. Bu perspektiften, tedarik zinciri tasarım sürecinde tanımlanan üç temel unsur; Organizasyon Yapısı, Bilgi Paylaşım Düzeyi ve Üretim Yönelimi ve bunların birbirleri ile olan uyumu firmaların rekabet güçlerini direkt olarak etkileyecektir. Buradaki tedarik zincirinin tasarımındaki temel sorun ise çok yönlü ve karmaşık bir süreç olan bu çalışmanın objektif kriterlerle ve analitik bir yöntemle hayata geçirilebilmesini sağlayacak olan yaklaşımların işletme yazınında hemen hemen hiç ele alınmamış olmasıdır.

III. REKABET AVANTAJI KAVRAMININ DEĞİŞİMİ VE TEDARİK ZİNCİRİ TASARIMININ REKABET AVANTAJI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu makale, tedarik zinciri tasarım sürecinin rekabet avantajı yaratması açısından değerlendirilmesini içerdiğinden, tedarik zinciri tasarımı temelde Genişletilmiş Organizasyon Yapısı, Bilgi/Teknoloji Paylaşım Yapısı ve Üretim Yönelimi olmak üzere üç unsurdan hareketle incelenmiştir. Bu üç unsur, tamamen yazarlarca literatürde gözlemlenen kategorilerin gözden geçirilmesi sonucu makalenin amacına uygun olarak oluşturulmuştur. Bu bölümde, öncelikle genel olarak rekabet avantajı kavram ve anlayışının ne yönde değiştiği ve tedarik zinciri tasarımının rekabet avantajı ile nasıl ilişkilendirildiği konusuna yönelinecektir.

III.1. Rekabet Avantajı Kavram ve Anlayışının Değişimi

1990 ve 2000'lerin dünyası çevreyi, işletmeyi ve işletmelerin çevre ile etkileşimlerini daha önceki dönemlerden çok daha farklı algılama ve anlamayı gerekli kılmaktadır [55-57]. Artık Newton fiziğinin yerine Quantum fiziğinin geçerli olduğu anlayışı, deterministik olmayan bir dünya ve çevre koşullarında yaşıyor olduğumuz varsayımı [58] ve paradigma değişiminin yaşandığı gerçeğinin kabul edilmesi; işletme, çevre ve işletme-çevre etkileşimi olgusunun farklılaşmasını ve dolayısıyla işletmelerin varlıklarını sürdürmelerinin bir aracı olan rekabet avantajı kavram ve anlayışının değişmesini beraberinde getirmiştir. Bu anlamda, oldukça popüler örnekler olmaları nedeniyle Porter'in 5 güç analizine dayalı rekabet anlayışı ve Boston Danışma Grubunun öğrenme etkisi ve ölçek ekonomilerine dayalı "baskın olarak rekabet" anlayışlarında somutlaşan "geleneksel rekabet avantajı" anlayış ve kavramının [57] deterministik bir dünya koşullarında geçerli olduğu ve günümüz koşulları açısından yeterli olmadığı ileri sürülmektedir. Değişimin nereden, ne zaman ve ne şekilde geleceğinin kestirilmesinin güç olduğunun kabul edildiği günümüz koşullarında rekabet avantajı kavram ve anlayışının yeni biçimini yönetim literatüründe Kaynak Bazlı Firma Teorisinin açıkladığı söylenebilir (Bkz.Tablo 1).

III.2. Değişen Rekabet Avantajı Kavramı Açısından Tedarik Zinciri Tasarımının Değerlendirilmesi

Hamel ve Prahalad'ın 1990'lı yıllara damgasını vuran Temel Yetenek argümanı ve ardından Kaynak Bazlı Firma Teorisinin gelişmesine kadarki dönem kadar, stratejik avantajın; belli modellerin uygulanması sonucunda ulaşılabilecek bir sonuç olarak düşünüldüğü, organizasyon ve çevresinde statik bir şekilde aranan bir olgu olarak kabul edildiği söylenebilir [14,57,59]. Bu iki önemli bakış açısı rekabet avantajını; sektörün normlarını

yıkarak veya değiştiren ve rakiplerce kolayca taklit edilemeyen beceri ve yeteneklere doğru yönelerek, nerede rekabet edileceğinden çok nasıl rekabet edileceği sorusuna doğru kaydırmıştır. Bu anlamda özellikle Kaynak Bazlı Firma Teorisyenlerinin Wal-Mart'ın başarısının sırrının gözlenebilen davranışların ötesindeki yetenekler bütününden kaynaklandığını ileri sürmeleri [23] beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Ayrıca son dönemlerde organizasyonların genişletilmiş girişimler olarak görüldüğü ve rekabet avantajında analiz birimi firma değil, tedarik zincirleri olduğu [60] ileri sürülmektedir ki bu da rekabet avantajı kavramının bahsedilen yönde değişmesi ile ilişkilendirilebilir. Hata, Hines ve Riches bu argümanları daha da ileri götürerek; geleneksel stratejik yönetimin öngördüğünün aksine firmaların birbirleriyle değil, tedarik zincirlerinin birbirleriyle rekabet ettiğini ileri sürmektedirler [60].

Tablo. 1. Dinamik Bazlı Firma Teorisinin Rekabet Avantajı Kavram ve Anlayışına Getirdiği Farklılıklar

	Geleneksel Rekabet Anlayışı	Dinamik Bazlı Firma Teorisine Göre Rekabet
<i>Rekabette Temel Yönelim Noktaları</i>	Ürünler, Pazar, Endüstri	Kaynaklar, Yetenekler, Kapasiteler, İş Süreçleri, Bilgi
<i>Rekabet Yaklaşımında Odak Noktaları</i>	Pozisyon Baskınlık	Yenilik
<i>Rekabette Yenilik ve Yaratıcılık Anlayışları</i>	Karlı bir sektörde doğru bir pozisyonun belirlenmesi ve endüstrinin yapısını değiştirme	Endüstride rekabetin kurallarını değiştiren, değiştirme potansiyeli olan yeni rutinler, beceriler ve örgütsel yetenekler geliştirme
<i>Etkinin Yönü</i>	Dışardan İçeriye	İçerden Dışarıya
<i>Strateji Geliştirme Anlayışı</i>	Stratejik Uyum	Stratejik Yayılma
<i>İşletme Stratejisinde Başlangıç Noktası</i>	Pazar/ Endüstrinin yapısı	Firma Kaynakları ve İşsel Yapısı
<i>İşletme Stratejisinde Rekabet Silahı</i>	Pazarlık gücü ve hareketlilik engeli	Daha üstün kaynaklar ve taklit engelleri
<i>Şirket Stratejisinde Vurgusu</i>	Farklı iş alanlarında karlı ve nakit getiren portföylerin toplamı	Birbirleriyle ilişkili iş alanlarında değer/ sinerji yaratma
<i>İş Birimleri ve Koordinasyonları</i>	Yüksek derecede bağımsız (otonom), düşük düzeyde koordinasyon	Oldukça bütünlüştürmüş, Yüksek düzeyde koordinasyon
<i>Çevreye Yönelik Varsayımlar</i>	Öngörülebilir, yavaş değişen	Bilinmeyen, dinamik
<i>Firmaya Yönelik Varsayımlar</i>	Firmalar çevrelerinde oluşan fırsatları yakalayan ya da yakalamak için gerekli kaynakları oluşturamayan çalışan aktörlerdir	Firmalar bir birlerinden farklıdır (firmalarda kaynak ve yetenekler heterojen olarak dağıtılmıştır) ve bu farklılıklar temelinde rekabet ederler

Kaynak: Bakoğlu, R. (2003). *Dinamik Kaynak Bazlı Firma Teorisi Kapsamında Değişen Rekabet Avantajı Kavram ve Anlayışı*. İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, Nisan [57].

Tedarik zincirinde mükemmelliğin daha iyi kalite, müşteri hizmeti ve kanal performansına yol açtığı hem uygulamacılar hem de akademisyenler tarafından ileri sürülmektedir. Tedarik zinciri yönetiminin firmanın performansını olumlu yönde etkilediği birçok değişik endüstride rapor edilmiştir. Örneğin P&G, Sürekli Yenileme (Replenishment) Programı (CRP) ve Etkin Müşteri Cevabı uygulamaları ile 325 milyon dolar civarında tedarik zincirinde tasarruf ettiğini, Chrysler tedarikçi geliştirme programı Tedarikçi Maliyet Azaltma Çabası (SCORE) ile Japon firmalarının tedarik zinciri uygulamalarını kıyaslayarak maliyetlerinde 1.2 milyar dolar azalmayı sağladığını açıklamıştır. Benzer bir şekilde Honeywell Endüstriyel Otomasyon ve Kontrol şirketi, tedarik yönetimi programı sayesinde 1990 ve 1996 yılları arasında ürün hata oranlarını %90 azalttığını rapor etmiştir [61].

Tedarik zinciri literatürüne bakıldığında da tedarik zincirinin rekabet avantajı yarattığına ilişkin ip uçlarını görmek olanaklıdır: Lee'ye göre iyi entegre edilmiş (bilgi akışı ve koordinasyonu) tedarik zincirleri maliyetleri azaltıp kâr ve pazar payının artmaktan çok daha fazlasını sağlayarak tedarik zinciri ortakları ve hisse senedi sahipleri için değer yaratırlar [62]. Benzer bir şekilde tedarik zinciri kapasitesinin genel ürün stratejilerinde olduğu kadar genel firma stratejilerinde de önemli olduğunu ileri süren Lummus ve Vokurka da tedarik zincirinin entegrasyonunu başaran firmalarda stoklara daha az yatırım yapıldığını, nakit akışı döngüsündeki zamanın kısaldığını, materyal alma maliyetinin düştüğünü, işgören verimliliğinin arttığını, daha düşük lojistik maliyetlerine katlandıklarını ve kısa dönemli talep artışlarında dahi müşterinin talep ettiği zamana uyabilme yeteneğinin daha gelişkin olduğunu rapor etmişlerdir [2]. Lee'ye göre Lucent Teknolojileri, Wal-Mart, P&G ve Sun Mikro sistemleri gibi küresel şirketlerin yanında küçük ve orta büyüklükteki şirketler de tedarik zincirinin entegrasyonu ile değer yaratabilirler. Örneğin Japon bisiklet üreticisi National Bicycle, endüstride yeni ürün yaratmak ve başka hiçbir firmanın ulaşmadığı pazarın kaymağını yemek için yenilikçi bir tedarik zinciri stratejisi uygulayarak pazar payını iki katına çıkarmıştır [62]. Ayrıca Xilinx, HP ve Quantum gibi yenilikçi firmaların genel stratejilerinde tedarik zinciri yönetimi öncelikli bir konuma sahiptir [62].

Tedarik Zinciri Yönetiminde müşterilere yüksek değer sunabilmede israf ana düşman olarak kabul edilmekte, bütün düzeydeki tedarikçiler ile yakın ve uzun dönemli iş ilişkileri hatta ortaklıklar tavsiye edilmektedir. Bu nedenle firmalar daha etkin ve cevap verici tedarik zincirleri oluşturmaya yönlendirilmektedir. Bunun altında yatan temel neden bundan sonra bir firma diğer bir firma ile değil tedarik zinciri tedarik zincirleriyle rekabet edeceği kabulüdür. Böyle bir kabulün oluşmasının temelinde iki nedeninin olduğu ileri sürülmektedir [24]: Birincisi, Japon otomotiv firmalarının daha yalın, montaj

bazlı, tam zamanında üretim ve talep çekmeye dayalı paradigmasının, tarihsel olarak dikey olarak bütünleşmiş, tedarikte itmeye dayalı Batılı Otomotiv Endüstrisini alt üst etmesidir. İkincisi, bilgi işleme ve internet ile ilgili teknolojide büyük değişimlerin firelerin elimine edilmesini sağlayacak avantajları sunmasıdır.

Bazı akademisyen ve uygulamacılar tedarik zinciri tasarımını, rekabet stratejilerinde bütünleştirici bir parça olarak ele alırlar. Onlara göre rekabetin merkezinde sadece ürünler değil ayrıca "genişletilmiş ürünü" (extended) oluşturan operasyonları da bulunur, ki bunların ürünü müşteriye ulaştırana kadar bütün aktiviteleri içeren bir süreç olduğu kabul edilir. Böyle bir yaklaşımla tasarlanan tedarikçi ilişkileri, lojistik ve bilgi sisteminin müşteri tatminini desteklediği ve sonuçta pazar paylarının ve kârın artışına yol açtığı ileri sürülür [63]. Bu anlamda tedarik zincirinin stratejik avantaj açısından yeniden tasarımında maliyetin ikinci derecede önemli bir etken olarak değerlendirildiği söylenebilir.

Küresel rekabet açısından bakıldığında da tedarik zincirinin önemli bir avantaj kaynağı olduğu söylenebilir. Örneğin, yapılan bir Japonya ve Britanya Otomotiv Endüstrisi tedarik zinciri karşılaştırması Japon tedarik zincirinin iki kat daha üretken olduğunu göstermektedir [60]. Japon Toyota'nın tedarik zincirinin rekabet avantajı analiz edildiğinde sadece %18'nin içsel rekabet avantajından, %40'nın ilk bağlantı üreticilerinden ve %42'sinin daha alt düzeydeki bağlantı elemanlarından sağlandığı tespit edilmiştir [60]. Yazarlara göre Batı için henüz yeni sayılabilecek tedarik zinciri ilişkileri müşteri ve tedarikçileri için firmalara anlamlı yararlar sağlamaktadır [60].

Özetle ifade etmek gerekirse, tedarik zinciri tasarımında rekabet avantajına yol açan "en doğru yolun" entegrasyon ve yalınlık olduğu dikkati çekmektedir. Ancak gelişiminin ilk aşamalarında olduğu ileri sürülebilecek bu modelin uygulanması ve yaygınlaşması, Cox'un da belirttiği gibi tedarik zincirinde güç yapısının değişimine dayalı olduğundan zor gibi görünmektedir [24]. Ancak, Mc Donald's örneğinin de gösterdiği gibi, güçlü merkez firmaların önerilen bu modeli uygulamaya geçirmelerinin ve bu firmaların öncelikle bu yapıları uygulamaları olasılığının daha yüksek olduğu söylenebilir. Modelin yaygınlaşması ise, şu anda örnekleri gözlemlendiği gibi, başarılı örneklerin taklidi veya firmaya adaptasyonu ile olacaktır. Bu noktada Hamel ve Prahalad'ın, Kaynak Bazlı Firma Teorisinin ve Porter'in öğrettiklerinin Tedarik Zinciri Yönetimi Literatürüne adapte edilmesinde yarar olabilir; firmalar ideal olarak gerçek anlamda rekabet avantajını yakalayabilmek için "stratejik olarak kendilerini taklit edilmesi zor tedarik zinciri kaynakları ile donatmalı ve bu kaynaklarla pazara giriş engelleri oluşturmalıydılar" [24].

Son olarak, Stratejik Yönetim Literatürü küresel

çevrede veya yerel çevrede kârlı olabilmek için hem değer yaratma maliyetini azaltmanın hem de ürün sunumunu farklılaştırmanın zorunlu olduğunu ve firmaların bu yönde cevap üretme baskısıyla karşı karşıya olduğunu göstermektedir[64]. Bu nedenle tedarik zinciri tasarımını oluştururken: Bir yandan değer yaratma maliyetini azaltmak için gerekli aksiyonları veya yolları bulma ve ardından gerekli adımları mümkün olduğunca azaltma yoluna gidilmesinin; diğer yandan daha yüksek dizayn, kalite, hizmet ve işlevsellik vb. yoluyla firmanın ürün sunumunu farklılaştırma yoluna gidilmeye çalışılmasının rekabet avantajı yaratma açısından önemli olduğu söylenebilir.

IV. Mc DONALD'S TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Çalışmada tedarik zinciri tasarımının, özellikle "fast food" sektöründe faaliyet gösteren firmaların şirket ve/veya işletme stratejisinde rekabet avantajı yaratıp yaratmadığını değerlendirmeye çalışılacaktır. Günümüzde hızlı büyümesini sürdüren, dinamik, yiyeceğin kitle pazarına yönelik olarak hazırlanıp sunulmasını başaran "fast food" sektöründe rekabette tedarik zinciri özel bir öneme sahip gibi görüldüğünden bu sektör analiz kapsamına alınmıştır. Analiz birimi olarak Mc Donalds'ın seçilmesinin nedeni ise bu sektörde bir çok öncü uygulamaları gündeme getirmesi ve Fortune 500 sıralamasında kendi sektöründe en üst sıralarda yer almasıdır. 2003 yılının Fortune 500 listesinde yüz on dördüncü sıradadır [65]. Yaptığımız örnek çalışmada araştırma sorusu Mc Donalds'ın tedarik zinciri tasarımının rekabet avantajını sağlayıp sağlamadığı, sağlıyorsa nasıl sağladığıdır. Çalışmada Mc Donalds Türkiye'nin tedarik zinciri yönetiminden sorumlu "satın alma" müdürü Murat Üngün ile direkt görüşme yapılmış aynı zamanda çeşitli restoran müdür ve satış elemanlarından da bilgi alınmıştır. Ayrıca Mc Donald's Basın Dosyasından [66] ve web sayfasından da [67] yararlanılmıştır.

Kendini "hızlı servis restoranı" olarak tanımlayan Mc Donald's; dünya çapında 120 ülkede 28.000'den fazla restoranla, Türkiye'de 19 yerleşim merkezinde 80 restoranla hizmet veren çok uluslu bir girişimdir. Bu restoranlar, başta İstanbul (45 restoran), İzmir (5 restoran), Ankara (9 restoran), Bursa, Adana, Aydın, Muğla, Afyon, Antalya, Trabzon, Konya, Kayseri, Kocaeli ve Eskişehir olmak üzere, Doğu ve Güney Doğu Anadolu Bölgeleri haricinde Türkiye'nin her bölgesine yayılmıştır. Kullandığı ürünlerden Apple pie ve Donuts'ı İngiltere'den, portakal suyunu Hollanda'dan, oyuncak ve kutularını Çin'den alan Mc Donald's Türkiye ürünlerinin %93'ünü yerli üreticilerden sağlamaktadır [67].

IV.1. Organizasyon Yapısı

McDonald's birlikte çalıştığı tüm firmalarla direkt ilişki kurarak, tedarik zincirini oluşturan üyelerin temizlik

ve kalite standartlarını gerçekleştirebilmelerini sağlamaya yönelik olarak zincirin yönetimini sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında Mc Donald's tedarik zincirini hammaddeden tüketiciye kadar bütünsel bir yapıda görmekte ve onu planlamakta, koordine ve kontrol etmektedir. Tedarik zincirinin ilk üyesi aynı zamanda müşteriyle teması ve üretimi sağlayan restoranlardır. Mc Donald's'ın Türkiye çapındaki 80 restoranının ihtiyaç duyduğu 600 kalemden fazla ürün İzmit'teki tek bir depodan sağlanmaktadır. Bu ürünlerin tedarikçilerden satın alımını ve restoranlara dağıtımını, Türkiye'de sadece Mc Donald's ile çalışan Serlog adlı bir firma yapmaktadır. Serlog'un tedarikçileri ise ağırlıklı olarak Marmara ve Ege'de üretimini yapan firmalardır. Tedarik zincirindeki her eleman kendisinden bir önceki üye ile tam bir ticari ilişki kurmuş durumdadır. Ana firmanın tanımladığı çerçevede mal, bilgi ve nakit akışı ikili ilişkilerle yürütülmektedir. Burada restoranlar Serlog ile, Serlog tedarikçileri ile, tedarikçiler ise tedarikçileri ile siparişlerin verilmesi, teslimi ve ödemelerin yapılması noktalarında iletişim halindedirler ve ticari sır kapsamına girebilecek hiçbir bilgi ana firma ile paylaşılmamaktadır. Ana firmanın ikili ilişkilerdeki rolü, ilişkiyi tanımlamak ve kontrol etmekten ibarettir. Diğer taraftan ana firma tüm tedarik zinciri üyeleriyle direkt ilişki halindedir. Bu ilişki, orta ve uzun dönemli planların yapılmasını, talep tahminlerinin tespitini, maliyetlerin hesaplanmasını, ana firmanın sürecin iyileştirmeye yönelik bilgi aktarımını ve üretimin denetlenmesini kapsamaktadır.

IV.2. Bilgi Paylaşım Yapısı

Mc Donald's tedarik zincirinde bilgi paylaşımının hangi elemanlar arasında, hangi düzeyde olacağı ve bunun sınırları ana firma tarafından tanımlanmaktadır. Tüm zincire hakim olan ana firmanın durumu ise özeldir.

Tedarik zinciri elemanları sadece kendilerinden bir önceki zincir üyesi ile direkt iletişim kurarak, onlarla sipariş miktarları (ortalama haftalık olarak), sipariş geliş zamanı, ödeme bilgileri, nakit akış bilgileri, faturalama bilgilerini paylaşmaktadır. Ana firmanın kontrolünde kurulan ikili ilişkilerde ana firma ticari ilişkilere hiçbir şekilde girmemektedir.

Ana firma ile tedarik zinciri üyeleri arasındaki ilişkilerde ise temel yaklaşım açıklık üzerine kurulmuştur. Restoranlar ile arasında kurulu bir bilgisayar ağı üzerinden ana firma tüm satış bilgilerini tam zamanlı olarak alabilmektedir. Ayrıca restoranın stok durumu, depo kapasitesi bilgileri de ana firma tarafından takip edilmektedir. Bunun yanı sıra tüm şikayet ve öneriler için ana firmaya ulaşım kanalları tamamen açıktır.

Ana Firma-Ana Depo (Serlog) arasındaki ilişkide de tam açıklık ilkesi hakimdir. Serlog'a ilişkin tüm maliyet bilgileri, depo kapasitesi, teknik alt yapıya ilişkin bilgiler ana firma ile paylaşılmaktadır. Bunun yanı sıra

tüm tedarikçilerle direkt ilişki kurarak çalışılacak tedarikçi firmaları ve çalışma koşullarını belirleyen ana firma oluşturulan bu bilgileri Serlog ile paylaşmaktadır.

Ana Firma-Tedarikçi; ana firmanın tedarikçi firmalarla direkt ilişki kurarken amacı Mc Donald's'ın yüksek kalite standartlarına uygun üretimin mâkul maliyetlerle gerçekleştirilmesidir. Bu amaca yönelik olarak da ana firma üretici firmalara ürün ve üretim bilgi desteği vermektedir. Ayrıca ana firma tedarikçilerinin çalıştıkları sektörlerle ait, ortak çalışmayı etkileyebilecek her türlü gelişmeyi tüm dünyada takip etmekte ve bu bilgileri tedarikçileri ile paylaşmaktadır. Ana firma-tedarikçi ilişkisinde temel bir prensip de fiyatlandırma çalışmalarının birlikte yapılmasıdır. Bu nedenle üretici firmaların tüm maliyet bilgileri ana firmayla paylaşılmaktadır.

Ana firma-Tedarikçinin tedarikçisi; tedarikçilerin yüksek standartlarda üretim yapabilmesi için tedarikçilerinin de yüksek standartlarda üretim yapıyor olması gerekliliği açıktır. Bu nedenle ana firma özellikle belirlediği kilit firmalarla, tıpkı tedarikçileriyle olduğu gibi direkt ilişki kurmakta ve benzer bilgileri onlarla da paylaşmaktadır.

IV.3. Üretimin Yönlendirilmesi

Kendisini hızlı servis restoranları olarak tanımlayan Mc Donald's'da üretim müşterinin talebiyle başlar ve üretim dakikalarla ifade edilen bir sürede gerçekleştirir. Bu noktada tedarik zinciri boyutunda sağlanması gereken nokta, üretimi gerçekleştiren restoranların ihtiyaç duydukları ürünlerin, ihtiyaç duydukları zamanda ve miktarda sağlanmasıdır. Her biri küçük depolara sahip olan restoranlar ana depoya (Serlog) ortalama haftalık bir sipariş vermektedir. Faks ya da telefon yoluyla verilen siparişlerin miktarlarını her restoran kendisi belirlemektedir. Ancak Serlog sahip olduğu veri bankası yardımıyla bu sipariş miktarlarını kontrol etmektedir. Serlog, 600'den fazla ürünün, Türkiye'nin tüm bölgelerine yayılmış 134 Mc Donald's restoranına, dağıtımını gerçekleştirmektedir. Sevkiyatlar İzmit'teki ana depodan yapılmaktadır. Ortalama stok tutma süresi 6.6 gündür ve bu süre bazı kritik ürünler için (örneğin et için 1.5 gün) daha da aşağılara inmektedir. Serlog ihtiyaç duyduğu ürünleri tedarikçi firmalara yine faks ya da telefon yoluyla vermektedir. Ayrıca tedarikçiler ağırlıklı olarak Marmara ve Ege Bölgelerinde yer almaktadır. Tedarikçi firmalar ise orta ve uzun dönemli üretim planlarını ana firmadan aldıkları bilgiler doğrultusunda yapmaktadırlar. Sistem içerisinde ana firma tedarik zincirinin koordinasyonu ve kontrolünü sağlamaktadır.

IV.4. Mc Donald's Tedarik Zinciri Tasarımının Rekabet Avantajı Açısından Değerlendirilmesi

Stratejiyi perspektif olarak tanımlayan Mc Donalds'da [68], bahsedilen tedarik zinciri tasarımının işletme ve rekabet stratejileri ile ilişkili ve rekabet avantajı yaratmaya yönelik olduğu söylenebilir. Tedarik zinciri tasarımları Kalite, Servis, Temizlik ve Değerden oluşan strateji perspektiflerini hızlı bir şekilde geniş kitlelere standartlarına uygun olarak sunabilmeleri açısından desteklemektedir. Başka bir deyişle Mc Donald's tedarik zinciri tasarımı direkt olarak genel stratejisini hayata geçirmesini olanaklı hale getirmesi nedeniyle başarılıdır. Mc Donalds Türkiye'nin zinciri kontrolü ve zincir elemanlarına müdahale ettiği durumlara dikkat edildiğinde, hepsinin maliyet azaltma veya maliyeti kontrol altına almaya (değer) yönelik çabaların yanında kendi belirledikleri standartları özellikle kalite, güvenlik (sağlıklılık), temizlik açısından hiçbir riskin yaratılmamasına dayalı olduğu görülmektedir. Porter'in "Generik Stratejiler" kavramsal çerçevesinden hareketle McDonald's Türkiye Tedarik zinciri tasarımı değer yaratma sürecinde özellikle Toplam Maliyet Liderliği Stratejisini ve kısmen Farklılaşma Stratejisini realize etmelerine aracılık etmektedir. Ancak tedarik zinciri tasarımlarının farklılaştırmadaki işlevinin sınırlı olduğu veya yenilik getirmelerindeki işlevinin, en azından şimdilik, bulunmadığı gözlenmektedir. McDonalds'ın sunduğu ürünlerde değişikliğin sadece promosyonel düzeyde ve görece çok sık olmayan aralıklarda yapıldığı, genel stratejilerinin yerleşmeye kısmen olanak tanıdığı halde genelde üründe standartlaşmaya yönelik olduğu düşünüldüğünde, tedarik zinciri tasarımının sadece istenilen kalite ve değerde kesintisiz ürün teminine yönelik olması ve farklılaştırmaya yönelik olarak bu kanalların dizayn edilmemesi oldukça anlamlı görünmektedir.

Mc Donald's Türkiye'nin güçlü ana firma olarak tedarik zincirini yönetip kontrol ederek zincirde entegrasyonu sağlaması, network elemanlarıyla uzun süreli güvene dayalı ilişkileri oluşturması, kendi ana işi olmayan lojistik hizmetini outsource ederek toplam maliyetlerinde azalmayı sağlaması, tedarik zincirini ana stratejisi olan Kalite, Servis, Temizlik ve Değeri sağlayacak şekilde dizayn etmesi ve bütün bunları global ölçekte başarması genelde tüm işletmelerin, özellikle Türkiye'deki birçok işletmenin, kendi tedarik zincirlerini geliştirmelerinde bir model olarak önerilebilir. Ancak firmanın global ölçekte yaygınlaşmış bir çokuluslu işletme olduğu gerçeği bu noktada göz ardı edilmemelidir. Türkiye'deki ulusal firmaların McDonald's Türkiye'nin tedarik zinciri tasarımını kıyaslama yönetmeyle kendilerine adapte ederek daha "rasyonel" hale gelmelerinde bu noktayı dikkate almalarının yararlı olacağı söylenebilir.

V. SONUÇ

Tedarik Zinciri Yönetiminde tasarım boyutu rekabet avantajı ile ilişkili olarak incelendiğinde temelde entegrasyon ve yalınlığın rekabet avantajı yaratma açısından “en iyi tek yol” olarak önerildiği gözlenmektedir. Bu çabalar gelişmekte olan bir alanda “klasik” olarak nitelendirilebilecek ilkelerin, kuralların ve modellerin oluşturulmasında zorunlu bir başlangıç aşaması olarak değerlendirilebilir. Bundan sonraki aşamalarda tedarik zinciri tasarımlarının hangi durumlarda nasıl değişeceği ve belki de endüstriler bazında farklı dizaynların neler olabileceği yönündeki çalışmaların yapılabileceğini beklemek anlamlı olabilir. Bunun, ilişkili literatürde bir yandan farklı tedarik zinciri tasarımlarında daha çok odaklanılmasının, diğer yandan rekabet avantajı açısından hangi tasarımların hangi sektörlerde daha anlamlı olacağı noktalarına doğru yönelme gerekliliğine işaret etmekte olduğu ileri sürülebilir. Ayrıca, tedarik zincirinin rekabet avantajı yaratması açısından daha yaratıcı ya da yenilik yaratmayı sağlayacak bir kanal olarak dizayn edilmesi noktasının gelecekte daha çok vurgulanmaya başlanacağı beklenebilir. Bu bağlamda ana firmanın ya da tedarik zinciri yöneticilerinin rollerinin; Mc Donald’s Türkiye’nin başarıyla uygulandığı gibi istenilen standartları mümkün olan en düşük değerde elde etmenin ötesinde, ki bu günümüz tedarik zinciri tanımının temelini oluşturmaktadır, tedarik zinciri elemanlarının pazardan ve birbirlerinden öğrenebilecekleri bir atmosfer yaratmaya [23] ve tedarik zinciri elemanlarının yenilik ve bilgi yaratacak kanallara haline getirilmesine doğru kayacağı beklenilebilir. Son olarak, gelecekte tedarik zinciri tasarımında sosyal sorumluluk olgusunun zincir boyunca işletilmesinin ve uygulanmasının önemli bir rekabet avantajı yaratma potansiyeli olarak hem iş dünyasında hem de akademik çevrelerde tartışılmasının artacağı beklenebilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] The Supply Chain Council. (2001). (<http://www.supply-chain.org/info/faq.html>). [06.03.2001].
- [2] Lummus, R.R., & Vokurka, R.J. (1999). Defining Supply Chain Management: A Historical Perspective and Practical Guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 99(1), ss.11-17.
- [3] Quinn, F.J. (1997). What’s the Buzz?. *Logistics Management*, 32(2), ss.43-47.
- [4] Council of Logistic Management. (www.clml.org). [06.03.2001].
- [5] Ellram, L., & Cooper M. (1993). Characteristics of Supply Chain Management and the Implications for Purchasing and Logistics Strategy. *International Journal of Logistics Management*, 4(2), ss.1-10
- [6] Monczka, R.M., & Morgan, J. (1997). What’s Wrong with Supply Chain Management?. *Purchasing*, 122(1), ss.69-73.
- [7] Drucker, P.F. (1998). Management’s New Paradigms. *Forbes*, October, ss.152-177.
- [8] Lambert, D.M., & Cooper, M.C. (2000). Issues in Supply Chain Management. *Industrial Marketing Management*, 29, ss.65-83.
- [9] Min, H., & Zhou, G. (2002). Supply Chain Modeling: Past, Present and Future. *Computers & Industrial Engineering*, 43, ss.231-249.
- [10] Hwang, H. (2002). Design of Supply Chain Logistics System Considering Service Level. *Computers & Industrial Engineering*, 43, ss.283-297.
- [11] Dor, M.L. (1989). Vehicle Routing with Stochastic Demands: Properties and Solution Framework. *Transportation Science*, 23, ss.166-176.
- [12] Fisher, M.L. (1995). *Vehicle Routing Handbooks on Operations Research and Management Science*. North-Holland: Anderson.
- [13] Gendreau, M.L. (1996). Stochastic Vehicle Routing. *European Journal of Operations Research*, 88, ss.3-12.
- [14] Mintzberg, H. (1998). The Structuring of Organizations. (Ed: Mintzberg, Quinn, & Ghoshal). *The Strategy Process*. Londra: Prentice Hall.
- [15] Lowendahl, B., & Revang, O. (1998). Challenges to Existing Strategy Theory in a Postindustrial Society. *Strategic Management Journal*, 19, ss.755-773.
- [16] Rich, N., & Hines, P. (1997). Supply Chain Management and Time-Based Competition: The Role of the Supplier Association. *International Journal of Physical Distribution & Logistic*, 27(3/4), ss.210-225.
- [17] Stevens, G. (1989). Integrating the Supply Chain. *International Journal of Physical Distribution & Materials Management*, 19(8), ss.3-8.
- [18] Franks, J. (2000). Supply Chain Innovation. *Work Study*, 49(4), ss.152-155.
- [19] Ito, K.V., & Rose, E.L. (1994). The Genealogical Structure of Japanese Firms: Parent-Subsidiary Relationship. *Strategic Management Journal*, 15, ss.35-51.
- [20] Swaminathan, J.M., Smith, S.F., & Sadeh, N.M. (1998). Modeling Supply Chain Dynamics: A Multiagent Approach. *Decision Sciences*, 29(3), ss.607-632.
- [21] Chandra, C., & Kumar, S. (2000). Supply Chain Management in Theory and Practice: A Passing Fad or Fundamental Change?. *Industrial Management & Data Systems*, 100(3), ss.100-113.
- [22] Harland, C. (1997). Supply Chain Operational Performance Roles. *Integrated Manufacturing Systems*, 8(2), ss.70-78.
- [23] Stalk, G., Evans, P., & Shulman, L.E. (1992). Competing on Capabilities: The New Rules of Corporate Strategy. *Harvard Business Review*, (Mart-Nisan), ss.57-69.
- [24] Cox, A. (1999). Power, Value and Supply Chain Management. *Supply Chain Management: An International Journal*, 4(4), ss.167-175.

- [25] Handfield, R.B., & Nicholas, E.L.Jr. (1999). *Introduction to Supply Chain Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- [26] Jones, R.M., & Towill, D.R. (1997). Information Enrichment: Designing the Supply Chain for Competitive Advantage. *Supply Chain Management*, 2(4), ss.137-148.
- [27] Davis, M., & O'Sullivan, D. (1999). Systems Design Framework for the Extended Enterprise. *Production Planning & Control*, 10(1), ss.3-18.
- [28] Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2000). *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies*, Boston: McGraw-Hill.
- [29] Chopra, S., & Meindl, P. (2001). *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation*. New Jersey: Prentice Hall.
- [30] Womack, J.P., Jones, D.T., & Roos, D. (1990). *Dünyayı Değiştiren Makine*. İstanbul: Otomotiv Sanayi Derneği.
- [31] Choi, B.K., & Kim, B.H. (2002). MES (manufacturing execution system) Architecture for FMS Compatible to ERP (enterprise planning system). *International Journal of Computer Integrated Manufacturing*, 15(3), ss.274-284.
- [32] Wang, T.Y., & Chen, Y.L. (2002). Applying the Network Flow Model to Evaluate an FMC's Throughput. *International Journal of Production Research*, 40(3), ss.525-536.
- [33] Monden, Y. (1981). What makes the Toyota Production System Really Tick? *Industrial Engineering*, 13(1), ss.36-46.
- [34] Schonberger, R.J. (1982). *Japanese Manufacturing Techniques*. New York: MacMillian Press.
- [35] Ackonberger R.J. (1982). *Japanese Manufacturing Techniques: Nine Hidden Lessons in Simplicity*. New York: The Free Press.
- [36] Hall, R.W. (1983). *Zero Inventories*. Boston: Dow-Jones Irwin.
- [37] Boardman, J.T., & Clegg, B.T. (2001). Structured Engagement in the Extended Enterprise. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(5/6), ss.795-811.
- [38] Browne, J., & Zhang, J. (1999). Extended and Virtual Enterprises - Similarities and Differences. *International Journal of Agile Management Systems*, 1(1), ss.30-36.
- [39] O'Neil, H., & Sackett, P. (1994). The Extended Manufacturing Enterprise Paradigm. *Management Decision*, 32(8), ss.42-49.
- [40] Nicholas, J.M. (1998). *Competitive Manufacturing Management: Continuous Improvement, Lean Production, and Customer-Focused Quality*. Boston: McGraw Hill.
- [41] Petroni, A. (2002). Critical Factors of MRP Implementation in Small and Medium-Sized Firms. *International Journal of Operations & Production Management*, 22(3), ss.329-348.
- [42] Segerstedt, A. (2002). Production and Inventory Control at Abb Motors and Volvo Wheel Loaders, Two Examples of MRP in Practical Use. *Production Planning & Control*, 13(3), ss.317-325.
- [43] Chan, F.T.S., Tang, N.K.H., Lau, H.C.W., & Ip, R.W.L. (2002). A simulation approach in supply chain management. *Integrated Manufacturing Systems*, 13(2), ss.117-122.
- [44] Takahashi, K., Nakamura, N., & Izumi, M. (1997). Concurrent Ordering in JIT Production Systems. *International Journal of Operations & Production Management*, 17(3), ss.267-290.
- [45] Taylor, M.E. (1997). Beyond MRP – the Operation of a Modern Scheduling System. *Supply Chain Management*, 2(2), ss.43-48.
- [46] Al-Mashari, M., & Zairi, M. (2000). The Effective Application of SAP R/3: a proposed model of best practice. *Logistics Information Management*, 13(3), ss.156-66.
- [47] Verville, J., & Halington, A. (2002). An Investigation of the Decision Process for Selecting an ERP Software: the Case of ESC. *Management Decision*, 40(3), ss.206-216.
- [48] Esteves, J., & Pastor, J. (2001). Enterprise Resource Planning Systems Research: an Annotated Bibliography. *Communications of AIS*, 7(8), ss.1-52.
- [49] Petersen, P.B. (2002). The Misplaced Origin of Just-in-Time Production Methods. *Management Decision*, 40(1), ss.82-88.
- [50] Svensson, G. (2001). Just-in-Time: The Reincarnation of Past Theory and Practice. *Management Decision*, 39(10), ss.866-879.
- [51] Doran, D. (2002). Manufacturing for Synchronous Supply: a Case Study of Ikeda Hoover Ltd. *Integrated Manufacturing Systems*, 13(1), ss.18-24.
- [52] Kerrin, M. (2002). Continuous Improvement Along the Supply Chain: the Impact of Customer-Supplier Relations. *Integrated Manufacturing Systems*, 13(3), ss.141-149.
- [53] Baxter, J.E., McKay, A., Agouridas, V., Pennington, A. (2002). Supply Chain Design: An Application of Axiomatic Design. *ICAD2002 Second International Conference on Axiomatic Design Cambridge*, ss.115-121.
- [54] Prahalad, C.K., & Hamel, G. (1994). Strategy as a Field of Study: Why Search for a New Paradigm. *Strategic Management Journal*, 15, ss.5-16.
- [55] Bakoğlu, R. (2000). The Road, the Roadblocks and Diversions on the Way to Today's Strategy Concept. *Öneri*, 14(3), ss.101-107.
- [56] Bakoğlu, R. (2003). Kaynak Bazlı Firma Teorisi Kapsamında Değişen Rekabet Avantajı Kavram ve Anlayışı. *İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, 32(1), Nisan, ss.65-76.
- [57] Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2000). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Gözden Geçirilmiş 2. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- [58] Porter, M.E. (2000). *Rekabet Stratejisi: Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- [59] Hines, P., & Rich, N. (1998). Outsourcing Competitive Advantage: The Use of Supplier Associations. *International Journal of Physical Distribution & Logistics*, 28(7), ss.524-546.

- [61] Shin, H., Collier, D.A., & Wilson, D.D. (2000). Supply Management Orientation and Supplier/ Buyer Performance. *Journal of Operations Management*, 18, ss.317-333.
- [62] Lee, H.L. (2000). Creating Value Trough Supply Chain Integration. *Supply Chain Management Review*, Eylül-Ekim.
- [63] Ayers, J.B. (2000). A Premier on Supply-Chain Management. *Information Strategy: The Executive's Journal*, 16, ss.6-15.
- [64] Hill, C.W. (2001). *International Business: Competing in the Global Market Place*. 3rd Ed. Boston: Irwin McGraw-Hill.
- [65] List of the Fortune 500. (22.03.2004). *USA Today*. (http://www.usatoday.com/money/companies/2004-03-22-fortune-500-list_x.htm). [10.05.2004].
- [66] *Mc Donald's Basın Dosyası*. (2001).
- [67] Mc Donalds Türkiye Ana Sayfası, http://www.mcdonalds.com.tr/mcdonalds/mcdonalds_turkiye.asp. [18.11.2003]
- [68] Mintzberg, H. (1987). Five Ps For Strategy. *California Management Review*, 30(1), Sonbahar, ss.11-24.

Refika BAKOĞLU (refika@marmara.edu.tr) has Ph.D of Management and Organization at Marmara University Social Sciences Institute, and is an Assistant Professor of Management and Organization at Marmara University. Her research areas are strategic management, management of multinationals, international business and qualitative research methodology in general, and competitive and growth strategies, national competitiveness, corporate sustainability, corporate social responsibility, business traditions, and growth mechanisms in particular.

Erdal YILMAZ (erdalyilmaz@marmara.edu.tr) has Ph.D. of Production Management at Istanbul University Social Sciences Institute. His research areas are supply chain management, logistics management, lean manufacturing.

CEP TELEFONUNUN KONUMLANDIRILMASI (KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİNDE BİR UYGULAMA)

Hüseyin Sabri KURTULDU

Karadeniz.Teknik.Üniversitesi.,İ.İ.B.F. , Üretim Yönetimi ve Pazarlama A.B.D.,Yardımcı Doçent Dr.

THE POSITIONING OF MOBILE PHONE (AN APPLICATION AT THE BLACK SEA UNIVERSITY)

Abstract: Positioning is to determine the position of firms, products, brands, etc. in the eyes of customers or target mass. Being very important concept today, positioning indicates a posture which could ensure firms to establish sound marketing plans or programs. Therefore, mobile phone sector which is a very dynamic sector was chosen as a working area. For the research, Black Sea University students were asked to rank 30 factors for their brand preferences.

Factor analysis was used to make groups out of those factors ranked by the students. Some elements such as home town, sex and monthly allowance of students thought to be effective for determining product position. Goodman and Kruskal model is used as a relation analysis model to come up with the results.

Keywords: Positioning, Effective Factors in Positioning

CEP TELEFONUNUN KONUMLANDIRILMASI (KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİNDE BİR UYGULAMA)

Özet: Konumlandırma; firmaların, ürünlerin, markaların vb. tüketici yada hedef kitle gözündeki yerini ortaya koyar. Günümüzde çok önemli bir biçimde konumlandırma, firmalara pazarlama plan ve programlarını kurgulayabilecekleri bir pozisyon sağlamaktadır. Bundan dolayı çalışma alanı olarak dinamik bir sektör olan cep telefonu sektörü tercih edilmiştir. Araştırmada Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencilerine tercihlerini belirlemede 30 faktör yöneltilmiştir. Öğrencilerin sıraladıkları bu faktörleri gruplandırmada faktör analizi kullanılmıştır. Öğrencilerin sahip oldukları yöre (ikamet alanı), cinsiyet ve aylık gelir gibi unsurlar ürünün konumuyla ilgili karar vermede etkili olmuşturlardır. Sonuçları saptamada ise ilişki analiz yöntemi olarak Goodman and Kruskal tau modeli kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Konumlandırma, Konumlandırmada Etkili Olan Faktörler

I. GİRİŞ

Çağımızda, firmalar, hedef kitlelerine ulaşabilme doğrultusunda büyük bir çaba göstermektedirler. Bu çabalar, çoğunlukla firmaların ürünlerine müşteri gözünde farklı anlamlar vermelerini gerektirmektedir. Yani firmalar, üretim pazarladıkları ürünleri rakiplerinin ürünlerinden ve bu ürünleri pazarlama şekillerinden belirgin biçimde farklılaştırmak zorunda olduklarına inanmaktadırlar. Bu farklılaştırma ve ürüne müşteri gözünde anlam kazandırma çabası konumlandırma ya da pozisyon belirleme olarak bilinmektedir.

Konumlama, şirketin teklif ve imajının, hedef alınan pazarın düşüncesinde belirli bir yer işgal etmesi hareketinin tasarımıdır [1].

Diğer bir ifadeyle, konumlandırma, ürünü veya konumu seçilen pazar bölümlerini, rekabet ve konum olanakları bakımından en uygun yere yerleştirmede tüketicinin belirgin algılarını, tutumlarını ve ürün kullanma alışkanlıklarını belirleyen bir süreçtir [2]. Bir ürünün çeşitli özelliklerinin sınırlı olarak seçimi problemi konumlandırma [3]. Bu tanımlamaların ışığında konumlandırmaya etki eden faktörler belirlendikten sonra

amacı cep telefonu sektöründe ürünün konumunu belirlemek olan Karadeniz Teknik Üniversitesi öğrencileriyle yapılan bir çalışmaya yer verilecektir.

II. KONUMLANDIRMAYA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Global pazarlarda konumlandırma stratejisinde ilk adım, isim, özellik ve imaj standardizasyonunun kurulmasıyla ürünü bir dünya markası olarak kurgulamaktır. İkincisi, aynı ürün faydası yada benzer özellikler gösteren global pazar bölümlerini tanımlamaktır. Üçüncüsü ise, hem yüksek teknik hem de yüksek kullanıma yönelik dünya markası konumlamaktır [4].

Konuya sadece ürün ya da firma açısından bakmak konumlandırmayı eksik bırakabilir. Bu nedenle konumlandırma tanımı içerisinde marka yani marka konumunu da belirlemeyi yerleştirmek yerinde olacaktır.

Zira, üründen ziyade marka ve marka imajı tüketmekte olan bireylerin tüketim eğilimleri dikkate alındığında, elde edilen konum sayesinde marka bağımlısı tüketiciler yaratılabilmektedir [5].

Konulandırma güçlü bir şekilde yapıldığı takdirde, firmayı rakipleriyle rekabet edebilecek ve hatta o firmayı rekabet üstü bir konuma getirebilecektir. Rekabette lider olan rakipleri tarafından erişilmez olmayı değer tekelleri oluşturarak gerçekleştirecektir.

Değer tekelleri; fiziksel benzersizlik, teknolojik benzersizlik, tanınmış ad sahibi olmak, piyasada egemen konumda olmak, düşük maliyetlere sahip olmak, marka imajını belirginleştirmek ve özel amaçlı Pazar odakları bulabilmektir [6]. Bu açıdan bakıldığında değer tekelleri kavramı küresel rekabet tarafından da desteklenmektedir. Çünkü küresel rekabet unsurları firmaların müşteriler gözündeki yerini belirlemeye yönelik olarak hareket etmektedirler.

Küresel rekabet standartları; ürün ve üretim kalitesi, maksimum tercih için çeşitlilik, uyarılama, erişimde hız ve kolaylık, yenilik çarkında dakiklik, düşük maliyet ve küresel elde edilebilirlik olarak vurgulanmaktadır [7]. Konulandırma zaman zaman kendisini firma bazında stratejik gruplar halinde de gösterebilir.

Bunlar; Grup A (Eksiksiz ürün yelpazesi, dikey entegrasyon, düşük üretim maliyetleri, düşük hizmet, orta derecede kalite), Grup B (Orta derecede ürün yelpazesi, montajcı, orta dereceli fiyat, çok yüksek müşteri hizmeti, düşük kalite, düşük fiyat), Grup C (Dar ürün yelpazesi, montajcı, yüksek fiyat, ileri teknoloji, yüksek kalite) ve Grup D (Dar ürün yelpazesi, yüksek otomasyon, düşük fiyat, düşük hizmet) şeklindedir [8].

Konulandırma yapacak olan firmaların, kendilerini müşteri gözünde çağrıştıracak anlamlar ya da ifadeler bulup bunları, olumludan olumsuz doğru sıralanmış bir ölçek bünyesinde anketle hedef kitlelerine sunmaları gerekir. Bir konulandırma anketinde şu ifadeler bulunabilir.

Güvenilir, muhafazakar, sempatik, büyük firma, tek yönlü, çeşitli branşlarda iyi danışman, tecrübesiz, dostça, genç müşterilere yönelik, iyi reklam, yaşlı personel, iyi bilgilendirme, basına ağırlık veren, pasif [9].

Bazen konulandırma, gücünü fiyatta bulabilir. Müşteri gözünde sabit fiyat uygulayan ya da fiyatını uygun tutan ve bazen prestij artırma kaynaklı fiyat artırımları yapan firmalar söz konusu olabilir. Özellikle prestij sağlamak amacıyla yani kaliteli ürünün fiyatı da yüksek olur düşüncesiyle fiyatını değiştiren ya da artıran firmalar fiyat dışı konulandırma ifadelerini bulmak durumunda kalabilirler.

Örneğin fiyat değiştirildiği zaman servise bir değer katılabilir. Bu değer daha kapsamlı bir garanti, daha hızlı servis veya daha iyi kalite olabilir [10]. Bazen de firmalar üretim sürecini küçük bir tesis turu şeklinde düzenleyerek

ürünlerin günlük alımlarını ve tüketimini akılda kalıcı bir gösteri haline getirebilirler. Burada amaç, müşteriye ürünün tasarım, üretim, paketlenme veya nakliye sürecine dahil etmektir [11]. Bu aslında müşteriye verilen değer bir ölçüsüdür. Çünkü böylesi bir gösteri, müşteri gözünde firmayı, hedef kitleye değer veren ve hedef kitlenin görüşüne saygı duyan firma konumuna getirebilir.

Konulandırma'da konum yada imajla özdeşleşen unsur müşteri değer teklifleridir. Firmaların bu teklifleri büyük pazarlara erişebilme, payını koruma ve geliştirme, karlarını artırmaları açısından bakıldığında, kendilerine özgü bir farklılığı vurgulayarak yapmaları gerçeği ortaya çıkmaktadır.

Örneğin, Metro Bank imajını, tüm bankacılık ürün ve hizmetlerini sunan bilgili ve dost bir finans danışmanı olarak yerleştirmeye çalışmış, Pioneer Petroleum ürünlerinin farklılığını vurgulamak için müşteriler tarafından pek fark edilmeyen yönleri ortaya koyan bir reklam kampanyası geliştirmiştir. Big 6 diye bilinen muhasebe firmaları ise farklılığı vurgulamak için kalite, güvenilirlik ve bütünlük gibi özellikleriyle ün kazanmaya çalışmışlardır [12].

Yine finansman sektörü müşterileri ilgi düzeyleri ve duydukları güvene göre tekrarı seven – pasif, mantıklı – aktif, satın almayanlar ve bağımlılar olarak dört gruba ayırmaktadır [13]. Modada uygunluk, gizem ve değişimi çağrıştıran yaşam stillerinin konumlama açısından büyük önemi bulunmaktadır [14]. Bu şekilde yapılan bir araştırma, modası geçmiş olan giysileri gardrobunda tutan, belirli markalara sadık kalan, giyimi hayatının parçası olarak gören pazar bölümleri belirlemiştir [15].

Aynı şekilde 3M, ürün kalitesi ve güvenilirliğine; American Express, dünya çapında hizmet güvenilirliğine; Ford, temel dürüstlük ve bütünlüğe; General Electric; yaşam kalitesini artırmaya; Johnson, yaratıcılık ve verimliliğe; Procter and Gamble, sürekli kendini geliştirmeye ve Walt Disney, yoğunluk ve detaylara aşırı ölçüde dikkate dayanmaktadır [16]. Bu açıdan ürünün yararları, dikkati, denemeyi ve yeniden kullanımı arttırmak için takviye edilmektedir [17].

Aynı örnekleri meşrubat firmaları ve ürünlerinde de görmek mümkündür. Meşrubat firmaları müşteri gözündeki yerlerini belirleyebilmek amacıyla kişisel duygu ve düşüncelerini kullanabilmektedir.

Örneğin Sprite, kişinin kendisi ve yaşam hakkındaki düşüncelerini yansıtan bir markayla bütünlüşmek istediği takdirde düşünmesi gereken bir içecek olarak görülebilir [18].

Otomobil sektörü açısından konuya bakıldığında konulandırma en yüksek prestij, başarı, performans, dizayn, güç, güven gibi kavramlarla ifade edilmektedir.

Bundan hareketle, otomobil pazarlarında Mercedes en prestijli konuma sahiptir. BMW en iyi başarının konumunun sahibidir, Hyundai en az pahalı konumunun, Volvo ise en emniyetli konumunun sahibidir [19]. Fakat buna karşılık müşteriler Chevrolet'yi tanımlamakta oldukça güçlük çekmektedirler [20]. Otomobil bakım alt sektöründe ise müşteri beklentileri fiziksel özellikler, acil hizmet ve bakıma güven duyma olarak vurgulanabilir [21].

Bilgisayar firmaları da etkin konumlandırma yapan firmalar olarak bilinmektedirler.

Örneğin Individual, müşteri gözünde hizmetini hızlı bir biçimde iyileştiren firmadır [22]. Yine Asya pazarının yüksek teknoloji ve konfor içeren Batı pazarının ise düşük teknoloji uyarlanmış ve güvenilir ürünler istedikleri söylenebilir [23].

Bankacılık sektörüne bakıldığında, İmar Bankasının tüketici beyninde dövize yüksek faiz veren banka imajı çizdiği görülmektedir [24].

Cep telefonu sektöründe ise konumlandırma, kendisini özgürlük ve hareket serbestisi, güven artırıcılık, gençlik imajı vermesi gibi kavramlarda göstermektedir.

Zira yapılan bir araştırma, cep telefonu konumlandırmasında telefonun öz güveni artırıcı bir imaja sahip olmasını 1. sırada, güç ve zenginlik göstergesi olduğunu 2. sırada, özgürlük ve hareket serbestisi vermesini 3. sırada, gençlik imajına sahip olmasını 4. sırada, çağdaşlık, göstergesi olmasını ve insanı bir gruba mensup kılmasını ise 5. sırada göstermektedir [25].

Bu açıdan bakıldığında gerçekten de günümüzde cep telefonu sektörünün oldukça büyük bir dinamizme sahip olduğu görülmektedir. Konumlandırma da bu dinamizmden nasibini almakta ve anılan dinamizm müşteri gözünde cep telefonunun neleri öncelikle karşıladığını ortaya koymayı gerekli kılmaktadır.

III. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

III.1. Araştırmanın Amacı

Amaç, cep telefonu sektöründe ürünün müşteri gözünde sahip olduğu yeri yani konumunu ortaya koyabilmek ve verilen cevaplar doğrultusunda elde edilen konumlandırma değişkenlerinin (faktörlerin) yöre, uzaklık, bağlı bulunulan fakülte, elde edilen gelir ve cinsiyet faktörleriyle ilişkili olup olmadıklarını belirlemektir. Öğrencilerin bağlı oldukları yöre yani bölgeler onlar açısından bir sosyo-kültürel faktör, Trabzon'la kendi bölgeleri arasındaki uzaklık bir fiziksel faktör, fakülteleri ise bir kişisel aynı zamanda bir demografik faktördür. Bu nedenle yöre, uzaklık ve fakülte gelir ve cinsiyetin yanında verilen cevaplarla ilişki

kurulabilecek nitelikler olarak düşünülmüştür.

III.2. Araştırmanın Kapsamı

Anakütle Trabzon ilinde Karadeniz Teknik Üniversitesinde okuyan 40,000 öğrenci olup örnek büyüklüğü farklı fakülteye mensup tesadüfi olarak belirlenen 30 öğrencidir. Bu öğrencilerin öncelikle hangi yöreden oldukları ve Trabzon'a ne kadar uzaklıkta yerleşik olarak oturdukları, fakülteleri, aylık gelirleri ve cinsiyetleri tespit edilmiş ve kendilerine Beşli Likert ölçeği bünyesinde cep telefonu konumuna etki derecesini ortaya koyacak biçimde 30 kavram yöneltilmiştir. (Çok önemli, önemli, fikrim yok, önemsiz, çok önemsiz)

Alınan cevaplar sonrasında bu 30 kavram, faktör analiziyle gruplandırılmış ve değişkenler arası ilgi içinse 0.90 ve 0.95 güven aralıklarında Goodman and Kruskal tau ilgi analizi kullanılmıştır

III.3. Bulgular

Dönüştürülmüş faktör tablosu Tablo.1' de verilmiştir.

Uygulanan faktör analizi sonucu yukarıdaki veriler elde edilmiş ve 7 faktöre ulaşılmıştır.

1. Faktör (Kültürel ve Sanatsal)

Çağdaşlık
Serbestlik
Estetik
Üstünlük
Gizem
Lüks
Benzersizlik
Değişim
Orijinallik
Şöhret
Panelin değişebilirliği

2. Faktör (Mantıksal)

Kolay iletişim
Yardım etme
Sorun çözme
Kullanım kolaylığı
Etkili hizmet
Kullanım alanı fazlalığı
Bataryanın uzun ömürlülüğü
Hızlı hat dışı bırakılması (Kaybedilmesi durumunda)

3. Faktör (Ekonomik)

Fiyatta ucuzluk
Doğallık
Dayanıklılık

4. Faktör (Dikkat Çekme ve İlgi)

Yedek parçanın kolay bulunması
Şarj aracının diğer markalara uygunluğu

5. Faktör (Güven)Coşkunkluk
Özgüven**6. Faktör (Sosyal)**

İnsanın kendisini bir gruba ait hissetmesini sağlaması

7. Faktör (Psikolojik)

Alışkanlık sağlayıcılığı

Tablo.1. Dönüştürülmüş Faktör Tablosu

	Faktörler						
	1	2	3	4	5	6	7
M1	3.545E-03	.709	-8.494E-02	-.151	1.496E-02	-.279	
M2	.352	-2.529E-03	-2.434E-02	1.621E-02	.777	5.624E-02	7.059E-02
M3	.335	-2.721E-02	-1.348E-02	5.934E-02	.613	-2.807E-02	-6.276E-02
M4	.635	.168	-5.31E-02	5.540E-02	.106	.100	-.410
M5	.562	2.071E-02	7.800E-02	2.984E-02	.181	-.361	-.379
M6	5.038E-02	.693	-.175	-2.246E-02	.166	8.734E-02	.122
M7	.615	.123	.182	-.114	7.511E-02	-.120	-3.925E-02
M8	.658	-.111	.221	-.148	.121	-4.242E-03	-5.430E-02
M9	8.343E-02	8.972E-02	.729	.104	-.211	.121	-.112
M10	.602	-.230	.179	2.433E-02	.238	7.263E-02	.243
M11	.375	-.164	3.949E-02	-8.463E-02	2.927E-02	.699	-7.081E-02
M12	.700	-.208	1.113E-02	-1.846E-02	-6.272E-02	5.809E-02	5.647E-02
M13	-.111	.678	4.183E-02	.100	.107	7.870E-02	-2.454E-02
M14	8.764E-02	.790	8.282E-02	-5.558E-02	-4.088E-02	5.505E-04	-2.917E-02
M15	.149	.185	.680	7.889E-02	.201	4.395E-02	.176
M16	3.222E-02	.452	.652	.221	6.650E-03	-.123	1.116E-02
M17	.737	3.420E-02	-340E-02	-4.556E-02	-8.085E-02	.210	7.566E-02
M18	3.209E-02	.729	.107	-1.867E-02	-.117	.154	8.930E-02
M19	-2.936E-03	.639	.157	140	-.207	-5.754E-02	-7.669E-02
M20	.625	.258	-.199	9.504E-02	5.544E-02	.151	-1.510E-02
M21	.676	.226	-6.587E-02	2.162E-02	-5.282E-02	-5.169E-02	.131
M22	.524	-.268	-3.916E-03	-4.309E-02	.106	.341	1.023E-02
M23	-8.546E-03	.534	.209	.441	-2.163E-02	-.156	-.122
M24	-4.209E-02	.475	.155	.628	-3.986E-02	-.118	-7.741E-02
M25	-5.295E-02	.230	.118	.759	4.332E-02	.110	-1.187E-03
M26	.608	7.594E-03	-.143	.277	-.232	-.272	.311
M27	.404	.158	.120	.235	4.138E-02	.471	9.852E-02
M28	.430	2.616E-02	4.811E-02	-8.990E-02	9.719E-02	-7.486E-03	.649
M29	.109	.412	8.630E-02	.335	.176	.121	.266
M30	3.179E-02	.605	8.749E-02	.395	5.237E-03	-.108	-.115

Uygulanan Goodman and Kruskal tau yöntemine göre elde edilen sonuçları aşağıdaki gibi vermek mümkündür.

Değişkenler	Elde Edilen Değer
1 Yöre Çağdaşlık	0,84 0,07 *
2 Yöre Yedek parçanın bulunurluğu	0,07 0,004**
3 Trabzon'a uzaklık Kolay iletişim	0,01 0,10
4 Trabzon'a uzaklık Sorun çözücülük	0,01 0,25
5 Fakülte Üstünlük	0,00 0,00**
6 Fakülte Dış panelin değişebilirliği	0,003 0,006**
7 Gelir Lüks	0,005 0,155

* 0,10 önem derecesi , ** 0,05 önem derecesi

IV. SONUÇ

Uygulanan faktör analizi 7 ana faktörü ortaya koymakta ve bu temel faktörleri yukardaki gibi isimlendirmek mümkün olmaktadır. Ana faktörlerden kültürel ve sanatsal faktörlerle mantıksal faktörler yapılarındaki alt faktör fazlalığı ile oldukça dikkat çekmektedirler. Aslında bu iki ana faktör kültürel – sanatsal yönlü yada mantıksal yönlü konumu belirlemede cep telefonu üreticilerinin geniş bir seçenek dizisine sahip olduklarını göstermektedir. Yine sosyal faktörler içerisinde “ insanın kendisini bir gruba ait hissetmesini sağlaması” ve psikolojik bir faktör olarak ürünün alışkanlık sağlayıcılığı üreticiler açısından stratejik önemi gösterir mahiyettedir.

Goodman and Kruskal tau analizi sonuçlarını incelemek gerekirse; faktörlerle değişkenler arası ilişkiye yönelmek yerinde olacaktır. Öğrencilerin sahip oldukları yöre yani coğrafi bölgeyle ürünü çağdaş bir konumda görmek arasında % 10 önem derecesinde bir ilişki

gözlenmektedir. Öğrencinin bulunduğu coğrafi bölgeyle bir konumlama faktörü olan yedek parçanın bulunurluğu arasında % 5 önem derecesinde bir ilişki görmek mümkündür. Bundan hareketle üniversite öğrencilerine yönelik yapılacak bir konumlamada üreticilerin coğrafi bölgeleri ciddi bir bölümlenme kriteri olarak kabul etmelerinin doğru bir seçim olacağı söylenebilir. Aynı şekilde öğrencilerin üyesi oldukları fakülteler ile önemli iki faktör ürünün üstün olarak görülmesiyle, ürünün dış panelinin değişebilirliğini bir konumlama faktörü olarak görmeleri arasında % 5 önem derecesinde çok ciddi ilişkilere rastlanmaktadır. Üreticiler öğrencilerin üyesi buldukları fakülteleri birer ciddi pazar bölümü olarak görmeli ve belirli fakültelelere mensup olan öğrencilerin ilginç sayılabilecek konumlama faktörlerini ön planda tuttuklarını unutmamalıdır. Zira, öğrencilerin bağlı oldukları fakülteler yada öğrenim gördükleri bilim dalları onların kişisel gelişimini etkileyerek herhangi bir firma, ürün, hizmet, şekil, sembol vb. nin onlarda uyandırabileceği anlamları yönlendiren bir unsurdur.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Kotler, P. (2000). *Pazarlama Yönetimi*. (Çev.: Nejat Muallimoğlu). İstanbul: Beta Yayınevi.
- [2] Burnett, J. (1984). *Promotion Management Strategic Approach*. Minnesota: West Publishing.
- [3] Charalambous, C., Hadjinicola, G., & Müller, E. (2001). *Product Positioning Using Principles from the Self Organizing Map*. Berlin: Springer, s.457.
- [4] Mesdaq, M. (2000). Culture – Sensitive Adaptation or Global Standardization – the Duration of Usage Hypothesis. *International Marketing Review*, 17(1), s.75.
- [5] Fırlar, F.B. (2000). Günümüzde Marka ve Konumunun Belirlenmesi. *Pazarlama Dünyası*, 81, s.23.
- [6] DeBono, E. (1996). *Rekabet Üstü*. (Çev.: Oya Özel). İstanbul: Remzi Kitabevi, ss.88-94.
- [7] Güzelcik, E. (1999). *Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı*. İstanbul: Sistem Yayınları.
- [8] Porter, M.E. (2000). *Rekabet Stratejisi*. (Çev.: Gülen Ulubilgen). İstanbul: Sistem Yayınları.
- [9] Okay, A. (1999). *Kurum Kimliği*. Ankara: Media Cat Yayınları.
- [10] Bender, P.U., & Torok, G. (1999). *Power Marketing*. (Çev.: Nurten Akan). Ankara: Media Cat Yayınları.
- [11] Pine, B.J., & Gilmore, J.H. (1999), *İş Hayatı Bir Tiyatro*. (Çev.: Levent Cinemre). İstanbul: Boyner Holding Yayınları.
- [12] Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (1999). *Balanced Scorecard*. (Çev.: Serra Egeli). İstanbul: Sistem Yayınları.
- [13] Beckett, A., Hower, P., & Howcroft, B. (2000). An Exposition of Consumer Behavior in the Financial Services Industry. *International Journal of Bank Marketing*, 18(1), ss.17-18.
- [14] Pradgett, I., Crocker, M., & Fletcher, B. (2002). A Conceptual Model of the Fashion Process. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 6(1), s.18.
- [15] Moye, N., & Kincade, H. (2003). Shopping Orientation Segments. *International Journal of Consumer Studies*, 27(1), s.60.
- [16] Collins, J.C., & Porras, J.I.. (1999). *Kalıcı Olmak*. (Çev.: Zuhâl Çivi). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- [17] Haynes, A., Lackman, C., & Guskey, A.(1999). Comprehensive brand presentation : Ensuring Consistent Brand Image. *Journal of Product and Brand Management*, 8(4), s.287.
- [18] Zymian, S. (2000). *Bildiğimiz Pazarlamanın Sonu*. (Çev.: İlkay Sevgi Çopur). Ankara: Media Cat Yayınları.
- [19] Kotler, P. (2000). *Kotler ve Pazarlama*. (Çev.: Ayşe Özyağcılar). İstanbul: SistemYayınları.
- [20] Trout, J., & Rivkin, S. (1999). *Yeni Konumlandırma*. (Çev.: Ahmet Gürsel). İstanbul: Profilo Yayınları.
- [21] Bebeko, C. (2000). Service intangibility and its impact on consumer expectations of service quality. *Journal of Services Marketing*, 14(1), s.17.
- [22] Kang, K., Donohoe, P., Koh, E., Lee, J., & Lee, K. (2002). *Using a Marketing and Product Plan as a Key Driver for Product Line Asset Development*. Berlin: Springer.
- [23] Brandenburger, A.M. (1998). *Ortaklaşa Rekabet*. (Çev.: Levent Cinemre), İstanbul: Scala Yayıncılık.
- [24] Borça, G. (2001). Dövizinize Yüksek Faiz. *Aktüel Para*, 354, s.62.
- [25] Güllülü, U., & Özer, S. (2000). Servis Yöntemi ile GSM Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi Erzurum'da Bir Alan Araştırması. *Pazarlama Dünyası*, 80, ss.55-56.

Hüseyin Sabri KURTULDU (hskurtuldu@ktu.edu.tr) was born in 1960 in Trabzon. He completed the elementary, middle and high school education in Trabzon, and military service in 1984. Then, he entered Business Department at the Faculty of Economic and Administrative Sciences, KTÜ in 1985 and graduated in 1989. After B.A. degree he earned graduate master, degree in 1994 and graduate Ph.D degree in 1999 in the Social Sciences Institute in KTU. He is currently been working as an Assistant Prof.Dr. in the Business Department since 2001. He has specialized in the field of marketing. His research areas are marketing management, branding, positioning, consumer behavior, and advertising.

DEPREM OLUŞ SIKLIĞININ POISSON DAĞILIMINA UYARLANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE BİR DENEME

Hakan YILDIRIM¹, Ahmad SOURAN²

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

²Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., Sayısal Yöntemler Bilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi

AN ESSAY ON ACCEPTABILITY OF POISSON DISTRIBUTION FOR FREQUENCY OF EARTHQUAKE OCCURRENCE

Abstract: As it is known, Turkey is on the Mediterranean Earthquake Zone, the most effective earthquake zone in the world. In the past and in future as well, it is a fact that Turkey will face loss of lives and economical losses due to earthquakes according to the scientific studies. This study based on the data of the last 100 years of Turkey, calculates that an earthquake bigger than level 6 ($M>6$) is possible in the incoming year. According to the assumption to the study, examined earthquake data is conforming with the Poisson distribution, chi-Square conformity test was done and Ho hypothesis is accepted. If some examples are given from the results, possibility of a $M>6$ earthquake in the incoming year is 94 %, and two $M>6$ earthquakes is 77 %. So governmental units and universities must be coordinated, information transfer must be speed up, data must be processed at electronic environment without being late and must be available to the usage of everybody. These studies are very important in order to estimate the disaster of the earthquake, distribution of level and urgent rescue studies.

Keywords: Earthquake, Poisson Distribution, Chi - Square Conformity Testing,

I. GİRİŞ

Dünyanın oluşumundan beri, sismik yönden aktif bulunan bölgelerde depremlerin ardışıklı olarak oluştuğu ve sonucundan da özellikle de deprem kuşağı üzerindeki ülkelerde milyonlarca insanın yok olduğu gerek alt gerekse üst yapılara hasar verildiği bilinmektedir.

Bilindiği gibi Türkiye dünyanın en etkin deprem kuşağı olan Akdeniz deprem kuşağı üzerinde bulunmaktadır. Geçmişte olduğu gibi, gelecekte de bilimsel çalışmalara dayanarak sık sık oluşacak depremlerle Türkiye'nin gerek can gerekse ekonomik kayıplara uğrayacağı bir gerçektir.

Maden Teknik Arama (MTA) Enstitüsü'nün deprem Bölgeleri Haritası'na göre, Türkiye'nin % 92'sinin

DEPREM OLUŞ SIKLIĞININ POISSON DAĞILIMINA UYARLANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE BİR DENEME

Özet: Bilindiği gibi Türkiye dünyanın en etkin deprem kuşağı olan Akdeniz deprem kuşağı üzerinde bulunmaktadır. Geçmişte olduğu gibi, gelecekte de bilimsel çalışmalara dayanarak sık sık oluşacak depremlerle Türkiye'nin gerek can gerekse ekonomik kayıplara uğrayacağı bir gerçektir. Bu çalışmada, son 100 yıllık sürede Türkiye'de kaydedilen ve büyüklüğü 6 ve üzerinde olan depremler dikkate alınarak gelecek yıllar için bir çalışma yapılmıştır.

Çalışmada deprem verilerinin dağılımının ki - kare uygunluk sınamasına göre Poisson dağılımına uygunluğu test edilmiş ve H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Varılan sonuçlardan birkaç örnek vermek gerekirse, bir yıl içerisinde en az bir adet $M>6$ deprem olma olasılığı %94, en az iki adet $M>6$ deprem olma olasılığı %77 olarak hesaplanmıştır. Bu bağlamda, devlet birimleri ile üniversiteler arasındaki koordinasyonu sağlayarak, bilgi alışverişini hızlandırarak ve verilerin büyük bir hızla ve geç kalınmadan elektronik ortamda işlenerek ilgili herkesin kullanımına sunulması sağlanmalıdır. Bu araştırmalar, depremin yaratacağı felaketi, şiddet dağılımının öngörülebilmesi ve bu şiddette bir felaketin ne şekilde ani bir kurtarma yardımını gerektireceğinin tahmin edilmesi açısından çok önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Deprem, Poisson Dağılımı, Ki - Kare Uygunluk Sınaması

deprem bölgeleri içerisinde olduğu, nüfusun % 95'inin deprem tehlikesi ile karşı karşıya olduğu ve ayrıca büyük sanayi merkezlerinin % 98'i ve barajların % 93'ünün deprem bölgesinde bulunduğu bilinmektedir.

Bu çalışmada amaç; Türkiye'nin önceki depremlerinden elde edilen verilerin istatistiksel analizini yaparak gelecekte büyüklüğü 6'nın üzerinde ($M>6$) deprem olma olasılıkları hesaplamaktır.

II. GENEL TANIMLAR

Depremleri inceleyen bilime Sismoloji (eski yunanca Seismos=sarsıntı, Logos=bilim) denir. Fakat bu bilim ancak iki ayrı bilimin birlikte hareket etmesiyle sonuç verebilir, bunlar Jeoloji ve Jeofiziktir. Jeoloji,

depremlerin görünen etkilerini inceler ve makro sismik etüdü yapar, Jeofizik ise mikrosismik etüd yaparak aletsel kayıtları inceler [1].

Deprem, yer kabuğu içindeki kırılmalardan dolayı aniden meydana gelen sarsıntılarının dalgalar halinde yayılarak geçtikleri ortamları ve yeryüzeyini sarsması olayıdır.

II.1. Deprem Parametreleri

Depremi daha yakından incelemek amacıyla deprem parametreleri olarak adlandırılan bazı kavramlardan bahsedilecektir [2].

Odak Noktası (Hiposantr): Yerin içinde fayın ilk kırılmaya başladığı ve enerjinin ortaya çıktığı noktadır (gerçekte nokta olmayıp bir alandır, fakat pratikte nokta olarak kabul edilir), *alt merkez* de denebilir, bu noktadan itibaren deprem enerjisi, tıpkı suya atılan taşın etrafında yaptığı dalgalar gibi yayılır [1].

Üst Merkez (Episantr): Odak noktasının yeryüzündeki izdüşümüdür (karşılığı), dış merkez de denebilir, depremin en çok hasar yaptığı veya en çok hissedildiği noktadır (alandır).

Odak Derinliği: Odak derinliği, odak noktası ile üst merkez arasındaki düşey mesafedir (en kısa mesafedir), deprem sınıflandırması odak derinliklerine göre yapılır, yerin 0-60 km. Derinliğinde olanlar *sığ* depremlerdir, 60-300 km derinlikte olanlar *orta derinlikte* depremlerdir, 300 km den derin olanlar ise *derin* depremlerdir. Türkiye’de olan depremler genel olarak kıtasal deprem- sığ deprem özelliğindedir ve derinlikleri 0-60 km arasındadır.

Eşşiddet Eğrileri (İzoseit): Aynı şiddetle sarsılan noktaları birbirine bağlayan noktalar, tamamlanmasıyla eşşiddet haritası ortaya çıkar, böylece deprem merkezinin etrafında konsantrik düzensiz daireler ortaya çıkar, ve deprem bölgesinde deprem eşşiddet dağılımını gösteren harita elde edilir. Depremin şiddeti eşşiddet eğrileri üzerine değil, alan içerisine yazılır [3].

Şiddet: Şiddet ile büyüklük (Magnitüd) halk arasında her zaman karıştırılan kavramlardır, şiddet ölçeği aletsel olmayan dönemde depremin ölçüsünü belirlemek amacıyla yeryüzünde, canlılar, yapılar, ve toprak üzerindeki etkilerinin sınıflandırılması sonucunda çıkmıştır, bir çok şiddet ölçeği bulunmaktadır, günümüzde Türkiye’de *Değiştirilmiş Mercalli* (MM) ve *Medvdev – Sponheur – Kranik* (MSK) ölçekleri kullanılmaktadır.

Büyüklük (Magnitüd): Deprem’de açığa çıkan enerjinin miktarıdır. Enerji miktarını direkt olarak ölçmek

olanaksız olduğundan, Amerika’da 1930 yılında C. Richter’in geliştirdiği bir yöntemle aletsel olarak enerji miktarını ölçüp magnitüd kavramını ortaya atmıştır. Richter Büyüklüğü – Şiddet karşılaştırması Tablo.1’ deki gibidir.

Tablo.1. Richter Büyüklüğü – Şiddet Karşılaştırması

Şiddet	4	5	6	7	8	9	10	11
Richter Büyüklüğü (M)	4	4,5	5,1	5,6	6,2	6,6	7,3	7,8

II.2. Türkiye’de ve Dünyada Uygulanan Depremi Önceden Haber Verme Yöntemleri

Mühendisleri ilgilendiren fiziksel problemlerin çoğu, olayların herhangi bir anda ve/veya uzayın her hangi bir noktasında olabilir ortaya çıkışlarını içerir [4]. Genel olarak bir bilimsel çalışmanın sonucu doğa yasası (Hook, Snell, Su Bütçesi, ...) olabilmesi için sonsuz kez tekrarlınsa da, bir kez bile yanlış sonuç verme olasılığının sıfır olması şartı aranılır, bu şart ancak yasa tanımlaması dışında aranmaz, öte yandan doğa olgusunun tanımlanmasında kullanılan operatörün, çok düşük standart sapma ile kesinlikten ayrılmasına izin verilir. Doğruluğu bilinen fakat ispatlanamayan kurallara, postülat, şart ya da kural denir, örneğin Drihlet Postülatı, Random Distribution kuralı, vb... [5].

Japonya’da teknolojinin gelişmesiyle 1965’te deprem ile ilgili plan yürürlüğe konmuştur, Japon bilim adamlarının ortaya attıkları planın içeriği kısa olarak, Jeodezik ölçmeler, med ve cezrin gözlemi, yer kabuğu deformasyonlarının sürekli gözlemi, sismik faaliyet, Jeomagnetik ölçmeler, tektonik ve laboratuvar çalışması, bunlara ek olarak verileri değerlendirecek hesap merkezlerinin kurulması ve arazi ekiplerinin teşkil edilmesi’nden ibarettir [4]. Bu çalışmalar çoğunlukla Tokai bölgesinde yoğunlaştı. Çünkü son 1000 yıllık deprem kayıtları bu bölgede yakın zaman içinde büyük bir deprem olma olasılığının yüksek olduğunu göstermekteydi. Japonya da yapılar son derece güvenli olmasına rağmen bu çalışmalar devam etmiştir, çünkü deprem mühendisliği açısından da bazen sürprizler olabiliyor. Örneğin, M = 7 büyüklüğündeki 1995 Kobe depremi, yaklaşık 6000 kişinin ölümüne ve 100-200 milyar \$ ekonomik kayıba neden olmuştur. Bu çalışmalara yaklaşık 500 bilim adamı ve teknik eleman ile sürdürmekte olup yılda 145 milyon \$ harcanmaktadır [6].

ABD’de ise, depremlerin önceden haber verilmesi projesi 1960’lı yıllarda başlatıldı. Ancak o yıllarda hazırlanan büyük bir proje hükümetten destek göremeyince ABD’deki çalışmaların aksamasına neden oldu. Daha sonra 1980’li yıllarda çalışmalar Parkfield’te (San Andreas fayı’nın üzerinde bir köy) yoğunlaştı. Bu

bölgede 1857 depremi dahil olmak üzere 6 deprem meydana gelmiştir [7].

Çin’de 1971 yılında depremlerin önceden belirlenmesi konusunda ulusal bir program yapıldı ve 1972 yılında 5 bin halk istasyonu kuruldu. 10 bin bilim adamı ve teknik elemanın yanı sıra, 100 bin gönüllü programda yer aldı. Yılda 30-45 Milyon ABD Doları bir bütçe sağlandı. genel felsefe ön belirtileri yakalamak için “merkez üssüne yakın olmalıyız” görüşü oldu. Çinliler 1997 yılından sonra son 30 yılda topladıkları önceden haber verme verilerini Batı’ya açmaya başladı. İlk verilere göre onların da çok sınırlı bir mesafe aldıkları ortaya çıkmaktadır. Ancak çalışmalar devam etmektedir. Başarı oranlarının ise %20-40 arasında değiştiğini iddia etmektedirler [6].

Türkiye’de ise daha önce yapılan bilimsel ve akademik araştırma ve çalışmalar ancak 17 Ağustos 1999 depreminden sonra yeterli destek ve finansmanı bularak ivme kazanabilmiştir. Çalışmaları zorlaştıran deniz araştırmaları ile ilgili bu zamana dek yeterli verilerin üretilmemesinden ve Marmara Denizinin iyi bilinmemesinden kaynaklanır.

17 Ağustos 1999’den sonra uluslararası bilim camiasının katkılarıyla günümüzde Marmara Denizi daha iyi bilinmektedir. TÜBİTAK koordinatörlüğünde Fransız, İtalyan, ve Amerikalı bilim adamları ile MTA Sismik-I, Le Suroit, Odine Finder, Marion Dufraigne, L’Atalante, Çubuklu gibi çok gelişmiş bilim araştırma gemileri Marmara Denizi’nin betimetricsi (deniz tabanı topografyası), sismisitesi, çökel dolgunun yaşı, stratigrafisi ve fay geometrisi ile ilgili çalışmalar yaptılar, elde ettikleri veriler halen değerlendirilmektedir.

Bu çalışmalardan biri, 110 km’lik sismik boşlukta yarılmayı tek parçada yaptırabilecek kuzey Marmara kırığı, ortalama $4.5 \cdot 10^{22}$ erg düzeyindeki gerilimin birikiminin dolmasını beklemektedir (10^{21} ile 10^{23} erg 1 ile 100 atom bombası eşdeğeri, 20.000 TNT karşılığı bir atom bombasından çıkan enerji $M=6.2 E=10^{21}$ erg, ya da 10 ile 50 barlık gerilim düşümüne denktir, Gölcük’te bir adet 7.4, altı adet 5 büyüklüğünde deprem ile boşalan toplam erg $8 \cdot 10^{22}$ erg’tir, hemen hemen bölgesel ortalamanın 1.77 katıdır) [8].

Geçmişteki depremlerin zaman çözümülemesine bakılırsa kalan süre 30 yıldan uzun değil, beklenen deprem ise $M_s=7.3$ ’ten küçük değildir. Önceki depremler incelenirse, genellikle 7.4 büyüklüğünde bir depremi bir tane 6.4, 10 tane 5 büyüklüğünde ardçı deprem izleyerek toplam $8.21 \cdot 10^{22}$ erg’lik enerji boşalmasıyla sonuçlanır, bu doğruysa halen boşalmayı bekleyen kalan bir erg varsa Kocaeli bölgesi, $M_s=6.4$ ’lük artçı bir deprem beklemektedir denebilir. Başka bir açıdan bakarsak her yıl 5.5 ile 6 büyüklüğünde 4-5 deprem olursa, bu kesimde

büyük bir deprem olması engellenir.

Saros Körfezi’nde meydana gelen 5.3 büyüklüğündeki deprem ile ilgili İTÜ öğretim üyesi ve Jeofizik Kurumu Genel Başkanı Ahmet Ercan, eldeki verilerin yakın bir zamanda yıkıcı bir deprem olacağını göstermediğini belirtmiştir, bu depremin beklenen depremin binde biri olduğunu, ancak, kırılma gerçekleşmeden önce küçük çatlamlar olur. Bunlar 2-4 büyüklüğünde sarsıntılar meydana getirir. Marmara’da 1973 yılından beri 3500 küçük çatlama gerçekleştiğini kaydedilmiştir. Bunlar Tekirdağ Mürefte’den Sivriada’nın önüne doğru uzanmaktadır [9].

III. POISSON DAĞILIMI

Doğa bilimlerinde karşılaştığımız problemlerin bir çoğunda olaydaki değişkenlerin değerleri bilindiğinde probleme kesin ve tek bir çözüm bulunabilir. Örneğin bir cismin kütlesi ve cismi etkileyen kuvvet bilindiğinde cismin ivmesini hesaplayabiliriz, bu gibi olaylarda yasalar deterministik (gerekirci) anlamdadır. Buna karşılık bazı olaylarda sonucu önceden kesin olarak bilmek mümkün değildir. Bu doğal olaylarda ya da kullanılan malzemelerdeki belirsizliklerden meydana gelir. Örneğin bir zar atışında zarın hangi yüzünün görüneceğini önceden kestiremeyiz. Bir depremin ne zaman nerede ve kaç büyüklüğünde olacağını önceden bilmek şimdilik mümkün değildir [10].

Bahsedildiği gibi deprem de belirsizlik içeren bir doğa problemi olduğundan, böyle bir problemi çözebilmek için istatistiksel bir yaklaşım olan kesikli olasılık dağılımı Poisson’a başvurmak uygundur. Poisson olasılık dağılımı, belli zaman aralığında görünen olaylar sayısı ile ilgilenen bir çok rastgele olgular için yararlıdır. Birim zamanda ortalama başarı sayısı sabitken ve olaylar veya başarılar bağımsızken birim zamanda belirlenen başarı sayısının olasılığını tayin etmek için kullanılır.

Deneme sayısı (n) büyüdükçe binom olasılıklarını hesaplamak zorlaşmaktadır. Deneme sayısı (n) sonsuza giderken bir denemedeki başarı olasılığı p de sıfıra yaklaşıyorsa np değeri sabit bir sayıya yaklaşır. Bu sabit sayıya λ dersek:

$$\lambda = np \text{ veya } p = \frac{\lambda}{n} \text{ olur.}$$

Başarı sayısı x için binom formülünü yazarsak;

$$F(x; n, p) = \binom{n}{x} \left(\frac{\lambda}{n}\right)^x \left(1 - \frac{\lambda}{n}\right)^{n-x}$$

$$= \frac{n(n-1)(n-2)\dots(n-x+1)\lambda^x}{x! n^n} \left(1 - \frac{\lambda}{n}\right)^{-x} \left[\left(1 - \frac{\lambda}{n}\right)^{\frac{n}{x}}\right]^{-x}$$

$$\frac{n(n-1)(n-2)\Lambda(n-x+1)}{x!} \frac{1}{n^x} = \frac{1\left(1-\frac{1}{n}\right)\left(1-\frac{2}{n}\right)\Lambda\left(1-\frac{x-1}{n}\right)}{x!}$$

$$\lim_{n \rightarrow \infty} 1\left(1-\frac{1}{n}\right)\left(1-\frac{2}{n}\right)\Lambda\left(1-\frac{x-1}{n}\right) \rightarrow 1$$

$$\left(1-\frac{\lambda}{n}\right)^{-x} \rightarrow 1 \quad \left(1-\frac{\lambda}{n}\right)^{-\frac{n}{\lambda}} \rightarrow e$$

$$F(x; \lambda) = \frac{\lambda^x e^{-\lambda}}{x!} \quad x = 0, 1, 2, \Lambda$$

Bu ifadeye poisson dağılımı denir. Poisson dağılımında beklenen değer ile varyans aynıdır, her ikisi de λ 'ya eşittir [11].

III.1. Poisson Dağılımının Uygulamaları ve Kullanımı İçin Gereken Şartlar

Poisson dağılımı kullanılarak pek çok sayıda sosyal ve doğal olay başarı ile modellenmiştir. Nadir olarak gerçekleşen olayların sayısının dağılımı Poisson dağılımına uymaktadır [12].

Poisson dağılımı zaman, alan, hacim, veya uzunluk boyunca yerleşen bağımsız kesik olayların olasılıklarını tanımlayan dağılımdır. Zaman aralığı boyunca santrale gelen telefon aramaları gibi. Poisson dağılımı zaman aralığı boyunca olaylar sayısının olasılığını tam olarak tanımlaması için [13];

- Her olay diğer olaylardan bağımsız olmalıdır.
- Beklenen olaylar sayısı zaman aralığı ile orantılı olmalıdır. Eğer 10 telefon araması 10 dakika aralığında bekleniyorsa, örneğin, 5 arama 5 dakikada beklenmeli ve 20 arama 20 dakikada beklenmelidir.
- Sonsuz küçük aralıkta birden fazla olayın olasılığı sıfırdır. Her aralık binomial dağılımı takip edene kadar türev zaman aralığının daha küçük parçalara bölünmesi gerekir. Çünkü sonsuz küçük aralıkta her iki olay var ya da hiç yoktur.

III. 2. Ki-Kare (Chi – Square) Hipotez Testi

χ^2 (ki- kare) sınamaları iki şekilde incelenebilir:

♦ *Ki-Kare bağımsızlık sınaması:* Burada sınıflandırılmış iki değişkenin birbirinden bağımsız olup olmadığı sınanır.

♦ *Ki-Kare uygunluk sınaması:* Burada ise, gözlenen değerler belirli bir dağılıma uygun olup

olmadığı sınanır [14].

Ki-Kare kullanımı için genel şartlar [15];

- Hipotez formüle edilmeli, hipotez doğru ise deneysel veri ortalama üzerinde kesin frekans karakteristikleri gösterecek, beklenen ya da teorik frekanslar hesaplanmış olmalıdır.

- Örneğin gözlenen sıklıkları sağlanmış olmalıdır.

- İki frekans grubu, gözlenen frekanslar ile teorik frekanslar arasındaki değişikliklere bağlı kalarak istatistik Ki-Kare ile hesaplanarak karşılaştırılır.

- Ki-Kare'nin hesaplanan veya örnek değeri (sample value) Ki-Kare değerini sıfır (0) dan farklı olduğunu tespit etmek için bilinen Ki-Kare'nin teorik dağılımı ile karşılaştırılır.

Böylece Ki-Kare dağılımını kullanarak olayın olasılığının Ki-Kare değerini gözlenen değerden büyük olup olmasını tespit edebiliriz. Sonrada hipotezi kabul veya red edeceğimizi karar verebiliriz. Ki-Kare'nin hesaplanan değeri Grek sembol ile isimlendirilir χ^2 , bu da sembollerin karışık olmasına neden olmayacaktır.

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_0 - f_c)^2}{f_c}$$

f_0 : Gözlenen Sıklık (frekans)

f_c : Beklenen (Hesaplanan) Sıklık

Ki-Kare kareli sayılar toplamı olduğundan negatif olmasına imkan yoktur.

Ki-Kare'nin en küçük mümkün değeri ise sıfır (0) dır.

IV. BİR YIL İÇERİSİNDE M > 6'DAN DEPREM OLMA OLASILIĞI

Bu bölümde, Türkiye genelinde geçmiş son 100 yılda (1901-2000, Verilerin 1901'den itibaren alınmasının önemi ise bu dönemde aletsel ölçümlerin başlamasıdır) arasında ölçülen deprem verileri (Boğaziçi Üniversitesi, Kandilli Rasathanesi) dikkate alınarak ve bu verilerin poisson dağılımına uyup uymadığı ki – kare hipotez testi ile sınanarak 1 yıl içerisinde büyüklüğü 6'nın üzerinde ($M > 6$) bir deprem olma olasılığı hesaplanacaktır (Bu büyüklükteki depremler önemli hasara neden olduğundan bu sınır seçilmiştir). Richter büyüklükleri tanımları Tablo.2'de yer almaktadır.

Tablo.2. Richter Büyüklükleri Tanımları

Richter Büyüklüğü	Tanımı
3.5'den küçük	Hissedilmez ama kaydedilebilir.
3.5 – 5.4	Küçük depremler – Hissedilmekle beraber nadiren hasar görülür.
5.4 – 6.0	İyi tasarlanıp imal edilmiş binalarda hasar görülmez iken kalitesiz binalarda yıkıcı olabilir.
6.1 – 6.9	Merkez üssünden 100 km mesafeye kadar bölgelerde yıkıcı olabilir.
7.0 – 7.9	Büyük deprem, büyük alanlarda ciddi hasara neden olur.
8 ve üstü	Çok büyük deprem, yüzlerce km çapında bölgede felakete neden olur.

Kaynak: USGS (ABD Jeoloji Tetkik Dairesi)

Tablo.3'de Boğaziçi Kandilli rasathanesinden alınan verilerin Excel programında yer alan süzme işlemlerinden sonraki özet hali yer almaktadır. Tabloda, belirtilen tarihler arasında büyüklüğü 6 ve üzeri depremlerin kaç defa tekrarlandığı yer almaktadır.

Tablo.3. 1991-2000 Yılları Arasında Büyüklüğü 6 ve Üzeri Olan Deprem Sayısı

X (Deprem Sayısı)	f ₁ (Yıl)
0	9
1	17
2	26
3	21
4	10
5	6
6	6
7	1
8	1
9	2
10	1
Toplam	100

Varsayımımızda, gözlenen deprem verilerinin Poisson dağılımına uygun olduğunu ileri sürmüştük, bunun doğruluğunu sınamak amacıyla Ki-Kare uygunluk sınamasını uygulayalım:

H₀: Bir yıl içerisinde büyüklüğü 6'nın üzerinde (M > 6) deprem sayısının dağılımı poisson dağılımına uygundur.

H₁: Bir yıl içerisinde büyüklüğü 6'nın üzerinde (M > 6) deprem sayısının dağılımı poisson dağılımına uygun değildir.

H₀ hipotezine göre beklenen sıklıklar poisson dağılımından hesaplanacaktır, ortalamanın kestirimi için uygun istatistik ağırlıklı ortalamadır;

$$\lambda = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i} = 2.81$$

dolayısıyla, olasılıkları toplam gözlenen sıklıkla (toplam frekans) çarpımından beklenen sıklık bulunur.

$$\text{Beklenen Sıklık} = P(X = x) * \sum f_i$$

Poisson dağılımının formülü yardımıyla beklenen sıklıklar (B_i) hesaplanıp, gözlenen sıklıklarla (G_i) birlikte aşağıdaki tablo elde edilir. (Tabloda 5'den küçük sıklıklar birleştirilmiştir).

Tablo.4. Beklenen Sıklıklar

X	f _o	f _e
0	9	6,020499
1	17	16,9176
2	26	23,76923
3	21	22,26385
4	10	15,64035
5	6	8,789878
6'dan büyük	11	6,581711

Tablodan faydalanarak ki - kare (χ²) sınaama istatistiği;

$$\chi^2 = \frac{(9 - 6.020499)^2}{6.020499} = 1.474533$$

$$\chi^2 = \frac{(17 - 16.9176)^2}{16.9176} = 0.0004013$$

$$\chi^2 = \frac{(11 - 6.581711)^2}{6.581711} = 2.96599$$

7,64142 olarak hesaplanır. Varsayımımızda yer alan hipotezimizi % 99 güvenlilikle test ettiğimizde H₀ hipotezini kabul ederiz. Yani bir yıl içerisinde büyüklüğü 6 ve üzeri deprem sayısının dağılımı poisson dağılımına uygundur.

Bir yıl içerisinde büyüklüğü 6'nın üzerinde ($M>6$) deprem sayısının dağılımının poissona uyduğu tezinden hareketle bir yıl içerisinde en az bir adet büyüklüğü 6 ve üzeri deprem olma olasılığını hesaplırsak;

$$P(X \geq 1) = P(X = 1) + P(X = 2) + \dots + P(X = n)$$

$$P(X \geq 1) = 1 - P(X < 1)$$

$$P(X \geq 1) = 1 - P(X = 0)$$

$$P(X \geq 1) = 1 - \frac{2,81^0 e^{-2,81}}{0!}$$

$$P(X \geq 1) = 0,939795$$

yaklaşık % 94 gibi oldukça yüksek bir olasılık elde etmiş oluruz. Aynı şekilde en az 2 adet büyüklüğü 6 ve üzeri deprem olma olasılığı da;

$$P(X \geq 2) = P(X = 2) + P(X = 3) + \dots + P(X = n)$$

$$P(X \geq 2) = 1 - P(X < 2)$$

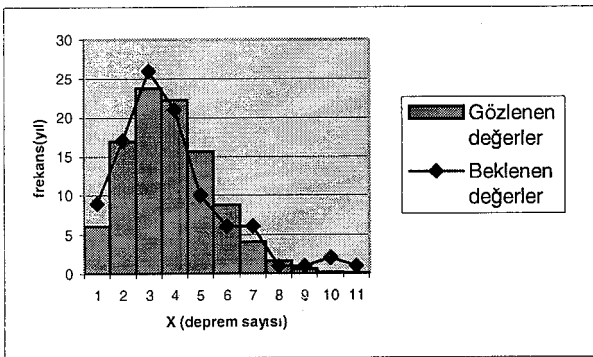
$$P(X \geq 2) = 1 - [P(X = 0) + P(X = 1)]$$

$$P(X \geq 2) = 1 - \left[\frac{2,81^0 e^{-2,81}}{0!} + \frac{2,81^1 e^{-2,81}}{1!} \right]$$

$$P(X \geq 2) = 0,770919$$

şeklinde yaklaşık % 77 gibi bir olasılık olarak hesaplarız.

Gözlenen ve beklenen sıklıklar (frekanslar)'dan elde edilen değerlerle çizilen grafik aşağıdaki gibidir.



Grafik.1. Deprem Sayısının Karşılaşılan Yıllar İtibariyle Histogramı

V. SONUÇ

Bilindiği gibi Türkiye dünyanın en etkin deprem kuşağı olan Akdeniz deprem kuşağı üzerinde bulunmaktadır ve deprem Bölgeleri Haritası'na göre, Türkiye'nin % 92'sinin deprem bölgeleri içerisinde olduğu da bir gerçektir. Bu doğal afet, Türkiye'de gerek yöneticilerin, gerekse sivil toplum örgütlerinin ve genel olarak bütün toplumun acil durum yönetimi konusunda eğitim ve öğretime ihtiyacı olduğunu ortaya koymuştur. Diğer doğal ve teknolojik tehditlerin yanında, Anadolu'daki aktif faylar nedeniyle Türkiye'nin önemli

bir bölümü afetlere karşı yüksek risk altındadır.

Özellikle yaşadığımız şehir açısından düşünürsek, ABD Jeoloji Tetkik Dairesi (USGS) üyesi olan Jeofizik uzmanı Ross Stein 17 Ağustos depreminden sonra ekibiyle yaptığı araştırmalarda; Kuzey Anadolu Fay hattındaki domino etkisinin, İstanbul ve çevresinde de "tehlikeli sismik gerilimini" oluşturduğunu belirtmiş ve "17 Ağustos'taki 7.4 büyüklüğündeki depremin ardından Anadolu fay hattı zincirinde oynamadık bir domino taşı kaldı, o da Marmara Denizi tabanında yayılan fay (büyük kırık) uzantısı. Bunlar da İstanbul'a doğru gitmektedir" şeklinde açıklama yaparak olası tehlikeyi ortaya koymuştur. Ayrıca dünyanın yaşayan en büyük tektonikçilerinden Le Pichon; Marmara Fayının tek parça halinde kırılacağını ve bunun olasılığının çok yüksek olduğunu, zaman olarak da 20 - 30 yıl içerisinde olacağını belirtmiştir.

Çalışmadaki varsayımına göre, gözlenen deprem verilerinin Poisson dağılımına uygun olduğu ileri sürülmüş, bunun doğruluğu Ki-Kare uygunluk sınaması ile yapıp H_0 hipotezi kabul edilmiş, dolayısıyla 1 yıl içerisinde $M>6$ deprem sayısının dağılımının Poisson dağılımına uyduğu görülmüştür.

Varılan sonuçlardan birkaç örnek vermek gerekirse, bir yıl içerisinde en az bir adet $M>6$ deprem olma olasılığı % 94, en az iki adet $M>6$ deprem olma olasılığı % 77 olarak hesaplanmıştır.

Bulunan yüksek olasılıklar deprem tehlikesini ortaya koymaktadır, bu açıdan kaydedilen sonuçlar gerçekten çarpıcıdır. Özellikle hızlı nüfus artışının baskısı sonucunda plansız kentleşme, yetersiz alt yapı ve sağlıksız yapılaşma, siyasilerin oy kaygıları yüzünden bilgi ve donanım eksikliğine rağmen inşaatına izin verilen yapılar ve sürekli gündeme gelen imar afları depremin şiddetini birkaç kat daha arttırmaktadır.

1995 yılında Japonya'nın Kobe kentinde meydana gelen 7.2 büyüklüğündeki depremde ölenlerin sayısı 6500 kişi iken, hemen hemen aynı büyüklükte gerçekleşen 17 Ağustos depremindeki can kaybı Japonya'dakinin 3 katı kadardır.

Bu bakımdan, bilim insanları tarafından yapılan çalışmalarda kullanılan yöntem ve teknikler ne olursa olsun devlet birimleri ile üniversiteler arasındaki koordinasyonu sağlayarak, bilgi alışverişini hızlandırarak ve verilerin büyük bir hızla ve geç kalınmadan elektronik ortamda işlenerek ilgili herkesin kullanımına sunulması sağlanmalıdır. Bu araştırmalar, depremin yaratacağı felaketi, şiddet dağılımının öngörülebilmesi ve bu şiddette bir felaketin ne şekilde ani bir kurtarma yardımını gerektireceğinin tahmin edilmesi açısından çok önemlidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Erdem, N.P. (1982). *Mühendislik Jeolojisi*. İstanbul: Yıldız Üniversitesi Matbaası.
- [2] Arıoğlu, E. (2000). *Deprem ve Kurtarma İlkeleri*. İstanbul: Evrim Yayın Evi.
- [3] Deprem Araştırma Dairesi. *Deprem Parametreleri. Depremle İlgili Teknik Bilgiler*. (<http://www.deprem.gov.tr>).
- [4] Hagiwara, T., & Rikitake, T. (1968). *Depremi Önceden Haber Verilmesi Konusunda Japon Programı*. (Çev.: S. Büyükaşıkoglu). İstanbul: İTÜ Matbaası.
- [5] Kaynak, U. (2002). Depremi Önceden Haber Verme Teknikleri. *Deprem*. (<http://www.yapiworld.com>). [10.03.2002].
- [6] Barka, A., & ER, A. (2002). *Depremi Bekleyen Şehir İstanbul*. Birinci Baskı. İstanbul: Om Yayınevi.
- [7] United States Department of The Interior Geological Survey. (1990). *The 7th U.S.-Japan Seminar on Earthquake Prediction*. California.
- [8] Ercan, A. (04.12.1999). Beklenen Marmara Depremi. *Cumhuriyet Bilim Teknik*, s.12.
- [9] Prof.Dr. Ahmet Ercan'la Söyleşi. (10.07.2003). *Hürriyet Gazetesi*, s.1.
- [10] Bayazıt, M., & Oğuz, B. (1985). *Mühendisler İçin İstatistik*. İstanbul: Birsan Yayın Evi.
- [11] Armutlulu, İ.H. (1999). *İşletme İstatistiğine Giriş*. İstanbul: Alfa Yayın Evi.
- [12] Trumbo, B.E. (1999). Applications of the Poisson Distribution, *Derivation and Applications of The Poisson Distribution*. (<http://www.sci.csuhayward.edu/statistics/Resources/Essays/Binpois.htm>).
- [13] Sandy, R. (1990). *Statistics for Business and Economics*. Singapore: McGraw-Hill Book Company.
- [14] Armutlulu, İ.H. (2000). *İşletmelerde Uygulamalı İstatistik*. İstanbul: Alfa Yayın Evi.
- [15] Richmond, S.B. (1964). *Statistical Analysis*. New York: The Ronald Press Company.

Hakan YILDIRIM (hakany68@marmara.edu.tr) has Ph.D of Business at Marmara University Institute of Social Sciences. He is Assistant Professor since 2001 in Marmara University Department of Business. His scientific interests are statistics, statistical process control and forecasting techniques.

İŞLETME PERFORMANSININ ÖLÇÜLMESİNDE EKONOMİK KATMA DEĞER

Bariş SİPAHİ

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

THE MEASUREMENT OF ORGANIZATION'S PERFORMANCE USING ECONOMIC VALUE ADDED

Abstract: The classical measurement techniques and analysis in determining the organization's performance became ineffective in today's economic environment. The financial measurement and analysis techniques, which are developed depending on value, remove the disadvantages of classical techniques while presenting the value added created by the firm. While, the value added created by the firm provide information on the value other than the accounting perofit measured classically and any increases in the shareholders' wealth, it can also be used for the performance measurement of the firm.

The rapid change in the economical, political and competition affected the financial structure of the organizations and the need to use the capital effectively and efficiently arose. The measurement techniques used in the evaluation of organization's performance involves many disadvantages and can't show the real results. And because of this reason, the activity base management is created. In this study EVA (Economic Value Added) is discussed which is one Value Based Measurement techniques.

Keywords: Economic Value Added, Performance Measurement, Value Added.

İŞLETME PERFORMANSININ ÖLÇÜLMESİNDE EKONOMİK KATMA DEĞER

Özet: İşletmelerin performansının ölçülmesinde kullanılan geleneksel ölçüm yöntemleri ve analizler günümüz ekonomik çevresinde yetersiz hale gelmiştir. Değere dayalı olarak geliştirilen finansal ölçme ve analiz yöntemleri ise geleneksel yöntemlerin taşıdığı oldukları dezavantajları ortadan kaldırarak işletmede yaratılan katma değeri ortaya çıkarmaktadır. Yaratılan katma değer geleneksel olarak hesaplanan muhasebe karı dışında bir değer yaratıp yaratmadığı, pay sahiplerinin servetlerinde artış oluşturup oluşturmadığı hakkında bilgi sağlamanın yanı sıra işletme performansının ölçülmesinde de yeni yaklaşımlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hızla değişen ekonomik, siyasal ve rekabet koşulları şirketlerin finansal yapılarını etkilemekte ve sermayenin verimli ve etkin kullanılması gereğini beraberinde getirmektedir. İşletme performansının değerlendirilmesinde kullanılan ölçüm yöntemleri, taşıdığı çeşitli dezavantajlar yüzünden işletmenin gerçek performansını tam olarak ortaya çıkaramamaktadır. Bu ise, değer tabanlı yönetim anlayışını ortaya çıkarmıştır. Bu makalede değer tabanlı ölçüm yöntemlerinden Ekonomik Katma Değer yaklaşımı üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Katma Değer, Performans Ölçümü, Katma Değer.

I. GİRİŞ

İşletmelerin performansının ölçülmesinde kullanılan geleneksel ölçüm yöntemleri ve analizler günümüz ekonomik çevresinde yetersiz hale gelmiştir. Değere dayalı olarak geliştirilen finansal ölçme ve analiz yöntemleri ise geleneksel yöntemlerin taşıdığı oldukları dezavantajları ortadan kaldırarak işletmede yaratılan katma değeri ortaya çıkarmaktadır. Yaratılan katma değer geleneksel olarak hesaplanan muhasebe karı dışında bir değer yaratıp yaratmadığı, pay sahiplerinin servetlerinde artış oluşturup oluşturmadığı hakkında bilgi sağlamanın yanı sıra işletme performansının ölçülmesinde de yeni yaklaşımlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

II. PERFORMANS ÖLÇÜMÜ

İşletme yönetiminin beş temel işlevi, planlama, karar alma, organizasyon, yönetim ve kontroldür. Performans ölçümü ve yönetimi yönetimin kontrol

işlevinin en önemli parçasıdır. Kontrol işlevi, performans hedeflerini belirlemeyi, ölçmeyi, ölçülen hedefler ile ulaşılan performansı karşılaştırmayı, tespit edilen farklılıkların sebeplerini irdeleyerek ortadan kaldırmayı amaçlar [1].

Performans ölçümünün son elli yıldaki gelişimi ve kullanılan teknikler Tablo.1'deki gibidir [2].

Özellikle 1990 öncesinde kullanılan performans ölçüm yöntemlerine genel olarak yapılan eleştiriler şunlardır [3];

Kısa vadeli ve dar görüşlü ölçütlerdir,

İşletmenin tamamının performansının ölçümü gibi geniş kapsamlı ölçümlerdir,

Sorunun var olup olmadığını gösterip sorunun kaynağı hakkında doğrudan bilgi vermemektedir,

Temelde geçmişe yönelik bilgi verirken geleceğe yönelik tahminde bulunmada yetersiz kalmaktadır.

1990 sonrasında kullanılan performans ölçüm yöntemleri yukarıda yer alan eleştirilerin bir kısmına cevap verebilmektedir.

Tablo.1. Performans Ölçümünün Son Elli Yıldaki Gelişimi ve Kullanılan Teknikler

Yıllar	Odak Nokta	Gelişmeler
1960' lar	Finansal	<input type="checkbox"/> Muhasebe kazançları <input type="checkbox"/> Hisse başına kazanç <input type="checkbox"/> Net bugünkü değer <input type="checkbox"/> Yatırım getirisi
1970' ler	Finansal	<input type="checkbox"/> Muhasebe kazançları <input type="checkbox"/> Artık değer <input type="checkbox"/> Yatırım getirisi
1980' ler	Finansal - Yönetmel	<input type="checkbox"/> Birim maliyet <input type="checkbox"/> Katma bütçeler <input type="checkbox"/> Faaliyet karları <input type="checkbox"/> Nakit akışları
1990 - 1999	Finansal - Finansal Olmayan	<input type="checkbox"/> Balance Scorecard <input type="checkbox"/> Ekonomik katma değer <input type="checkbox"/> Faaliyet Tabanlı maliyetleme
1999 - 2000	İnternet Esaslı Ölçüm	<input type="checkbox"/> İnternet sayfasına giriş sayısı <input type="checkbox"/> Görülen sayfa sayısı <input type="checkbox"/> İlk defa siteye giren ziyaretçi sayıları

III. EKONOMİK KATMA DEĞER KAVRAMI

Sermaye piyasalarının giderek etkinleşmesi pay sahiplerine karşı yöneticileri daha savunmasız hale getirmektedir. Bu da beraberinde yönetim açısından sermayenin daha etkin, verimli kullanılmasını şart koşmaktadır. Çünkü, gerek işletme gerek toplum açısından bakıldığında sermaye kıttır ve bu kıt kaynak etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Kaynağın kullanımındaki etkisizlik aynı zamanda toplumun refah düzeyini azaltıcı bir etki oluşturacaktır [4]. Bu yüzden değere dayalı yönetim her geçen gün önem kazanmaktadır.

Muhasebeye dayalı performans ölçütleri ve analiz yöntemleri, etkinleşen sermaye piyasalarına ve yatırımcılara karşı gün geçtikçe yetersiz kalmaktadır. Günümüz koşulları şirketlerin sermaye bütçelemesi ve sermaye tahsisinde daha etkin hale gelmelerini ve bunun devamlılığını sağlanmalarını gerekli kılmaktadır [5].

Katma değer kavramı olarak; işletmelerin yaratmış oldukları net değeri ifade etmektedir [6]. Bir faaliyetin katma değer yaratıp yaratmadığının seçiminde aşağıdaki kıstaslar kullanılabilir [7]:

Varlıklardan sağlanan nakit akımında artış yaratması,

Gelirde yaşanan büyüme oranında artış yaratması,

İşletme yaşam sürecinde büyüme süresini uzatması,

Sermaye maliyetini azaltması gerekir.

Eğer bir faaliyet nakit akımlarına katkı sağlamıyor ya da büyüme yaratmıyorsa değer yaratıcı bir faaliyet olarak adlandırılmaz [8].

İşletme performanslarının ölçülmesinde ekonomik katma değer (EVA (Economic Value Added)), piyasa katma değeri (MVA (Market Value Added)) ve balance scorecard gibi çeşitli analiz yöntemleri kullanılmaktadır. Bu yöntemler arasında en ilgi çeken EVA olmuştur. Amerika'da Coca - Cola ve diğer bir çok şirket EVA yöntemini kendi mali yapılarına adapte etmişlerdir.

ABD' li danışmanlık şirketi Stern Stewart & Co.' nun tescilli bir markası olan EVA, işletmenin ekonomik kar yaratma kabiliyetini tespit etmeye ve geleneksel yöntemlerin dezavantajlarını ortadan kaldırmaya yarayan bir göstergedir. Bu tespiti yaparken sermayenin maliyetini dikkate alır. EVA, temelde ekonomistlerin fırsat maliyeti kavramıyla da örtüşmektedir. Hissedarların kar ölçüm yolu olarak da tanımlanabilecek EVA ile gerçek kar ölçülmektedir [8].

1980'li yıllarda G.B. Stewart tarafından geliştirilen EVA, şirketin finansal performansını ölçmede, yabancı kaynak maliyeti ile birlikte özkaynak maliyetini de hesaba katar. Böylelikle, işletme varlıklarının sermaye maliyetinden daha fazla bir katma değer yaratıp yaratmadığını ölçer. İşletmelerin elde ettikleri karlar üzerinden vergi veriyor olmaları, gerçek anlamda kar elde ettiklerinin bir işareti değildir. Net kar, özsermayeye hizmet olarak kalan tutar olarak tanımlanabilir ve bu kar gerçek kar değildir. Bir işletme sermaye maliyetinden daha yüksek bir kar elde etmedikçe zarar ederek çalışmaktadır. Şirket kullanmış olduğu kaynaklardan daha az katma değer yaratıyorsa, kardan söz etmek mümkün değildir. Bir çok yönetici geleneksel muhasebe karı üzerinde yoğunlaşarak sermaye maliyetini göz ardı etmektedir.

EVA, şirketin kar yaratma kabiliyetini ölçen bir finansal göstergedir. EVA açısından kar, sermaye maliyetini aşan kazançtır ve ancak pay sahiplerinin varlıklarında yaşanan artış EVA'nın tespiti ile mümkün olur. Diğer durumda pay sahiplerinin servetlerinde bir artış olmamakta ve sermaye zamanla aşınarak yok olmaktadır.

III.1. Eva'nın Kullanım Alanları

EVA önceki kısımda açıklandığı üzere, sadece tüm işletme karlılığı açısından değil, bir üretim biriminin performansı, karlılığı içinde kullanılabilir. Teşvik, prim ve ikramiye sistemi EVA'ya göre tespit edilebilir. Eğer, o birime ait karlılık sermaye maliyetini aşıyorsa işletmeye pozitif yansımaktadır. Aksine sermaye maliyeti altında karlılık sağlayan birimler, teşvik ve ikramiyeden yararlanamamaktadır [9]. Bu durumda, her bölümün kullandığı sermaye miktarının iyi bir şekilde tahmin edilmesi gerekir. Özellikle, ortak varlık kullanımında dağıtım anahtarları büyük önem arz etmektedir.

EVA'nın kullanım alanlarını aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

- Karar alma,
- Performans ölçümü,
- Teşvik primi.

Ayrıca EVA'yı varlık karlılığı içinde kullanmak mümkündür. Eğer bir varlığın sağladığı getiri, sermaye maliyetinden az ise, o varlık zaman geçmeden satılmalıdır [10]. EVA böylelikle katma değer in şirket içerisinde nerede yaratılıp nerede yaratılmadığını ölçen bir ölçüm yöntemi olarak kullanılabilir.

Genel karar alma süreci, yatırım kararının alınması ve buna ilişkin kaynak kompozisyonunun tespiti ile başlar. Kararların alınmasında nakit akımları ve sermayenin bütçelenmesi ana süreçlerdir. EVA, yatırım kararlarının alınmasında da yeni bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin EVA, bir şirketi devralmanın şirket değerini ne şekilde etkileyeceği ve bunun hissedarlara gelecekte ek değer yaratıp yaratmayacağı hakkında bilgi verir [11].

EVA'yı arttırabilmek için aynı sermayeyi kullanarak daha fazla gelir elde etmek, sermayeyi daha yüksek getiri elde edilebilecek alanlara tahsis etmek gerekir [12].

EVA performans ölçümünde kullanılan bir araç olmasının yanı sıra geleceğe yönelik değerlendirme yapmayı da mümkün kılmaktadır.

III.2. Eva'nın Hesaplanması

EVA, vergi sonrası faaliyet karından (NOPAT (Operating Profit After Tax)) sermaye maliyeti çıkarılarak tespit edilir.

$$EVA = \text{Vergi Sonrası Faaliyet Karı} \\ - [\text{Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyeti} \times \text{Sermaye}]$$

EVA'nın hesaplanmasındaki ana faktör sermaye maliyetinin tespit edilmesidir.

Sermaye maliyeti yerli ya da yabancı kaynakların maliyetlerinin ağırlıklı ortalamasıdır. Kaynak maliyetlerinin ağırlıklı ortalaması, değerlemede kullanılacak iskonto oranı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Basit anlamda sermaye maliyeti hesaplanması aşağıdaki formül aracılığı ile yapılmaktadır:

$$\text{Sermaye Maliyeti} = W_1X_1 + W_2X_2 + W_3X_3 + \dots + W_nX_n$$

Formüle $X_1, X_2, X_3 + \dots, X_n$ farklı sermaye kaynaklarının (hisse senedi, banka kredileri, vb.) her birinin maliyetlerini ifade ederken; $W_1, W_2, W_3, \dots, W_n$ farklı sermaye kaynaklarının toplam sermaye kaynakları içerisindeki ağırlığını göstermektedir.

Yukarıdaki formülden de görüldüğü üzere farklı sermaye maliyetlerinin hesaplanması, her bir sermaye kaynağının maliyetinin hesaplanmasını gerektirmektedir. Farklı sermaye kaynaklarının maliyetlerinin hesaplanması için genel bir formül olmamakla birlikte, paranın zaman değeri hesaplamaları bu maliyetlerin hesaplanmasında ana dayanak teşkil eder.

Sermaye kaynaklarının başında, adi hisse senetleri gelmektedir. Bir adi hisse senedinin firmalara olan maliyetini, hissedarlara dağıtılacak olan kar payları oluşturmaktadır. Dağıtılacak kar payları yıllar itibari ile sabit olmamakta birlikte değişim göstermektedir. Buradan hareketle hisse senetlerinin maliyeti aşağıdaki gibi hesaplanır;

$$k_h = \frac{D}{P_0} + g$$

k_h : Adi hisse senetlerinin maliyetini,

D : Yıllar itibari ile sabit olacağı kabul edilmiş kar paylarını,

P_0 : Hisse senedinin piyasa değerini göstermektedir

g : Adi hisse senedi kar paylarında her senede beklenen artış oranıdır.

Bilindiği üzere, firmalar adi hisse senetleri yanında imtiyazlı hisse senetleri de ihraç edebilmektedirler. İmtiyazlı hisse senetleri kar payı alma konularında öncelik hakkına sahip oldukları için, maliyetlerinin hesaplanması da adi hisse senetlerine kıyasla daha kolaydır. İmtiyazlı hisse senetlerinin maliyetleri aşağıdaki formül yardımı ile hesaplanmaktadır:

$$k_i = \frac{D_p}{P_0}$$

D_p : İmtiyazlı hisse senedleri için dağıtılan kar paylarını ifade etmektedir.

Kimi durumlarda da firmalar kar payı dağıtmama kararı alabilmektedirler. Bir firmanın kar payı dağıtmamasındaki amaç, dağıtılmayan fonları kullanarak yeni yatırımlar yapmaktır. Hissedarlar açısından ise, hissedarlar, dağıtılmayan kar paylarına karşılık yapılacak olan yatırımlardan gelecek yıllarda elde edecekleri yüksek getiri ummaktadır [13]. Bu doğrultuda, dağıtılmayan kar paylarının maliyetleri fırsat maliyeti olarak nitelendirilebileceği için maliyet hesabı aşağıdaki formül yardımı ile bulunur:

$$k_d = \frac{D}{P_0} + g_p$$

g_p : Beklenen kar payı artış oranıdır.

Şirketlerin hisse senetleri ihraç etmek yanında kullandıkları temel finansman araçlarından biride alınan kredilerdir. Finansmanda kullanılmak üzere edinilen bu kaynakların maliyetlerinin belirlenmesinde temel olarak; cari faiz oranı, şirketin borç ödeyememe olasılığı ve borca ilişkin vergi oranı etkili rol oynamaktadır [14]. Bu çerçevede, borçlara ilişkin maliyet hesaplamaları aşağıdaki formül aracılığı ile yapılabilmektedir:

$$k_b = r(1-v)$$

k_b = Yabancı kaynak maliyeti

r : Ödünç kullanılan fon maliyeti

v : Vergi oranını

göstermektedir.

Sonuç olarak, firmaların faaliyetlerinin finansmanında kullandıkları sermayenin ağırlıklı ortalama maliyeti basit anlamda aşağıdaki formül ile hesaplanabilir:

$$\text{Sermaye Maliyeti} = W_h k_h + W_i k_i + W_d k_d + W_b k_b + \dots$$

W_h : İlgili kaynak maliyeti

k_h : Toplam kaynak içerisindeki ağırlı

Temelde sermaye maliyetinin hesaplanmasında dikkate alınacak en önemli unsur, özsermaye veya borca dayalı fonların maliyet hesaplamalarında, bu kalemlere ait defter değerlerinin değil, cari piyasa değerlerinin kullanılması gerekliliğidir [15].

IV. EVA - MVA İLİŞKİSİ

EVA' nın performans değerlendirme aracı olarak kullanılmasıyla katma değer yaratan faaliyetler yaratmayanlardan ayırt edilecektir. Böylelikle katma değer yaratmayan faaliyetler elimine edilerek sermaye daha etkin kullanılacaktır. Performansda yaşanan artış, şirketlerin piyasa değerlerine de olumlu katkı sağlayacaktır.

MVA, şirket sermayesinin defter değeri ile şirketin piyasa değeri arasındaki farktır [9].

$$\text{MVA} = \text{Firma Değeri} - \text{Toplam Özsermaye}$$

$$\text{MVA} = (\text{Borç} + \text{Özsermaye Değeri}) - \text{Toplam Özsermaye}$$

Defter değeri, işletmenin özsermaye toplamının pay senedi sayısına bölünmesi ile tespit edilirken [16] piyasa değeri ise borsada oluşan alım satım değeri olarak tanımlanabilir.

Artan kar, toplam sermaye maliyeti üzerinden katma değer yarattığından, pozitif EVA elde eden işletmenin hisse senedi fiyatları yükselecektir. Şirketin MVA' sı borç ve özsermaye maliyetinde yaşanacak en küçük bir artış ile ters orantılı olarak azalacaktır.

Yapılan araştırmalar, hisse değerinde yaşanan değişiklikleri en iyi açıklayan performans ölçüsünün EVA olduğunu göstermektedir [7].

V. UYGULAMA

V.1. Uygulamada Amaç

Uygulamada halka açık, kar eden bir şirketin belirli varsayımlar altında EVA' sı hesaplanarak yarattığı katma değer olup olmadığı irdelenecektir.

V.2. Uygulamada Kullanılan Varsayımlar

Uygulamada aşağıdaki varsayımlar kullanılmıştır.

a) X A.Ş. hisse senetleri İ.M.K.B. de işlem gören halka açık bir şirkettir.

b) X A.Ş.nin mali tablolarına SPK hükümlerine göre enflasyon muhasebesi yapılmıştır.

c) Enflasyon muhasebesi sonrası karı 5.000.000.000 TL dir.

d) Hisse senetlerinin itibari değeri 1.000 TL dir.

e) Hisse senetlerinin piyasa değeri 1.500 TL dir.

f) Hisse senedi başına 150 TL temettü dağıtılmakta olup temettü gelişiminde % 4 artış öngörülmektedir.

g) Kısa vadeli borçlanma faiz oranı % 15, tahvil ihraç oranı % 12, uzun vadeli borçlanma faiz oranı % 10' dur.

h) Kurumlar vergisi oranı % 30 dur.

i) X A.Ş. nin kaynak kompozisyonu aşağıdaki gibidir.

Tablo.2. X A.Ş. Kaynak Kompozisyonu

YABANCI KAY.	(000.000)
Kısa Vadeli Borçlar	5.000
Tahvil Borçları	25.000
Uzun Vadeli Borçlar	20.000
ÖZKAYNAKLAR	
Sermaye	50.000
TOPLAM	100.000

V.3. EVA' nın Hesaplanması

1.Adım: Kısa Vadeli Kredi Maliyeti:

$$k_b = 0,15 (1 - 0,30)$$

$$k_b = 0,105$$

2.Adım: Tahvil Maliyeti:

$$k_b = 0,12 (1 - 0,3)$$

$$k_b = 0,084$$

3.Adım: Uzun Vadeli Kredi Maliyeti:

$$k_b = 0,1 (1 - 0,3)$$

$$k_b = 0,07$$

4.Adım: Özsermaye Maliyeti:

$$k_h = \frac{150}{1500} + 0,04$$

$$k_h = 0,14$$

YABANCI KAY.	(000.000)	Ağırlık Oranı	Mal. Oranı	Ağırlık Maliyeti
Kısa Vadeli Borçlar	5.000	0,05	0,105	0,00525
Tahvil Borçları	25.000	0,25	0,084	0,02100
Uzun Vadeli Borçlar	20.000	0,20	0,070	0,01400
ÖZKAYNAKLAR				
Sermaye	50.000	0,50	0,140	0,07000
TOPLAM	100.000	1.00		0,11025

Toplam kaynak maliyeti % 11,025 dir.

Ya da

YABANCI KAY.	(000.000)	Maliyet Oranı	Maliyeti
Kısa Vadeli Borçlar	5.000	0,105	525
Tahvil Borçları	25.000	0,084	2.100
Uzun Vadeli Borçlar	20.000	0,070	1.400
ÖZKAYNAKLAR			
Sermaye	50.000	0,140	7.000
TOPLAM	100.000		11.025

$$\text{Toplam Kaynak Maliyeti} = \frac{\text{Toplam Maliyet}}{\text{Toplam Kaynaklar}}$$

$$\text{Toplam Kaynak Maliyeti} = \frac{11,025}{100}$$

$$\text{Toplam Kaynak Maliyeti} = \% 11,025$$

şeklinde hesaplanabilir.

$$\text{EVA} = 5.000.000.000 - 11.025.000.0000$$

$$\text{EVA} = - 6.025.000.000$$

X A.Ş. 5.000.000.000 TL kar elde edip vergi ödemesine rağmen, elde etmiş olduğu kazancın sermaye maliyetinin altında kalması ile aslında bir katma değer yaratmadığını görmekteyiz.

VI. SONUÇ

Uygulamadan da görüldüğü üzere, muhasebe verilerine göre kar eden ve varlık finansmanında % 50 oranında özkaynak kullanan bir firmanın sermaye maliyeti dikkate alındığında kar etmediği görülmüştür.

Geleneksel performans ölçüm sistemleri gerçekte performansı ölçülen unsurun katma değer yaratıp yaratmadığını dikkate almaz. Bu durum, aslında, katma değer yaratmayan bir çok faaliyetin muhasebede karlı gözükmesinden ötürü sürdürüldüğü sonucunu da beraberinde getirir.

EVA, değer odaklı yönetim anlayışı içerisinde döneme ilişkin değerlendirme yapılmasına imkan tanıyan ve aynı zamanda geleceğe yönelik değerlendirmelerin yapılmasını da mümkün kılan bir yöntemdir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Kaplan, R.S., & Atkinson, A.A. (1998). *Advance Management Accounting*. New Jersey: Prentice Hall.
- [2] Swamy R. (2002). Strategic Performance Measurement in New Millenium. *CMA Management*, Mayıs, ss.44-47.
- [3] Williams, J.R., Haka, F., Mark, P.S., & Meigs R.F. (2002). *Financial and Managerial Accounting : The Basis for Business Decisions*, New York: McGraw – Hill.
- [4] Karapınar, A. (2002). İşletme Performansının Ölçümün de Katma Değer ve Bir Örnek Uygulama. *Muhasebe ve Bilim Dünyası Dergisi*, 4(2), Haziran, s.59.
- [5] Rappaport, A. (1988). *Creating Shareholder Value: The New Standard for Business Performance*. New York: The Free Pres.
- [6] Akdoğan, N., & Tenker, N. (2001). *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri*. 7. Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.
- [7] Hacırustemoğlu R., Şakrak M., & Demir, V. (2002). Etkin Performans Ölçüm Aracı (EVA) (Ekonomik Katma Değer – Ekonomik Kar Yaklaşımı). *İSMMMO Mali Çözüm Dergisi*, 59, Nisan–Mayıs–Haziran, ss.12-13.
- [8] Ehrbar, A.S. (1998). *EVA The Real Key to Creating Wealth*. New York: John Willey & Sons Inc.
- [9] GRANT, J.L. (1997). *Foundations of Economic Value Added*. New Hope: Frank J. Fabozzi Associates.
- [10] Stewart, B.G. (1991). *The EVA Management Guide: The Quest for Value*. USA: Harper Collins, Publishers Inc.
- [11] Abdeen, A.M., & Haight, T.G. (2002). A Fresh Look at Economic Value Added: Emprical Study of the Fortune Five Hundered Companies. *The Journal of Applied Business Research*, 18(2), Spring , s.125.
- [12] Horgren, C.T., Bhimani, A., Datar, S.M., & Poster G. (2002). *Management and Cost Accountig*. Harlow: Financial Times – Prentice Hall.
- [13] Akgüç Ö. (1998). *Finansal Yönetim*. İstanbul: Avcıol Basım-Yayın.
- [14] Gürbüz, A.O., & Ergincan, Y. (2004). *Şirket Değerlemesi: Klasik ve Modern Yaklaşımlar*. İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- [15] Damodaran, A. (1962). *Investment Valuation*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- [16] Ataman, Ü., & Kibar, H. (1999). *Hisse Senetleri' nin Gerçek Değerinin Hesaplanması*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Barış SİPAHİ (barissipahi@marmara.edu.tr) has received his master degree and Ph.D. from Marmara University. He is Associate Professor of Accounting & Finance at Marmara University. His major research areas are accounting, audit and international accounting.

MORE ON THE PROBABILITY-GENERATING FUNCTIONS

Özcan BAYTEKİN

Marmara University, Faculty of Economics and Administrative Science, Yardımcı Doçent Dr.

MORE ON THE PROBABILITY-GENERATING FUNCTIONS

Abstract: In this paper, we shall introduce an important mathematical concept which has many applications to the probabilistics models we are considering. In order to present a rigorous development of this topic, mathematics of a considerably higher level than we are assuming here would be required. However if are willing to avoid certain mathematical difficulties that arise and if we are willing to accept that certain operations are valid, then we can obtain a sufficient understanding of the main ideas involved in order to use them intelligently.

In this paper, we made a brief summary of moment generating functions, and also we considered an application of this theory to a probability problem whose solution is impossible by hand calculations. We made also a comparison of binomial distribution and Poisson distribution with the aid of moment generating functions.

Keywords: Moment Generating Funtions, Factorial Generating Functions, Probability, Random Variable, Poisson Distribution, Binomial Distribution

OLASILIK MOMENT OLUŞUM FONKSİYONLARININ İLERİ BİR AŞAMASI VE UYGULAMA ÖRNEĞİ

Özet: Bu araştırmada, göz önüne alınarak incelenen olasılık modellerinde, bir çok tatbikat alanı bulunan, çok önemli bir matematiksel kavramı inceleyeceğiz. Diğer bir ifade ile , bazı olasılık problemlerinin çözümünde, eğer moment gelişim fonksiyonları kullanılmaz ise, bu durumda çok ileri bir matematik bilgisi gerekecektir. Bu makalede dikkate alınan nokta, bazı olasılık problemlerinin, eğer moment gelişim fonksiyonları kullanılmamışsa, çözümün hemen hemen el ile gerçekleştirilmesini imkansız oluşunun anlaşılmasıdır. Yukarıda bahsedilen özellikleri açıklayabilmek için, makalede önce moment gelişim fonksiyonlarının tanıtımı ve matematiksel özelliklerin açıklaması yapılmış daha sonrada ilgi çekici bir olasılık problemi uygulaması moment gelişim fonksiyonlarının özellikleri kullanılarak kolayca çözülmüştür. Moment gelişim fonksiyonlarının işleyişindeki temel mantığı açıklayabilmek için, logoritmik hesapların işleyiş mantığı açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Moment Oluşum Fonksiyonu, Faktöryel Oluşum Fonksiyonu, Olasılık, Tesadüfi Değişken, Poisson Dağılımı, Binom Dağılımı

I. INTRODUCTION

The factorial moment generating function of a discrete integer-valued random variable x is defined to be

$$n(t) = E(t^x) = \sum_{x=0}^{\infty} t^x \Pr(X = x)$$

where t is a constant [1].

This function is useful in that it produces the factorial moments of X .

$$\begin{aligned} \frac{d^n(n(t))}{dt^n} &= \frac{d^n}{dt^n} \left[\sum_{x=0}^{\infty} t^x \Pr(X = x) \right] \\ &= \sum_{x=0}^{\infty} \Pr(X = x) \frac{d^n t^x}{dt^n} \end{aligned}$$

$$= \sum_{x=0}^{\infty} x(x-1)\dots(x-n+1) \Pr(X = x) t^{x-n}$$

Thus,

$$\frac{d^n(n(1))}{dt^n} = \sum_{x=0}^{\infty} x(x-1)\dots(x-n+1) \Pr(X = x) (1)^{x-n}$$

$$\begin{aligned} &= \sum_{x=0}^{\infty} x(x-1)\dots(x-n+1) \Pr(X = x) \\ &= E(X(X-1)\dots(X-n+1)) \end{aligned}$$

$$= E\left(\frac{X!}{(X-n)!}\right)$$

The factorial moment, because

$$X(X-1)\dots(X-n+1)(X-n) \text{ equals } X(X-1)\dots(X-n+1).$$

Another useful observation is that the coefficients of $E(t^x)$ provide the probabilities of X . Thus given the factorial generating function one can find the $\Pr(X=x)$. $\Pr(X=k)$ is the coefficient of the term t^k .

One property of moment generating function is that $Y=X_1 + X_2 + \dots + X_n$ where $X_i, i = 1, \dots, n$ are independent random variables has moment generating function:

$$M_Y(t) = M_{X_1}(t).M_{X_2}(t).M_{X_3}(t)\dots M_{X_n}(t)$$

This type of behaviour will be extended to the factorial generating function.

To see that this is true for moment generating functions.

$$\begin{aligned} M_Y(t) &= E(e^{tY}) \\ &= E(e^{t(x_1 + x_2 + \dots + x_n)}) \\ &= E(e^{tx_1 + tx_2 + \dots + tx_n}) \\ &= E(e^{tx_1} \cdot e^{tx_2} \dots e^{tx_n}) \end{aligned}$$

and by the independence of x_i ,

$$\begin{aligned} M_Y(t) &= E(e^{tx_1}) \cdot E(e^{tx_2}) \dots E(e^{tx_n}) \\ &= M_{X_1}(t) \cdot M_{X_2}(t) \dots M_{X_n}(t) \end{aligned}$$

If X_1, X_2, \dots, X_n have identical distributions, they will also have identical moment generating functions, say $M_x(t)$. Then $M_Y(t) = [M_x(t)]^n$

These results are also true for the factorial moment generating function. Namely if $Y = X_1 + \dots + X_n$ and X_1, X_2, \dots, X_n are independent random variables then

$$\begin{aligned} m_Y(t) &= E(t^Y) = E(t^{x_1 + \dots + x_n}) \\ &= E(t^{x_1}) \cdot E(t^{x_2}) \dots E(t^{x_n}) \\ &= m_{X_1}(t) \cdot m_{X_2}(t) \dots m_{X_n}(t) \end{aligned}$$

II. ILLUSTRATIVE EXAMPLE

We illustrate some of these concepts with one problem.

Let X denote the number of spots on a fair die.[2] First, we will determine the factorial generating function of X . If four dices are tossed four times, with results X_1, X_2, X_3 and X_4 and if the X_i are random variables, find the factor generating function for Y , Y represents the total number of spots observed in four dices what is the $\Pr(Y = 7)$.

If X represents the number of spots on a fair die, the X has a probability distribution;

$$\Pr(X = x) = \begin{cases} 1/6 & \text{for } x = 1,2,3\dots6 \\ 0 & \text{otherwise} \end{cases}$$

Thus the factorial moment generating for X is

$$\begin{aligned} m(t) &= \sum_{x=0}^{\infty} t^x \Pr(X = x) = E(t^x) \\ &= \sum_{x=0}^6 t^x \cdot \frac{1}{6} = \frac{(t + t^2 + t^3 + t^4 + t^5 + t^6)}{6} \\ &= \frac{t(1 + t + t^2 + t^3 + t^4 + t^5)}{6} \end{aligned}$$

We have here a geometric progression

$$\begin{aligned} \text{Let } S_5 &= 1 + t + t^2 + t^3 + t^4 + t^5 \\ S_5 - tS_5 &= 1 - t^6 \\ S_5 &= \frac{1 - t^6}{1 - t} \end{aligned}$$

Thus

$$m(t) = \frac{t}{6} \left(\frac{1 - t^6}{1 - t} \right)$$

Let Y be the number of spots observed in four independently tossed dices. Let X_1, X_2, X_3, X_4 be random variables indicating the number of spots observed in the first, second, third and fourth die respectively [3]. Thus, $Y = X_1 + X_2 + X_3 + X_4$ and each of the X_i are independent and have moment generating function,

$$\begin{aligned} m_x(t) &= m_{X_1}(t) = m_{X_2}(t) = m_{X_3}(t) = m_{X_4}(t) \\ &= \frac{t}{6} \left(\frac{1 - t^6}{1 - t} \right) \end{aligned}$$

Thus,

$$m_Y(t) = [m_X(t)]^4 = \frac{t^4}{6^4} \left(\frac{1-t^6}{1-t} \right)^4$$

To find the $\Pr(Y = 7)$ we manipulate this expression in order to read off the coefficient on the term t^7 . Thus,

$$m_Y(t) = \frac{t^4}{6^4} (1-t^6)^4 (1-t)^{-4} \quad \text{but}$$

$$(1-t^6)^4 = \sum_{k=0}^4 \binom{4}{k} (-1)^k t^{6k}$$

and for $|t| < 1$

$$(1-t)^{-4} = \sum_{j=0}^{\infty} \binom{-4}{j} (-t)^j$$

By a generalization of the binomial theorem

Here

$$\binom{-4}{j} = \frac{(-4)(-4-1)\dots(-4-j+1)}{(j)!}$$

Thus;

$$m_Y(t) = E(t^Y) = \frac{t^4}{6^4} \left[\sum_{k=0}^4 \binom{4}{k} (-1)^k (t)^{6k} \right] \left[\sum_{j=0}^{\infty} \binom{-3}{j} (-t)^j \right]$$

or writing this as a double sum

$$E(t^Y) = \frac{1}{1296} \sum_{k=0}^4 \sum_{j=0}^{\infty} \binom{4}{k} \binom{-4}{j} (-1)^{k+j} (t)^{6k+j+4}$$

to find the $\Pr(Y = 7)$, we first determine the value of k and j so that $6k + j + 4 = 7$, $k = 0, 1, 2, 3$ and $j = 0, 1, 2, 3, \dots$

If k is any number but 0, $6k + j + 3$ will be greater than 7. Thus $k = 0$ and $6 \cdot 0 + j + 4 = 7$ or $j = 3$.

Thus $\Pr(Y = 7)$ is

$$\begin{aligned} &= \frac{1}{6^4} \binom{4}{0} \binom{-4}{3} (-1)^{0+3} \\ &= \frac{1}{6^4} \frac{4!}{0!4!} \frac{(-4)(-5)(-6)(-1)}{3!} = \frac{5}{324} \end{aligned}$$

III. MEAN VALUE OF THE RANDOM VARIABLE Y

The factorial generating function of the random variable Y was found to be

$$m_Y(t) = \frac{t^4}{6^4} \left(\frac{1-t^6}{1-t} \right)^4 = \frac{t^4}{1296} (t^5 + t^4 + t^3 + t^2 + t + 1)^4$$

$$\text{and} \quad m'_Y(t) = \frac{4(t^6 + t^5 + t^4 + t^3 + t^2 + t)^4}{1296}$$

$$m'_Y(t) =$$

$$\frac{4(t^6 + t^5 + t^4 + t^3 + t^2 + t)^3 (6t^5 + 5t^4 + 4t^3 + 3t^2 + 2t + 1)}{1296}$$

$$m'_Y(1) = \frac{4(6)^3 21}{6^4} = 14$$

IV. APPLICATION OF MOMENT GENERATING FUNCTIONS TO BINOMIAL DISTRIBUTION

Let Y_1 be a binomial random variable with n_1 trials and probability of success given by p . Let Y_2 be another binomial random variable with n_2 trials and probability of success given by p . If Y_1 and Y_2 are independent, find the probability function of $Y_1 + Y_2$.

Using the moment generating function approach :

$$m_{Y_1}(t) = (p + qe^t)^{n_1}$$

$$m_{Y_2}(t) = (p + qe^t)^{n_2}$$

and, since Y_1 and Y_2 are independent

$$m_{Y_1+Y_2}(t) = m_{Y_1}(t) \cdot m_{Y_2}(t) = (p + qe^t)^{n_1+n_2}$$

which is the moment generating function of the binomial random variable with parameters n_1+n_2 and p . Using the following theorem:

Theorem I: Suppose that each of the two random variables X and Y , moment generating functions exists and are given by $m_X(t)$ and $m_Y(t)$ respectively [4]. If

$m_x(t)=m_y(t)$ and for all values of t , then X and Y have the same probability distribution, finally we can have

$$P[Y_1 + Y_2 + k] = \binom{n_1 + n_2}{k} p^k q^{n_1+n_2-k}$$

$$k = 0, 1, 2, \dots, n_1+n_2$$

V. APPLICATION OF MOMENT GENERATING FUNCTIONS TO POISSON DISTRIBUTION

Let Y_1 and Y_2 be independent Poisson random variables with mean λ_1 and λ_2 respectively. Our aim is to find the probability function of Y_1+Y_2 :

Similar to section IV

$$m_{Y_1}(t) = e^{-\lambda_1(1-e^t)}$$

$$m_{Y_2}(t) = e^{-\lambda_2(1-e^t)}$$

so that.

$$m_{Y_1+Y_2}(t) = e^{-(\lambda_1+\lambda_2)(1-e^t)}$$

Which is the moment generating function of a Poisson random variable with mean $\lambda_1 + \lambda_2$. By Theorem I then

$$P[Y_1 + Y_2 = k] = \frac{e^{-(\lambda_1+\lambda_2)} (\lambda_1 + \lambda_2)^k}{k!} \quad k = 0, 1, \dots$$

VI. RELATIONS BETWEEN POISSON PROBABILITY DISTRIBUTION AND BINOMIAL PROBABILITY DISTRIBUTION

For this purpose, let us begin by finding the conditional probability of Y_1 of the previous section, given $Y_1+Y_2 = n$. By definition:

$$P[Y_1 = k | Y_1 + Y_2 = m] = \frac{P[Y_1 = k | Y_1 + Y_2 = m]}{P[Y_1 + Y_2 = m]}$$

$$= \frac{P[Y_1 = k, Y_2 = m - k]}{P[Y_1 + Y_2 = m]}$$

$$\frac{e^{-\lambda_1} \lambda_1^k e^{-\lambda_2} \lambda_2^{m-k}}{k! (m-k)!} = \frac{e^{-(\lambda_1+\lambda_2)} (\lambda_1+\lambda_2)^m}{m!}$$

$$= \binom{m}{k} \left(\frac{\lambda_1}{\lambda_1 + \lambda_2} \right)^k \left(\frac{\lambda_2}{\lambda_1 + \lambda_2} \right)^{m-k} \quad k = 0, 1, \dots, m$$

Which is the probability distribution function for a binomial random variable with parameters m and

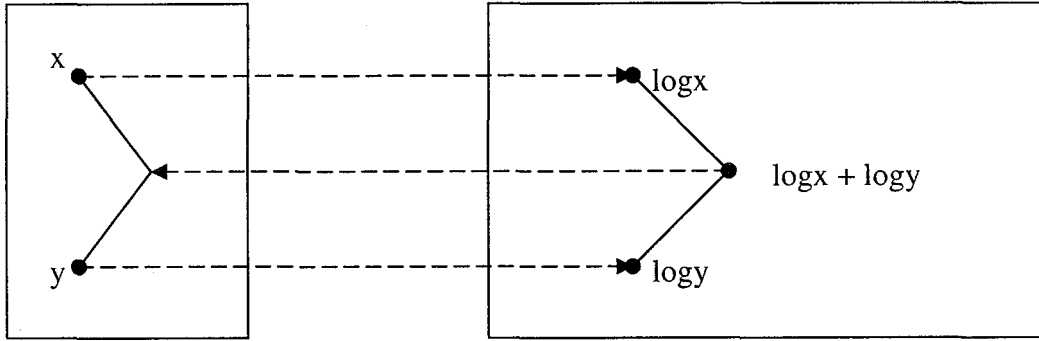
$$\frac{\lambda_1}{\lambda_1 + \lambda_2}$$

VII. MORE INTERPRETATION ON FACTORIAL GENERATING FUNCTION

In order to motivate what explained in the previous sections, let us recall our earliest encounter with the logarithm. It was introduced purely as a computational aid. With each positive number x , we associated another number, denoted by $\log x$. In order to compute xy , for example, we obtain the values of $\log x$ and of $\log y$ and then evaluate $\log x + \log y$, which represents $\log xy$ [5]. From the knowledge of $\log xy$, we were then able to obtain the value of xy (with the aid of tables). In a similar way we may simplify the computation of other arithmetic calculations with the aid of the logarithm. The above approach is useful for the following reasons.

- To each positive number x there corresponds exactly one number, $\log x$, and this number is easily obtained from tables.
- To each value of $\log x$ there corresponds exactly one value of x , and this value is again available from tables (That is the relationship between x and $\log x$ is one to one).
- Certain arithmetic operations involving x and y such as multiplication and division, may be replaced by simpler operations, such as addition and subtraction, by means of the "transformed" numbers $\log x$ and $\log y$.

Instead of performing the arithmetic directly with the numbers x and y we first obtain the numbers $\log x$ and $\log y$, do our arithmetic with these numbers and then transform back.



VIII. CONCLUSIONS

In this section III and IV we calculated the probability and mean value of a given problem by the aid of factorial moment generating function or in some books [5] it is also called the probability generating function $P(t)$. Which has the advantages explained in section IV.

It should be noted that mean computation of the example considered is almost impossible by hand calculations if the probability generating function is not used. If the number of dices increases, the difficulty mentioned above can be realized more easily which is the philosophy which lies behind the idea.

REFERENCES

- [1] Parsen, E., (1962). *Stochastic Processes*. San Francisco: Holden-Day.
- [2] Parsen, E., (1964). *Modern Probability Theory and its Applications*. New York: John Wiley and Sons Inc.
- [3] Meyer, P.L. (1970). *Introductory Probability and Statistical Applications*. Reading Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- [4] Feller, W. (1968). *An Introduction to Probability Theory and its Applications*. Vol.I. 3rd Ed. New York: John Wiley and Sons Inc.
- [5] Mendenhall, W., & Scheaffer, R. (1973). *Mathematical Statistics with Applications*. Massachusetts: Duxbury Press.

Özcan BAYTEKİN (ozcanbaytekin@hotmail.com) has his B.S degree from Bosphorus University from mathematics department and his Masters degree from Middle East Technical University from Civil Engineering Department. His Ph.D degree is obtained from University of İstanbul from Business Department. His research areas are mathematics, statistics and operations research.

MENÜ PLANLAMASINDA ÇOK AMAÇLI PROGRAMLAMA YAKLAŞIMI

Varol GÜNYAŞAR¹, Hakan ORAL²

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

²Kara Harp Okulu, Yöneylem Araştırması Merkezi, Ankara, Lv.Yzb. (Sistem Yük.Müh.)

A MULTI-OBJECTIVE PROGRAMMING APPROACH FOR MENU PLANNING

Abstract: In this study, a multiobjective linear programming (MOLP) model that was developed for the daily and weekly planning of the menu has been presented. The model has been applied to the planning of the menu for the military students in a unit of Turkish Army. The model includes three objectives: (1) Minimization of the total cost of the menu in the planning period, (2) Maximization of the energy content of the menu, and (3) Maximization of the overall preference score of the students for the menu contents.

The decision maker has selected the best – compromise solution among the representative noninferior solutions offered to him. It has been observed that the presentation of the noninferior solutions and the associated trade-offs among the objectives to the decision maker played an important role in improving the effectiveness of the decision making process.

Keywords: Multiobjective Programming Models, Menu Planning

MENÜ PLANLAMASINDA ÇOK AMAÇLI PROGRAMLAMA YAKLAŞIMI

ÖZET: Bu çalışmada, Türk Ordusu' nun bir biriminde görev yapan askeri öğrenciler için dönemsel ve öğünler bazında yemek listelerinin (menülerin) planlanmasına yönelik olarak geliştirilen bir Çok Amaçlı Doğrusal Programlama (ÇADP) modeli ve uygulama sonuçları sunulmaktadır. Bu model kapsamında; (1) Menüün toplam maliyetinin en küçüklenmesi, (2) Menüün sağladığı enerji miktarının en büyüklenmesi ve (3) Öğrencilerin öğün bazındaki yemek tercihlerinin karşılama düzeyinin en büyüklenmesi şeklinde üç amaç işlevi dikkate alınmıştır.

Geliştirilen ÇADP modelinin farklı senaryolar için çözümlenmesi ve baskın çözümlerin belirlenmesinde çok amaçlı programlama çözüm tekniklerinden biri olan "Kısıt Yöntemi" kullanılmış olup, karar verici kendisine sunulan baskın çözümler arasından en iyi uzlaşma çözümünü seçmiştir. Uygulama sonucunda, karar vericiye baskın çözümlerin ve bu çözümlere ilişkin amaçlar arası takas değerlerinin sunulmasının, karar verme sürecinin etkinliğinin artırılmasında önemli bir rol oynadığı gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çok Amaçlı Programlama Modelleri, Menü Planlaması

I. GİRİŞ

Toplu beslenme sistemi kentleşme ve sanayileşmeye paralel olarak gelişmiş ve günümüz yaşantısının vazgeçilmez bir parçası olmuştur. Toplu beslenme yapılan birçok kurumda (kamu ve özel kuruluş yemekhaneleri, askeri kuruluşlar, üniversite kafeteryaları, hastaneler vb.) yemeklerin planlanması, ilgili kişi veya bölüm tarafından hazırlanan yemek listeleri yardımıyla gerçekleştirilmektedir. Bu durumda, kamu ve özel sektör çalışanları, yatılı okul ve yüksek okul öğrencileri, askerler gibi toplumun büyük bir kesimi günlük yemek listelerinin (menülerin) planlanmasında söz sahibi bile olamadan, kendileri için hazırlanan yemekleri tüketmektedir. Yemek planlaması aslında düşünüldüğünden daha kapsamlı, zor ve oldukça önemli bir faaliyettir. Planlama faaliyetinden sorumlu olan kişiler, başta menü planlamasına etki eden faktörler olmak üzere yemek listesi hazırlama kurallarını dikkate almak suretiyle, insanların fiziksel doyumunun yanısıra sosyal ve psikolojik tatminlerini de sağlamak zorundadırlar. Bu nedenle menü planlaması, çok amaçlı bir karar problemidir.

Bu çalışmada, menü planlama kurallarını esas alan ve planlama dönemi içinde (a) menünün toplam maliyetini en küçük, (b) sağladığı enerji miktarını en büyük, (c) beslenen kitlenin menülere ilişkin tercihlerinin karşılama düzeyini en büyük yapmayı amaçlayan bir çok amaçlı doğrusal programlama (ÇADP) modeli ve uygulama sonuçları sunulmuştur.

II. MENÜ PLANLAMA PROBLEMİ

Başarılı bir yemek listesi hazırlayabilmek için, menü planlamasını etkileyen faktörlerin ayrıntıları ile bilinmesi gerekir. Burada önemli olan beslenecek grubun özellikleridir. Bunlar; grubun yaş, cinsiyet ve aktivitesine bağlı besin gereksinimleri, alışkanlıkları ve grubun genişliğidir. Yemek listesini hazırlayan kişiler, mutfak planı, servis alanı, mevcut araç gereç, personel sayısı ve yeteneği, bütçede yiyeceğe ayrılan para ve servis tipi gibi, yiyeceğin hazırlanışı ve servisi ile ilgili şartları göz önünde bulundurmak zorundadır. Mevsimler ve iklim de yemek listelerine etki eden etmenlerdir. Tat, renk, şekil, kıvam uyumu düşünülerek biçimlendirilmiş bir

yemek listesi, uygun yiyecek hazırlama ve pişirme ilkelerinin de uygulanması ile başarıya ulaşır [1].

II.1. Menü Planlamasını Etkileyen Faktörler

Menü planlamanın temel amacı, insanların temel besin ihtiyaçlarını karşılama yanında sosyal ve psikolojik doyum sağlayan ekonomik ve eğitici bir yemek servisi sunabilmektir [2]. Bu kapsamda, menü planlamasında etkili olan ve genel kabul görmüş faktörler aşağıdadır.

- Kişilerin besin ihtiyaçları
- Kişilerin beslenme alışkanlıkları
- Gruptaki bazı kişilerin özel diyet ihtiyaçları
- Mutfak için ayrılan paranın miktarı
- Mutfak araç-gereç ve insan gücünün nitelik ve nicelikleri
- Yemek servisi yöntemi
- Menüde yer alacak yemeklerin tarifleri
- İklim, mevsim ve bölgenin coğrafi özellikleri

II.2. Yemek Listesinin Hazırlanması

Menü haftalık, aylık veya yıllık planlanabilir. Haftanın belirli günlerinde aynı yemeklerin verilmesini önlemek için, menüler en az 8 günlük olarak hazırlanır. Bu süre içerisinde herhangi bir yemek birden fazla tekrar etmemelidir. Yiyecek tekrar edebilir, ancak yemek türü olarak farklı biçimde hazırlanmış olmalıdır [2].

Yemek listesi hazırlanırken; yemeklerin birbirine göre renk, şekil, tat ve kıvam bakımından uyumu ile kahvaltı veya diğer öğünler için uygun yemek grupları göz önünde bulundurulmalıdır [1]. Bu bölümde, gerek genel kabul görmüş, gerekse geliştirilen çok amaçlı programlama modelinin uygulandığı askeri okul öğrencileri için esas alınması gereken yemek listesi hazırlama kuralları özet olarak sunulmuştur.

II.2.1. Sabah Kahvaltısındaki Yiyeceklerin Seçimi

Kahvaltı planlanırken aşağıdaki kurallara uyulmalıdır [2,3].

- Kahvaltıda her gün süt, peynir veya yumurtadan biri mutlaka bulundurulmalıdır.
- Kahvaltılık yiyecek olarak, peynir, yumurta, reçel-yağ ve zeytin kullanılır. Kahvaltıda içecek yanında bunlardan en az iki tanesinin verilmesi gerekir. Yumurta

haftada en az iki kez kullanılmalıdır.

3. Kahvaltılık içecek olarak çay, süt ve olanak varsa meyve suyu kullanılır. Süt haftada en az iki kez kullanılmalıdır.

4. Reçel ve yağ, kahvaltıda tek yiyecek olarak düşünülür. Reçel veya yağ, ayrı ayrı verilmemelidir.

5. Kahvaltının monoton olmaması için; kaşar veya beyaz peynir, yeşil veya siyah zeytin ile gül, ayva, vişne, çilek veya kayısı reçeli dönüşümlü olarak verilmelidir.

6. Kahvaltıda C vitamini yönünden zengin domates, portakal ve mandalina gibi bir sebze ve meyve bulundurulması uygun olur.

II.2.2. Öğle ve Akşam Yemeklerinin Seçimi

Yemekler servis özelliklerine göre gruplandırılmıştır. Öğünlerde bir adet birinci grup, bir adet ikinci grup, bir adet üçüncü grup olmak üzere en az üç kap yemek bulunmalıdır. Aynı öğünde aynı gruptan iki yemek bulunmamalıdır [2,3].

a. Birinci Grup Yemekler: Et yemekleri, köfteler, etli sebze yemekleri, etli ve etsiz kuru baklagiller, etli dolma ve sarmalar, yumurtalı yemekler

b. İkinci Grup Yemekler: Çorbalar, pilavlar, makarnalar, börekler, zeytinyağlı yemekler (zeytinyağlı sebze yemekleri, zeytinyağlı sarmalar ve dolmalar, pilakiler)

c. Üçüncü Grup Yemekler: Meyveler, salatalar, kompostolar, tathırlar, diğerleri (yoğurt, cacık, piyaz vb.)

Bu gruplardan yemek seçerken aşağıdaki esaslara dikkat edilmelidir:

1. Etli sebze yemekleri ve etli sarmalar dolmalar yanına zeytinyağlı sebze yemekleri veya zeytinyağlı sarmalar ve dolmalar verilmemelidir.

2. Etli veya zeytinyağlı dolma ve sarmaların yanına pilav veya makarna verilmemelidir.

3. Pilav, makarna ve börek yanına tatlı verilmemelidir. Ağır işte çalışanlar için bu kural geçerli değildir.

4. Zeytinyağlı sebze yemekleri yanına salata verilmemelidir.

5. Balık verildiğinde, yanına her ikisi de üçüncü grup yemeklerden olmasına rağmen, salata ve tatlı verilebilir.

6. Aynı günde aynı gruptan benzer yemekler verilmemelidir. Örneğin, öğlen etli sebze yemeği verildiğinde, akşama yine etli sebze yemeği verilmez.

7. Olanaklar elverdiğince, çorbalar akşam yemeklerinde, kuru baklagiller ise öğle yemeklerinde kullanılmalıdır.

III. MENÜ PLANLAMASI İÇİN GELİŞTİRİLEN BİR ÇOK AMAÇLI PROGRAMLAMA MODELİ

III.1. Çok Amaçlı Programlama Problemi

Çok amaçlı programlama, iki veya daha fazla amaç işlevine sahip eniyileme (optimizasyon) problemleri ile ilgilenir. n adet karar değişkeni, m adet kısıt ve p adet amaç işlevinden oluşan çok amaçlı programlama (ÇAP) modelinin genel yapısı aşağıdaki gibidir [4].

$$\text{Enb. } Z(x_1, x_2, \dots, x_n) = [Z_1(x_1, x_2, \dots, x_n), \\ Z_2(x_1, x_2, \dots, x_n), \\ \dots, Z_p(x_1, x_2, \dots, x_n)]$$

$$g_i(x_1, x_2, \dots, x_n) \leq 0, \quad (i = 1, 2, \dots, m)$$

$$x_j \geq 0, \quad (j = 1, 2, \dots, n)$$

Tek amaçlı programlama problemlerinde amaç en iyi (optimal) çözümün elde edilmesidir. En iyi çözüm, en büyükleme problemleri için geçerli bölgeyi içinde en büyük amaç işlevi değerini, en küçükleme problemleri için ise en küçük amaç işlevi değerini veren noktadır [5].

En iyi çözüm kavramı, çok amaçlı programlamada anlamını yitirir. Çünkü herhangi bir amaç için en iyi olan bir çözüm, diğer $p-1$ adet amaç için en iyi olmayabilir. Çok amaçlı programlamada bunun yerine “baskın çözüm” kavramı kullanılır.

III.2. Baskın Çözümler

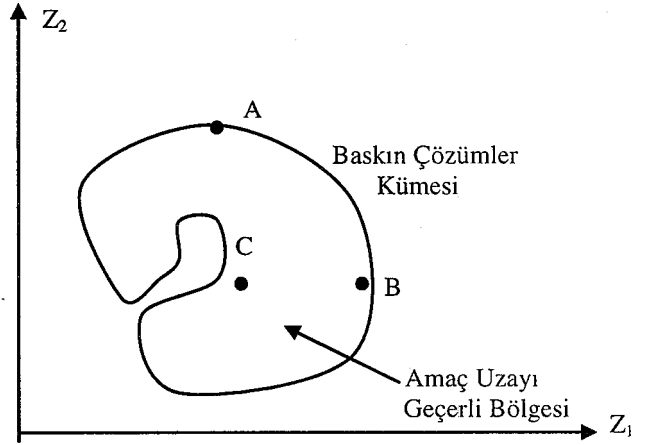
Baskın çözüm bir geçerli çözüm olup, burada bir amacın değerindeki artış ancak en az bir diğer amacın değerindeki azalma ile elde edilebilir [4].

Tablo.1. Baskın Çözüm

Seçenek	Z_1	Z_2	
A	10	11	Baskın
B	12	10	Baskın
C	9	8	Basılgın

Tablo.1’deki A ve B seçenekleri C seçeneğine göre daha iyi Z_1 ve Z_2 değerlerine sahiptir. Bu nedenle A

ve B baskın, C ise basılgın çözüm olarak tanımlanır. Şekil.1’de A ve B noktaları arasındaki bölge baskın çözümler kümesini gösterir.



Şekil.1. Baskın Çözümler Kümesi

Çok amaçlı programlama problemlerinde,

$$X = \{ x \mid g_i(x) \leq 0, \forall i, x_j \geq 0, \forall j \}$$

kümesi, karar uzayındaki geçerli bölge olarak tanımlanır. $Z(X)$ ise amaç uzayındaki geçerli bölgedir. Problemin her geçerli çözümü $x \in X$, her bir amaç işlevi için $[Z_k(x), k=1,2,\dots, p]$ bir değer ifade eder.

Baskın çözümlerin oluşturduğu kümeye baskın küme adı verilir:

$$X^* = \{ x \mid x \in X \text{ ve } x \text{ baskın çözümdür. } \}$$

Baskın küme genellikle çok sayıda çözüm içermekte olup, bu çözümler arasından karar verici tarafından seçilen çözüm “en iyi uzlaşma çözümü” olarak adlandırılır [4].

III.3. Çözüm Teknikleri

Çok amaçlı programlama problemlerinin çözümüne yönelik teknikler, karar vericinin çözüm süreciyle etkileşimde bulunduğu aşamaya göre 3 grupta toplanabilir:

1.Çözüm üretme teknikleri

2.Tercihlerin önceden açıklanmasına dayalı teknikler

3.Tercihlerin yinelemeli olarak açıklanmasına dayalı (etkileşimli) teknikler.

III.4. ÇADP Modelinin Yapısı

III.4.1. Model Parametreleri

- $i : 1, \dots, n$ (gün)
 $j : 1, 2, 3$ (öğün; 1 = kahv., 2 = öğle y., 3 = akşam y.)
 $m : 1, \dots, t_1, \dots, t_2, \dots, t_{19}$ (menüdeki tüm yemekler)
 $m_4 : 1, \dots, t_3$ (kahvaltılıklar)
 $m_5 : t_3+1, \dots, t_{19}$ (birinci, ikinci, üçüncü grup yemekler)
 $m_1 : t_3+1, \dots, t_9$ (birinci grup yemekler)
 $m_2 : t_9+1, \dots, t_{14}$ (ikinci grup yemekler)
 $m_3 : t_{14}+1, \dots, t_{19}$ (üçüncü grup yemekler)
 $m_{41} : 1, \dots, t_1$ (kahvaltılık içecekler)
 $m_{42} : t_1+1, \dots, t_2$ (kahvaltılık yiyecekler)
 $m_{43} : t_2+1, \dots, t_3$ (söğüşler)
 $m_{11} : t_3+1, \dots, t_4$ (et yemekleri)
 $m_{12} : t_4+1, \dots, t_5$ (köfteler)
 $m_{13} : t_5+1, \dots, t_6$ (etli sebze yemekleri)
 $m_{14} : t_6+1, \dots, t_7$ (etli kuru baklagiller)
 $m_{15} : t_7+1, \dots, t_8$ (etli dolmalar sarmalar)
 $m_{16} : t_8+1, \dots, t_9$ (yumurta yemekleri)
 $m_{21} : t_9+1, \dots, t_{10}$ (çorbalar)
 $m_{22} : t_{10}+1, \dots, t_{11}$ (pilavlar)
 $m_{23} : t_{11}+1, \dots, t_{12}$ (makarnalar)
 $m_{24} : t_{12}+1, \dots, t_{13}$ (börekler)
 $m_{25} : t_{13}+1, \dots, t_{14}$ (zeytinyağlı yemekler)
 $m_{26} : t_{13}+1, \dots, t_{13}+k$ (zeytinyağlı sebze yemekleri)
 $m_{27} : t_{13}+k+1, \dots, t_{13}+q$ (zeytinyağlı dolmalar)
 $m_{28} : t_{13}+q+1, \dots, t_{14}$ (pilakiler)
 $m_{31} : t_{14}+1, \dots, t_{15}$ (meyveler)
 $m_{32} : t_{15}+1, \dots, t_{16}$ (salatalar)
 $m_{33} : t_{16}+1, \dots, t_{17}$ (kompostolar)
 $m_{34} : t_{17}+1, \dots, t_{18}$ (tatlılar)
 $m_{35} : t_{18}+1, \dots, t_{19}$ (diğerleri)
 $f : 1, \dots, h$ (besin öğeleri)
 $N_{jm} : m$ yemeğine ait f besin öğesi değeri
 $L_f : \text{beslenen grubun } f \text{ besin öğesi ihtiyacının alt sınırı}$
 $U_f : \text{beslenen grubun } f \text{ besin öğesi ihtiyacının üst sınırı}$
 $C_m : m$ yemeğinin maliyeti
 $P_{jm} : m$ yemeğinin j . öğündeki tercih düzeyi
 $E_m : m$ yemeğinin kalorisi
 $D_c : \text{günlük yasal ödenek (istihkak) tutarı}$

III.4.2. Karar Değişkenleri

$X_{ijm} : i$.inci günde j .inci öğünde verilen m yemeği (0 – 1 tamsayıyla değişken)

III.4.3. Amaç İşlevleri

i. Maliyet:

$$\text{Enk. } Z_1 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^3 \sum_{m=1}^{t_{19}} C_m X_{ijm} \quad (1)$$

ii. Enerji:

$$\text{Enb. } Z_2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^3 \sum_{m=1}^{t_{19}} E_m X_{ijm} \quad (2)$$

iii. Tercih Düzeyi:

$$\text{Enb. } Z_3 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^3 \sum_{m=1}^{t_{19}} P_{jm} X_{ijm} \quad (3)$$

III.4.4. Model Kısıtları

i. Sabah kahvaltısı için yiyecek seçimi

$$\sum_{m_4=1}^{t_1} X_{i1m_4} = 1 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (4)$$

$$\sum_{m_{42}=t_1+1}^{t_2} X_{i1m_{42}} = 2 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (5)$$

$$\sum_{m_{43}=t_2+1}^{t_3} X_{i1m_{43}} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (6)$$

$$\sum_{m_5=t_3+1}^{t_{19}} X_{i1m_5} = 0 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (7)$$

$$X_{i12} + X_{i14} + X_{i15} + X_{i16} + X_{i17} = 1 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (8)$$

$$\sum_{i=1+g}^{7+g} X_{i17} \geq 2 \quad (g = 0, 7, \dots, w) \quad (9)$$

$$\sum_{i=1+g}^{7+g} X_{i12} \geq 2 \quad (g = 0, 7, \dots, w) \quad (10)$$

$$w = (7(\text{planlanan hafta sayısı} - 1))$$

ii. Öğle ve akşam yemekleri için yemek seçimi

$$\sum_{m_1=t_3+1}^{t_9} X_{ijm_1} = 1 \quad (i = 1, \dots, n; j = 2, 3) \quad (11)$$

$$\sum_{m_2=t_9+1}^{t_{14}} X_{ijm_2} = 1 \quad (i = 1, \dots, n; j = 2, 3) \quad (12)$$

$$\sum_{m_3=t_{14}+1}^{t_{19}} Xijm_3 = 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3) \quad (13)$$

$$\sum_{j=2}^3 \sum_{m_4=1}^{t_3} Xijm_4 = 0 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (14)$$

$$Xijm_{13} + \sum_{m_{26}=t_{13}+1}^{t_{13}+k} Xijm_{26} + \sum_{m_{27}=t_{13}+k+1}^{t_{13}+q} Xijm_{27} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m_{13} = t_3+1, \dots, t_6) \quad (15)$$

$$Xijm_{15} + \sum_{m_{26}=t_{13}+1}^{t_{13}+k} Xijm_{26} + \sum_{m_{27}=t_{13}+k+1}^{t_{13}+q} Xijm_{27} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m_{15} = t_7+1, \dots, t_8) \quad (16)$$

$$Xijm_{15} + \sum_{m_{22}=t_{10}+1}^{t_{11}} Xijm_{22} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m_{15} = t_7+1, \dots, t_8) \quad (17)$$

$$Xijm_{15} + \sum_{m_{23}=t_{11}+1}^{t_{12}} Xijm_{23} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m_{15} = t_7+1, \dots, t_8) \quad (18)$$

$$Xijm_{22} + \sum_{m_{34}=t_{17}+1}^{t_{18}} Xijm_{34} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m_{22} = t_{10}+1, \dots, t_{11}) \quad (19)$$

$$Xijm_{23} + \sum_{m_{34}=t_{17}+1}^{t_{18}} Xijm_{34} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m_{23} = t_{11}+1, \dots, t_{12}) \quad (20)$$

$$Xijm_{24} + \sum_{m_{34}=t_{17}+1}^{t_{18}} Xijm_{34} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m_{24} = t_{12}+1, \dots, t_{13}) \quad (21)$$

$$Xijm_{26} + \sum_{m_{32}=t_{15}+1}^{t_{16}} Xijm_{32} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m_{26} = t_{13}+1, \dots, t_{13}+k) \quad (22)$$

$$Xijm_{14} + \sum_{m_{28}=t_{13}+q+1}^{t_{14}} Xijm_{28} \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m_{14} = t_6+1, \dots, t_7) \quad (23)$$

$$\sum_{m_{21}=t_9+1}^{t_{10}} Xi2m_{21} = 0 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (24)$$

$$\sum_{m_{14}=t_6+1}^{t_7} Xi3m_{14} = 0 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (25)$$

$$\sum_{m_{11}=t_3+1}^{t_4} (Xi2m_{11} + Xi3m_{11}) \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (26)$$

$$\sum_{m_{12}=t_4+1}^{t_5} (Xi2m_{12} + Xi3m_{12}) \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (27)$$

$$\sum_{m_{35}=t_{18}+1}^{t_{19}} (Xi2m_{35} + Xi3m_{35}) \leq 1 \quad (i = 1, \dots, n) \quad (41)$$

iii. Yemek tekrar sayısı alt (v) ve üst (y) sınırları

$$\sum_{i=1}^n Xi1m_4 \geq v \quad (m_4 = 1, \dots, t_3) \quad (42)$$

$$\sum_{i=1}^n Xi1m_4 \leq y \quad (m_4 = 1, \dots, t_3) \quad (43)$$

$$\sum_{i=1}^n (Xi2m_5 + Xi3m_5) \geq v \quad (m_5 = t_3+1, \dots, t_{19}) \quad (44)$$

$$\sum_{i=1}^n (Xi2m_5 + Xi3m_5) \leq y \quad (m_5 = t_3+1, \dots, t_{19}) \quad (45)$$

iv. Yemeklerin tekrarlanma sıklığı

(Aynı yemek en az “s” gün geçtikten sonra yeniden verilecek ise, r = s – 1 alınır)

$$(X_{i1m_4} + X_{(i+1)1m_4} + \dots + X_{(i+r)1m_4}) \leq 1$$

$$(i = 1, \dots, n ; m_4 = 1, \dots, t_3) \quad (46)$$

$$(X_{i2m_5} + X_{i3m_5} + X_{(i+1)2m_5} + X_{(i+1)3m_5} + \dots + X_{(i+r)2m_5} + X_{(i+r)3m_5}) \leq 1$$

$$(i = 1, \dots, n ; m_5 = t_3+1, \dots, t_{19}) \quad (47)$$

v. Besin ögesi ihtiyacı alt ve üst sınırları

$$\sum_{j=1}^3 \sum_{m=1}^{t_{19}} N_{fm} X_{ijm} \geq L_f$$

$$(f = 1, \dots, h ; i = 1, \dots, n) \quad (48)$$

$$\sum_{j=1}^3 \sum_{m=1}^{t_{19}} N_{fm} X_{ijm} \leq U_f$$

$$(f = 1, \dots, h ; i = 1, \dots, n) \quad (49)$$

vi. Günlük yasal ödenek (istihkak) tutarı

$$\sum_{j=1}^3 \sum_{m=1}^{t_{19}} C_m X_{ijm} \leq D_c \quad (i = 1, \dots, n) \quad (50)$$

$$X_{ijm} = 0 \text{ veya } 1$$

$$(i = 1, \dots, n ; j = 2, 3 ; m = 1, \dots, t_{19}) \quad (51)$$

IV. MODELİN UYGULAMA SONUÇLARI

Yukarıda geliştirilen modelin uygulaması, Muhabere Elektronik Bilgi Sistemler (MEBS) Okulu ve Eğitim Merkezi Komutanlığı'nda öğrenim görmekte olan astsubay öğrencileri esas alınarak gerçekleştirilmiştir [6].

Yemek listesi hazırlama kurallarına ilişkin olarak, okulun Levazım Şube Müdürlüğü'nce belirtilen ek kısıtlar modele dahil edilmiştir. Öğrencilerin yemek çeşitlerine ilişkin tercih düzeyi değerlerini belirlemek için, okulda öğrenim gören 350 astsubay öğrenciye anket uygulanmıştır.

IV.1. Çözüm Yöntemi

ÇADP modeli, GAMS (General Algebraic Modeling System) yazılımı kullanılarak çözülmüş olup, ilk etapta menülerin aylık bazda planlanması hedeflenmiştir. Daha sonra modelin çözüm süresini kısaltabilmek için kahvaltı, öğle ve akşam yemeği için ayrı değişkenler tanımlanarak planlama dönemi 30 günden 15 güne indirilmiş, böylece değişken ve kısıt

sayısı azaltılmıştır. Model, 15 günlük planlama dönemi ve 89 adet yemek çeşidi için, 2280 adet (0-1) karar değişkeni ve 3421 adet kısıtla sahiptir.

ÇADP modelinin baskın çözümlerinin belirlenmesinde, çözüm üretme tekniklerinden biri olan "Kısıt Yöntemi" kullanılmıştır [4]. Kısıt yönteminin seçilmesinde;

a. Karar vericinin amaç işlevlerine ilişkin değer yargılarını (tercih, öncelik, fayda işlevi vb.) belirtmemesi

b. Amaç işlevlerinin yapısı

c. Yöntemin sağladığı üstünlükler (Baskın çözümlerin anlamlı ve verimli şekilde elde edilebilmesi, amaç işlevi değerlerinin ve çözüm sürecinin denetimi, amaçlar arası takas değerlerinin belirlenmesi vb.) rol oynamıştır.

Kısıt yönteminin uygulanması 3 temel adımla özetlenebilir [4]:

1. Amaç işlevleri tek tek eniyelenerek "Sonuç Tablosu" elde edilir ve kısıtlanacak amaç işlevleri için başlangıç adım genişliği değerleri belirlenir.

2. Amaç işlevlerinden biri eniyelenirken, diğerleri kısıt olarak dikkate alınır ve "Temsilci Baskın Çözümler" elde edilir. Gerektiğinde adım genişliği değerleri değiştirilerek yeni baskın çözümler belirlenir.

3. (2) adımı, baskın çözümler kümesinin yaklaşık görünümü elde edilinceye kadar yinelenir. Belirlenen baskın çözümlerden biri, karar verici tarafından "En İyi Uzlaşma Çözümü" olarak seçilir.

ÇADP modeli, öncelikle iki amaç işlevi (maliyet – tercih düzeyi ve maliyet – enerji) için çözümlenmiş, daha sonra üç amaç işlevi birlikte dikkate alınarak sonuçlar elde edilmiştir.

IV.2. Maliyet ve Tercih Düzeyi Amaçları

Menünün toplam maliyetinin en küçüklenmesi (Z_1) ve öğrencilerin öğün bazındaki yemek tercihlerinin karşılama düzeyinin en büyüklenmesi (Z_3) şeklindeki iki amaç işlevi için elde edilen sonuç tablosu Tablo.2' de sunulmuştur. Amaç işlevi değerlerinin değişim aralıkları bu tabloda görülmekte olup, Z_1 amaç işlevi en küçüklenirken Z_3 amaç işlevinin kısıt olarak dikkate alınması uygun görülmüştür:

$$\text{Enk. } Z_1$$

$$Z_3 \geq L_3$$

Tablo.2. Maliyet -Tercih Düzeyi Amaçları Sonuç Tablosu

Çözüm	Maliyet (Z ₁)	Tercih Düzeyi (Z ₃)
X ¹	5.968.795	1039,020
X ³	7.065.800	1147,910

M₃ ve m₃, Z₃ amaç işlevinin en büyük ve en küçük değerlerini gösterecek şekilde, Z₃ kısıtı için sağ taraf katsayıları L₃ aşağıdaki şekilde hesaplanır [4]:

$$L_3 = m_3 + [t / (r-1)] (M_3 - m_3), \quad t = 0,1,2,\dots, (r - 1)$$

Burada r elde edilmek istenen baskın çözüm sayısını göstermekte olup, uygulama için r = 6 seçilmiştir.

Bu durumda, L₃ = 1039, 1060, 1080, 1100, 1120 ve 1147 değerleri için 6 baskın çözüm elde edilecektir. Bu çözümler Tablo.3 ve Şekil.2' de sunulmuştur.

Burada λ_{Z_1/Z_3} , Z₃ kısıtının gölge fiyatı, diğer bir deyişle Z₁ ve Z₃ amaçları arasındaki takas (trade-off) değeridir.

Tablo.3. Maliyet -Tercih Düzeyi Amaçları için Temsilci Baskın Çözümler

Çözüm	L ₃	Tercih Düzeyi (Z ₃)	Maliyet (Z ₁) (TL)	λ_{Z_1/Z_3} (TL)
1	p ≥ 1039	1039,020	5.968.795	4729,70
2	p ≥ 1060	1066,815	6.100.257	1402,73
3	p ≥ 1080	1080,087	6.118.874	6558,06
4	p ≥ 1100	1100,280	6.251.301	4808,73
5	p ≥ 1120	1120,314	6.347.639	26024,09
6	p ≥ 1147	1147,910	7.065.800	----

Elde edilen baskın çözümlerin karar vericiye (Levazım Şb. Md.) sunulması sonucunda, karar verici tercih düzeyi 1120,314 ve maliyet değeri 6.347.639 TL. olan 5 no.lu çözümü "en iyi uzlaşma çözümü" olarak belirlemiştir.

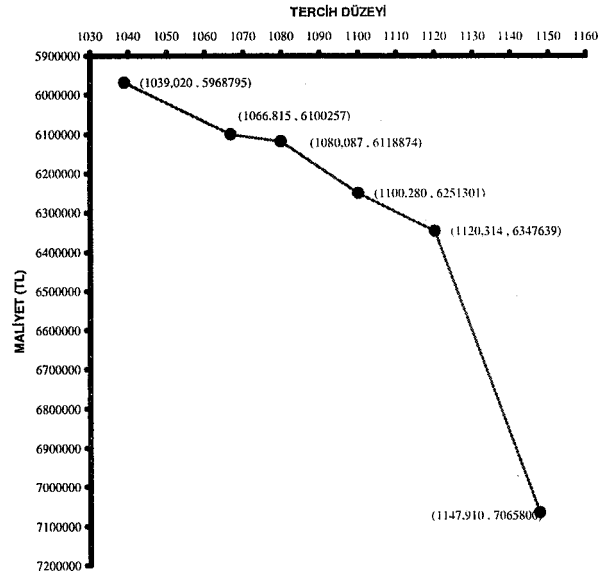
Z_M ve Z_m amaç işlevlerinin enbüyük ve enküçük değerlerini, Z_U ise en iyi uzlaşma çözümünün amaç işlevi değerlerini gösterdiğinde, en iyi uzlaşma çözümünün (Z₁ = 6.347.639, Z₃ = 1120,314) tüm amaçların mümkün olan en iyi değerlerine ulaştığı ideal çözüme (Z₁ = 5.968.795, Z₃ = 1147,910) yakınlık oranı; enbüyüklenen Z₃ amaç işlevi için

$$\frac{Z_U - Z_m}{Z_M - Z_m}$$

formülü ile, enküçüklenen maliyet amaç işlevi için ise

$$\frac{Z_M - Z_U}{Z_M - Z_m}$$

formülü ile hesaplanır [5]. En iyi uzlaşma çözümünün ideal çözüme yakınlık oranı Z₁ amacı için % 65, Z₃ amacı için ise % 75 olarak belirlenmiştir.



Şekil.2. Maliyet -Tercih Düzeyi Amaçları için Temsilci Baskın Çözümlerin Görünümü

IV.3. Maliyet ve Enerji Amaçları

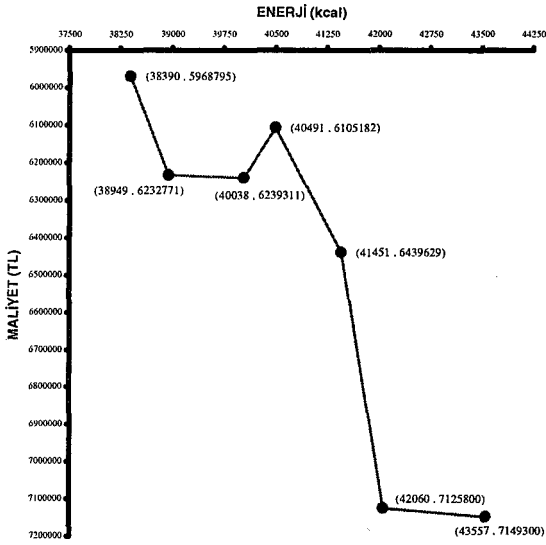
ÇADP modelinin toplam maliyetin enküçüklenmesi (Z₁) ve menünün sağladığı enerji miktarının enbüyüklenmesi (Z₂) amaçları için çözümlenmesi sonucunda, elde edilen sonuç tablosu Tablo.4' te, kısıt yönteminin uygulanması sonucunda belirlenen temsilci baskın çözümler ise Tablo.5 ve Şekil.3' te sunulmuştur.

Tablo.4. Maliyet - Enerji Amaçları Sonuç Tablosu

Çözüm	Maliyet (Z ₁)	Enerji (Z ₂)
X ¹	5.968.795	38.390
X ²	7.149.300	43.557

Tablo.5. Maliyet -Enerji Amaçları için Temsilci Baskın Çözümler

Çözüm	L_2	Enerji (Z_2) (kcal)	Maliyet (Z_1) (TL)	λ_{Z_1/Z_2} (TL/kcal)
1	$e \geq 38390$	38.390	5.968.795	472,23
2	$e \geq 38920$	38.949	6.232.771	(Basılıgın)
3	$e \geq 39425$	40.038	6.239.311	(Basılıgın)
4	$e \geq 40490$	40491	6.105.182	348,38
5	$e \geq 41400$	41.451	6.439.629	1126,72
6	$e \geq 42000$	42.060	7.125.800	15,70
7	$e \geq 43557$	43.557	7.149.300	----

**Şekil.3. Maliyet-Enerji Amaçları için Temsilci Baskın Çözümlerin Görünümü**

Elde edilen baskın çözümlerin karar vericiye sunulması sonucunda, karar verici enerji miktarı 41.451 kcal. ve maliyet değeri 6.439.625 TL. olan 5 no.lu çözümü "en iyi uzlaşma çözümü" olarak belirlemiştir. En iyi uzlaşma çözümünün ideal çözüme yakınlık oranı Z_1 amacı için % 60, Z_2 amacı için ise % 59 olarak hesaplanmıştır.

IV.4. Maliyet, Enerji ve Tercih Düzeyi Amaçları

Geliştirilen ÇADP modeli son olarak tüm amaçlar birlikte ele alınarak çözümlenmiştir. Bu durumda maliyet (Z_1) amacı enküçülenmek üzere seçilmiş, enerji (Z_2) ve tercih düzeyi (Z_3) amaçları ise modelde kısıtlar şeklinde dikkate alınmıştır:

Enk. Z_1

$$Z_2 \geq L_2$$

$$Z_3 \geq L_3$$

ÇADP modelinin üç amaç işlevinin birlikte değerlendirilmesiyle çözümlenmesi sonucunda, elde edilen sonuç tablosu Tablo.6' da, kısıt yönteminin uygulanması sonucunda belirlenen temsilci baskın çözümler ise Tablo.7' de sunulmuştur.

Tablo.6. Maliyet -Enerji -Tercih Düzeyi Amaçları Sonuç Tablosu

Çözüm	Maliyet (Z_1)	Enerji (Z_2)	Tercih Düzeyi (Z_3)
X^1	5.968.795	38.390	1039,020
X^2	7.065.800	38.190	1147,910
X^3	7.149.300	43.557	1072,130

Elde edilen 8 adet baskın çözümün karar vericiye sunulması sonucunda, karar verici tercih düzeyi 1120, enerji miktarı 39.283 kcal. ve maliyet değeri 6.385.714 TL. olan 8 no.lu çözümü "en iyi uzlaşma çözümü" olarak belirlemiştir. En iyi uzlaşma çözümünün ideal çözüme yakınlık oranı Z_1 amacı için % 65, Z_2 amacı için % 74, Z_3 amacı için ise % 74 olarak hesaplanmıştır.

V. SONUÇ

Menü planlama faktörlerini ve yemek listesi hazırlama kurallarını esas alan ve planlama dönemi içinde menü toplam maliyetini enküçük, sağlanan enerji miktarını enbüyük, beslenen kitlenin yemek türü ve öğünler bazındaki tercihlerinin karşılanma düzeyini enbüyük yapmayı hedefleyen bir çok amaçlı doğrusal programlama (ÇADP) modeli geliştirilmiş ve uygulama sonuçları sunulmuştur. Modelleme ve uygulama sürecindeki temel bulgular ve sonuçlar aşağıda özetlenmiştir.

a. Önerilen model, yemek listesi hazırlama kurallarına göre 8 günden az olmamak koşuluyla, n gün için menü planlanmasına elverişlidir.

b. Menü hazırlamaya etki eden faktörler ve menü hazırlama kuralları genel kabul görmüş nitelikte olduğundan, geliştirilen model toplu beslenme yapılan tüm kuruluşlarda gerekli değişikliklerin yapılması koşuluyla kullanılabilir.

c. Kısıt yöntemi yardımıyla baskın çözümlerin ve bunlara ilişkin amaçlararası takas değerlerinin (gölge fiyatlarının) karar vericiye sunulmasının, karar verme sürecini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Karar vericiye baskın çözüm seçeneklerini güvenle ve tam

bilgilendirilmiş olarak değerlendirebilme ve en iyi uzlaşma çözümünü kolayca seçebilme olanağı sağlanmıştır.

d. Karar vericilerin; problemin yapısı, amaçlar ve seçeneklerin özellikleri ile kendi tercih işlevlerine ilişkin bilgi düzeyleri arttıkça, “etkileşimli” yöntemlerin uygulanması ve karar sürecinin hızlandırılması mümkün olacaktır.

Tablo.7. Maliyet -Enerji-Tercih Düzeyi Amaçları için Temsilci Baskın Çözümler

Çözüm	L_3	L_2	Tercih Düzeyi (Z_3)	Enerji (Z_2) (kcal)	Maliyet (Z_1) (TL)	λ_{Z_1/Z_3} (TL)	λ_{Z_1/Z_2} (TL/kcal)
1	$p \geq 1066$	$e \geq 38190$	1066,026	38647	6.113.163	(Basılgin)	
2	$p \geq 1080$	$e \geq 38190$	1083,108	38200	6.376.694	(Basılgin)	
3	$p \geq 1100$	$e \geq 38190$	1100	38249	6.355.148	1528,300	29,560
4	$p \geq 1147$	$e \geq 38190$	1147,910	38190	7.065.800	-1882,822	34,928
5	$p \geq 1039$	$e \geq 38949$	1057,668	38950	6.665.020	(Basılgin)	
6	$p \geq 1066$	$e \geq 38949$	1066,342	39114	6.074.116	15466,462	1042,167
7	$p \geq 1080$	$e \geq 38949$	1080,088	39318	6.286.718	3436,621	-64,013
8	$p \geq 1120$	$e \geq 38949$	1120	39283	6.385.714	-959,900	119,476
9	$p \geq 1066$	$e \geq 39600$	1078,179	39619	6.425.858	4831,446	334
10	$p \geq 1080$	$e \geq 39600$	1081,359	39665	6.441.222	9384,952	-423,442
11	$p \geq 1120$	$e \geq 39600$	1120,473	39669	7.117.459	-658,647	8,189

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Kutluay, T., & Birer, S. (1981). *Orta Dereceli Kız Teknik Okulları Kurum Beslenmesi Temel Ders Kitabı*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- [2] Baysal, A., & Merdol, T.K. (1994). *Toplu Beslenme Yapılan Kurumlar İçin Yemek Planlama Kuralları ve Yıllık Yemek Listeleri*. Ankara: Hatipoğlu Yayınevi.
- [3] KKY.10-19. (1995). *Kara Kuvvetleri Komutanlığı Askeri Okullar Beslenme Yönergesi*. Ankara: K.K. Basımevi ve Basılı Evrak Depo Müdürlüğü.
- [4] Cohon, J.L. (1978). *Multiobjective Programming and Planning*. New York: Academic Press.
- [5] Zeleny, M. (1982). *Multiple Criteria Decision Making*. New York: Mc Graw-Hill Inc.
- [6] Oral, H. (1999). Menu Planning Through Multiobjective Programming: An Application in Turkish Army. *Sistem Müh. Yüksek Lisans Tezi*, Fen Bilimleri Enstitüsü. Yeditepe Üniversitesi.

Varol GÜNYAŞAR (vgunyasar@superonline.com) was graduated from Kabataş High School in 1974. He graduated from Industrial Engineering Department of Boğaziçi University in 1979 and completed the requirements for the degree of Master of Science in Industrial Engineering in 1984. In 1979, he was appointed as a Research Assistant in Production Management Unit of Marmara University and obtained the Ph.D. degree in 1990 in this field of expertise. Since 1990, he has been working as an instructor in the Department of Business Administration and offering the courses of “Operations Management” and “Total Quality Management” in the faculty and graduate programs. His interest areas are production and operations management, total quality management, business process improvement, quantitative methods in business, multiobjective modelling and decision making techniques.

E-COMMERCE AND SECURITY

Levent ERTAUL¹, Ayse AKYOL²

¹California State University, Department of Math and Computer Science, Ph.D.

²Trakya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yardımcı Doçent Dr.

E-COMMERCE and SECURITY

Abstract: E-commerce became an important tool used by the companies in order to communicate customers directly and satisfy their personalized needs and requirements. Although e-commerce and its importance are increasing rapidly, it is well behind its potential. The main reason of its slow development is the security. The ultimate success of e-commerce will depend, to great extent, on the interest and confidence of consumers. The issue of security is not an easy problem and there are no definitive solutions to it. There will always be a fierce competition between people trying to protect their assets and people trying to defeat these protections. This will be a never ending story.

In this paper, direct marketing, online marketing and e-commerce are defined; security issues are addressed; the existing security technologies in e-commerce are reviewed and finally the paper are concluded with general discussion about the achievability of security in e-commerce.

Keywords: Direct Marketing, Online Marketing, E-Commerce, Security

I. INTRODUCTION

While information is booming, communication structure is becoming multi-channel and more complex, customer needs and requirements are changing and diversifying ever so endlessly, technological advances, globalization and economical developments are changing the market place dramatically.

For customers, having information and making comparisons became very easy with technological advances, and customers became more aware and selective in an environment with many companies and many product variations. In this aspect, companies needed to adapt and follow the change by using customized marketing implementations and direct marketing to satisfy customer's personalized requirements and needs rather than implementing mass marketing for every customer.

Sweeping changes in connecting technologies (i.e. computer, information, communication, transportation) are reshaping business models and marketing practices in most industries and causing marketers to redefine how they connect with the marketplace – with their customers, with marketing partners inside and outside the company,

E-TİCARET ve GÜVENLİK

Özet: Müşteriler doğrudan iletişim kurmak, onların kişisel istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için e-ticaret, şirketler tarafından kullanılan önemli bir araç haline gelmiştir. E-ticaret ve önemi hızla artmasına rağmen, gerçek potansiyelinin oldukça gerisindedir. Bu yavaş gelişimin en önemli nedeni "güvenlik"tir. E-ticaretin başarısı büyük ölçüde müşterilerin ilgi ve güvenine bağlı olacaktır. Güvenlik kolay bir sorun değildir ve kesin çözümleri de yoktur. Her zaman, şirket varlıklarını korumaya çalışan insanlar ile bunları yenmeye çalışan insanlar arasında bir mücadele olacaktır ve bu bitmeyen bir hikaye olacaktır.

Bu makalede doğrudan pazarlama, online pazarlama ve e-ticaret tanımlanmış; güvenlik konuları belirtilmiş; varolan güvenlik teknolojileri incelenmiş ve makale e-ticarette gerçekleştirilebilecek güvenlik hakkında genel bir değerlendirme ile tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan Pazarlama, Online Pazarlama, E-Ticaret, Güvenlik

and with the world around them. Beyond competing in traditional "marketplaces", company's now have access to exiting new "marketspaces". Therefore, "conduct commerce in marketplaces" became "conduct e-commerce in marketspaces" [1]. Therefore, e-commerce operations are increasing day by day. E-commerce became an important tool used by the companies in order to communicate customers directly and satisfy their personalized needs and requirements. Although e-commerce and its importance are increasing rapidly, it is well behind its potential. The main reason of its slow development is the security. The ultimate success of e-commerce will depend, to great extent, on the interest and confidence of consumers.

In this paper, direct marketing, online marketing and e-commerce will be defined; security issues will be addressed; the existing security technologies in e-commerce will be reviewed and finally the paper will be concluded with general discussion about the achievability of security in e-commerce.

II. DIRECT MARKETING

In old fashion way of marketing, "mass

marketing” practices were applied by targeting the whole market with standardized products, prices, promotions, and distributing them through intermediaries. However, in modern marketing, firms targeted customers by seeking profitable ones through careful analysis and adopted “direct marketing” practices. Nowadays, companies are trying to communicate these carefully targeted customers more efficiently to build long term and stronger direct relationships with them.

The main direct marketing tools are:

- face to face selling,
- telemarketing,
- direct mail marketing,
- catalog marketing,
- direct response television marketing,
- kiosk marketing
- online marketing (and e-commerce)

The rise in accessibility of computer technology and the advancements in software technology allow the generation of personalised letters and messages has eased the task of direct marketing [2]. Online marketing is conducted through interactive online computer systems, which link consumers with sellers electronically. Although still in their infancy, internet usage and online marketing are growing explosively [1].

III. ONLINE MARKETING and E-COMMERCE

Online marketing offers great promise for the future. Its most ardent apostles envision a time when the Internet and e-commerce will replace magazines, newspapers and even stores as sources of information and shopping. Yet despite all the hype and promise, online marketing may be years away from realizing its full potential [1]. New technologies create opportunities to segment and effectively target customers and it is expected that a large number of customers will shop online through wireless web, mobilephones, laptops, personal digital assistants (PDAs).

E-commerce is revolutionizing business transactions. In fact, e-commerce is changing the way businesses of all sizes operate in terms of their interaction with customers and suppliers. In addition, it is contended that the rapid adoption of e-commerce by many firms is also providing the catalyst for societal change [3].

The Department of Trade and Industry proposed the following e-commerce definition to the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD): “Using an electronic network to simplify and speed up all stages of the business process, from designing and

making to buying, selling and delivery’ e-commerce is the exchange of information across electronic networks, at any stage in the supply chain, whether within an organisation, between businesses, between businesses and consumers, or between the public and private sectors, whether paid or unpaid” [3]. The definition as agreed in the UN - CEFACT (United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business) ad hoc group for Electronic Commerce: “Electronic Commerce is doing business electronically. This includes the sharing of standardised unstructured or structured business information by any electronic means (such as electronic mail or messaging, World Wide Web technology, electronic bulletin boards, smart cards, electronic funds transfers, electronic data interchange, and automatic data capture technology) among suppliers, customers, governmental bodies and other partners in order to conduct and execute transactions in business, administrative and consumer activities”.

The growth of the internet and the possibilities for consumers, suppliers and banks to create a new type of shopping has resulted in the evolution of the e-commerce and e-commerce applications. An e-commerce application may address one or several phases of typical business transactions such as in phase 1 merchant makes an offer for a specific goods or services. According to this offer, the customer may place an order in phase 2. In phases 3 and 4, the customer makes a payment and the merchant delivers the goods or services to the customer. The handling of payment may require third parties such as banks or acquirer gateways. In either case, disputes may occur and these disputes must be addressed in phase 5 [4-6].

In spite of the well-publicized successful e-commerce stories many businesses and customers are still cautious about participating in e-commerce and security concerns are often addressed as being the single most important barrier. Consumers still worry that snoopers will eavesdrop on their online transactions or intercept their credit card numbers and make unauthorized purchases. In turn, firms doing business online fear that others will use the Internet to invade their computer systems for the purposes of commercial espionage or even sabotage. Online marketers are developing solutions to such security problems. However, there appears to be an ongoing competition between the technology of internet security systems and the sophistication of those who are seeking to break them [1].

IV. SECURITY ISSUES IN E-COMMERCE

Security continues to be and probably will always be a problem. If you over look that, you are in trouble. It once used to be about insurance and now it has become a lifestyle.

Security on the internet works something like this old joke: Once there were two hunters in the deep forest. They had gone down to a nearby lake for some water, leaving their guns back at the campfire. A grizzly bear approached them rapidly, and after a frightening chase, fortunately the bear went on its way. Back at the camp, the first hunter asked the second hunter, “Why did you run? You know you can’t outrun a grizzly”. His friend replied, “I didn’t need to outrun the grizzly, I just needed to outrun you”. The analogy to internet security is that if someone wants to break into your system badly enough, he probably can. The key is to make it difficult enough that he chooses to go after someone else’s system [7].

When today’s e-commerce market is reviewed, an enormous variety of applications written in several languages running on top of different systems can be seen. Most of the applications work quite well, but it is hard to trust them since they lack strong security. There are different types of shortcomings in existing applications, among which:

- On the internet people cannot be sure of the other party’s identity. Masquerading techniques pose a real problem since customers are not willing to spend money in stores they cannot trust (Authentication).
- The customer does not want to reveal secret information to the rest of the world. Confidentiality must be necessary.
- Guaranteeing the integrity is necessary.
- There is no simple way of allowing or denying access to certain resources in a system.
- Generation of proof of certain events is not possible.
- Storing sensitive information in a secure manner is not easy and adequate support is not always available [8].

In e-commerce and e-commerce applications there are four different issues as far as security is concern. These are:

- Client-side security issues
- Server-side security issues
- Transaction-side security issues
- Organizational and legal security issues

As it can be seen from the above issues that security requirements of e-commerce applications generally go beyond the more traditional requirements of

network security [5,9-13].

IV.1. Client-side Security Issues

From the user’s point of view, client-side security is the major concern. In general, client-side requires the use of traditional computer security technologies [4,6,9,11,14], such as:

- **User authentication:** The authentication service is concerned with assuring that a communication is authentic. The function of authentication is to assure the recipient that the message is from the user that it claims to be. In other words these techniques allow server to verify that user is a legitimate user.

- **User authorization:** The authorization service provides permission to access a resource.

- **Access control:** The Access control service is a mechanism for limiting use of some resource to authorized users. It is the prevention of unauthorized use of a resource. These service controls, who can have access to a resource, under what condition access can occur, and what those accessing the resource are allowed to do.

- **Anti-virus protection:** It provides protection against malicious codes (viruses, worms, Trojan horses etc).

With regard to communication services client may additionally require [4,6,9,11,14]

- **Server authentication:** Client may require authentication of the server by using same techniques that are used in user authentication.

- **Non-repudiation of receipt:** When a message is received, the sender can prove that the alleged receiver in fact received the message.

- **Anonymity** (anonymous browsing on the Web): It allows a principal to interact with others (in this case its Web browsing) without revealing ones true identity. The use of anonymity entails a responsibility to use wisely.

IV.2. Server-Side Security Issues

Server-side security is typically the major concern from the service provider’s point of view. In general, server-side requires various security services [4,6,9,11,14,15] such as

- **Client authentication:** These techniques allow server to verify that user is a legitimate user.

- **Client authorization:** Authorization service

provides permission to access a resource for a legitimate user.

- **Non-repudiation of origin:** It is a proof that the message was sent by the specified party. It actually provides protection against denial by one of the entities involved in a communication of having participated in all or part of the communication. Thus, when a message is sent, the receiver can prove that the alleged sender in fact sent the message. Similarly, when a message is received, the sender can prove that the alleged receiver in fact received the message.

- **Sender anonymity** (anonymous publishing on the Web): Anonymity provides a shield to protect people from having to associate their identity with some data (in this case posting on the Web).

- **Audit trail:** Auditing is the process of analyzing systems to determine what action took place and who performed them.

- **Accountability:** It usually entails maintaining a log of security-relevant events that have occurred, listing each event and the person.

- **Reliability:** It provides means that payment transactions occur either completely successful or not at all, but they never hang in an unknown or inconsistent state.

- **Availability:** Apart from needing to be secure, a server, in e-commerce, must be available and reliable. It must be available all the time, seven days a week, and 24 hours a day. It must also have some protection against denial-of-service (DoS) attacks, or at least be able to detect them early and start recovery procedures.

IV.3. Transaction Security Issues

Transaction security has kept many customers from purchasing on the internet. Much resistance has come from privacy issues and there are continual reminders of how unsafe these practices can be, even though "secure" software programs have been developed and continue to become more protective [16]. A prerequisite for the evolution of the electronic commerce is the existence of effective security mechanisms to protect commercial transactions. Consumers and providers of products and services are not expected to use widely e-commerce applications unless they are confident that electronic communications and transactions will be confidential, the origin of messages can be verified and the personal privacy can be protected. Personal privacy refers to all personal information including behaviour, communication and other personal data. One of the most important aspects of e-commerce is therefore the underlying secure payment scheme. Transaction security

requires various security services [5,6,12,14,17] such as:

- strong data and user authentication, preferably based on X.509 certificates, digital signatures and personal smart cards

- privacy (confidentiality) of transactions using encryption

- transaction integrity using message digest algorithms

- non-repudiation to handle disputes about the transaction

- transaction anonymity guarantees

IV.4. Organizational and Legal Security Issues

The legal system has adapted quite well to computer technology by reusing some old forms of legal protection (copyrights and patents) and creating laws where no adequate one existed (malicious access). Law and computer security, in e-commerce, related in several ways. First international, federal, state and city laws can affect privacy and secrecy. These statutes often apply to the rights of individuals to keep personal matters private. Second laws regulate the use, development, and ownership of data and applications. Patents, copyrights, and trade secrets are legal devices to protect the rights of developers, and the owners of applications and data. Similarly, access control to data is supported by these mechanisms of law. Third, laws affect actions that can be taken to protect the secrecy, integrity and availability of computer information and services. However law does not always provide an adequate control. When e-commerce is concerned, the law is slowly evolving because e-commerce is a new thing, compared to houses, land or money. As a consequence, the place of e-commerce systems in law is not yet firmly established [14,17-19].

V. CURRENT E-COMMERCE SECURITY TECHNOLOGIES

E-Commerce is threatened by a wide variety of people, including criminal hackers, disgruntled employees or exemployees, competitors, terrorists, foreign agents, etc. The tools available to these parties have increased dramatically while the technological knowledge needed to use them has fallen. Moreover, the system is becoming more complex and interdependent, and therefore potentially more vulnerable. Because of their technical complexity, some of these dependencies may be unrecognized until a major failure occurs [20]. Existing security technologies for e-commerce will be addressed under the headings of Electronic Payment Security, Communication Security and Web security.

V.1. Electronic Payment Security

A secure payment scheme for electronic commerce must support strong authentication of each party, based on X.509 digital certificates, digital signatures and personal smart cards and also must provide confidentiality (privacy) of transactions by using strong encryptions. Along with the authentication and confidentiality, any payment system must provide transaction integrity. In addition to these, to avoid any conflicts among parties, non-repudiation (both source and destination) of transactions must be supported [5].

Substantial technical progress has been made in this area recent years. In Table 1 some existing electronic payment systems, which provide aforementioned services, are listed. Some of these schemes are more and some are less effective and popular but all of them are Internet based payment systems. The VISA\Master card SET system is having broad acceptance since it is very strong, comprehensive and effective system [6].

Table.1. Internet Based Electronic Payment Systems

Cybercash	IBM Electronic Commerce	Netscape	GC Tech
Checkfree	iPK Protocol	Netbank	Net Market
Digicash	Intuit	Mondex	Security First Networkbank FSB
Electronic Funds Clearing House	Netcheque	Sandia's Ecash system	VISA/MC SET

Source: Mavridis, I., Pangalos, G., Koukouvinos, T., & Muftic, S., *A secure payment system for Electronic Commerce*. www.infolab.gen.auth.gr/Phd/mavridis/DEXA99.pdf [5]

V.2. Communication Security

Communication security is provided by cryptographic security protocols in Networks. These protocols work on different layers of the network. Below crypto based security protocols which work at different network layers and used by e-commerce applications are given [6,14,17,18,21].

- **PAP:** Password authentication Protocol provides password security
- **CHAP:** Challenge-Handshake Authentication Protocol offers password security stronger than PAP
- **EAP:** Extensible Authentication Protocol is a general protocol for PPP authentication that supports CHAP

- **PPP:** Point-to point protocols provide secure access to remote host.
- **ECP:** Encryption Control Protocol protects confidentiality of data carried with PPP
- **MAC address filtering (Firewalls):** Decides for each packet whether it should be forwarded or dropped at machine level.
- **IP address filtering (Firewalls):** Decides for each packet whether it should be forwarded or dropped based on IP address.
- **IPSec:** IP Security provides Authentication, Confidentiality, Integrity and protection against replaying and IP spoofing attacks. It is basic protocols of Virtual Private Networks (VPN).
- **SOCKS:** provides a flexible framework for developing secure communications by easily integrating other security technologies. It also provides authentication and establishes a second connection to the required server.
- **SSL/TLS:** Secure Socket Layer/ Transport Layer Security Protocols provide data integrity, confidentiality and authentication. They are implemented in many Web browsers (Internet Explorer, Netscape). Many internet based e-commerce applications are based on these protocols.
- **SASL:** Simple Authentication and Security Layer is a mechanism to add authentication and authorization support to connection-oriented protocols
- **Application Gateways and Content Filters (Firewalls):** control passing traffic through to host based on the content of the messages (checks malicious codes such as viruses, worms or specific patterns).
- **SSH:** Secure Shell helps to establish a secure connection to the network services or secure remote execution of commands
- **Secure TELNET:** provides authenticated and secured remote access
- **RADIUS:** Remote Authentication Dial in User Service provides authentication and authorization for dial in users.
- **TACACS +:** The Terminal Access Controller Access Control System provides a way to centrally validate users attempting to gain access to a router or access server.
- **S/MIME:** Secure/Multipurpose Internet Mail Extension provides authentication, integrity with digital signature and confidentiality to e-mail applications.
- **S-HTTP:** The Secure HyperText Transfer Protocol provides authentication, integrity and confidentiality to messages in WWW environments.
- **KERBEROS:** provides secure access control to

network resources.

All of these protocols have specific advantages and disadvantages [6,14,17,18,21], and all of them generally enable us to develop secure commercial transactions for a wide range of applications.

V.3. WEB Security

Web-based e-commerce applications are changing the way consumer buy goods and access information. These applications commonly employ or use the combination of technologies such as HTML (Hypertext Markup Language), XML (eXtensible Markup Language), JavaScript, Java (JSP (JavaServer Pages Technology), Servlets), ASP, dynamic html and CGI (Common Gateway Interface) [6,14,17,18,21].

The current e-commerce solutions utilize the web and represent a composition of diverse technologies:

- **User interface:** through html, xml, Java, JavaScript

- **Server Functions:** through dynamic html, JSP, ASP, J2EE, CGI or servlets

The real challenge here is to formulate secure impenetrable applications in light of the combinations of a variety technologies and capabilities because most of the above technologies are having some security problems. When they are used, a special attention must be paid other wise developed applications might have real!!! security problems [6,11,14,17,18,21].

VI. CONCLUSIONS

Traditional marketing concept differs from modern marketing in following points:

- In traditional marketing, companies largely focus on sales and products, tend to implement mass marketing practices by standard products, and they try to increase market growth, by finding new customers, via use of mass media for promotion.

- In modern marketing however, companies largely focus on customer and markets, tend to use marketing implementations onto carefully targeted customers, try to

- o develop long term relationship with existing customers as well as finding new ones,
- o establish connection with customers directly,
- o develop customized products to satisfy customer's personalized requirements / needs,
- o work with other organizations through strategic alliances.

These above changes can be seen easily when

some of hot topics of marketing literature, such as database marketing, one-to-one marketing, relationship marketing, supply chain management, are looked into. All of these topics directly related to development of new technologies. The main reason of rapidly increased usage of e-commerce is that companies try to use available new technologies to implement and achieve modern marketing strategies. For example, customers specifications and their usage patterns can be determined (database marketing) and direct relations with existing customers can be established (one-to-one marketing) by constituting powerfull databases. Besides, firms need to create relationships with customers, suppliers, distributors, agencies, retailers, wholesalers, employees etc. (relationship marketing) rather than achieving just one transaction. The other topic explains the process from supplier to the end user (supply chain management). Since the success will depend on how entire supply chain performs against competitor chains, firms try to strengthen their connections with partners in the supply chain. As a result, new technologies and e-commerce has created very attractive possibilities for understanding customers better, establishing more powerfull relations with customers and other stakeholders, and therefore more effective and efficient marketing strategy.

More companies in the future will use online marketing and e-commerce if obstacles such as security addressed otherwise e-commerce may be slow to grow. If more secure ways of business are developed, consumers and firms will not consider themselves vulnerable about their personal information and they will go with e-commerce. Without security, most business operators and their clients may decide to forgo use of internet and revert back to traditional methods of doing business. To counter this trend and get benefits of e-commerce, the issues of Client/Server Side security, Transaction-side security and Organizational and legal issues must be constantly reviewed and appropriate countermeasures must be developed. These security mechanisms must be implemented in away that they do not harm e-commerce.

Technological developments are very important to provide security in e-commerce. The future of e-commerce depends on these developments. Security in e-commerce is one of the main problems of such trade. Based on the research among internet users indicates that internet usage for e-commerce transactions largely depends on security and protection of privacy [22].

Unfortunately there is no silver bullet to solve the security problems of e-commerce with existing technologies since each of them have some sort of security advantages and disadvantages and they require constant security improvements depending on the changing circumstances (new attacks etc). Major weakness of these available techniques is a lack of maturity and standardization (at least for some of them e.g. SET).

Technology only offers a wide range of tools to

solve some specific and clearly stated problems. It seems that these available but complex technologies must be combined to have a desired level of security. Even with this approach we can only show that a specific system is resistant against a set of well known attacks. Since we don't know all possible attacks in advance, it's impossible to say whether system is secure. Security is a system property that is not fully provable anyway. Nevertheless we believe that it's possible to build more secure systems with the existing technologies if we use, integrate them correctly and implement them securely. In other words the best way to build security is to use best technologies with best combinations.

The place of e-commerce systems in law is not established yet but this law is a prerequisite for the successful deployment of e-commerce applications. It should be addressed as quickly as possible.

Finally, the issue of security is not an easy problem and there are no definitive solutions to it. There will always be a fierce computation between people trying to protect their assets and people trying to defeat these protections. This will be a never ending story.

REFERENCES

- [1] Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing*. 9th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- [2] Jobber, D. (1995). *Principles and Practice of Marketing*, Berkshire: McGrawhill Book Company.
- [3] Brooksbank, D., Thomas, B., Packham, G., & Morse, L. (2002). E-Commerce and Small and Medium Sized Enterprises in South East Wales; A Clear Case for Intervention? Working Paper, *ISBA National Small Firms Policy & Research Conference*, Brighton.
- [4] Oppliger, R. (1999). Shaping the research agenda for security in E-commerce. *10th International Workshop on Database and Expert Systems Applications*, Italy.
- [5] Mavridis, I., Pangalos, G., Koukouvinos, T., & Muftic, S. *A secure payment system for Electronic Commerce*. (infolab.gen.auth.gr/Phd/mavridis/DEXA99.pdf).
- [6] Stallings, W. (2003). *Network Security Essentials: Applications and Standarts*. 2nd Ed. New Jersey: Prentice Hall.
- [7] Hofacker, C.F. (2001). *Internet Marketing*, Third Edition, New Jersey: John Wiley & Sons.
- [8] Win, B.D., Bergh, J.V.D., Matthijs, F., Decker B.D., & Joosen, W. (2000). *A Security Architecture for e-commerce applications*. (<http://www.cs.kuleuven.ac.be/~bartd/PAPERS/bdw-sec2000.ps.gz>).
- [9] Marchany, R.C., & Tront, J.G. (2002). E-Commerce Security Issues. *Proc. of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences*, p.193. (<http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hics/2002/143/5/07/14350193.pdf>)
- [10] Sahuguet, A. (1998). *Piracy: The dark side of Electronic Commerce*. CIS-700/2 University of Pennsylvania.
- [11] Ghosh, A.K. *Securing Electronic Commerce: Exposing the Weak Links*. Reliable Software Technologies Corporation. (<http://www.rstcorp.com/~anup/IBconf.ps>).
- [12] Kailer, R. (2003). Accountability in Electronic Commerce Protocols. *Proceedings of the IEEE Symposium on Security and Privacy*, pp.200-205.
- [13] Ettredge, M., & Richardson, V.J. (2002). Assessing the Risk in E-Commerce. *Proc. of the 35th Hawaii International Conference on System Sciences*, p.194. (<http://csdl.computer.org/comp/proceedings/hics/2002/143/5/07/14350194.pdf>)
- [14] Hassler, V. (2001). *Security Fundamentals for E-Commerce*. Norwood: Artech House Computer Security Series.
- [15] Liew, C.C., Ng, W.K., Lim, E.P., Tan, B.S., & Ong, K.L. (1999). Non-repudiation in Agent-Based Electronic Commerce System. *IEEE 10th International Workshop on Database and Expert Systems Applications*, pp.864-869. (<http://csdl.computer.org/comp/proceedings/dexa/1999/0281/00/02810864.pdf>)
- [16] Peebles, D.K. (2002). Instilling Consumer Confidence in E-Commerce. *S.A.M. Advanced Management Journal*, 67(4), pp.26-32.
- [17] Bishop, M. (2003). *Computer Security: Art and Science*, Boston: Addison Wesley.
- [18] Pfleeger, C.P., & Pfleeger, S.L. (2003). *Security in Computing*. 3rd Ed. New Jersey: Prentice Hall.
- [19] Matsuura, J.H. (2002). *Security, Rights, and Liabilities in e-commerce*. Norwood: Artech House.
- [20] McCrohan, Kevin F. (2003), Facing the Threats to Electronic Commerce. *The Journal of Business & Industrial Marketing*. 18(2/3), pp.133-146.
- [21] Kaufman, C., Perlman, R., & Speciner, M. (2002). *Network Security: Private Communication in a Public world*. 2nd Ed. New Jersey: Prentice Hall.
- [22] ITO. (2002). *Dünyada ve Türkiye'de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 6.

Levent ERTAUL (lertaul@csuhayward.edu) is a member of faculty in the department of Math & Computer Science. He received B.S. degree in Electrical and Electronics Engineering from Anatolia University in 1984, an M.S. Degree in Electronics Engineering from Hacettepe University in 1987 and a Ph.D Degree in Engineering and Applied Sciences department from the University of Sussex (UK) in 1994. He has an extensive back ground in teaching and research. He was involved in industrial, international, and government funded research activities. He was a visiting professor in Information Security Labs of Oregon State University (OSU) in 2002. He has published articles in such areas as computer networks security, cryptology, security in wireless networks and mobile agents security, telecommunications security.

Ayşe AKYOL (ayseakyol@mail.trakya.edu.tr) is a member of faculty in the department of business. She received BA degree in business from Dokuz Eylül University in 1990, MA degree in human resources management from İstanbul University in 1996, Ph.D degree in marketing from University of Portsmouth (UK) in 2000, MSc degree in business research and consultancy from University of Portsmouth in 2002. Her research interests are international marketing, export, social and environmental orientation, marketing ethics.

MAKROSKOPİK AKIM KARAKTERİSTİKLERİNİN BELİRLENMESİ İÇİN BİR ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME YÖNTEMİ; TRAFİK OPTİMİZASYONU

Necla TEKTAŞ¹, Ahmet AKBAŞ²

¹Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Dr.

²Marmara Üniversitesi, T.B.M.Y.O., Öğretim Görevlisi, Dr.

A MEASURING and EVALUATION METHOD FOR ACQUIRING MACROSCOPIC FLOW CHARACTERISTICS; TRAFFIC OPTIMIZATION

Abstract: For the real time control applications, the macroscopic characteristics of traffic flows are determined by using various evaluation methods which use the microscopic flow parameters obtained from the traffic detectors. In this study, such a measuring and evaluating method has been proposed. The aim of the proposed method is to obtain the macroscopic characteristics with their minimum error. The proposed method has also a meaning for other control techniques which refer the space and time variables as discrete variables. Due to this method the macroscopic variables which are characterize the traffic flows are determined as accumulation of measured microscopic variables during the discrete time periods. The proposed method has been used in the simulation based tests related to a ramp metering process which uses dynamic optimization model developed by this study. Obtained performance developments are satisfied.

Keywords: Traffic, Optimization

MAKROSKOPİK AKIM KARAKTERİSTİKLERİNİN BELİRLENMESİ İÇİN BİR ÖLÇME ve DEĞERLENDİRME YÖNTEMİ; TRAFİK OPTİMİZASYONU

Özet: Gerçek zamanlı kontrol uygulamalarında, trafik akımlarının makroskopik karakteristikleri, trafik dedektörleri üzerinden elde edilen mikroskopik akım parametrelerinin çeşitli yöntemlerle değerlendirilmesi sonucunda belirlenir. Bu çalışmada, makroskopik akım karakteristiklerinin daha az hatayla belirlenmesini amaçlayan böyle bir ölçme ve değerlendirme yöntemi önerilmektedir. Önerilen yöntem, yol ve zaman değişkenlerinin ayrık değişkenler olarak dikkate alındığı diğer kontrol teknikleri için de anlamlıdır. Buna göre, bir trafik akımını karakterize eden makroskopik büyüklükler, ayrık yol birimi olarak dikkate alınan bir yol segmenti için tanımlanır ve bu büyüklükler, bir ayrık zaman birimi süresince trafik dedektörleri üzerinden ölçülen mikroskopik akım parametrelerinin kümülatif değerleri dikkate alınarak belirlenir. Önerilen bu yöntem, bir katılım denetimi sürecine yönelik dinamik optimizasyon modeline ilişkin simülasyon tabanlı testlerde kullanılmış ve tatmin edici sonuçlar alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Trafik, Optimizasyon

I. GİRİŞ

Günümüzde karayolu ağlarında giderek yaygınlaşma eğiliminde olan sıkışıklıklar, trafik akımlarının güçlü optimizasyon yöntemleriyle birleştirilmiş teknikler kullanılarak denetimini zorunlu hale getirmiştir. Bu amaçla, trafik akımlarının karakteristiklerinin gerçek zamanlı olarak belirlenmesi gerekir. Modern trafik kontrol sistemlerinde bu amaçla yol kaplamasının altına yerleştirilen trafik dedektörlerinin ürettiği mikroskopik akım parametrelerinden yararlanılır.

Makroskopik akım karakteristikleri, bu yolla ölçülen mikroskopik akım parametrelerinin çeşitli yaklaşımlarla değerlendirilmesi sonucunda belirlenir. Literatürde bu amaçla kullanılan çeşitli değerlendirme yöntemleri yer almaktadır. Bu yöntemlerin bir çoğuna göre, makroskopik akım karakteristikleri anlık meşguliyet süresi (occupancy time) ve anlık taşıt takip süresi (time headway) ölçümleri esas alınarak belirlenir.

Ölçme ve değerlendirme için kullanılan bu yaklaşım şekli, gerçek makroskopik akım verilerinin belirlenmesinde önemli boyuttaki hata payını da beraberinde getirmektedir. Bu ise, trafik akımlarının denetim sürecinde etkinliğin azalmasına neden olmaktadır.

Bu çalışmada, katılım denetimi sürecinde kullanılabilecek bir optimizasyon yöntemi geliştirilmiştir. Bu kapsamda, makroskopik akım karakteristiklerinin daha az hatayla belirlenmesini amaçlayan bir ölçme ve değerlendirme yöntemi önerilmiştir. Önerilen yöntem, yol ve zaman değişkenlerinin ayrık değişkenler olarak dikkate alındığı diğer kontrol teknikleri için de anlamlıdır. Buna göre, bir trafik akımını karakterize eden makroskopik büyüklükler, ayrık yol birimi olarak dikkate alınan bir yol segmenti için tanımlanır ve bu büyüklükler, bir ayrık zaman birimi süresince trafik dedektörleri üzerinden ölçülen mikroskopik akım parametrelerinin kümülatif değerleri dikkate alınarak belirlenir.

Geliştirilen optimizasyon yöntemi ve bu kapsamda önerilen ölçme ve değerlendirme yönteminin sağladığı yararlar, VISSIM simülasyon ortamında yapılan testlerle ortaya konmuştur. Sonuçların oldukça tatmin edici olduğu gözlenmiştir.

II. TRAFİK AKIMLARININ ANALİZİ

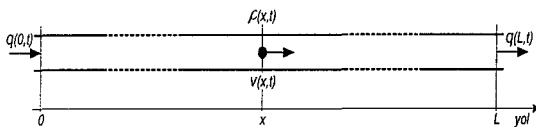
Karayolu ağlarında trafiğin oluşumu, birbirini takip eden taşıtların uzunlamasına yol kesitleri (*şerit*) boyunca oluşturduğu kuyruklar şeklindedir. Her trafik şeridi için belirli bir yöne ve belirli yol kullanım şartlarına haiz olan bu görüntüye *trafik akımı* ya da kısaca *akım* denir.

Bir trafik akımı içerisinde yer alan taşıtların davranışı, doğal olarak taşıt sürücülerinin psikolojik şartları, komşu şeritlerdeki akımların yapısı, yolun hizmet düzeyi ve iklim şartları gibi bir çok etkene bağlıdır. Bu nedenle, her trafik akımı, taşıt hareketlerinin sürücü davranışı ve çevresel kısıtlar tarafından sınırlandığı, tamamen ihtimallere bağlı bir olay olarak gerçekleşir.

Bununla beraber, gerçek zamanlı kontrol uygulamaları için, trafik akımları da bütün fiziksel olaylar gibi, karakteristik özelliklerini belirten modeller kullanılarak yorumlanabilmelidir. Bu amaçla, trafik akımlarının makroskopik özelliklerini karakterize eden üç temel büyüklük kullanılır. Şekil.1

- Akım (flow, q),
- Yoğunluk (density, ρ),
- Akım hızı (speed, v),

Bunlardan akım (q), yolun bir kesitinden birim sürede geçen taşıt sayısını (taşıtlar/ saat); yoğunluk (ρ), yolun birim uzunluktaki bir parçasını meşgul eden taşıtların sayısını (taşıtlar/km); akım hızı (ortalama hız, v) da, yolun bir kesitinden belirli bir sürede geçen taşıtların ortalama hızını (km/saat) ifade eder. [1, 2]



Şekil.1. Bir Ana Yol Hattı Boyunca Trafik Akımının Temel Karakteristiklerinin Dağılımı [1]

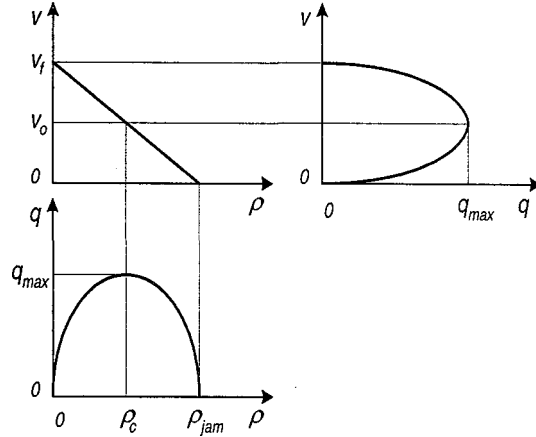
Buna göre, her trafik akımının makroskopik karakteristikleri, yolun herhangi bir kesitinde ve herhangi bir anda aşağıdaki eşitliği sağlar [3]:

$$q(x,t) = \rho(x,t) * v(x,t) \quad (1)$$

Bu ifadeye x yol, t zaman değişkenlerini temsil eder.

II.1. Trafik Akımlarının Dinamiği

(1) eşitliği ile ifade edilen ilişkinin yanı sıra, literatürde akım karakteristikleri arasındaki ikili ilişkileri izah eden (q,ρ) ; (v,ρ) ; (v,q) model yaklaşımları da önemli bir yer tutar. Bu kapsamdaki modellerin hemen hepsi, akım değişkenleri arasındaki ilişki için Şekil.2'deki grafiklerle özetlenen değişim şekillerini benimsemektedir. [2].



Şekil.2. Akım Karakteristikleri Arasındaki İkili İlişkilerin Grafik Gösterilimi [3]

Buna göre, *trafik sıkışıklığı* olgusu, karayolu üzerindeki yoğunluğun belirli bir kritik değeri (ρ_c) aşması haline karşılık gelen fiziksel durumdur [4]. Karayolu ağlarında söz konusu trafik sıkışıklıklarının artmasıyla beraber, gerçek zamanlı değerlendirmelere imkan sağlayan analiz yöntemleri ihtiyaç haline gelmiştir. Bu ihtiyaç, akım karakteristiklerinin ileriye dönük olarak nasıl gelişeceğine ilişkin tahminlerin yapılmasına da imkan sağlayan dinamik akım modellerinin gelişmesiyle karşılanmaya başlamıştır.

Bu kapsamda literatürde yer alan belli başlı modeller; akışkan modeli, şok dalgaları modeli, lineer taşıt takip modeli, lineer olmayan taşıt takip modeli, istatistiksel model başlıkları altında toplanabilir. Bunların en yaygın olarak kullanılanı, trafik akımlarının dinamiğini bir akışkanın dinamiğine benzetirerek yorumlayan '*akışkan modeli*'dir. Buna göre, akım ve yoğunluğun yol ve zamana bağlı değişimi, aşağıda verilen birinci dereceden kısmi diferansiyel denklemlerle (hiperbolik model) yorumlanmaktadır [2, 5]:

$$\frac{\partial}{\partial x} q(x,t) + \frac{\partial}{\partial t} \rho(x,t) = 0 \quad (2)$$

Pratikte yoğunluk, belirli uzunluktaki bir yol segmenti; akım, belirli süredeki bir zaman aralığı, hız da, belirli uzunluktaki bir yol segmenti ve belirli süredeki bir

zaman aralığı dikkate alınarak ölçülebilmekte ve anlamlandırılabilir. Bu nedenle akımların dinamiğini ayırık yol ve/veya zaman modelleri (fark denklemleri) ile temsil etmek, daha doğal bir yaklaşımdır [6].

II.2. Mikroskopik Akım Parametreleri

Bir optimizasyon sürecinde trafik akımlarının dinamiği ile ilgili gelişmelerin analiz edilebilmesi için, akım karakteristiklerini yansıtan parametrelere ilişkin verilerin elde edilmesi ve bunların çeşitli matematiksel modeller çerçevesinde yorumlanması şarttır.

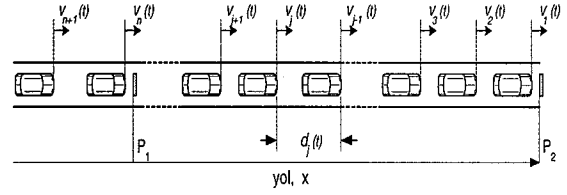
Günümüzde bu amaçla, gerçek zamanlı olmayan geleneksel ölçme yöntemlerinin yerine, gerçek zamanlı verilerin üretilmesine imkan sağlayan ve taşıtların geçiş yolu üzerine yerleştirilen trafik dedektörleri vasıtasıyla elde edilen ölçümlerden yararlanılmaktadır.

Taşıtların davranışlarının tek tek analiz edilebilmesinin yanı sıra, taşıt gruplarına ilişkin davranışların ayrıntılı olarak analiz edilebilmesine de imkan sağlayan bu ölçümler ile elde edilen parametreler, *mikroskopik akım parametreleri* olarak bilinir. Akım karakteristiklerine ilişkin makroskopik veriler, trafik dedektörleri üzerinden ölçülen mikroskopik akım parametrelerinden yararlanılarak çeşitli şekillerde üretilebilmektedir. Bu amaçla en yaygın olarak kullanılan mikroskopik akım parametreleri, aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- taşıt takip mesafesi (*distance headway, d*),
- taşıt takip süresi (*time headway, h*),
- meşguliyet süresi (*occupancy time, o*).

Taşıtların takip mesafesi, herhangi bir t anında birbirini takip eden iki taşıt arasındaki mesafeyi; taşıt takip süresi, herhangi bir yol kesitinden geçen iki taşıtların, aynı noktadan geçme anları arasındaki süreyi; meşguliyet süresi de, bir taşıtların uzunluğu belli olan bir yol kesitini meşgul etme süresi olarak tanımlanır [7].

Şekil.3'de bir trafik akımının $t=t_0$ anındaki görüntüsü ve akım parametrelerinin ölçülmesi için yol kaplamasının altına yerleştirildiği varsayılan trafik dedektörlerinin konumları gösterilmiştir. Burada j , taşıt numarasını ($j=1,2,\dots,n,\dots$); $v_j(t)$, $t = t_0$ anındaki taşıt hızlarını temsil etmektedir. Mikroskopik akım parametrelerinin en sık kullanılanlarından birisi olan taşıt takip mesafesi bu şekil üzerinde gösterilmiştir. Buna göre; $d_j(t)$, j nolu taşıt ile, önündeki taşıtların burunları arasındaki taşıt takip mesafesinin $t=t_0$ anında aldığı değeri belirtmektedir.

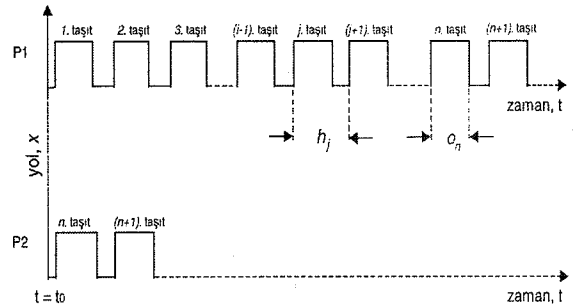


Şekil 3. Bir Trafik Akımının $t=t_0$ Anındaki Görüntüsü [7]

Şekil.3'de verilen taşıt kompozisyonuna göre, yolun P_1 ve P_2 kesitlerine yerleştirilen trafik dedektörleri üzerinden alınan dijital karakterdeki işaretlerin $t = t_0$ anından itibaren değişimi, Şekil.4'de bir örneği verilen değişim gibi olacaktır. Mikroskopik akım parametrelerinin en sık kullanılanlarından diğer ikisi de bu şekil üzerinde gösterilmiştir: taşıt takip süresi ve meşguliyet süresi.

Buna göre, P_1 noktasından j nolu taşıt ile önündeki taşıtların geçiş zamanları arasındaki fark (j nolu taşıtların takip süresi) h_j sembolü ile gösterilmiştir. Bunun gibi, n nolu taşıtların P_1 noktasına yerleştirilen trafik dedektörünü meşgul etme süresi, o_n sembolü ile gösterilmiştir.

Şekil.4'de gösterilen değişim şekline göre, her kare dalganın yükselen (çıkan) kenarı, ilgili taşıtların trafik dedektörüne yaklaştığı ana; alçalan (inen) kenarı da, ilgili taşıtların trafik dedektöründen uzaklaşmaya başladığı ana karşılık gelmektedir. Bu iki an arasındaki sürede, taşıtların trafik dedektörünü meşgul etmektedir (occupancy time, o). Bu süre, taşıtların boyu, taşıtların hızı ve trafik dedektörünün boyuna bağlı olarak değişir [7].



Şekil.4. Şekil.3'de Gösterilen Taşıtların Kompozisyonuna göre P_1 ve P_2 Noktalarındaki Trafik Dedektörleri Üzerinden Alınan Mikroskopik Akım Parametrelerine İlişkin İşaretlerin Zamanla Değişim Şekli [7]

Mikroskopik akım parametrelerinden taşıt takip süresi, temel akım karakteristiklerinden 'akım'ın doğrudan bir ölçüsünü vermektedir. Buna göre, taşıt takip süresi h , 'saniye' birimiyle ölçüldüğünde, akımın 'taşıtlar/saat' birimiyle ifade edilen anlık değeri aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$q = 3600 / h \quad (3)$$

Bunun gibi, mikroskopik akım parametrelerinden 'meşguliyet süresi' de, temel akım karakteristiklerinden 'hız'ın doğrudan bir ölçüsünü vermektedir. Buna göre, meşguliyet süresi o , 'saniye' birimiyle, meşgul edilen yol uzunluğu l 'metre' birimi ile ölçüldüğünde, hızın 'km/saat' birimiyle ifade edilen anlık değeri aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$v = 3.6 l / o \quad (4)$$

Bu parametrelerin ölçüldüğü trafik dedektörünün boyu l_d ve taşıtın boyu l_t de 'metre' birimi ile ölçüldüğünde, (4) eşitliğinde kullanılan yol uzunluğu, aşağıdaki gibi alınabilir:

$$l = l_d + l_t \quad (5)$$

Mikroskopik akım parametrelerinden 'taşıt takip mesafesi', temel akım karakteristiklerinden 'yoğunluk'un doğrudan bir ölçüsünü vermektedir. Şöyle ki, herhangi bir t anında iki taşıt arasında ölçülen taşıt takip mesafesi d , 'metre' birimi ile ifade edilirse; bu anda yolun 1 km. lik uzunluğunu meşgul eden taşıtların sayısı, yani yoğunluk, 'taşıt/km' cinsinden aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$\rho = 1000 / d \quad (6)$$

II.3. Trafik Akımlarının Denetimi

Trafik akımlarının optimizasyonu üzerine yapılan çalışmalar anayollar, sinyalize kavşaklar ve sinyalize arterlerdeki akımların denetim sürecine ilişkin optimizasyon yöntemlerini ele almaktadır. Bu kapsamda, ana yollar üzerindeki akımların optimizasyonu için kullanılan denetim yöntemleri,

- *katılım denetimi (ramp metering),*
- *değişken hız denetimi (variable speed control),*
- *güzergah seçimi (route guidance)*

ana başlıkları altında toplanabilir. Ana yollarda meydana gelen trafik sıkışıklığının önlenmesi amacıyla bu yöntemlerin en yaygın olarak kullanılanı katılım denetimidir [6].

Katılım denetimi, bir ana yol hattına katılım kolundan gelen talebin, ana yol akımları üzerindeki bozucu etkilerini azaltarak, ana yol üzerinde kapasite kullanımını iyileştirmeyi amaçlar. Bu yöneme göre, denetim mekanizması, katılım kolunun ana yola bağlanma noktasına konan bir trafik ışığının yeşil ışık süresini (g) ayarlamak suretiyle oluşturulur [8].

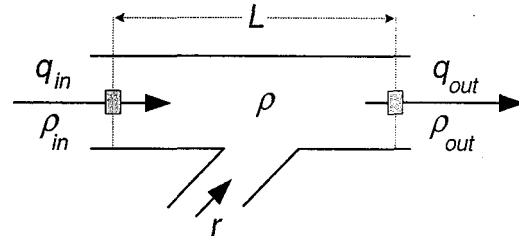
Bu çalışma ile geliştirilen dinamik optimizasyon modelinin eşlik ettiği ve ana yol trafiğinin katılım

denetimi yöntemi ile denetlendiği bir süreç aşağıda tanıtılmaktadır.

III. TRAFİK OPTİMİZASYONU

Dinamik optimizasyon modelinin geliştirilmesi için esas alınan ve bir katılım kolunu da kapsayan L uzunluğundaki yol segmentinin geometrik yapısı Şekil.5'de gösterilmiştir.

Bu optimizasyon modeline göre, optimizasyon süresince ihtiyaç duyulan mikroskopik akım parametrelerine ilişkin ölçümler, yol kaplamasının altına yerleştirilen trafik dedektörleri üzerinden elde edilir. Şekilde, modelin kullandığı ve orta şeritlere yerleştirildiği varsayılan trafik dedektörlerinin yerleşimi de gösterilmiştir [6].



Şekil.5. Dinamik Optimizasyon Modeline göre Yapılan Atamalar

Katılım akımının bir sonraki ayrık zaman adımında alması gereken değer, $r(k+1)$, ana yol akımının makroskopik akım karakteristiklerinden, akım $q(k)$ ve $\rho(k)$ yoğunluğun, segmentin giriş ve çıkış noktalarında ölçülen ortalama değerleri (q_{in}, ρ_{in} ve q_{out}, ρ_{out}) dikkate alınarak; segment yoğunluğu (ρ) ise, segmentin giriş ve çıkış noktalarındaki yoğunluğun ortalama değeri ile belirlenir. Bu amaçla, yürürlükteki T süreli ayrık zaman periyodunun bitiminde, bu süre boyunca elde edilen mikroskopik akım parametrelerinden yararlanarak hesaplanan kümülatif meşguliyet süresi (Σo), taşıt sayısı (N) ve kümülatif ortalama taşıt takip süresi (\bar{h}) verilerinden yararlanılır. Bu değerlendirme ve hesaplamalar, her ayrık zaman periyodunun bitiminde tekrarlanarak, gerçek zamanlı bir optimizasyon süreci gerçekleştirilir [6].

III.1. Model Parametreleri

Dinamik optimizasyon modelinde kullanılan mikroskopik akım parametreleri ve bunların giriş ve çıkış akım karakteristiklerine ilişkin makroskopik büyüklüklerin belirlenmesi amacıyla kullanış şekli, literatürde kullanılan yöntemlerden farklıdır. Bunun yanında, yol segmentinin bir sonraki ayrık zaman diliminde beklenen yoğunluğunun hesaplanması ve katılım akımının buna bağlı olarak belirlenmesinde takip edilen yöntem de, literatüre geçen yöntemlerden farklı ve

bu çalışmaya özgü bir yöntemdir.

Buna göre;

- Bütün akım karakteristiklerine ilişkin makroskopik değişimlerin değerlendirilmesi ve bunların her ayrık zaman adımı için aldığı ortalama değerlerin belirlenmesi amacıyla kullanılan mikroskopik akım parametreleri, T ayrık zaman periyodu süresince ölçülür. Dinamik optimizasyon modelinde bu süre, trafik ışığının sabit çevrim süresine eşit olarak (örneğin 100 saniye) alınmıştır:

$$T = c = \text{sabit} \quad (7)$$

Böylece, trafik ışığının her yeni çevriminin bir sonraki ayrık zaman süresinin başlama anı ile senkronlanması amaçlanmıştır.

- Yolun bir kesitinde herhangi bir ayrık zaman adımı için ölçülen makroskopik yoğunluk değeri, mikroskopik parametrelerden ‘meşgüliyet süresi’ nin ayrık zaman süresindeki kümülatif değeri dikkate alınarak belirlenir. Buna göre, k ayrık zaman adımında T periyodu boyunca trafik dedektörü üzerinden geçen taşıtların sayısı $N(k)$; bu süre içerisinde dedektör üzerinden geçen her taşıtların dedektörü (yolu) meşgul etme süresi de o_j ise, yolun ölçüm yapılan kesitinin k ayrık zaman adımındaki meşgul edilme süresine karşılık gelen kümülatif meşgüliyet süresi ($O(k)$) aşağıdaki gibi tanımlanır:

$$O(k) = \sum_{j=1}^{N(k)} o_j, \quad O(k) \leq T \quad (8)$$

Buna göre, akımın ölçüldüğü noktada, bir ayrık zaman süresi için sahip olduğu *doygunluk derecesi*, aşağıdaki gibi tanımlanır:

$$DS(k) = \frac{O(k)}{T}, \quad DS(k) \leq 1 \quad (9)$$

- Yolun bir kesitinde herhangi bir ayrık zaman adımı için ölçülen akımın makroskopik değeri, mikroskopik ‘taşıtlar takip süresi’ nin, ayrık zaman süresindeki ortalama değeri dikkate alınarak belirlenir. Buna göre, k ayrık zaman adımında T periyodu boyunca trafik dedektörü üzerinden geçen taşıtların sayısı $N(k)$; bu süre içerisinde dedektör üzerinden birbirini takip ederek geçen her taşıtlar çifti için ölçülen taşıtlar takip süresi de h_j ise, yolun ölçüm yapılan kesitinde k ayrık zaman adımındaki kümülatif ortalama taşıtlar takip süresi ($\bar{h}(k)$) aşağıdaki gibi tanımlanır:

$$\bar{h}(k) = \frac{\sum_{j=1}^{N(k)} h_j}{N(k)}, \quad \bar{h}(k) \geq h \quad (10)$$

Makroskopik akım karakteristiklerinin, mikroskopik parametrelerin anlık değerleri yerine (8) ifadesi ile verilen kümülatif meşgüliyet süresi ve (10) ifadesi ile verilen kümülatif ortalama taşıtlar takip süresinden yararlanarak belirlenmesi; akımların dinamiğini yansıtan verilerin daha gerçekçi olarak elde edilmesini sağlar [6].

III.2. Dinamik Optimizasyon Modeli

Önerilen modele göre, q_{in} ve ρ_{in} sırasıyla segmentin giriş akımına (yukarı akım) ilişkin makroskopik akım ve yoğunluğu; q_{out} ve ρ_{out} , sırasıyla segmentin çıkış akımına (aşağı akım) ilişkin makroskopik akım ve yoğunluğu; ρ , segmentin ortalama yoğunluğu; r , katılım akımını; L , segmentin uzunluğunu göstermektedir. Optimizasyon modeline göre, segmentin giriş akımına ilişkin makroskopik karakteristiklerin belirlenmesi için kullanılan mikroskopik parametreler, sırasıyla O_{in} ve \bar{h}_{in} ; segmentin çıkış akımına ilişkin makroskopik karakteristiklerin belirlenmesi için kullanılan mikroskopik parametreler de, sırasıyla O_{out} ve \bar{h}_{out} ’ dir.

Dinamik optimizasyon modeli, L uzunluğundaki yol segmentinin ortalama kümülatif meşgüliyet süresi ile, giriş akımı ve çıkış akımının her ayrık zaman adımının bitiminde gerçekleşen değerlerine ($q_{in}(k)$, $q_{out}(k)$) bağlı olarak, bir sonraki ayrık zaman adımı için beklenen ortalama kümülatif meşgüliyet süresinin tahmin edilmesi (kestirilmesi) prensibine dayanır. Buna göre, L uzunluğundaki yol segmentinin ortalama kümülatif meşgüliyet süresinin k ayrık zaman periyodunda gerçekleşen değeri, segmentin giriş ve çıkış noktalarındaki kümülatif meşgüliyet sürelerinin ortalaması alınarak belirlenir:

$$\alpha(k) = \frac{O_{in}(k) + O_{out}(k)}{T} \quad (11)$$

L km. birimiyle, T saniye birimiyle verilmek üzere; sona eren ayrık zaman periyodundaki katılım akımının ($r(k)$) değeri de dikkate alınarak; taşıtların korunumu prensibine göre, bir sonraki ayrık zaman adımı için beklenen segment yoğunluğu taşıtlar/km birimiyle aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$\rho(k+1) = \rho(k) + \frac{T}{3600 L} [q_{in}(k) - q_{out}(k) + r(k)] \quad (12)$$

ifadesi, segment yoğunluğunu belirten terimler gibi yeniden düzenlenebilir:

$$\frac{\alpha(k+1)}{\rho_{jam}} = \frac{\alpha(k)}{\rho_{jam}} + \frac{T}{3600L} [q_{in}(k) - q_{out}(k) + r(k)] \quad (13)$$

Buna bağlı olarak, bir sonraki ayırık zaman adımı için beklenen kümülatif meşguliyet süresi aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$\alpha(k+1) = \alpha(k) + \frac{T^2}{3600\rho_{jam}L} [q_{in}(k) - q_{out}(k) + r(k)] \quad (14)$$

Bir sonraki ayırık zaman adımı için (14) ifadesine göre belirlenen beklenen kümülatif meşguliyet süresi, kritik kümülatif meşguliyet süresini aşarsa, kritik kümülatif meşguliyet süresi (O_{cr}) ile sınırlandırılır. Buna göre (14) ifadesi, aşağıdaki gibi yeniden düzenlenir:

$$\alpha(k+1) = \begin{cases} \alpha(k) + \frac{T^2}{3600\rho_{jam}L} [q_{in}(k) - q_{out}(k) + r(k)], & O(k+1) \leq O_{cr} \\ O_{cr} & , O(k+1) > O_{cr} \end{cases} \quad (15)$$

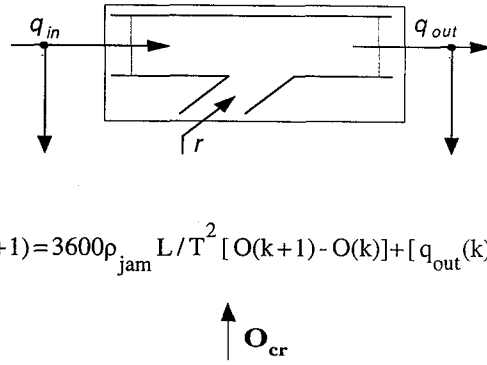
Bir sonraki ayırık zaman adımında izin verilmesi gereken katılım akımının değeri de (15) ifadesine bağlı olarak, aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$r(k+1) = \frac{3600\rho_{jam}L}{T^2} [O(k+1) - O(k)] + [q_{out}(k) - q_{in}(k)] \quad (16)$$

Buna göre, bir sonraki ayırık zaman adımında yürürlüğe girecek olan yeşil ışık süresi, aşağıdaki (17) ifadesi ile belirlenir:

$$g(k+1) = \left(\frac{r(k+1)}{I_{sat}} \right) \cdot c, \quad \in [g_{min}, g_{max}] \quad (17)$$

Yukarıdaki açıklamalara bağlı olarak dinamik optimizasyon modeli Şekil-6'daki blok şema ile özetlenmiştir:



Şekil.6. Dinamik Optimizasyon Modeli.

Önerilen modele göre, optimizasyon sürecinde segment yoğunluğunun kritik yoğunluğa yaklaşması amaçlanmaktadır. Buna göre, K ayırık zaman adımı süresince performans indeksinin en aza indirilmesi ile, segment boyunca taşıtlar tarafından harcanan toplam süresi de en aza indirilmiş olacaktır.

$$\sum_{k=1}^K [\alpha(k) - O_{cr}]^2 \xrightarrow{k \rightarrow \infty} 0 \quad (18)$$

Buna göre, minimize edilmeye çalışılan ulaşım süresinin K ayırık zaman süresi sonunda alacağı değeri belirleyen amaç fonksiyonu, aşağıdaki gibi alınmıştır:

$$PI = T_s = T \sum_{k=1}^K [\rho(k) \cdot L] \quad (19)$$

Burada L , yol segmentinin km. birimiyle ifade edilen uzunluğunu; Δ , yolun şerit sayısını; $\rho(k)$ da, segmentin k ayırık zaman adımında gerçekleşen ortalama yoğunluğunu göstermektedir [6].

IV. SİMÜLASYON TABANLI TESTLER

Dinamik optimizasyon modelinin, ana yolların katılım noktalarındaki denetim sürecinde kullanımına ilişkin uygulama örneği, D100 ana yolunun Harem'den Gebze'ye gidiş yönünde Göztepe-Bostancı köprülülük kavşakları arasındaki kesiti üzerinde yapılan simülasyon tabanlı testlerle gerçekleştirilmiştir. Bu yol kesiti, akşam zirve saatlerde yaşanan tekrarlayan karakterdeki sıkışıklığa sahiptir.

Yolun Kozyatağı katılımını kapsayan yaklaşık 1 km uzunluğundaki segmentine ilişkin, akşam zirve saatlerinde yapılan saha gözlemleri ile belirlenen trafik akımı verileri Tablo.1'de özetlenmiştir.

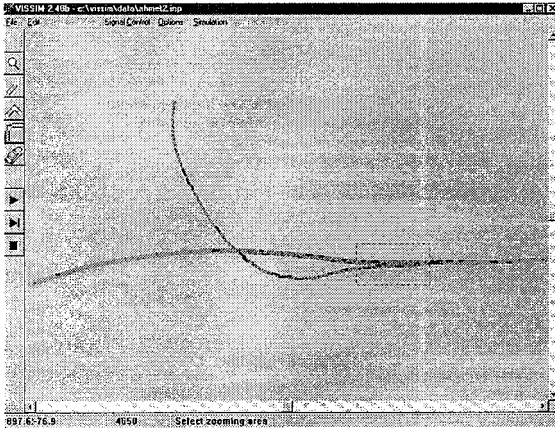
Söz konusu veriler 2.5 saatlik bir gözlem süresine ilişkindir.

Tablo-1. Katılım Noktasına Doğru Ana Yol ve Katılım Kolundan Gelen Taleplerin Dağılımı.

simülasyon süresi (saniye)	ana yol (link-1) taşıt girişi (taşıt/saat)	katılım kolu (link-2) taşıt girişi (taşıt/saat)
0-3000	2500	2500
3001-6000	3100	2500
6001-9000	2800	2500

Buna göre, sahadaki denetimsiz şartları ve dinamik optimizasyon modelini esas alan katılım denetiminin kullanıldığı şartları yansıtan 2 ayrı test VISSIM simülasyon ortamında gerçekleştirilmiştir [9]. Söz konusu testlerin her biri, 2.5 saatlik (9000 saniye) bir simülasyon süresini kapsamaktadır.

ViSSim'de test ekranının görüntüsü Şekil.7'de verilmiştir. Bu şekilde kare şeklinde işaretlenen kesit, katılım noktasını göstermektedir.



Şekil.7. VISSIM'de 1.5 km Uzunluğundaki Ana Yol Segmenti ve Katılım Yolunu Gösteren Test Ekranının Görünümü

IV.1. Atamalar

Dinamik optimizasyon modeline göre, bir sonraki ayırık zaman adımında yürürlüğe girecek olan yeşil ışık süresinin hesaplanması için esas alınan sabitler ve model parametreleri; saha gözlemleri sonucunda elde edilen verilere bağlı olarak aşağıdaki gibi seçilmiştir:

- Trafik ışığının çevrim süresi: $c = T = 100$ saniye,
- Trafiğin durma yoğunluğu : $\rho_{jam} = 145$ taşıt/km.,
- Kritik kümülatif meşguliyet süresi: $O_{cr} = 35$ sn,

- Segment uzunluğu : $L = 1$ km.,

Dinamik optimizasyon modeline göre, dikkate alınan limit değerler ve kısıtlara ilişkin sabit atamaları aşağıdaki gibi yapılmıştır:

- Maksimum katılım akımı : $r_{sat} = 1000$ taşıt/saat/şer
- Maksimum yeşil ışık süresi : $g_{max} = 95$ saniye,
- Minimum yeşil ışık süresi : $g_{min} = 5$ saniye.

IV.2. Testler

VISSIM, kontrol sürecinde elde edilen performansın değerlendirilebilmesi amacıyla, çeşitli parametrik analizlerin yapılmasına imkan sağlamaktadır. Bu kapsamda dinamik optimizasyon modelinin uygulanması halinde elde edilen performansın karşılaştırılabilmesi için, 2 ayrı performans parametresine ilişkin ölçümlerin yapılması öngörülmüştür:

- karşılana talep,
- taşı başına ortalama ulaşım süresi.

Simülasyon sürecinde, her iki parametreye ilişkin ölçümler, gerek ana yol segmenti ve gerekse katılım kolu için ayrı ayrı yapılmıştır. Bu amaçla ana yol ve katılım kolu üzerinde performans verilerinin alınması için belirlenen segmentler Tablo.2'de verildiği gibi seçilmiştir.

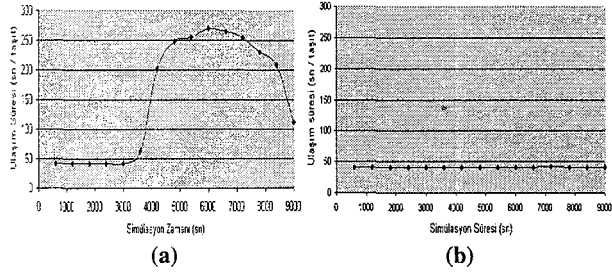
Tablo.2. Performans Analizi İçin Esas Alınan Yol Segmentlerinin Uzunlukları ve Konumları.

segment no	başlangıç yolu ve konumu	bitiş yolu ve konumu	segment uzunluğu
1	1 - 10.0 m.	1 - 1003.2 m.	993.2 m.
2	2 - 10.7 m.	1 - 989.0 m.	887.7 m.

Sonuçlar, ana yol ve katılım kolu segmentlerine ilişkin ölçümlerin ortalamaları alınarak değerlendirilmiştir.

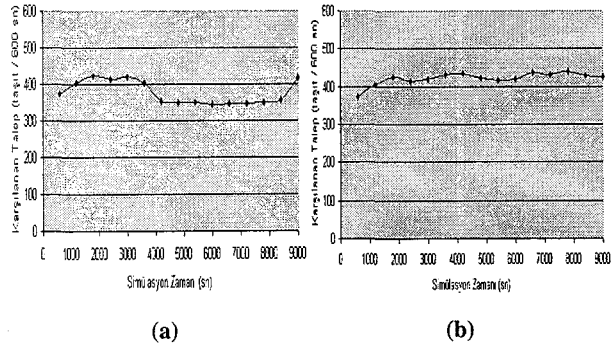
V. SONUÇLAR

Şekil.8-a'da, sahadaki denetimsiz şartlar altında yapılan birinci test sonucunda; Şekil.8b'de ise, katılım denetiminin uygulandığı şartlar altında yapılan ikinci test sonucunda elde edilen ve Tablo.2'de başlangıç ve bitiş konumlarıyla uzunluğu verilen her iki segment (segment no:1 ve 2) boyunca gerçekleşen taşı başına ortalama ulaşım süresine ilişkin sonuçların ortalaması gösterilmiştir.



Şekil.8. Ortalama ulaşım süresinin 2.5 saatlik test süresi boyunca değişimi: (a)-Test-1 sonuçları, (b)-Test-2 sonuçları.

Bunun gibi; Şekil.9-a'da, sahadaki denetimsiz şartlar altında yapılan birinci test sonucunda; Şekil.9-b'de ise, katılım denetiminin uygulandığı şartlar altında yapılan ikinci test sonucunda elde edilen ve Tablo.2'de başlangıç ve bitiş konumlarıyla uzunluğu verilen her iki segmentte (segment no:1 ve 2) gerçekleşen karşılanan taleplere ilişkin sonuçların ortalaması gösterilmiştir.



Şekil.9. Ortalama ulaşım talebinin 2.5 saatlik test süresi boyunca değişimi: (a)-Test-1 sonuçları, (b)-Test-2 sonuçları.

Testlerin sonuçlarını yorumlamak için esas alınan ortalama yol uzunluğu, Tablo.2'de verilen 1 ve 2 nolu yol segmentlerinin uzunluklarının ortalaması olarak (940 m.) dikkate alındığında; bu ortalama yol uzunluğunu kateden toplam taşıt sayısı

1. testte denetimsiz şartlarda 11295 taşıt,
2. testte katılım denetimi ile 12636 taşıttır.

Bu durumda; talep karşılama oranı,

$$12636-11295=1341$$

%11 oranında iyileşmiştir.

2.5 saatlik test süresi boyunca, ortalama yol uzunluğu için ilk test sonucunda gerçekleşen taşıt başına ortalama gecikme yaklaşık olarak 92 saniye, taşıt başına ortalama duruş sayısı yaklaşık olarak 1.4; ikinci test sonucunda gerçekleşen taşıt başına ortalama gecikme yaklaşık olarak 6.3 saniye, taşıt başına ortalama duruş sayısı ise yaklaşık olarak 0.005'dir. Yine bu mesafedeki

taşıt başına gecikmesiz ulaşım süresi, test sonuçlarına göre yaklaşık 41 saniye olarak tespit edildi.

Bu sonuçlara göre, 2.5 saatlik test süresi boyunca bütün taşıtların katettiği toplam yol uzunluğu;

1. test için, $11295 \times 940m. = 10617 \text{ km};$
2. test için, $12636 \times 940m. = 11876 \text{ km.}'dir.$

940 metrelik ortalama yol uzunluğu boyunca bütün taşıtlar için

1. test sonucunda gerçekleşen toplam gecikme süresi,

$$11295 \times 92sn. = 288.9 \text{ saat};$$

2. test sonucunda gerçekleşen toplam gecikme süresi,

$$12636 \times 6.3sn. = 22.11 \text{ saat};$$

bütün taşıtlar için

1. test sonucunda gerçekleşen toplam duruş sayısı,

$$11295 \times 1.4 = 15813;$$

2. test sonucunda gerçekleşen toplam duruş sayısı ise;

$$12636 \times 0.005 = 63.18'dür.$$

Yukarıda yapılan hesaplamalara bağlı olarak, katılım denetimi ile elde edilen taşıt başına ortalama gecikme,

$$[(92 - 6.3) - 41] / 41 = \% 109$$

oranında azalmıştır. Bununla beraber, gecikme için ortalama değerlere göre elde edilen bu iyileşme, anlık değerler dikkate alındığında daha büyük oranlara çıkabilmektedir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar, trafiğin denetimi ile çok sayıda ekonomik ve toplumsal fayda ile ilgili olarak önemli iyileşmelerin yapılabileceğini göstermiştir.

VI. TARTIŞMA

Denetimin bu çalışmada olduğu gibi, izole katılım denetimi olarak ele alınması yerine, anayol üzerindeki diğer katılım denetimleri ile koordineli olarak ele alınması halinde, çok daha iyi sonuçların elde edilebileceği açıktır. Bu kapsamda yeni çalışmalar planlanabilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Akbaş, A., Tektaş, N., & Tektaş, M. (2002). Trafik Sıkışıklıklarının Analizi Üzerine Bir Eğitim Çalışması. II. Uluslararası Eğitim Teknolojileri Sempozyumu, Adapazarı, ss.1-17.
- [2] Richards, P.I. (1956). Shockwaves on the Highway. *Operations Research*, 4, ss.42-51.
- [3] May, A.D. (1990). *Traffic Flow Fundamentals*. New Jersey: Prentice-Hall.
- [4] Zhang, H., Rihchie, S., & Recker, W. (1996). Some General Results On The Optimal Ramp Control Problem. *Transportation Research*, 4(2), ss.51-69.
- [5] Hiroshi, I., & Takashi, H. (1975). *Road Traffic Control*. Tokyo: University of Tokyo Press.
- [6] Tektaş, N. (2003). Kent İçi Transit Yollarda Trafiğin Optimizasyonu (İstanbul İçin Bir Uygulama). *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [7] Akbaş, A.. (2001). Kent İçi Trafik Sinyal Sisteminin Optimal Kontrolü (Trafik Optimizasyonu). *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- [8] Papageorgiou, M., & Kotsialos, A.. (2000). Freeway Ramp Metering: An Overview. *IEEE Intelligent Transportation Systems Conference Proceedings*, October 1-3, ss.168-185.
- [9] VISSIM. (2000). *User Manual*. Karlsruhe: PTV system Software and Consulting GmbH.

Necla TEKTAŞ (tektas@marmara.edu.tr) has Ph.D. of Econometrics at Marmara University Social Sciences Institute. Her research areas are traffic optimization, applied statistics, artificial intelligence.

Ahmet AKBAŞ (ahmetakbas@marmara.edu.tr) has Ph.D. of Control and Computer Education Department at Marmara University Institute for Graduate Studies in Pure and Applied Sciences. His research areas include process control and instrumentation on industrial and biomedical subjects.

KANAL ÜYELERİNİN BAĞLILIĞI: PLASTİK BORU SEKTÖRÜNDE DAĞITICI İŞLETMELERİN BAĞLILIĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Sema YOLAÇ

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı, Araştırma Görevlisi Dr.

CHANNEL MEMBERS' COMMITMENT: A SURVEY OF DEALER COMMITMENT IN THE PLASTIC PIPE INDUSTRY

Abstract: Commitment in the firm consists of a customer's expectancy that the firm can be relied onto and the relationship is worth to carry on. The dealers who are more willing to help manufacturers are those who are more satisfied with their relationship as indicated by the dealer's commitment with the manufacturer. By managing the channel to provide effective connectedness among channel members, the manufacturer will create the foundation necessary for efficient and successful distribution. The aim of this research is to investigate the factors effecting the dealers' commitment. In order to accomplish the research objectives a research model was developed after an intensive literature research. A questionnaire was developed and employed to 400 dealers of major plastic pipe manufacturers in Turkey. Factor and regression analyses were used to analyze the data.

Keywords: Distribution Channel, Commitment, Channel Management.

I. GİRİŞ

Üretici firma ile dağıtıcı firmaların arasındaki ilişki; akademisyenler ile uygulamacıların üzerinde önemle durdukları bir konudur. İşler bir ilişkinin varlığı, dağıtım kanalinin verimli çalışması açısından son derece önemlidir. Üretici firma ile dağıtıcı işletme arasındaki ilişkinin yapısını irdelemek amacıyla farklı farklı çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada; dağıtıcı işletmelerin bağlılığını belirleyen faktörler incelenmektedir. Bu amaçla gerçekleştirilen saha çalışmasının bulguları verilmiştir. Bağlılık; dağıtıcı firmaların, üretici işletmeye tam güven duymaları ve gelecekte de çalışma eğilimi olarak tanımlanmaktadır. Dağıtıcı işletmelerin bağlılığı, üretici işletmelerin yaklaşımları ile ilişkili bulunmuştur.

II. ARAŞTIRMA KONUSU

Anderson ve Narus [1,2], üretici işletme ile dağıtıcı işletmeler için işleyen bir ilişkiye yönelik olarak bir model önerisinde bulunmaktadırlar. Her iki işletme, birbirleri ile olan değişim ilişkisi içerisinde olmakla

KANAL ÜYELERİNİN BAĞLILIĞI: PLASTİK BORU SEKTÖRÜNDE DAĞITICI İŞLETMELERİN BAĞLILIĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Özet: Bir işletmeye olan bağlılık; müşterinin işletmeye güven duyması ve ilişkinin sürdürülmeye değer olması beklentisidir. Üretici işletmeye destek olmak isteyen dağıtıcıların olması, onların, üretici işletme ile olan ilişkilerinden daha çok tatmin olduğu ve dolayısı ile üretici işletmeye bağlılık duymasını gerektirir. Dağıtım kanalı üyeleri arasında gerekli bağlılığı sağlayabilen üretici işletmeler, dağıtım kanalı yönetiminde başarılı olmanın temellerini atmış olmaktadır. Araştırma, dağıtıcı işletmelerin bağlılığını etkileyen faktörlerin belirlenmesini amaçlamaktadır. Araştırmanın amacı doğrultusunda, yoğun literatür taraması sonucunda, dağıtıcı işletmelerin bağlılığına ilişkin bir model geliştirilmiştir. Geliştirilen bir soru formu aracılığıyla, Türkiye'deki belli başlı plastik üreticisi işletmenin 400 dağıtıcısına ulaşılmıştır. Faktör ve regresyon analizleri yardımı ile toplanılan veriler analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dağıtım Kanalı, Bağlılık, Kanal Yönetimi.

birlikte, farklı pazarlama işlevlerini yerine getirmektedirler. Anderson ve Narus [2]'a göre; ilişkilerde karşılıklık ve uyum, dağıtım kanalının işlerliği açısından oldukça önemlidir.

Dwyer, Schurr ve Oh [3]'de satıcı ile alıcı işletmeler arasındaki ilişkiyi açıklayan bir model önermişler ve ilişkileri, bir seferlik, bağımsız ile uzun süreli ilişkiler olarak ikiye ayırmaktadırlar. Uzun süreli ilişkilerin geliştirilmesi için de; karşılıklı bağlılığın gerekli olduğunu vurgulamaktadırlar.

Heide ve John [4] ve Heide [5] ilişkisel yapıyı, karşılıklı bağımlılık ile açıklamaktadırlar. Başka yazarlar (Lewis ve Lambert [6]; Skinner, Gassenheimer ve Kelley [7], Olsen ve Granzin [8], Gundlach ve Cadotte [9], Anderson, Hakanson ve Johanson [10], Wilson [11], Joseph et al. [12], Young, Gilbert ve McIntyre [13], Tuten ve Urban [14]; Mirani, Moore ve Weber [15]), geliştirdikleri modeller ile, üretici işletme ile dağıtıcı işletmeler arasındaki ilişkiyi açıklayan faktörler hakkında değişik çalışmalar gerçekleştirmişlerdir.

Bir kısım yazarlar da (Bensaou ve Anderson [16];

Rodriguez ve Wilson [17]; Ruyter, Moorman ve Lemmink [18]; Coot, Forrest ve Tam [19]; Kwon ve Suh [20]) dağıtım kanallarındaki ilişkisel yapı üzerinde güven ile bağlılığın etkisini araştırmışlardır.

Çalışmada, dağıtıcı işletmelerin bağlılığını açıklayan bir model çerçevesinde bir saha çalışmasına yer verilmiştir.

III. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

III.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, dağıtım kanalı üyelerinin bağlılığını etkileyen faktörleri belirlemektir. İlgili amaca yönelik olarak araştırma çerçevesinde incelenecek olan faktörler şöyledir:

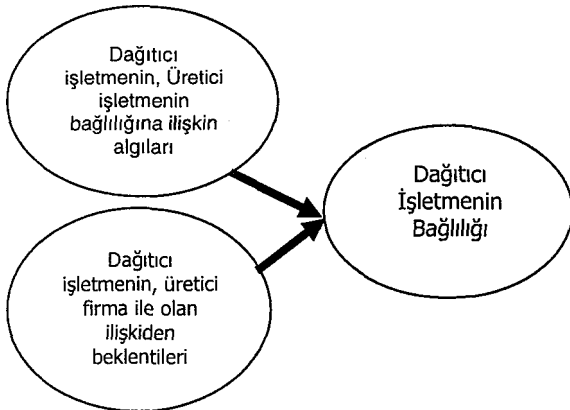
- Dağıtıcı işletmenin üretici işletmeye bağlılığı
- Dağıtıcı işletmenin üretici işletmenin bağlılığına ilişkin algıları
- Dağıtıcı işletmenin, üretici firma ile olan ilişkiden beklentileri

III.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma sonuçlarına ilişkin beklentilerimizi yansıtan araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibidir.

- H1: Dağıtıcı işletmenin bağlılığı ile dağıtıcı işletmenin üretici firmanın bağlılığına ilişkin algıları arasında bir ilişki vardır.
- H2: Dağıtıcı işletmenin bağlılığı ile dağıtıcı işletmenin üretici firma ile olan ilişkisinden beklentileri arasında bir ilişki vardır.

III.3. Araştırmanın Modeli



Şekil.1. Dağıtıcı İşletmenin Bağlılığı Modeli

III.4. Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmanın değişkenleri, araştırmanın modelinde belirtilen üç temel değişkenden oluşmaktadır. İlgili değişkenler ve operasyonelleştirilmeleri sonucunda oluşacak faktörler, Veerson ve Weitz'in dağıtım kanalları konusunda gerçekleştirmiş oldukları bir dizi çalışma sonucunda, genel geçerliliği test edilmiş faktörlerden oluşmaktadır.

III.4.1. Dağıtıcı İşletmenin Bağlılığı

Dağıtıcı işletmenin üretici işletme ile ilişkisine olan bağlılığı çalışmamızda bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Bağlılık değişkeni on bir alt faktör açısından, beşli Likert ölçeği kullanılarak, operasyonelleştirilip, ölçülmüştür.

III.4.2. Dağıtıcı İşletmenin, Üretici İşletmenin Bağlılığına İlişkin Algıları

Dağıtıcı işletmenin, üretici işletmenin ilişkiye olan bağlılığını değerlendirmesi ve konudaki algıları, onun, ilişkiye olan yaklaşımını belirleyici konumda olduğundan, ilgili değişken bağımsız değişken olarak değerlendirilmiş olup, on alt faktör açısından, beşli Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür.

III.4.3. Dağıtıcı İşletmenin, Üretici Firma ile Olan İlişkiden Beklentileri

Dağıtıcı işletmenin üretici firma ile olan ilişkisi, ancak, ilişkinin dağıtıcı işletme açısından karlı ve yararlı olması temeline dayandırılabilir. Dağıtıcı işletme bu değerlendirmelerin ışığında, ilişkinin devamı konusunda karar verecektir. Ayrıca, üretici firmaya karşı dağıtıcı işletmenin hissettiği bağlılık duygusu da bununla paralel bir şekilde gelişecektir. İlgili değişken, üç alt faktör açısından beşli Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür.

III.5. Araştırmanın Örneklem Süreci

Türkiye'deki plastik boru dağıtıcı işletmeleri araştırmanın ana kütesini oluşturmaktadır. Zümrelere göre oransal örneklem yöntemi kullanılarak, örnek kütle oluşturulmuştur. Örnek büyüklüğü 400 olarak belirlenmiştir. Örneğe dahil edilecek dağıtıcı işletmelerin belirlenmesinde zümrelere göre tesadüfi örneklem yöntemi kullanılmıştır.

III.6. Araştırma Verilerinin Toplanması

Araştırma değişkenlerine ilişkin veriler yüz yüze anket yöntemi yoluyla toplanmıştır. Ön test aşamasından sonra soru formu son şeklini almıştır. Toplam 400 anket formu posta yoluyla örneği oluşturan dağıtıcı işletmelere gönderilmiştir. 210 anket formu geri dönmüş olup, 207

tanesi analize dahil edilmiştir.

III.7. Verilerin Analizi

Toplanan veriler, gerekli tasnif ve ayıklama çalışmasından sonra SPSS programı yardımıyla bilgisayar ortamına girilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğini test etmek üzere, Chronbach Alfa değeri hesaplanmıştır. Analize göre alfa değeri 0.79 olarak hesaplanmıştır. Genel görünüme ilişkin bilgi vermek amacıyla basit frekans dağılımları oluşturulmuş ve araştırmanın hipotezlerini test etmek için, regresyon analizi uygulanmıştır.

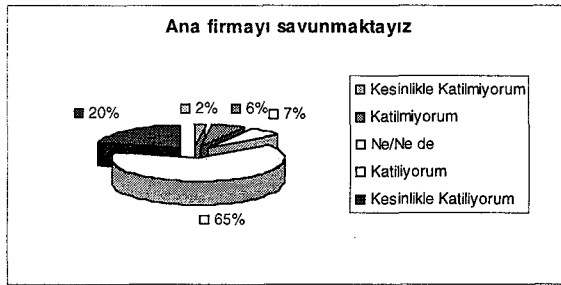
IV. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen anket formunda yer alan soruların değerlendirilmesine bağlı olarak, aşağıdaki bulgular elde edilmiştir:

IV.1. Dağıtıcı İşletmenin, Ana Firmaya Bağlılığına İlişkin Soruların Değerlendirilmesi

Dağıtıcı işletmenin ana firmaya ne derece sadık olduğunu belirleyebilmek için toplam on üç yargı geliştirilmiştir. İlgili yargılara katılma derecesine bağlı olarak, dağıtıcı işletmelerin sadık olma dereceleri tespit edilmiştir. İlgili yargılara katılma derecelerini gösteren tablolar aşağıda belirtilmiş olup, sonuçlara ilişkin genel çıkarımlarda bulunulmuştur.

IV.1.1. Ana Firmayı Eleştirenler Olduğunda, Ana Firmayı Savunmaktayız

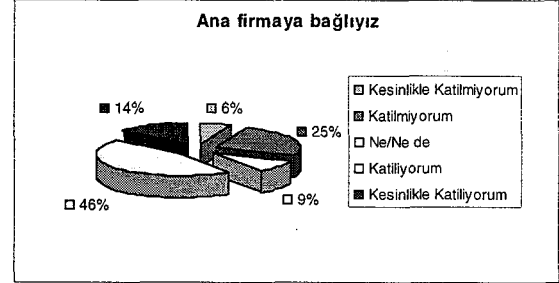


Dağıtıcı işletmelerin, ana firmanın değişik nedenlerle üçüncü şahıslar ve kurumlar tarafından eleştirilmesine bağlı olarak, ana firmayı ne derecede savundukları, dağıtıcı işletmelerin ana firmaya bağlılıklarını belirleyen bir faktör durumundadır.

Araştırmaya katılan dağıtıcı işletmelerin %85'i ana firmayı savunduklarını, %8'i savunmadıklarını ve %7'si fikir beyan etmemişlerdir. Fikir beyan etmeyenlerin, gözlemlerimize dayanarak aslında olumsuz bir tutum sergiledikleri söylenebilir. Ancak, yine de dağıtıcı işletmelerin ağırlıklı çoğunluğunun her durumda ana

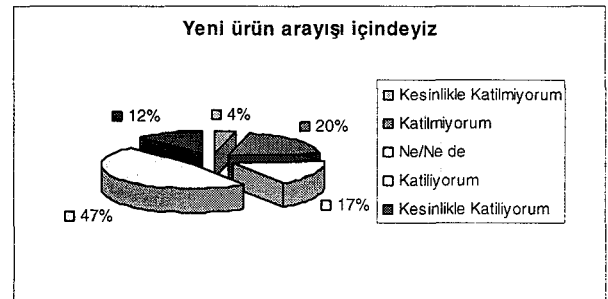
firmayı savundukları sonucu çıkarılabilir. İlgili husus, dağıtıcı işletmelerin ana firmaya bağlılıklarının bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

IV.1.2. Ana Firmaya Karşı Güçlü Bir Bağlılık Duygusu Hissetmekteyiz



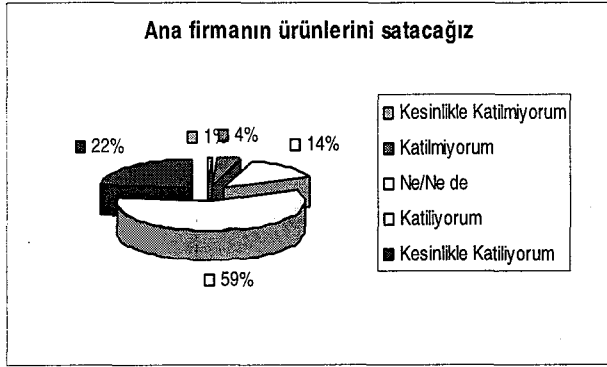
Dağıtıcı işletmelerin ana firmaya bağlılıklarını ölçmek amacıyla geliştirilen yargıya, dağıtıcı işletmelerin %60'ı katıldıklarını, %31'i katılmadıklarını ve %9'u katılıp katılmama konusunda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Fikirlerinin olmadığını belirten dağıtıcı işletmelerin de genellikle olumsuz tutum içerisinde oldukları düşünülecek olursa, dağıtıcı işletmelerin yarıdan biraz fazlasının ana firmaya bağlı oldukları ve önemli bir kısmının bağlı olmadığı söylenebilir.

IV.1.3. Ürün Hattımıza Yeni Ürün Çeşitlerini İlave Etmek İçin Sürekli Bir Arayış İçerindeyiz



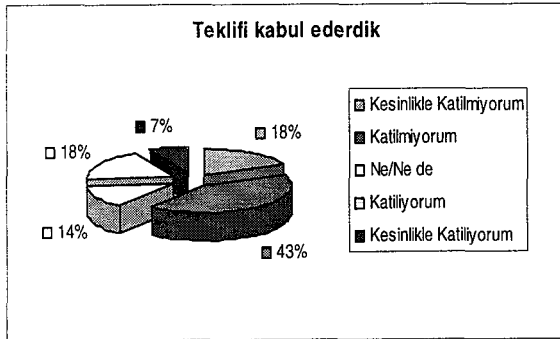
Dağıtıcı işletmelerin %59'u ilgili yargıya katıldıklarını, %24'ü katılmadıklarını ve %17'si bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarıdan fazlasının yeni ürün arayışında olmaları, yeniliğe açık olduklarını ve ayrıca kendilerine farklı pazar fırsatları sunacak alternatiflerin arayışı içerisinde oldukları söylenebilir. Bu bakımdan, ilgili dağıtıcı işletmelerin bağlılıklarının da güçlü olmadığı sonucu çıkarılabilir. Fikir beyan etmeyen dağıtıcı işletmeler ise, yenilik arayışı içerisinde olmadıklarını, bu konu ile ana firmalarının ilgilendiklerini beyan etmişlerdir.

IV.1.4.Ana Firmanın Ürünlerini Satmaya Devam Edeceğiz



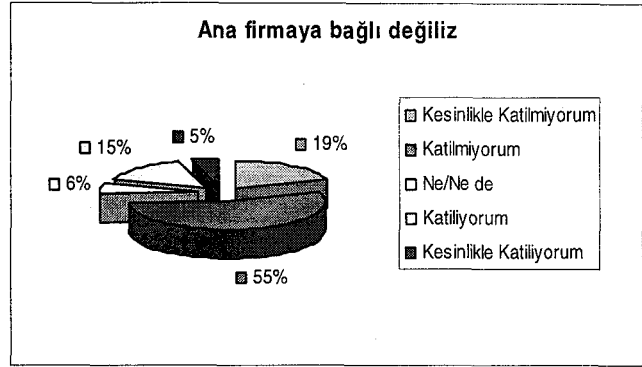
Dağıtıcı işletmelerin %81'i ana firmanın ürünlerini satmaya devam edeceklerini, %5'i devam etmeyeceklerini ve %14'ü bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Denilebilir ki; Dağıtıcı işletmelerin büyük bir kısmı ana firmanın ürünlerini satmaya devam edeceklerini belirtmekle beraber, bu onların kesin olarak bağlı olduğunu göstermeyebilir. Çünkü, dağıtıcı işletmelerin ancak %60'ı bağlı olduklarını belirtmişlerdi. Geri kalan kısım belki de başka alternatif olmadığı için ürünleri satmaya devam edeceklerini belirtmiş olabilirler.

IV.1.5.Başka Firmanın Teklifini Kabul Ederdik



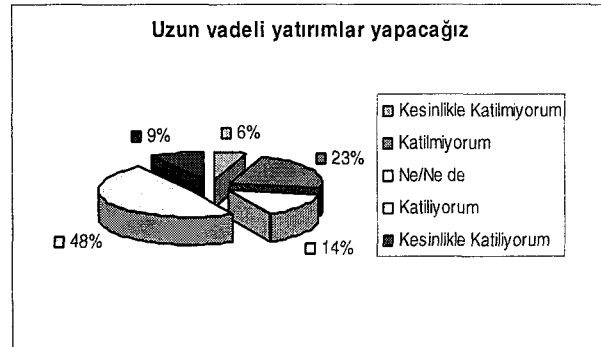
Dağıtıcı işletmelerin %61'i başka bir ana firmanın kendilerine geçme teklifini kabul etmeyeceklerini, %25'i kabul edeceklerini ve %14'ü ise bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir çoğunluğunun teklife kapalı olduğunu söyleyebilmekle beraber, kararsız dağıtıcı işletmelerin de bu konuda olumlu düşündüklerini kabul edecek olursa, dağıtıcı işletmelerin %39'u aslında bu tür tekliflere açık olduklarını söylemek mümkün olabilmektedir.

IV.1.6.Şu Anki Ana Firmaya Bağlı Olduğumuz Pek Söylenemez



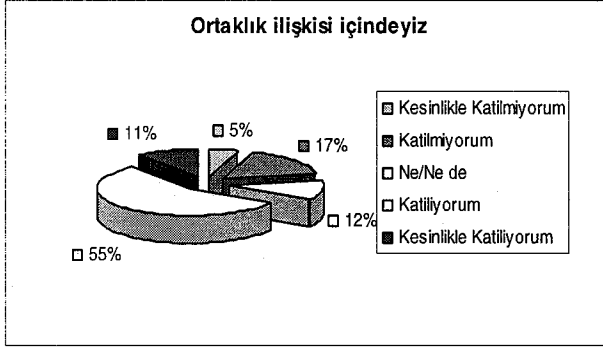
Dağıtıcı işletmelerin bağlılıkları ile ilgili olarak tutumlarını test etmek amacıyla geliştirilen ters yargıya dağıtıcı işletmelerin %74'ü katılmadıklarını, %20'si katıldıklarını ve %6'sı bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerinin önemli bir kısmının ana firmalarına bağlı olduklarını ve %20'lik kısmının da bağlılık derecelerinin düşük olduğu söylenebilir.

IV.1.7.Şu Anki Ana Firmanın Ürünlerini Satmak İçin Uzun Vadeli Yatırımlar Yapmak Arzusundayız



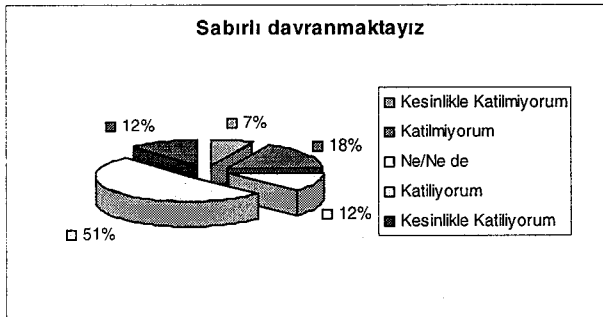
Ana firmanın ürünlerini satmak üzere uzun vadeli yatırımlar yapmak arzusu, bağlılığın bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Dağıtıcı işletmelerin %57'si bu ifadeye katıldıklarını, %29'u katılmadıklarını ve %14'ü bu konuda fikir sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarısından biraz fazlası uzun vadeli yatırımları düşündüklerinden, ana firmaya bağlı oldukları, yarısına yakının ise yatırım yapma arzusu içerisinde olmadıklarını ve dolayısıyla bağlılık derecelerinin zayıf olduğu belirtilebilir. Yatırım yapma arzusu finansal olanaklar ile de ilgili olduğundan, dağıtıcı işletmelerin önemli bir kısmının bu açıdan da ya yetersiz kalmakta ya da yeterince yatırım yaptıklarını düşünmektedirler.

IV.1.8.Şu Anki Ana Firma ile Uzun Vadeli Ortaklık İlişkisi İçerisindeyiz



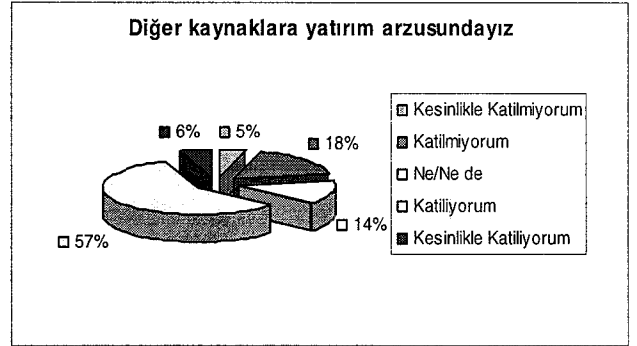
Dağıtıcı işletmelerin ana firma ile olan ilişkilerine bakış açısı da, onların bağlılık derecelerini belirleyen bir faktör durumundadır. Dağıtıcı işletmelerin %66'si bu ifadeye katıldıklarını, %22'si katılmadıklarını ve %12'si bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir kısmının ilişkilerini ortaklık ilişkisi olarak değerlendirmemeleri dikkat çekici bir husustur. Denilebilir ki; ilişkilerini bu şekilde değerlendiren Dağıtıcı işletmelerin, ana firmalarına bağlılık dereceleri de nispeten zayıf olabilmektedir.

IV.1.9.Başımızı Ağrıyacak Hatalar Yapmış Olsa Da Şu Anki Ana Firma İli İlişkimizde Sabırlı Davranmaktayız



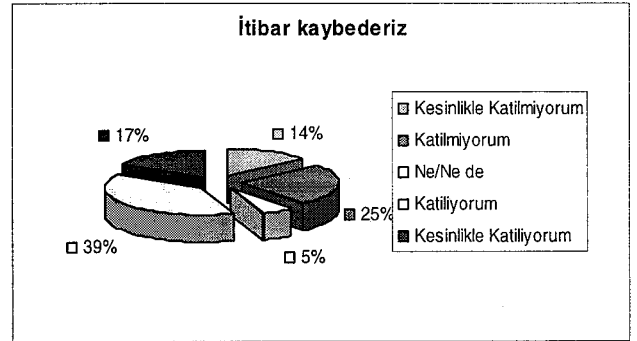
Dağıtıcı işletmelerin, kendileri açısından zarar doğurabilecek bir hususta ana firmanın hata yapmış olmasına rağmen, sabırlı davranmaları bağlılığın bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Dağıtıcı işletmelerin %63'ü ilgili yargıya katıldıklarını, %25'i katılmadıklarını ve %12'si bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Denilebilir ki, dağıtıcı işletmelerin önemli bir kısmı sabırlı davranmakla, bağlılık içerisinde olmakla beraber, hatırı sayılır bir kısmı ise bu konuda sabırlı davranmayacaklarını belirtmekle, daha az bağlı oldukları kanısını varmışlardır.

IV.1.10.Ana Firmamızın Ürün Satışlarını Arttırmak İçin Gereken İnsan ve Diğer Kaynaklar Konusunda Yatırım Yapmak Arzusundayız



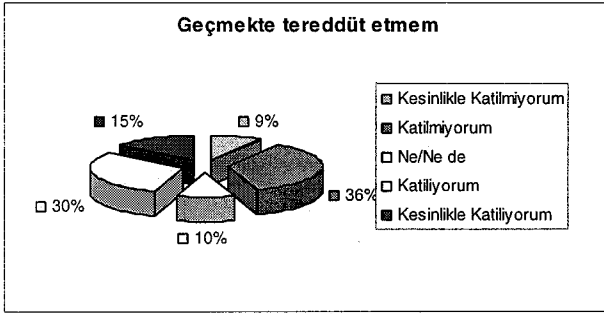
Dağıtıcı işletmelerin %63'ü çalışmakta oldukları ana firmalarının ürünlerini satışını arttırmak için hem insan hem de diğer kaynaklara yatırım yapma arzusunda olduklarını, %23'ü bu ifadeye katılmadıklarını ve %14'ü bu konuda fikir sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir. Gereken potansiyeli görmeleri durumunda Dağıtıcı işletmelerin önemli bir kısmının insan ve diğer kaynaklara yatırım yapmak istedikleri ve dolayısıyla ilişkiye bir bakıma bağlı oldukları söylenebilir.

IV.1.11.Çalıştığımız Firmayı Değiştirecek Olursak, Çevremizde İtibar Kaybederiz



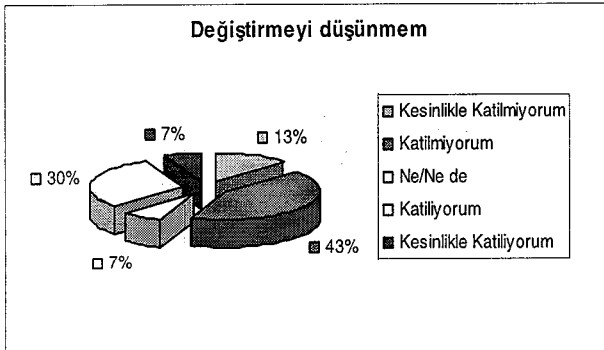
Ana firmayı değiştirmenin itibar kaybına neden olduğu varsayımı ile sorulan ilgili yargıya Dağıtıcı işletmelerin %56'sı katıldıklarını, %39'u katılmadıklarını ve %5'inin bu konuda fikir beyan etmediklerini görüyoruz. Dağıtıcı işletmelerin yarıya yakın bir kısmının başka bir ana firmaya geçmenin itibar kaybına neden olmadığını düşündükleri söylenebilir. Dolayısıyla, itibar kaybı endişesinin, bağlılık açısından önemli bir gösterge olmadığı sonucunu çıkarmak mümkündür.

IV.1.12.Yaptığım İşte Profesyonelim, Bana Daha Çok İş Hacmi Ve Kar Sağlayacak Bir Başka Firmaya Geçmekte Tereddüt Etmem



Dağıtıcı işletmelerin %45'inin başka bir ana firmaya geçme konusunda tereddüt etmeyeceklerini, %45'inin yargıya katılmadıklarını ve %10'unun bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Başka bir ana firmaya geçme konusunda dağıtıcı işletmelerin kesin bir kararlılık içerisinde olduğu söylenemez. Ancak, dağıtıcı işletmelerin önemli bir kısmının geçmekte tereddüt etmeyeceklerini belirtmeleri, uygun bir yaklaşımla bu dağıtıcı işletmelerin çalışmakta oldukları ana firmalarından başka bir üretici firmaya geçmeleri konusunda ikna etmenin mümkün olduğu söylenebilir.

IV.1.13.Çalıştığım Firmaya Duygusal Olarak Da Bağlıyım. Daha Az İş Hacmi ve Kar Pahasına Da Olsa, Onu Değiştirmeyi Düşünmem.



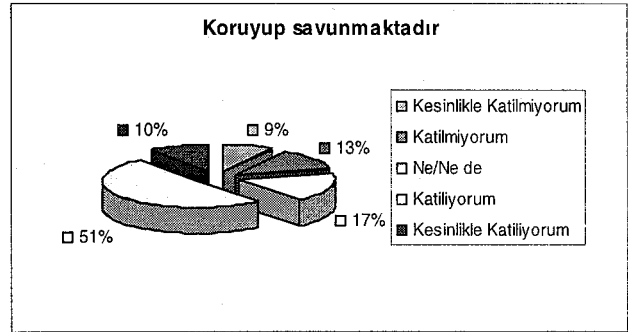
Dağıtıcı işletmelerin %37'si ilgili ifadeye katıldıklarını, %56'sı katılmadıklarını ve %7'si bu konuda fikirlerinin olmadığını ifade etmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarısından fazlasının duygusal bağları bir tarafa bırakarak, zarar etmeleri durumunda ana firmayı değiştirebileceklerini belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin ana firmaya olan bağlılıkları, duygusal nedenlerin ötesinde, maddi ve parasal nedenlere bağlı olduğu söylenebilir. Bu bakımdan, ana firma ile olan iş ilişkilerinde arzu ettikleri parasal karşılığı alamayan dağıtıcı işletmelerin, ana firmalarını değiştirmeye konusunda eğilim göstermeleri nedeniyle, bu tür dağıtıcı işletmelerin ikna edilmesinde parasal ölçütlerin

kullanılması durumunda ikna edilebileceği mümkün görünmektedir.

IV.2. Dağıtıcı İşletmelerin, Üretici İşletmenin Bağlılığına İlişkin Algıları İle İlgili Sorunların Değerlendirilmesi

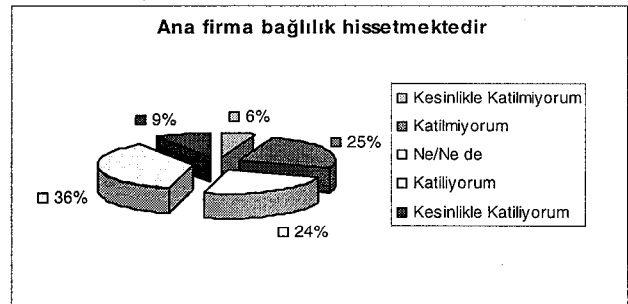
Dağıtıcı işletmenin ana firmanın ilişkiye olan yaklaşımını değerlendirmesi de, dağıtıcı işletmenin ilişkiye bakış açısını ve bağlılık derecesini belirleyen diğer bir faktör durumundadır. Dağıtıcı işletmelerin, ana firmanın bağlılığına ilişkin algılarını belirleyebilmek amacıyla toplam on üç yargı geliştirilmiştir. İlgili yargılara katılma derecesine bağlı olarak, Dağıtıcı işletmelerin ana işletmenin bağlılığını algılama dereceleri tespit edilmiştir. İlgili yargılara katılma derecelerini gösteren tablolar aşağıda belirtilmiş olup, sonuçlara ilişkin genel çıkarımlarda bulunulmuştur.

IV.2.1.Çalıştığımız Ana Firma Bizi Her Türlü Eleştirisi Karşısında Koruyup, Savunmaktadır



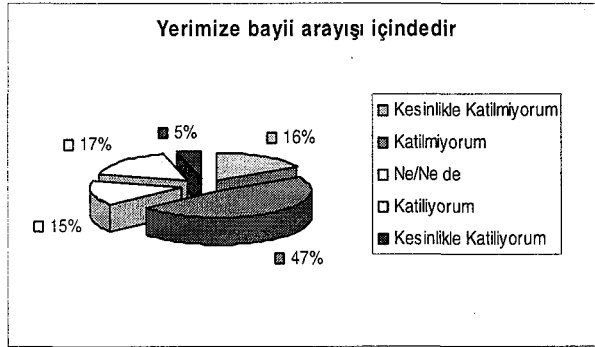
Ana firmanın, kendilerine yöneltilen dağıtıcı işletme ile ilgili eleştiriler karşısında Dağıtıcı işletmeleri koruyup savunduğu yargısına, Dağıtıcı işletmelerin %61'i katıldıklarını, %22'sini katılmadıklarını ve %17'sinin bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir kısmının, ana firmanın kendilerini koruyup, savunmayacağı kanısında olmaları, onların ana firmaya yönelik bağlılıklarını da olumsuz etkileyebileceği düşünülebilir.

IV.2.2.Çalıştığımız Ana Firma, Bize Karşı Yoğun Bir Bağlılık Hissetmektedir



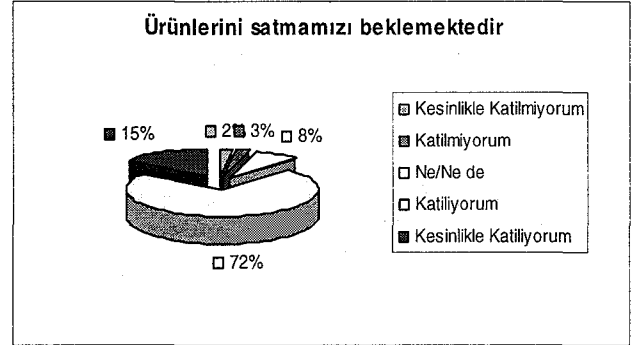
Dağıtıcı işletmelerin %45'i ana firmanın dağıtıcı işletmelere karşı bağlılık hissettiğini, %31'i bu yargıya katılmadıklarını ve %24'ünün bu konuda fikir sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarısından fazlası bir kısmının, ana firmanın bağlılığı konusunda olumlu tutum içerisinde olmaması, ana firmanın ilişkiye bağlılığını gösterecek gerekli pazarlama uygulamaları konusunda yeterli çaba göstermediği söylenebilir. Ana firmanın bağlılığı konusunda dağıtıcı işletmelerin olumlu tutum geliştirmelerini sağlayacak uygulamaların ana firma tarafından gerçekleştirilmesi, dağıtıcı işletmelerin bağlılık düzeylerini pozitif olarak etkileyebileceği söylenebilir. Bu bakımdan, dağıtıcı işletmelerin ana firmaları değiştirmeleri için önemli fırsatların olduğunu söylemek mümkündür.

IV.2.3.Çalıştığımız Ana Firma, Bizim Yerimizi Alabilecek Dağıtıcı İşletme Arayışı İçerisindedir



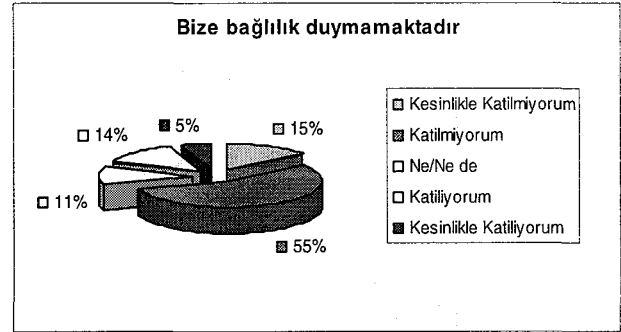
Dağıtıcı işletmelerin %63'ü ilgili yargıya katılmadıklarını, %22'si katıldıklarını ve %15'i bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Görüşülen dağıtıcı işletmelerin yarısından fazla bir kısmı, ana firmaların dağıtıcı işletme arayışı içerisinde olmadıklarını belirtmekle, ana firma ile olan ilişkilerinde bu açıdan huzurlu olduklarını ifade etmişlerdir. Fikir beyan etmeyen dağıtıcı işletmelerin, ana firmanın bu konudaki tutumu ile ilgili herhangi bir algılarının olmadığını söylemişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin bir kısmı ise, ana firmanın bu tür arayışları konusunda bazı duyularını ya da sezgilerinin olduğunu ileri sürmüşlerdir. Bu bakımdan, böylesi dağıtıcı işletmelerin bağlılık derecelerinin de nispeten zayıf olduğu ve bu tür dağıtıcı işletmelere yönelmesi durumunda geçme konusunda ikna edilebileceği söylenebilir.

IV.2.4.Çalıştığımız Ana Firma, Bizden Ürünlerini Uzun Bir Süre İçin Satmamızı Beklemektedir



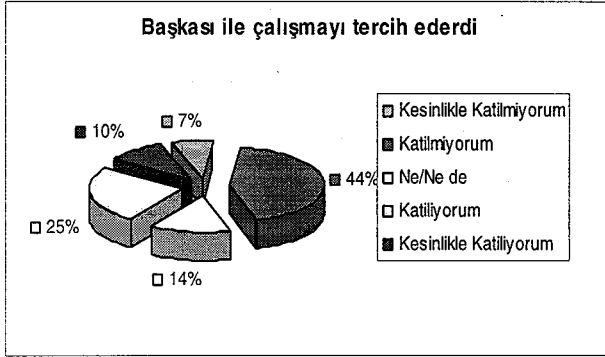
Dağıtıcı işletmelerin %87'si, ana firmaların ürünlerini uzun bir süre için satmalarını beklediklerini, %5'i bu yargıya katılmadıklarını ve %8'nin bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir çoğunluğu, ana firmaların ilişkiye bağlı olduğu görüşü içerisinde oldukları söylenebilir.

IV.2.5.Çalıştığımız Ana Firma Bize Karşı Bağlılık Duymamaktadır



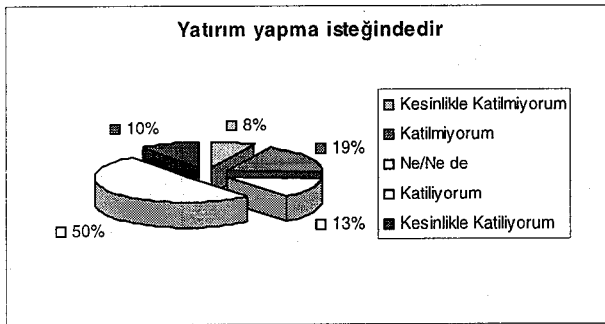
Dağıtıcı işletmelerin, ana firmanın ilişkiye olan bağlılıklarını değerlendirmek üzere ters bir yargı olarak sorulan soruya katılma dereceleri incelendiğinde; dağıtıcı işletmelerin %70'inin ilgili ifadeye katılmadıklarını, %19'unun katıldıklarını ve %11'inin bu konuda fikir beyan etmediklerini söyleyebiliriz. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir çoğunluğu, ana firmaların ilişkiye karşı bağlı olduklarını düşündükleri ifade edilebilir. Ancak, azımsanamayacak bir kısmının da, ana firmanın bağlılık konusunda olumsuz düşündükleri görülmektedir.

IV.2.6. Başka Bir Dağıtıcı İşletme Daha İyi Bir Performans Göstermiş Olsaydı, Ana Firma Bizi Bırakarak, Onunla Çalışmayı Tercih Ederdi



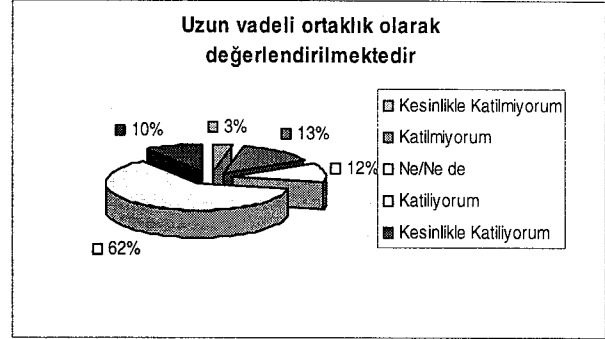
Dağıtıcı işletmelerin %51'i ilgili yargıya katılmadıklarını, %35'i katıldıklarını ve %14'ü bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yaklaşık yarısı, ana firmanın başka bir dağıtıcı işletmeyi tercih etmesinin mümkün olmadığını ifade etmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin bu tutumu, kendi performanslarına güvenmelerinden dolayı, ana firmanın, kendilerine alternatif olabilecek bir dağıtıcı işletme bulamayacaklarını düşünmelerinden kaynaklanıyor olabilir.

IV.2.7. Çalıştığımız Ana Firma, Bize Yardım Etmek İçin Daha Fazla Yatırım Yapma İsteğindedir



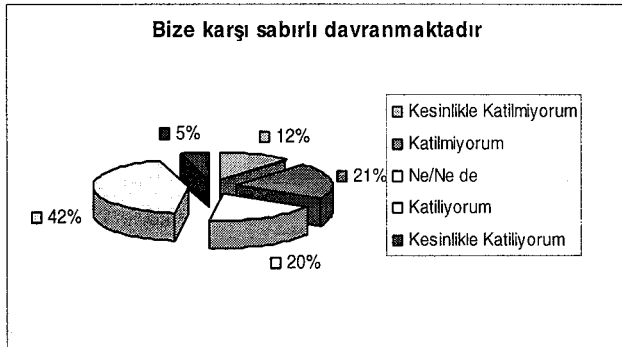
Dağıtıcı işletmelerin %60'i ana firmanın kendilerine yardım etme konusunda daha fazla yatırım yapma isteğinde olduğunu, %27'si bu yargıya katılmadıklarını ve %13'ü bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin çoğunluğu, ana firmaların kendilerine yatırım yapma isteğinde olduğunu ve dolayısıyla bu açıdan ilişkiye bağlı olduklarını ifade etmişlerdir. Ancak, Dağıtıcı işletmelerin önemli bir kısmı ise bu açıdan ana firmanın istekli olmadığını ve ilişkiye bağlılık derecelerinin nispeten daha zayıf olduğu kanısındadırlar.

IV.2.8. Çalıştığımız Ana Firma, İlişkimizi Uzun Vadeli Ortaklık İlişkisi Olarak Değerlendirmektedir



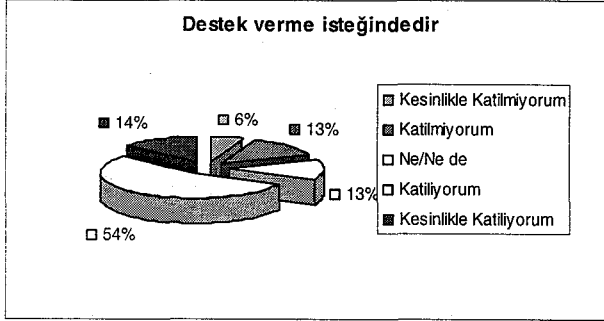
Dağıtıcı işletmelerin %72'si ana firmanın ilişkilerini ortaklık ilişkisi olarak değerlendirdiğini, %16'si bu yargıya katılmadıklarını ve %12'si bu konuda herhangi bir fikir beyan edemediklerini ifade etmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir kısmı ana firmaların, aralarındaki ilişkiye bağlı olduklarını ve yatırım yapmaya hazır bir tutum içerisinde bulduklarını düşünmektedirler.

IV.2.9. Yapacağımız Hatalar, Ana Firmanın Başını Ağrıtabak Olsa Dahi, Ana Firma Bize Karşı Sabırlı Davranmaktadır



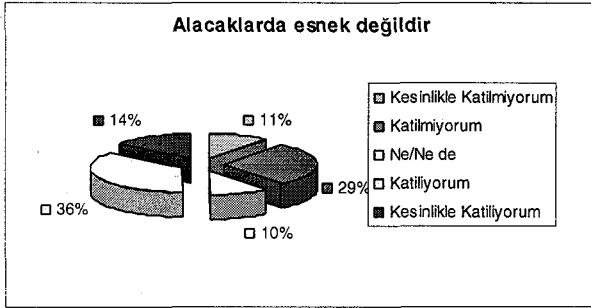
Dağıtıcı işletmelerin %47'si, yapacakları hata karşısında, ana firmaların kendilerine karşı sabırlı davranacağını, %17'si bu yargıya katılmadıklarını ve %20'si böylesi bir durum ile karşılaşmadıkları için herhangi bir fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir.

IV.2.10. Gerçekleştirdiğimiz Satışları Arttırmak İçin Ana Firma Elindeki Kaynaklar İle Destek Vermek İsteğindedir



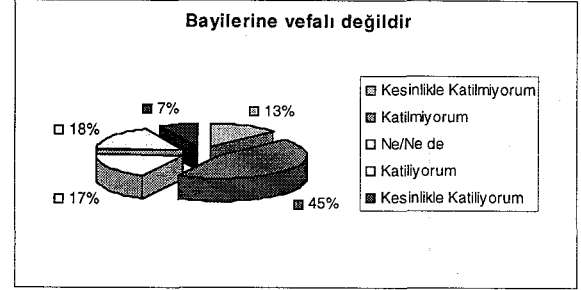
Dağıtıcı işletmelerin %68'i ilgili ifadeye katıldıklarını, %19'u katılmadıklarını ve %13'ü bu konuda herhangi bir fikir beyan edemeyeceklerini ifade etmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir çoğunluğu, ana firmanın yardımı konusunda olumlu görüş belirtirken, önemsiz denilemeyecek bir kısmı da bu konuda olumsuz görüş bildirmişlerdir. Ana firmaların elindeki kaynakları kullanarak dağıtıcı işletmelerin bağlılığını arttırmaları konusunda gerekli girişimlerde bulunmadıkları kanısı içerisinde olan dağıtıcı işletmelere, uygun yaklaşımlar ile bağlılıklarını artırıcı faaliyetler içerisinde bulunmanın gerekli olduğunu söylemek mümkündür.

IV.2.11. Ana Firma Alacaklarının Tahsili Konusunda Esnek Değildir



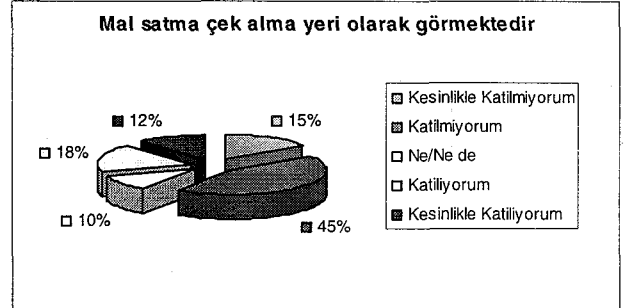
Dağıtıcı işletmelerin %50'si ana firmaların alacakların tahsili konusunda esnek olmadığını, %40'ı esnek olduğunu ve %10'u bu konuda fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarısı, tahsilatta esneklik olmadığını ifade ettiklerinden, tahsilatta gösterilen esnek uygulamalar ile, ana firmaya bağlanabilirler.

IV.2.12. Ana Firma Dağıtıcı İşletmelerine Karşı Vefalı Değildir



Dağıtıcı işletmelerin %58'i ana firmaların vefalı olduğunu, %25'i vefalı olmadığını ve %17'si bu konuda herhangi bir fikir beyan edemeyeceklerini ifade etmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarısından fazlasının ana firmaların vefalı olduğunu düşünmeleri, onların bağlılığı açısından olumlu olarak değerlendirilebilir. Ancak değişik nedenlerle fikir beyan etmeyen dağıtıcı işletmelerin görüşlerinin olumlu olabileceği düşünülecek olursa, dağıtıcı işletmelerin yarısına yakın bir kısmı da, ana firmaların vefalı olmadığını düşünmeleri mümkündür. Dolayısıyla, bu dağıtıcı işletmelerin bağlılıklarını arttırmak için ana firmaların imaj konusunda gerekli önlemleri alıp, olumsuz olan bu tutumun değiştirilmesi gereği vardır.

IV.2.13. Ana Firma Bizi Sadece Mal Satma Ve Çek Alma Yeri Olarak Görmektedir

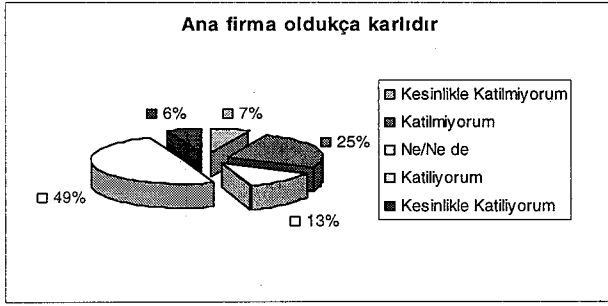


Dağıtıcı işletmelerin %60'ı ilgili yargıya katılmadıklarını, %30'u katıldıklarını ve %10'u bu konuda fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir kısmı, ana firmanın ilişkiye sadece ticari olarak düşünmediğini ifade etmişlerdir. Yine de, dağıtıcı işletmelerin azımsanamayacak bir kısmı da ilişkinin ana firma tarafından salt ticari olarak değerlendirildiği kanısındadırlar. Bu bakımdan, ana firmaların ilişkiye başka boyutlarda da yaklaşmaları gereği olduğu söylenebilir. Bu taktirde dağıtıcı işletmelerin bu olumsuz değerlendirmelerinin de önlenmesine yönelik adımlar atılabilir.

IV.3. Dağıtıcı İşletmenin, Üretici İşletme İle Olan İlişkilerinden Beklentileri

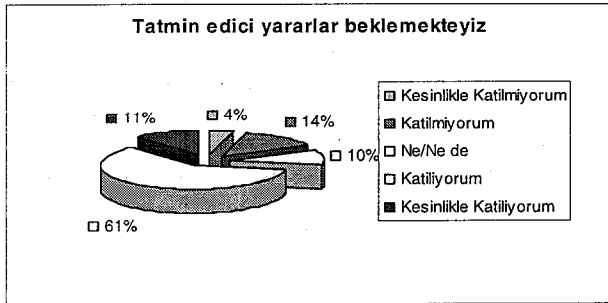
Dağıtıcı işletmenin, ana firma ile olan ilişkilerinden beklentileri, dağıtıcı işletmenin bağlılık derecesi üzerinde etkili olabilecek bir faktör durumundadır. Dağıtıcı işletmelerin, ana firmadan beklentilerini belirleyebilmek amacıyla toplam on bir yargı geliştirilmiştir. İlgili yargılara katılma derecesine bağlı olarak, Dağıtıcı işletmelerin, ana firmadan beklentileri tespit edilmiştir. İlgili yargılara katılma derecelerini gösteren tablolar aşağıda belirtilmiş olup, sonuçlara ilişkin genel çıkarımlarda bulunulmuştur.

IV.3.1.Çalıştığımız Ana Firma Bizim İçin Oldukça Karlıdır



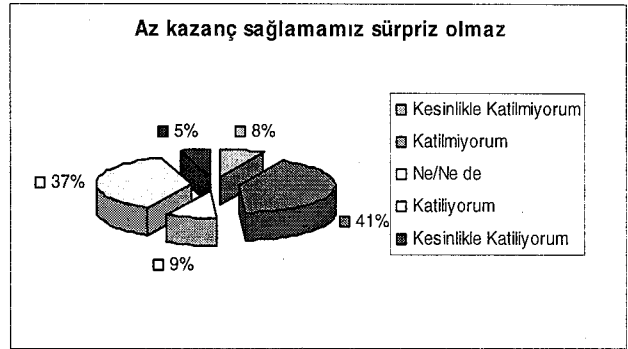
Dağıtıcı işletmelerin %55'i ilgili yargıya katıldıklarını, %32'si katılmadıklarını ve %13'ü bu konuda fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarısından fazlası, ana firmanın kendileri için oldukça karlı olduğunu belirtmekle, kar beklentilerinin de karşılığının verildiğini ifade etmişlerdir. Bu tür dağıtıcı işletmelerin kar olgusunu ileri sürmek suretiyle bağlılığına arttırmak ya da ana firmayı değiştirmesini istemek zor görünmektedir. Dağıtıcı işletmelerin diğer yarısı ise bu bakımdan daha duyarlı olabilmektedirler. Çünkü, bu dağıtıcı işletmeleri bekledikleri karşılığı elde edemediklerini ifade etmişlerdir. Dolayısı ile kar olgusunu bu tür dağıtıcı işletmelerde kullanmak yararlı olabilecektir.

IV.3.2.Çalıştığımız Ana Firma İle Olan İlişkimizden, Gelecek Yıllarda Tatmin Edici Yaralar Beklemekteyiz



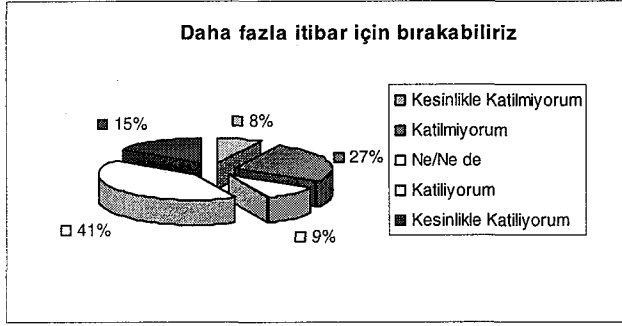
Dağıtıcı işletmelerin %72'si ilgili yargıya katıldıklarını, %18'i katılmadıklarını ve %10'u bu konuda fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir çoğunluğu, ana firma ile ilişkilerinden gelecekte önemli yararlar beklediklerini ifade etmekle, ana firmaya bağlılıklarını da belirtmiş olmaktadır. Dağıtıcı işletmelerin azınlığını oluşturan kısmı ise beklenti içerisinde olmadıklarından, ana firmaya olan bağlılıklarının da nispeten zayıf olduğu söylenebilir. Bu dağıtıcı işletmelere yönelik olarak beklenti eşiklerini yükseltecek uygulamalarda bulunmak, bağlılıklarını artırma yolunda önemli katkılar olacağını söylemek mümkündür.

IV.3.3.Yakın Gelecekte, Ana Firmanın Ürünlerinden Daha Az Kazanç Sağlamamız Bizim İçin Sürpriz Olmaz



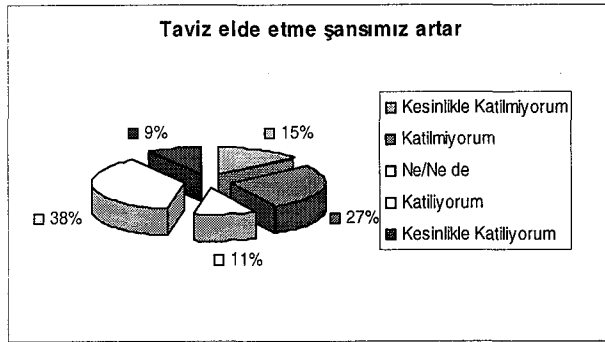
Dağıtıcı işletmelerin %49'u ilgili yargıya katılmadıklarını, %42'si katıldıklarını ve %9'u bu konuda fikir beyan edemeyeceklerini ifade etmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarıya yakın kısmı olumlu beklenti içerisinde olduklarını belirtmişlerdir. Diğer yarısı ise beklentilerinin olumsuz olduğunu söylemişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin daha az kazanç sağlamanın sürpriz olmadığını belirtmeleri, ana firmaya olan bağlılık derecelerini de azaltan bir faktör durumundadır. Yapılan görüşmeler esnasında, böylesi olumsuz bir tutumun sadece ana firmanın uygulamalarından değil de, aynı zam ve boru sektöründeki olumsuz rekabet koşullarından kaynaklandığı izlenimi edinildi. Bu bakımdan ilgili sonucun ihtiyatla karşılanması gerektiği söylenebilir. Diğer açıdan ise, ana firmaların rekabetin düzene girmesi konusunda yapacakları olumlu katkıların, Dağıtıcı işletmeleri gelecek konusunda ümit var durumunu getireceğinden, ana firmaya olan bağlılıklarının da bu tür uygulamalarla arttırmanın mümkün olduğu görüşü yanlış olmayacaktır.

IV.3.4.Çalıştığımız Ana Firmayı, Ancak Bize Daha Fazla İtibar Kazanacak Bir Firma İçin Bırakabiliriz



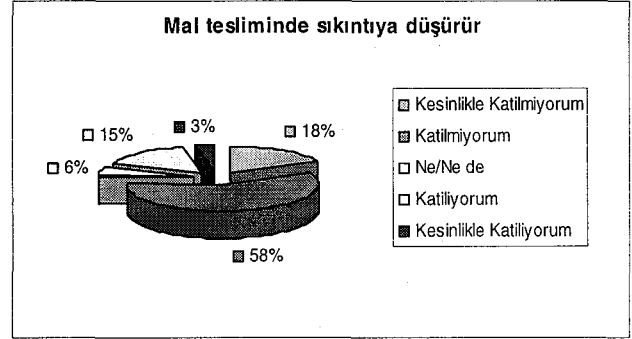
Dağıtıcı işletmelerin %56'sı ilgili yargıya katıldıklarını, %35'i katılmadıklarını ve %9'u bu konuda fikir beyan edemeyeceklerini ifade etmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarısından fazlasının daha fazla itibar beklentisi içersinde oldukları ve bu beklentiyi karşılayacağını düşündükleri ana firmaya geçebileceklerini söylemek mümkündür. Bu bakımdan, ana firmaların dağıtıcı işletmelerine olan yaklaşımları önem kazanmaktadır. Dağıtıcı işletmelere itibarlı oldukları duygusunu verecek ve itibar kazandıracak uygulamaların, hem dağıtıcı işletmelerin bağlılığını arttırabileceği hem de ana firmayı değiştirme konusunda ikna edilebilecekleri söylenebilir.

IV.3.5.Çalıştığımız Firmayı Değiştirme Kararı Aldığımızda, Yeni Çalışacağımız Firmadan Taviz Elde Etme Şansımız Artar



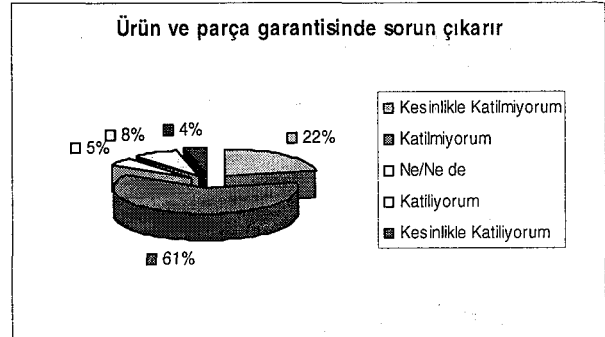
Dağıtıcı işletmelerin %47'si ilgili yargıya katıldıklarını, %42'si katılmadıklarını ve %11'i bu konuda fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir. Gerçekleştirilen görüşmeler sırasında, geçecekleri ana firmadan taviz elde etme umudu, Dağıtıcı işletmeler açısından fazla çekici bulunmamıştır. Tavize dayalı ilişkilerin uzun süreli olmadığı fikri, dağıtıcı işletmeler arasında yaygın bir kabul görmektedir. Bu bakımdan, dağıtıcı işletmelerin bağlılığını arttırmak için taviz verme yaklaşımlarının doğru olmadığını söylemek mümkündür.

IV.3.6.Çalıştığımız Ana Firma Mal Teslimi Konusunda Bizi Zaman Zaman Sıkıntıya Düşürmektedir



Dağıtıcı işletmelerin %76'sı ilgili yargıya katılmadıklarını, %18'i katıldıklarını ve %6'sı fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir çoğunluğu, mal teslimi konusunda sıkıntı yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin ana firmadan mal teslimi konusundaki beklentilerinin karşılanması, onların bağlılığı üzerinde olumlu etki gösterebileceği kanısını uyandırmaktadır.

IV.3.7.Çalıştığımız Ana Firma Ürün Ve Parça Garantisi Konusunda Zaman Zaman Problem Çıkartmaktadır



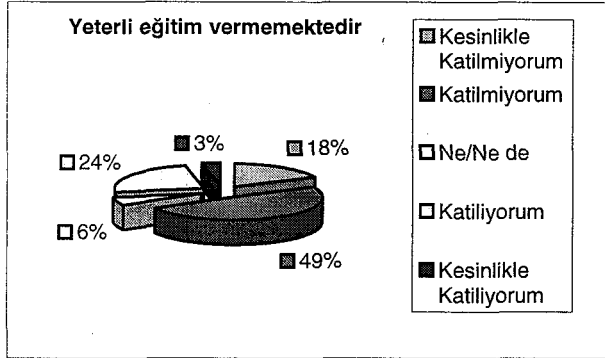
Dağıtıcı işletmelerin %83'ü ilgili yargıya katılmadıklarını, %12'si katıldıklarını ve %5'i fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin ağırlıklı çoğunluğunun ürün ve parça garantisinde sorun yaşamadığını ifade etmişlerdir. Dolayısı ile bu beklentinin karşılanması, Dağıtıcı işletmelerin kendilerini ana firmaya daha bağlı hissetmelerine neden olabileceği söylenebilir.

IV.3.8.Çalıştığımız Ana Firma, Ürün İadelerini Kabul Etmemektedir

Dağıtıcı işletmelerin %85'i ilgili yargıya katılmadıklarını, %11'i katıldıklarını ve %4'ü fikir beyan edemeyeceklerini ifade etmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin

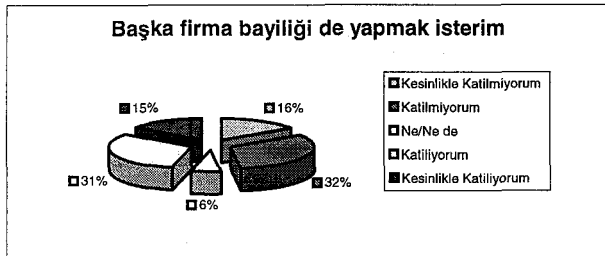
ağırlıklı çoğunluğunun ürün iadelerinin kabul edildiğini belirtmeleri, onları ana firmalarına karşı bağlı duruma getirdiği söylenebilir.

IV.3.9.Ana Firma, Ürün Ve Hizmet Konusunda Yeterli Eğitim Vermemektedir



Dağıtıcı işletmelerin %67'si ilgili yargıya katıldıklarını, %27'si katılmadıklarını ve %6'sı bu konuda bir fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin önemli bir çoğunluğunun, ana firmaların eğitim verdiğini ifade etmektedirler. Bu husus onları, ana firmaya karşı bağlı duruma getirebilmektedir. Dolayısı ile, ana firmaların Dağıtıcı işletmeleri yönelik olarak düzenleyeceği eğitim programları, onları ana firmaya çekme ve bağlılıklarını artırma konusunda önemli bir yaklaşım olduğu söylenebilir.

IV.3.10.Çalışmakta Olduğum Ana Firmadan Daha Çok İş Hacmi ve Kar Sağlama Fırsatı Yaratacak Bir Başka Firmanın da Ayrıca Dağıtıcı İşletmeliğini Yapmak İsterim



Dağıtıcı işletmelerin %48'i ilgili yargıya katılmadıklarını,

%46'sı katıldıklarını ve %6'sı bu konuda fikir beyan edemeyeceklerini belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmelerin yarısına yakın bir kısmının mevcut dağıtıcı işletmeliğin yanında, potansiyeli olan başka bir dağıtıcı işletmelik istemediklerini, çünkü gerekli özenli çalışmayı yapamayacaklarını ifade etmişlerdir. Ancak, dağıtıcı işletmelerin diğer yarısı da bu konuyu olumlu yaklaştıklarını bildirmişlerdir. Sözleşme koşullarının buna elvermesi durumunda başka bir firmanın da dağıtıcı işletmeliğini yapabileceklerini bildirmişlerdir.

V. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırma modeli çerçevesinde geliştirilen hipotezlerin test edilmesi amacıyla veriler ilk önce faktör analizine tabii tutulmuştur. Faktör analizi sonucunda belirlenen sekiz temel faktörü en iyi temsil ettiği belirlenen alt faktörler kullanılarak, regresyon analizi gerçekleştirilip hipotezler test edilmiştir.

Regresyon modeli Tablo.1'de görüldüğü üzere, bağımlı değişken varyansının %40.8'ini açıklamaktadır. Bu regresyon modeli için oldukça iyi bir sonuç olduğundan, modelin açıklama gücü yeterlidir. Geri kalan varyansın, bağımsız değişkenler dışındaki diğer tesadüfi faktörlerin etkisiyle geliştiği söylenebilir.

Anova analizi sonucuna göre F istatistik değerinin yüksek çıkması, modelin açıklama gücünün anlamlı olduğunu göstermektedir (Bkz.: Tablo.2).

a. Bağımsız Değişkenler: Anlayış derecesi, Düzenlemeler konusunda sorun yaşarız, Ana firmadan dolayı çalkantı yaşadık, Yeterli eğitimi vermemektedir, Ana firma bağlılık hissetmektedir, Ürün ve parça garantisinde sorun çıkarır, Tatmin edici yararlar beklemekteyiz, Bilgi desteğimize başvurur, Hakkaniyetli çalışması ile ün yapmıştır, Anlaşmaya yatkınlık

b Bağımlı Değişken: Ana firmaya bağlı değiliz

Tablo.1. Regresyon Modeli

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.639(a)	.408	.385	.849	.408	17.563	10	255	.000	1.562

Tablo.2. ANOVA Analizi

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126.726	10	12.673	17.563	.000(a)
	Residual	183.996	255	.722		
	Total	310.722	265			

a. Bağımsız Değişkenler: (Constant), Anlayış derecesi, Düzenlemeler konusunda sorun yaşarız, Ana firmadan dolayı çalkantı yaşadık, Yeterli eğitimi vermektedir, Ana firma bağlılık hissetmektedir, Ürün ve parça garantisinde sorun çıkarır, Tatmin edici yararlar beklemekteyiz, Bilgi desteğimize başvurur, Hakkaniyetli çalışması ile ün yapmıştır, Anlaşmaya yatkınlık

b. Bağımlı Değişkenler: Ana firmaya bağlı değiliz

Regresyon analizinde yer alan bağımsız değişkenler, araştırmanın modelinde belirtilen sekiz ana değişkenden oluşmaktadır. Bağımlı değişkenlerin, dağıtıcı işletmelerin işbirliği eğilimi üzerinde etkili olan faktörlerin anlamlı olup olmadığı tablo.3'te gösterilmiştir.

Tablo.3. Regresyon Katsayıları

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.588	.411		8.719	.000
	Ana firma bağlılık hissetmektedir	-.104	.058	-.105	-1.800	.073
	Düzenlemeler konusunda sorun yaşarız	.046	.047	.053	.987	.324
	Yeterli eğitimi vermektedir	-.033	.054	-.034	-.608	.544
	Bilgi desteğimize başvurur	-.124	.056	-.139	-2.239	.026
	Ana firmadan dolayı çalkantı yaşadık	.128	.053	.135	2.400	.017
	Hakkaniyetli çalışması ile ün yapmıştır	-.024	.061	-.026	-.398	.691
	Ürün ve parça garantisinde sorun çıkarır	.220	.064	.198	3.425	.001
	Tatmin edici yararlar beklemekteyiz	-.207	.067	-.191	-3.096	.002
	Anlaşmaya yatkınlık	-.122	.051	-.174	-2.393	.017
	Anlayış derecesi	.020	.050	.030	.394	.694

a. Bağımlı Değişken: Ana firmaya bağlı değiliz

Regresyon analizine göre; dağıtıcı işletmelerin ana firmadan beklentileri, ana firma personelinin yaklaşımı, ana firma ile geçmişte yaşanan çatışmalar, ana firma ile dağıtıcı işletme arasındaki iletişimin düzeyi ve ana firmanın bağlılığı konusunda dağıtıcı işletmelerin algıları, dağıtıcı işletmelerin ana firmaya bağlılığını anlamlı bir düzeyde belirleyen faktörler olarak bulunmuştur.

olduklarını belirtmişlerdir. Dağıtıcı işletmeler; üretici işletmelerin ilişkiye olan bağlılıklarını olumlu değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir. Üretici işletmeler ile olan ilişkileri sonucunda kendilerine verilen kar marjları, üretici işletmenin eğitim faaliyetleri, pazarlama programına üretici işletmenin verdiği destek ve üretici işletmenin ürünlerine olan pazar talebinin, ilişki açısından önemli olduğu, araştırmaya katılan dağıtıcı işletmeler tarafından vurgulanmıştır.

VI. SONUÇ

Araştırma bulgularına göre; dağıtıcı işletmeler, genel olarak üretici işletmeler ile olan ilişkilerine bağlı

Gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda; dağıtıcı işletmelerin üretici işletmeden beklentileri, üretici işletmenin bağlılığı konusunda dağıtıcı işletmelerin algıları, dağıtıcı işletmelerin ana firmaya bağlılığını

anlamli bir düzeyde belirleyen faktörler olarak bulunmuştur.

Araştırma kapsamında ele alınan faktörlerin dışında; dağıtım kanalı ilişkisi içerisinde karşılıklı güven, dağıtıcı işletmelerin ilişkiden tatmin düzeyleri, çevresel faktörler ile dağıtıcı işletmenin demografik özellikleri ve sektörler göre bağlılığı etkileyebilecek diğer faktörler konusunda ayrıntılı çalışmalara ihtiyaç vardır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Anderson, J.C., & Narus, J.A. (1984). A Model of the Distributors Perspective of the Distributor-Manufacturer Working Relationships. *Journal of Marketing*, 48, Fall, ss.62-74.
- [2] Anderson, J.C., & Narus, J.A. (1990). A Model of the Distributor Firms and Manufacturer Firms Working Partnerships. *Journal of Marketing*, 54, Fall, ss.42-58.
- [3] Dwyer, R.F., Schurr, P.H., & Oh, S. (1987). Developing Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 51, April, ss.11-27.
- [4] Heide, J.B., & John, G. (1988). The Role of Dependence Balancing in Safeguarding Transaction-Specific Asset in Conventional Channels. *Journal of Marketing*, 52, January, ss.20-35.
- [5] Heide, J.B. (1994). Interorganizational Governance in Marketing Channels. *Journal of Marketing*, 58, January, ss.71-85.
- [6] Lewis, M.C., & Lambert, D.M. (1991). A Model of Channel Member Performance, Dependence, and Satisfaction. *Journal of Retailing*, 67(2), ss.205-225.
- [7] Skinner, S.J., Gassenheimer, J.B., & Kelley, S.W. (1992). Cooperation in Supplier-Dealer Relations. *Journal of Retailing*, 68(2), ss.174-193.
- [8] Olsen, J., & Granzin, K.L. (1993). Using Channel Constructs to Explain Dealers' Willingness to Help Manufacturers Combat Counterfeiting. *Journal of Business Research*, 27, ss.147-170.
- [9] Gundlach, G.T., & Cadotte, E.R. (1994). Exchange Interdependence and Interfirm Interaction: Research in Simulated Channel Setting. *Journal of Marketing Research*, XXXI, ss.516-532.
- [10] Anderson, J.C., Hakanson, H., & Johanson, J. (1994). Dyadic Business Relationships Within a Business Network Context. *Journal of Marketing*, 58, ss.1-15.
- [11] Wilson, D.T. (1995). An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), ss.335-345.
- [12] Joseph, W.B., Gardner, J.T., Thach, S., & Vernon, F. (1995). How Industrial Distributors View Distributor-Supplier Partnership Arrangements. *Industrial Marketing Management*, 24(1), ss.27-36.
- [13] Young, J.A., Gilbert, F.W., & McIntyre, F.S. (1996). An Investigation of Relationalism across a Range of Marketing Relationships and Alliances. *Journal of Business Research*, 35, ss.139-151.
- [14] Tuten, T.L., & Urban, D.J. (2001). An Expanded Model of Business-to-Business Partnership Formation and Success. *Industrial Marketing Management*, 30, ss.149-164.
- [15] Mirani, R., Moore, D., & Weber, J.A. (2001). Emerging Technologies for Enhancing Supplier-Reseller Partnerships. *Industrial Marketing Management*, 30, ss.101-114.
- [16] Bensaou, M., & Anderson, E. (1999). Buyer Supplier Relations in Industrial Markets: When Do Buyer Risk Making Idiosyncratic Investments? *Organization Science*, 10(4), ss.460-481.
- [17] Rodriguez, C.M., & Wilson, D.T. (2002). Relationship Bonding and Trust as a Foundation for Commitment in U.S.-Mexican Strategic Alliances: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of Marketing*, 10(4), ss.53-76.
- [18] Ruyter, K., Moorman, L., & Lemmink, J. (2001). Antecedents of Commitment and Trust in Customer-Supplier Relationships in High Technology Markets. *Industrial Marketing Management*, 30, ss.271-286.
- [19] Coote, L.V., Forrest, E.J., & Tam, T.W. (2003). An Investigation into Commitment in non-Western Industrial Marketing Relationships. *Industrial Marketing Management*, 32(7), ss.1-10.
- [20] Kwon, I.W., & Suh, T. (2004). Factor Affecting the Level of Trust and Commitment Supply Chain Relationships. *The Journal of Supply Chain Management*, 40(2), Spring, ss.4-14.

Sema YOLAÇ (semayolac@mynet.com) has Ph.D. of Economics at Istanbul University Social Sciences Institute. She is Research Assistant at Istanbul University. Her research areas are concentration, market structure, firm behavior and firm profitability.

THE FACTORS THAT AFFECT CONSUMER IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN GROCERY AND CLOTHING SECTORS

Ela ÜNLER

Yeditepe Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik, Araştırma Görevlisi

THE FACTORS THAT AFFECT CONSUMER IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR IN GROCERY AND CLOTHING SECTORS

Abstract: Consumers are considered as a problem solver to fulfill their needs by marketers. The behavior according to satisfy their needs are generally planned, but some of them unplanned because of some influences. Unplanned, which is called impulsive buying behavior, generates 50 percent of consumers' shopping behavior according to recent studies. This shopping behavior especially occurs in grocery and clothing sectors. With the growth of advertising and technological developments, consumers have easy access to impulse purchasing (Kacen&Lee, 2002). Adding to this growth, individual's cultures has a great impact on their, impulse buying behavior, but little known about this sudden, spontaneous purchasing behavior in Turkey. The aim of this study is to indicate the factors, which affect consumer impulsive buying behavior in both grocery and clothing sectors in Turkey.

Keywords: Consumer Behavior, Marketing, Impulsive Buying Behavior

TÜKETİCİLERİN GIDA VE GİYİM ALIŞVERİŞLERİNDE Kİ PLANSIZ SATIN ALMA DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Özet: Pazarlama uygulamalarında, tüketicilerin, ihtiyaçlarını gidermede problem çözücü oldukları düşünülür. İhtiyaçlarını gidermedeki davranışları genellikle planlı olup bazı faktörlerden dolayı plansız dönüşebilmektedir. Son zamanlardaki araştırmalar, plansız satın alma davranışı tüketicilerin alışverişlerinin yüzde 50'sini içerdiğini göstermektedir. Bu alışveriş davranışı özellikle gıda ve giyim alışverişlerinde yoğunluk kazanmıştır. Reklam ve teknolojiye ki gelişmeler, tüketicilerin kolayca plansız alışveriş yapmalarına olanak sağlamaktadır. Bu gelişmelere ek olarak, birey kültürlerinin de plansız satın alma davranışında büyük etkisi bulunmaktadır. Fakat Türkiye'de bu satın alma davranışı ile ilgili çok az bilgi mevcuttur. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de ki tüketicilerin gıda ve giyim alışverişlerindeki plansız satın alma davranışını etkileyen faktörleri inceleyerek bu alana bir katkı sağlamaya çalışmaktır.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışı, Pazarlama, Plansız Satın Alma Davranışı

I. INTRODUCTION

Consumer behavior covers a lot of grounds that analyze the behaviors of consumers and the reason of these decisions. It is referred as "involving the thoughts and feelings people experience and the actions they perform in consumption processes" [1]. Buying behavior is determined according to consumer decision-making process. Individuals generally act according to this process to solve their needs and problems. But, another fact, which individuals do not shop only for their needs, is called impulsive buying behavior. This study will help marketers to understand why people behave impulsive in their clothing and grocery shopping. Therefore, this study will have a significant importance to be an aspect for Turkey's consumers' buying characteristics, which has not been measured until now [2].

Consumer Decision Making Process

Consumer decision-making process is the selection from among alternatives of a specific course of action in consideration of particular needs [3]. There are two

models, which try to describe this process. First model, which is the basic one, is called black box model [4]. It defines marketing message as an input and the purchasing behavior as an output. The buyer is the black box, which gets the input and shifts the message to the output by the effect of marketing programs. Engel, Kollatt and Blackwell first introduced the second model, which is more comprehensive and also most used, in 1968. This model consists of five steps: 1) Recognition of need, 2) Information search, 3) Evaluation of alternatives, 4) Purchase and 5) Post purchase.

This figure represents an overview of consumer decision-making. It is designed to tie together many of the ideas on consumer making and consumption behavior. This process is affected by situational, internal and external factors.

Situational Factors

Situational influences are defined as all those factors particular a time and place that do not follow from knowledge of a personal and stimulus attributes and that

have a demonstrable and systematic effect on current behavior [5]. A number of features or characteristics of situations effect behaviors across the various types of situations. There are five important characteristics of situations, which are physical features, social surroundings, time perspectives, task objectives and antecedent states [6]. These characteristics are summarized in Figure.1:

• **External (Environmental) Influences**

External influences shape and force individuals in their consumption decisions. External influences can be named as environmental influences. Controlling images and signs in the marketplace requires both a broad and an intensive understanding of the environment [7]. Reference groups, family, social class and culture are all included in environmental influences.

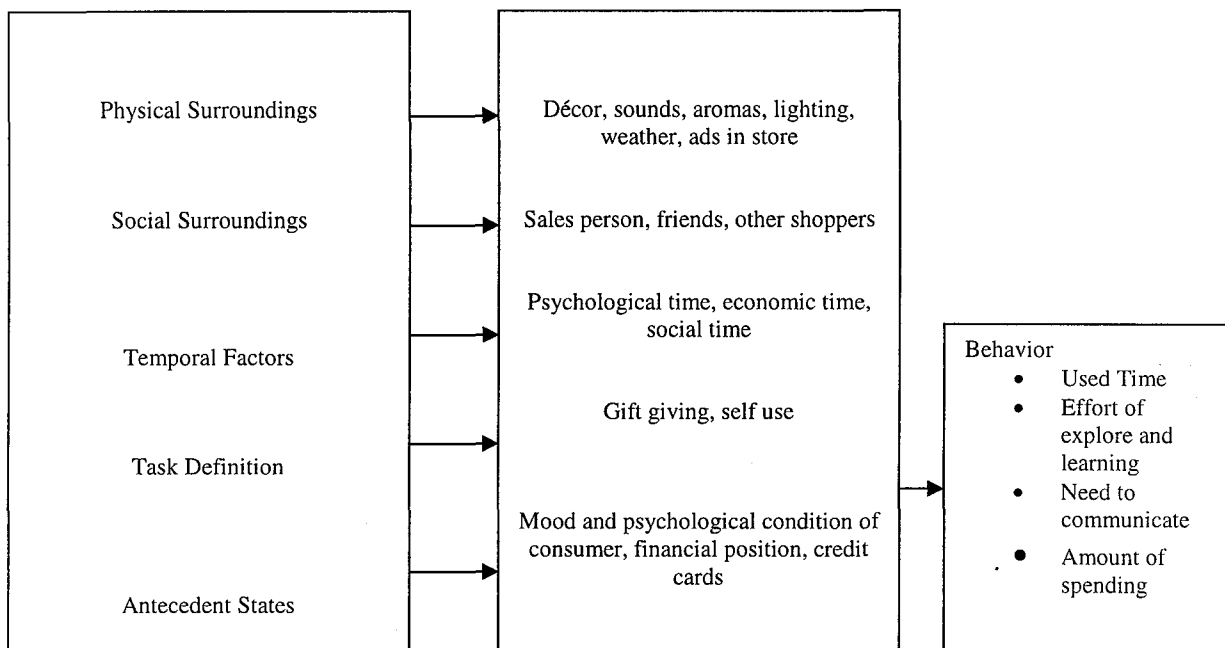
Reference groups are defined as “an actual or imaginary individual or group conceived of having significant relevance upon an individual’s evaluations, aspirations or behavior” [8]. In other words, it is a person or group of people that significantly influences an individual’s behavior [9]. A reference group is a simply a group that an individual uses as a guide for behavior in a specific situation. The reference groups provide standards or norms by which consumers judge their attitudes and behavior [10].

A family is a group of two or more persons related by blood, marriage or adoption that stay together. Family is the most powerful influence among external influences in consumer decision-making [10]. Family members have a major effect on consumer behaviors. Therefore for several product lines family is the primary target for marketers. Because of being both consumption unit and gaining unit, purchasing decisions affect the memberships of the family [11].

Social class refers to grouping of people who are similar in their behavior based upon their economic position in the market place and it is determined by a complex set of variables, including income, family background and occupation [12]. Marketers have to understand consumer’s buying behavior actions using these variables.

Culture is defined as the complex whole that includes knowledge, belief, art, law, morals, customs, and any other capabilities and habits acquired by humans as members of society [13]. First culture is a comprehensive concept. It includes almost everything that influences an individual’s decision processes and behaviors. Second, culture is acquired. It does not include inherited responses and predispositions. Finally, culture seldom provides detailed informations for appropriate behavior [14].

Figure.1. Situational Influences



Source: Odabaşı, Y., & Gülfidan, B. (2002). *Tüketici Davranışı. MediaCat Yayınları, sayfa.365* [11]

- **Internal (Psychological) Influences**

Internal influences imply the self-concept of the individuals. Self-concept refers to the way individuals think and feel about themselves as well as how they would like to think and feel about themselves. Their current and desired lifestyles are the way they translate their self-concepts into daily behaviors, including purchase decisions. A range of individual differences can have an impact on consumer behavior by affecting the internal processes in decision making [4]. Internal influences can be gathered under five headings:

- 1) Perception, 2) Learning, 3) Motivation,
- 4) Attitudes and 5) Self-Concept

Perception is the critical activity that links the individual consumer to group, situation and marketer influences. It is concerned with observing the environment, people, objects, smelling, voices, activities, tastes and colors [11]. Therefore perception is the process by which these sensations are selected, organized and interpreted. Perception is included in the information processing which is the first step of the consumer decision-making process.

Differentiating human beings from other living things begin with learning. **Learning** is essential part of consumption process. In fact, consumer behavior is largely learned behavior. Consumers acquire most of their attitudes, values, tastes, behaviors, preferences, symbolic meanings and feelings through learning. Firms that provide consumers learn about their products in an efficient manner often obtain long-term competitive advantage [15]. In most comprehensive definition, learning is "any change in the content or organization of long-term memory and/or behavior" [16]. The concept of learning covers a lot of field, ranging from a consumer's simple association between a stimulus such as a product logo and a response to a complex series of cognitive activities. Theories range from simple stimulus response connections to perspectives that regard consumers as complex problem solvers who learn abstract rules and concepts by observing others [17]. Learning is an ongoing process. Understanding learning help most of marketers to think learning process by which individuals acquire the purchase and consumption information and experience that they apply to future related behavior [18]. Finally understanding these theories is important to marketers as well, because basic learning principles are at the heart of many consumer purchase decisions [19].

Motivation refers to the processes that cause people to behave as they do. It occurs when the consumer wishes to satisfy a need. A motive is a construct presenting an unobservable inner force that attracts and forces a behavioral response and helps specific direction

to that response. A motive is why an individual does something [20].

An attitude is "an enduring organization of motivational, emotional, perceptual and cognitive processes with respect to aspect of consumer environment". It is a learned behavior to respond in a consistently favorable or unfavorable manner with respect to a given object [14]. There is a major effect of the individual's attitudes in purchasing behavior affect to change or harden the actual attitude. Marketers have to understand the consumer's attitudes to learn post purchase action [21].

Self-concept is defined as the totality of the individual's thoughts and feelings having reference to him or herself as an object. It is their perception of themselves and their feelings toward themselves. Self-concept is explored to understand how consumer's feelings about themselves shape their consumption process [17].

Impulsive Buying Behavior

There are two dimensions of contemporary marketing. One of them provides consumers to satisfy their needs and the other motivates consumers to fulfill their needs [11]. Motivation is "the driving force within individuals that impels them to action" [22]. The occurrence of the need does not always impel individuals to take action. It is related with the type of the need. The situation of the need is shaped and also effected by the situational, internal and external factors. Basically the person notices his/her need and to satisfy this need, enters decision-making process. But sometimes, consumers take action at the same time of the occurrence of the need, so unplanned buying behavior came into action and it is called impulsive buying behavior. Impulsive buying behavior is defined as a "consumer's tendency to buy spontaneously, unreflectively, immediately and kinetically" [23]. At this type of purchasing, consumer is not actively searching the product and has no prior plans to purchase [24]. There are four kinds of impulsive purchases:

- **Pure impulsive** occurs when an item bought that the shopper did not have in mind on entering the store. It is based on the novelty of the product.

- **Reminder impulse** is related with the product, which is not occurred in the shopping list. The shopper was reminded of the need by some influence within the store.

- **Suggestion impulse**, which is about products that fulfill a previously unmet need. It is generally occurred by the influence of the product or other situations.

- **Planned impulse** occurs when the customer has gone out to buy a specific type of product, but is shifted to another by special offers [14].

In the impulsive buying behavior, individuals eliminate some steps of consumer decision-making process, because in this type of buying behavior, the buyer enters the store without the need of the product. Therefore, the consumer overlooks recognition of need and information search processes.

Influences of Impulsive Buying Behavior

Consumer decision-making process and also impulsive buying behavior is actually a continuous stream of interactions among environmental, situational (cognitive) factors, behavioral actions, physical and social environment as mentioned above [25].

Variety of factors may alert consumers to act impulsive. Factors such as a consumer's economic position, time pressure can trigger the impulsive buying behavior [26]. An individual's impulsive behavior tendencies have also be related to demographic factors such as consumer's age and gender. Studies argued that women act more impulsive than men. Also research on the relationship between the age and impulsive buying behavior indicates that younger individuals are more impulsive compared to older people [27-30]. Several studies are developed also for the effect of consumer's mood on the impulsive buying behavior. Rook and Gardner found that consumers' positive moods were more conducive to impulsive buying than negative moods, although impulse buying occurred under both types of behavior. Store environment such as lighting, aromas, sounds, design and the number of people in the store, advertising, pricing and displays of the products are other factors, which influence impulse behavior [31-32]. Adding to all these factors, studies showed that reference groups such as family and friends have a significant influence on individual's impulse buying [27].

II. METHOD

II.1. Overview

Two studies were conducted to measure the effects of consumers' impulsive buying behavior. The preliminary study concentrates on the relationship of individual's trait of impulsiveness and demographic factors such as age and gender. The hypotheses;

H₁; With the comparison of female and male groups, female act more impulsive than male in both grocery and clothing shopping behaviors.

H₂; There is a negative correlation between age

and impulsive buying behavior in both grocery and clothing shopping behavior.

The main study examines the factors that effect consumers' impulsive buying behavior on their clothing and grocery shopping. The hypotheses;

H₃; Consumers' mood explain most of the variability in the dependent variable of impulsive buying behavior in both grocery and clothing shopping behaviors.

H₄; Reference groups are the strongest elements in explaining impulsive buying behavior in both grocery and clothing shopping behaviors.

In these studies, surveys were administered to individuals who make grocery and clothing shopping. At the total of 185 respondents who were in the age group of 18-35 and 35+ were chosen. They are equally distributed as male and female and in buying clothing and grocery. They were selected from different shopping environments. Therefore, convenience sampling is used for both two sectors.

II.2. Participants and Measures

A survey was administered to 185 people in Istanbul who make grocery and clothing shopping. Participants were asked to complete a questionnaire, which consists of three parts. The first part includes 7 questions to measure trait-buying impulsiveness [23], the second part includes 15 questions with a given scenario to measure the effects of impulsive buying behavior. Respondents were asked, "you entered the store without any need, which factors impel you to buy a product impulsively or spontaneously?" Factors were collected under four main groups. They are; store environment, product display, reference groups and individual's mood. The third and the last part occurs demographic items including gender, age, economic position and marital status. The same types of questions were used both for grocery and clothing sectors. The instrument is a five-point Likert scale for both sectors. Two different reliability analyses were performed in terms of two subsections of the questionnaire. As reliability analyses of both sectors, in the grocery sector, the first and the second parts of the reliabilities were found the alpha coefficients in order; .6864, .8611 and in the clothing sector, again the first and the second parts of the reliabilities are in the following order; .7339 and .8828. They all indicate statistically highly significant values. A rotated factor analysis, correlation tests, regression analyses and T-tests were used to understand the effect of factors on impulsive buying behavior. A rotated factor analysis was performed for the questionnaire to understand "the maximum amount of common variance in a correlation matrix" by reducing "a data set from a group of interrelated variables into a smaller set of uncorrelated factors" [33]. A rotated

factor analysis for the first part items which measure of trait of impulsiveness in grocery sector suggests an acceptable model with a ,751 KMO and Bartlett's Test, a chi-square statistic of 76,147 (df=21). For the second part items that measure the factors effecting impulse behavior in grocery sector suggests ,798 KMO and Bartlett's Test, a chi-square statistic of 629,962 (df=105). For clothing sector, the first and the second parts are presented in order; ,739 KMO and Bartlett's Test, a chi-square statistic of 106,945 (df=21) and ,833 KMO and Bartlett's Test, a chi-square statistic of 589,478 (df=105).

III. RESULTS

The T-Test analysis was performed for testing the first hypothesis. As hypothesized, females act more impulsive than males in both grocery and clothing shopping behaviors. No difference came out for gender. It would be logical to say the difference in the impulsive buying behavior level of people who make clothing and grocery shopping is not related to their gender.

To test the second hypothesis, which is related with the correlation of age and impulsive buying behavior, an ANOVA analysis was performed. The results (F value=2,186) indicated that there is a significant (p<0.01) difference in impulsive buying behavior with the age groups of respondents only in clothing sector. Post Hoc tests were also performed to determine which groups

differed, but the analysis does not indicate that there is a difference in which groups of age in clothing buying behavior. It is presented in Table.1.

A regression analysis was employed for the third hypothesis, which is related with the mood (positive and negative mood) of the consumers' and impulse behavior in grocery and clothing sectors. The result is sufficient for only clothing sector. Positive mood of individual's explained five percent of variance in the dependent variable of impulsive buying behavior as shown in Table.2.

As hypothesized, reference groups are the strongest elements in explaining impulsive buying behavior both in grocery and clothing sectors. Reference groups have two subsections, which are friend and family.

A regression analysis employed and the result indicates a positive significant relationship for only friend but albeit a low R square in clothing sector. On the other hand for the grocery sector, the result indicates a positive significant relationship but has a low R square. The results are shown in Table.3 and Table.4. The Durbin Watson test confirms that this result does not occur by chance. F value also indicates the significance of regression model at a very high significances level (p<.001).

Table.1. ANOVA Analysis For Age Groups In Clothing Sector

IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	321,542	32	10,042	2,186	,006
Within Groups	243,414	53	4,593		
Total	564,756	85			

Table.2. Regression Analysis of Impulsive Buying Behavior with Reference Groups in Grocery Sector

Model Summary(c)										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,216(a)	,047	,035	2,52238	,047	4,159	1	85	,045	1,967

Table.3. Regression Analysis of Impulsive Buying Behavior with Reference Groups in Clothing Sector

Model Summary(c)										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,267(a)	,071	,059	3,58141	,071	5,982	1	78	,017	2,148

Table.4. Regression Analysis of Impulsive Buying Behavior with People’s Positive Mood in Clothing Sector

Model Summary(c)										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,225(a)	,050	,038	3,62335	,050	4,194	1	79	,044	2,252

IV. DISCUSSION

The objective of this study is to examine the factors, which impel people to act impulsive in grocery and clothing shopping behaviors. The result of this study will help marketers to understand the reason of individual’s spontaneous decisions. Also it will be an aspect for the Turkey’s consumers’ buying behaviors.

According to the results of the first part, T-test analysis showed that there is no difference between female and male groups in their impulse behaviors. The results did not support the initial expectations, because generally females make more shopping than males. Therefore, females tend to behave more impulsive. In contrast with this situation males act more planned than females, but results indicate that this type of consideration lay in the past. Today, the gender difference in shopping behavior is disappeared, so it can be concluded that males begin to assume the traditional responsibilities of females. Also, with the change of the men-clothing sector, males begin to respect their physical appearances carefully.

Attempts to understand the relationship between age groups and impulsive buying behavior, an ANOVA Test was conducted. Results were performed for clothing sector but not for grocery. There is a correlation between age and impulse behavior. They tend to be negatively correlated based on the recent studies. Increase of age impels individuals to act more planned due to more responsibility owned. This relation is meaningful for only clothing buying behavior because; grocery indicates necessity for human being. Therefore, age cannot have a significant role in consumer’s grocery buying behavior. However, clothing indicates physical appearance, thus it becomes more important for youngsters.

Reference groups which consist of friends and families showed an influence by the result of regression analysis for grocery sector. Friends and families were analyzed as single groups. For clothing sector, only friends were implied an effect on consumer’s impulsive buying behavior. Considering can make the comparison, with which individuals go shopping. In grocery sector, people buy the products generally for their homes. Therefore, they should consider their families. The need for another member of the family plays an important role

for this sector. On the other hand, during clothing shopping, people want to be only with their friends to hear their comments. Friends are also important reference groups in grocery shopping. When a consumer finds out about a positive experience of a friend for an unknown product, it may develop a purchasing tendency. So, marketers should think not only their customers and also think their friends. When the customers come to the stores and begin to try some of the products, they should make a comfortable atmosphere and good attitude for both the customers and their friends. This will help to ease their jobs.

Another important factor is the positive mood in clothing sector. When people feel positive, they want to award themselves by buying new clothes. Wearing these clothes make them completely happy and positive. Therefore, positive mood is vital for clothing sector. On the other hand, mood has no effect on individual’s impulse behaviors in grocery sectors.

This research has traditional limitations associated with self-report survey research. Although impulse buying researchers use the single-item measure of impulse purchasing, this can cause a problematic error in explaining this concept [27]. Also the population studied was limited to İstanbul because of limited time and resources to reach other cities in Turkey. Thus, studies of a larger size are needed in order to make better decisions related to buying behavior in Turkey. The conclusion derived from this study cannot be generalized to all cities in Turkey.

All of the results derived from this study indicate the role of satisfying consumers’ needs. Reaching the objective is related with the understanding consumer wants and needs. A successful strategy tend the consumer to act spontaneously or impulsive. To understand the reasons of these decisions, marketers have to carefully analyze all the important factors according to their sector. Also, marketers should pay attention to new information technology. Internet restricts consumers’ impulsive buying behavior. Because, individuals who shop from Internet may carefully plan their shopping items and stick to this plan.

As Rook correctly stated, buying impulses are

presumed to be largely universal in nature, but local market conditions, systems of exchange and various cultural forces will impact how consumers operate on impulse [23]. Although previous researchers have explored the influences of impulsive buying behavior, they were restricted to only certain countries. The results of this study do not match with the results of USA and some European countries. Because Turkey's basic traditions differ from other countries, and also Turkey's economic position, as a whole country does not have any stability. Also it indicates the importance of cultural differences between Turkey and other countries. Although this article clearly highlights the importance of impulsive buying behavior, it suggests further studies need to take into account the interaction of culture and consumers in order to better understand impulsive buying behavior.

REFERENCES

- [1] Peter, J.J., & Olson, J.C. (2002). *Consumer Behavior & Marketing Management*. 6th Ed. London: McGraw Hill.
- [2] Babacan, M. (1999). Hedonik Tüketim ve Özel Günler Alışverişlerine Yansıması. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu Satış Yönetimi Programı. *6.Ulusal Pazarlama Kongresi*, Erzurum, p.11.
- [3] Walters, C.G. (1978). *Consumer Behavior Theory and Practice*. 3rd Ed. USA: Richard D. Irwin Inc.
- [4] Boreham, J. (1995). *Consumer Behavior in the Food Industry*. USA: Butterworth Heinmann.
- [5] Belk, R.W., (1975). Situational Variables and Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 2(3), p.158.
- [6] Sinho, I. (1993). A Conceptual Model of Situation Type on Consumer Choice Behavior and Consideration Sets. *Advances in Consumer Research XXI*, p.252.
- [7] Engel, F. J., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1990). *Consumer Behavior*. 6th Ed. USA: Dryden Press.
- [8] Park, C.W., & Lessing, V.P. (1977). Students and Housewives: Differences in Susceptibility to Reference Group Influence. *Journal of Consumer Research*, 4, p.102.
- [9] Bearden, W.O., & Etzel, J.M. (1982). Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decision. *Journal of Consumer Research*, 9(2), p.183.
- [10] Blythe, J. (1997). *The Essence of Consumer Behavior*. Essence of Management Series, USA: Prentice Hall.
- [11] Odabaşı, Y., & Barış, G. (2002). *Tüketici Davranışı*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- [12] Leland, J., Beals, G. (1997). In Living Colors. *Newsweek*, 58, pp.58-60.
- [13] Mccort, D.J., Malhotra, & Naresh, K. (1993). Culture and Consumer Behavior: Toward an Understanding of Cross-Cultural Consumer Behavior in International Marketing. *Journal of International Consumer Marketing*, 6(2), p.91.
- [14] Hawkins, D.I., Best, R.J., & Coney, K.A. (2001). *Consumer Behavior*. 8th Ed. London: McGraw Hill.
- [15] Wernefet, B. (1996). Efficient Marketing Communication. *Journal of Marketing Research*, 2, pp.239-246.
- [16] Mitchell, A.A. (1983). Cognitive Processes Initiates by Exposure to Advertising. in *Influence Processing Research in Advertising*. (Ed.: Harris, R.). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- [17] Solomon, M.R. (2002). *Consumer Behavior*. 5th Ed. London: Prentice Hall.
- [18] Schiffmann, L.G., & Kanuk, L.L. (2000). *Consumer Behavior*. 7th Ed. London: Prentice Hall.
- [19] Jacoby, J., & Kyner, B.D. (1993). Brand Loyalty Repeat Purchasing Behavior. *Journal of Marketing Research*, 12(000001), p.1.
- [20] Mahato, W.H. (1989). Motives must be Differential from Needs, Drives Wants: Strategy Implications. *European Journal of Marketing*, 23(3), p.20.
- [21] Kalemci, G. (2002). Perakendeci Markasına Karşı Geliştirilen Tutum ve Satın Alma Davranışlarında Türk-Alman Toplumları Tüketicilerinin Karşılaştırılmasına Yönelik Gıda Sektöründe Bir Uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [22] Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2004). *Consumer Behavior*. 8th Ed. New Jersey: Prentice Hall.
- [23] Rook, D.W., & Fisher, R.J. (1995). Normative Influences on Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Research*, 22(3), p.305.
- [24] Beatty, S.E., & Ferrell, M.E. (1998). Impulse Buying: Modeling its Precursors. *Journal of Retailing*, 74(2), pp.169-191.
- [25] Punj, N.G., & Stewart, D.W. (1983). An Interaction Framework of Consumer Decision Making. *Journal of Consumer Research*, 10(2), pp.181-196.
- [26] Hoch, S.J., & Loewenstein, G.F. (1991). Time-inconsistent Preferences and Consumer Self Control. *Journal of Consumer Research*, 17, pp.492-507.
- [27] Kacen, J.J., & Lee, A.J. (2002). The Influence of Culture on Consumer Impulsive Buying Behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 12(2), pp.163-176.
- [28] Eysenck, S.B.G., Pearson, P.R., Easting, G., & Allsopp, J.F. (1985). Age Norms for Impulsiveness, Venturesomeness and Empathy in Adults. *Personality and Individual Differences*, 6(5), pp.613-619.
- [29] Helmers, K.F., Young, S.N., & Phil, R.O. (1995). Assessment of Measures of Impulsivity in Healthy Male Volunteers. *Personality and Individual Differences*, 19(6), pp.927-935.
- [30] Rawlings, D.B.J., & Wiseman, F. (1995). The Interaction of Age with Impulsiveness and Venturesomeness in the Prediction of Adolescent Sexual Behavior. *Personality and Individual Differences*, 19(1), pp.117-120.
- [31] Phillips, H. (1983). How Customers Actually Shop: Customer Interaction with the Point of Sale. *Journal of Marketing Research*, 35(1), p.51.

- [32] Wilkinson, J.B., Mason, J.B., & Paksoy, C.H. (1982). Assessing the Impact of Short-term Supermarket Strategy Variables. *Journal of Marketing Research*, 19(000001), p.72.
- [33] Field, A. (2000). *Discovering Statistics: Using SPSS for Windows*. London: Sage Publications.

Ela ÜNLER (elaunler@yeditepe.edu.tr) has master degree of Business Administration at Yeditepe University Social Sciences Institute. She is research assistant in Yeditepe University at International Trade and Business. She is doing her Ph.D. in Organizational Behavior at Marmara University Social Sciences Institute. Her research areas are marketing, consumer behavior, and organizational behavior.

TÜRKİYE'DE İHRACATIN GELİŞTİRİLMESİNDE SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN ÖNEMİ

Aykut BEDÜK¹, Mehmet İNCE²

^{1,2}S.Ü., Karaman İ.İ.B.F., Kamu Yönetimi Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

THE IMPORTANCE OF SECTORAL FOREIGN TRADE COMPANIES IN DEVELOPMENT OF EXPORTATION IN TURKEY

Abstract: *The Model of Sectoral Foreign Trade Companies is a model which gets the small and medium sized manufacturing enterprises together under an organization to develop their foreign trade. Our government encourages the construction of small and medium sized enterprises to increase the amount of exportation income, variety of exportation goods and encourage the productivity of these companies.*

There are many important uses of exportation, both for national economy and for companies. Today, exportation is an important subject not only for big companies but also for small and medium sized enterprises because of their special properties different from big companies, especially their flexible characteristics. It's important to take the subject of exportation, to small and medium sized enterprises' programmes as a marketing function and to consider it.

In this study the importance of developing exportation, criterions of reaching sectoral foreign trade companies' conditions for small and medium sized manufacturing enterprises, the conditions of sectoral foreign trade companies were investigated and their position in our foreign trade were emphasized and various suggestions were given.

Keywords: *Foreign Trade, Sectoral Foreign Trade Companies, Organization for Export*

TÜRKİYE'DE İHRACATIN GELİŞTİRİLMESİNDE SEKTÖREL DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN ÖNEMİ

Özet: *Sektörel Dış Ticaret Şirketleri(SDŞ) İhracat modeli,Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin bir organizasyon altında bütünleştirilerek dışa açılmalarını sağlamaya yönelik bir modeldir.Devletimiz ihracat gelirlerini arttırmak,ihracat yelpazesini genişletmek ve KOBİ'lerin daha verimli çalışmalarını sağlamak açısından bu şirketlerin kuruluşunu teşvik etmektedir.*

İhracatın gerek ülke ekonomisine gerekse de firmaya sağladığı çok önemli bazı yararlar mevcuttur. Bununla beraber bugün, ihracat sadece büyük işletmelere özgü bir olgu olmaktan çıkmış ve KOBİ'lerin büyük işletmelere oranla sahip oldukları bazı özellikler, özellikle de daha esnek bir yapıya sahip olabilmeleri, bu işletmelerin ihracatta da başarılı olabileme şansını artıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Önemli olan ihracatın bir pazarlama işlevi olarak KOBİ'lerin programlarına alınması ve bu konuya gereken önemin verilmesidir.

Bu çalışmada, Türkiye de ihracatın gelişmesi, önemli KOBİ'lerin SDŞ statüsüne sahip olabileme kriterleri, SDŞ'lerin durumu, dış ticaretimizdeki yeri üzerinde durulmuş ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Dış Ticaret, Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, İhracatta Örgütlenme.*

I. GİRİŞ

Türkiye Ekonomisi henüz ekonomik ve sosyal göstergeleri itibarıyla gelişmiş bir ekonomi özelliği kazanamamıştır. Şüphesiz zaman içinde ekonominin çeşitli sektörlerinde, sosyal alanda önemli gelişmeler gözlenmektedir. Bu gelişmeler hep ileriye doğrudur. Bu gelişmeler istikrarlı bir biçimde devam ettiği sürece gelişmiş ekonomi olmaya daha da yaklaşmış olacağız. Bu çerçevede, ekonomimiz içinde ihracat sektöründeki gelişmeler büyük önem taşımaktadır. İhracatla ekonomimiz dış ekonomilerle temasa geçmekte, dış ekonomiler karşısındaki durumunu belirlemekte ve aynı zamanda döviz gelirleri elde etmektedir. Esasen ekonomimizin temel sorunları, kaynak yetersizliği ve döviz azlığı konularında düğümlenmektedir. Ülkemiz yeterli iç ve dış finansman kaynaklarına sahip olamaması dolayısıyla yatırımlarını hızlandıramamaktadır. Bu durum, hükümetleri çeşitli araçlarla ihracatı teşvik etmeye yöneltmekte, hükümetlerde ekonomik ve mali araçlarla

teşvik politikaları uygulamaktadırlar. Mali politika aracı olarak vergiler de bu yönde kullanılmaktadır. İhracat özellikle 1980 sonrası hükümetlerin büyük önem verdiği bir konu olmuştur. Dışa açık ve piyasa ekonomisi temellerine dayalı bir ekonomi oluşturmada, ihracatın sürükleyici gücünden faydalanılmaya çalışılmıştır.

Günümüzün gelişmiş ve gelişen ülke ekonomilerinin tümünde en önemli ve dinamik kesimlerinden biri olarak kabul edilen Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) ihracata yönlendirilmelerine ilişkin stratejilerinin başında öncelikle " Organize " olmalarını sağlamaya yönelik olanların hazırlanması gelmektedir.

Bu kapsamda "Ortaklaşa İhracat Şirketleri", firmaların, ihracata yönelik faaliyetlerinde gönüllü olarak sermayelerini, bilgilerini, üretimlerini ve tecrübelerini bir araya getirerek ölçek ekonomisinin sağladığı avantajlara sahip olunmasını destekleyici bir model ortaya çıkmıştır. Farklı ülkelerde değişik uygulamalarına rastlanan bu

modelin esas itibariyle amacı aynı olup özellikle KOBİ'lerin ihracata yöneltilerek, daha fazla ihracat imkanının yaratılmasıdır.

Ülkemizde de dönem dönem ihracata yönelik değişik örgütlenme modelleri, "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri", "Çok Ortaklı Şirketler", "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" uygulanmakta olan modellerdir. Bu çalışmada Türkiye'de ihracatın gelişmesi, önemi, KOBİ'lerin SDŞ statüsüne sahip olabilme kriterleri, SDŞ'lerin kurulma şartları, SDŞ'lerin faydaları, Türkiye'de SDŞ'lerin durumu, Dış Ticaretimizdeki yeri, Ekonomimiz içindeki yeri üzerinde durulmuş ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

II. TÜRKİYE'DE İHRACATIN GELİŞİMİ

19. Yüzyılın başlarında siyasal, askeri ve mali bakımlardan güçsüz duruma düşen Osmanlı İmparatorluğu, Avrupa devletlerinin, özellikle de İngiltere'nin serbest ticaret yönündeki baskılarına direnememiş ve bu devletlerle bir dizi ticaret anlaşması imzalamıştır. Bu anlaşmalar Osmanlı İmparatorluğu'nun ithalat ve ihracata uygulayabileceği gümrük vergilerini oldukça düşük düzeyde tutmasına ve bağımsız bir dış ticaret politikası uygulayabilme imkanından yoksun kalmasına neden olmuştur. Cumhuriyet dönemine gelindiğinde ise Türkiye'nin dış ticaret hacminde genel olarak bir artış eğilimi görülmektedir. Bu artış, Cumhuriyet'in ilk yıllarında nispeten yavaş bir şekilde olmuş, 1980'li yıllardan sonra süratli bir gelişim göstermiştir [1].

Türkiye'de 1980 yılından itibaren ithal-ikameci bir sanayi ve üretim yapısından ihracata dayalı bir yapıya geçilmesiyle birlikte, 1960-1980 ithal-ikameci dönemde oluşan iç pazara dönük üretim altyapısı ve kapasitesinin ihracata yönlendirilmesi amacıyla gerek iç talebi daraltmaya yönelik para ve maliye politikası uygulamaları, gerekse ihracat performansına dayalı doğrudan teşviklerle ihracat arttırılmaya çalışılmış ve bu politikaların sonucu olarak hızlı bir ihracat artışı sağlanmıştır [2].

1980 sonrası dış ticaretimizdeki gelişmelerde ise önemli değişiklikler olmuştur. "24 Ocak Kararları" olarak bilinen istikrar paketi ile; ülke ekonomisinin 1980 öncesi karşılaştığı temel sorunların çözümüne yönelik bir takım tedbirlerin uygulamaya konulması amaçlanmıştır. 1980 yılından sonra gümrük vergileri tedricen azaltılırken kotalar kaldırılmış, ithalat serbestleştirilmiş, esnek kur sistemine geçilmiş, faizler serbest bırakılarak faiz oranlarının enflasyon üzerine çıkmasına imkan verilmiştir. İthal ikamesine dayalı kalkınma politikasından vazgeçilerek ihracata dayalı kalkınma politikasına geçilmeye başlanmıştır. 1990'lı yıllarda ithalat ve ihracat büyüme hızları arasında paralellik sağlanmış, Türkiye Dünya Ticaret Örgütü hükümlerini kabul etmiş ve AB ile

Gümrük Birliği'ne girmiştir. Türkiye ve AB arasında Gümrük Birliği 1 Ocak 1996'da oluşturulmuştur. Gümrük Birliği sadece tarafların birbirine uyguladıkları gümrük vergileri ile eş etkili vergilerle, ikili ticaretin önündeki her türlü engelin kaldırılması ve üçüncü ülkeler kaynaklı ürünlerde ortak bir gümrük vergisi tahsil edilmesi hususlarını içermekle kalmayıp, topluluğu ortak ticaret ve rekabet politikasının temel unsurlarına uyumu da kapsamaktadır. Gümrük Birliği esas itibariyle sanayi ve işlenmiş tarım ürünlerinde de oluşturulmuştur [1].

III. İHRACATIN ÖNEMİ VE KOBİ'LERİ İHRACATA YÖNELTEN TEMEL NEDENLER

Ihracatın ülke ekonomisi ve kuruluşlar yönünden büyük bir öneme sahip olduğu somut bir gerçektir. İhracat, ülke ekonomisinin gelişmesinde ve kalkınmasında önemli rol oynar. Bununla beraber, ekonominin yeterli derecede ihraç edilebilir mal üretmesi, ihracatın gerçekleşmesi ve beklenen yararların sağlanmasında kritik bir faktördür.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin kendilerine özgü özellik ve ihtiyaçları vardır. Günümüzde hükümetler ülke ekonomisinde küçük ve orta ölçekli işletmelerin önemi konusunda bilinçlenmektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler için yeni pazarlar aranmakta ve bu işletmeler ülke ekonomisine katkı amacıyla ihracat yapmaya yöneltmektedirler. Bu sebeple ülkelerin ihracat performanslarıyla küçük ve orta işletmelerin gelişimini birlikte düşünmeleri dünya ticaretindeki küresel dengeler için zorunlu bir hal almıştır [3].

Günümüzde ihracat; gelişen ve gelişmekte olan ülkelerde, büyük ve küçük ekonomilerde hatta küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerde, dünya ticaretindeki gelişmeler ışığında önem verilen ve değişik ihracat geliştirme programları ile desteklenen bir faaliyet olarak görülmektedir.

Ihracatın gerek ülke ekonomisine gerekse de firmaya sağladığı çok önemli bazı yararları mevcuttur. Bununla beraber bugün, ihracat sadece büyük işletmelere özgü bir olgu olmaktan çıkmış ve KOBİ'lerin büyük işletmelere oranla sahip oldukları bazı özellikler, özellikle de daha esnek bir yapıya sahip olabilmeleri, bu işletmelerin ihracatta da başarılı olabilme şansını artıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Önemli olan ihracatın bir pazarlama işlevi olarak KOBİ'lerin programlarına alınması ve bu konuya gereken önemin verilmesidir [4].

Bugün gümrük birliği ve ekonomik bütünleşmeler gibi nedenlerle dünya tek bir pazara yönelmekte ve bu da küresel işletmelere yönelmeye neden olmaktadır. Çeşitli ülke ekonomileri dış ticaret ve yabancı sermaye yatırımları ile birbirine bağımlı hale gelmiştir. Uluslar

arası pazarlama literatürüne göre, uluslararasılaşma sürecinin ilk aşaması genellikle ihracat, son aşamasının ise dolaysız yatırımlar olduğu kabul edilmektedir. İhracat ve yatırım alternatiflerinin yanı sıra, işletmelerin uluslararası işletme statüsüne kavuşabilmeleri için kullanabilecekleri diğer stratejiler ise, lisans ve yönetim anlaşmalarıdır [1].

Dış pazarlara girme açısından en iyi verilebilecek örnek küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) dir. KOBİ'ler için ihracat, dış pazarlara girme alternatifleri arasında en kolay ve en çok kullanılanıdır. KOBİ'ler küçük işletme olarak kurulmuş olmalarına rağmen işletmeciliğin temel amacı zaman içinde büyümektir. Büyümek için de işletmeler, iç piyasa ile yetinmemekte, dış piyasalara açılmaktadır. İhracat sayesinde uluslararası alanda tecrübe kazanan işletmeler, ihracat yaptıkları pazar ve ihracat ettikleri ürünlere yenilerini ekleyerek faaliyetlerini genişletebileceklerdir [1]. Firmaları uluslararası pazarlara yönelten çeşitli nedenler vardır. Bunların en önemlileri şunlardır [5] :

- İç pazarlardaki talebin azalması.
 - Çeşitli nedenlerden, işletmede atıl kapasite var ise, üretim artırılarak, ihracat yoluyla satış ve kar artırılmak istenmesi.
 - İç pazardaki rekabetten kurtularak, riski azaltmak.
 - İç pazarlarda ömrünü tamamlamak üzere teşvik olan mamullerin ömrünü uzatmak.
 - Dış pazarlardaki vergi ve diğer teşvik avantajlarından yararlanmak.
 - Ülkemizde olduğu gibi, bazı ülkeler döviz girdisi sağlamak amacıyla, dış satımcılara vergi iadesi, ihracatı teşvik kredisi, vergi istisnası, gümrüksüz üretim faktörleri ithalatı ve benzeri teşvik imkanlarından yararlanmak.
 - Dış pazarlarda, güçlü rakiplerin mamulleriyle rekabeti öğrenerek, iç pazarlarda da güçlü hale gelmek.
 - İşletmenin politik etkinliğini arttırmak.
- Firmaların iç piyasadan dış piyasaya açılmaları sonucu, ihracata yönelmelerinin de ülke ekonomisine büyük katkıları vardır. Bunlar [1] ;
- İhracat, ülkenin ihtiyacı olan ve kalkınması için ihtiyat duyduğu ithalatın karşılanmasında kullanacağı döviz sağlayan en önemli araçlardan biridir.
 - İhracat, bu sektörde yer alan kuruluşlar ile ekonominin istihdam yaratma gücüne katkı sağlar.

- İhracat, uzmanlaşmayı ve etkinliği teşvik eder, ülkenin mevcut kaynaklarının etkin bir şekilde değerlendirildiği, pazarlama potansiyeli olan ürünlerde/pazarlarda yoğunlaşarak, daha etkin üretim, pazarlama ve dağıtım yeteneklerinin geliştirilmesine imkan sağlar.

- İhracat teknolojik yeniliklerin ve pazarlama yeniliklerinin gelişimini ve pazara aktarılmasını teşvik eder.

İhracatın bileşeni de, ihracat miktarı ve yıllara göre artış hızı kadar önemli bir konudur. Gelişmekte olan ülkelerde ihracatın bileşeni kompozisyonunda yer alan hammadde, tarım ürünleri ve yarı işlenmiş ürünlerin büyük paya sahip olması, iklim koşulları, fiyatlardaki dalgalanmalar, artan rekabet ve teknolojik gelişmeler ihracatta istikrarsızlığa neden olmakta ve zaman zaman ekonomide dar boğazları oluşturmaktadır.

İhracat,ülke ekonomisi ve kuruluşlar açısından büyük öneme sahiptir. İhracata yönelmiş firmalar ihracatlarını geliştirme kapsamında,kalite kontrolü ve standardizasyon gibi temel sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bunların yanında, fiyat-maliyet ilişkisini doğru kuramamaları da bir sorun kaynağı olmaktadır [6].

Kobi'lerin Ulusal ve dış pazarda rekabet gücünü etkileyen sorunları şu şekilde sayabiliriz [7];

- KOBİ'leri ihracata yönlendirmek veya ihracatlarını geliştirmek için planlı bir strateji izlenmemesi,

- İhracatta mevcut uygulamaların KOBİ'lerin aleyhine işlemesi,

- Bürokratik engeller,

- Küçük sanayi sektörünü geliştirmeyi ve bu sektörün ihracata katkısını arttırmayı hedefleyen amaçların açıkça ortaya konmaması,

- Kalite düşüklüğü,

- Dış fiyatlamada yanlışlıklar,

- Rakiplerin yeterince tanınmaması,

- İhracat konusunda bilgi ve eleman eksikliği,

- İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği,

- Ürünlerin ihracata uygun olmaması.

IV. TÜRKİYE'DE İHRACATTA ÖRGÜTLENME' YE YÖNELİK UYGULAMALAR

Türkiye'de 1980'den sonra benimsenen "dış açık büyüme modeli" çerçevesinde istikrar ve sürekliliğin sağlanması için ülke ekonomisinin rekabet gücünün uluslar arası piyasaların rekabet ortamına uygun olmasını temin etmek gerekiyordu. Çünkü ihracatçılarımızın dış piyasalarda eşit şartlarda rekabet edebilmesi, büyümenin lokomotif gücü olarak kabul edilen ihracatımız açısından çok önemli bir durum olmaktadır. Özellikle 1980'li ve 1990'lı yıllarda Türk ekonomisinde yaşanan yapısal sorunlar ve bu sorunların başında gelen "ihracatın ithalat karşısında devamlı açık vermesi" sorunu siyasi otoriteyi ve işletmelerimizi yeni ihracat modelleri arayışları içine itmiştir.

Bu nedenle ilk olarak ihracatta örgütlenme modeli olarak tüm dünyada uygulanan "Dış Ticaret Sermaye Şirketleri" (DTSS) modeli kurulmuş, ihracatımız bu şirketler aracılığıyla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Bu şekilde 1981-1989 yılları arasında dış ticaret sermaye şirketleri ihracat işlemlerinde ve pazarların bulunmasında başarılı olarak görülmüş, bu şirketlerin ülke toplam ihracatı içindeki payı ise ortalama %45 dolaylarına ulaşmıştır. Bunda DTSS'lerine devlet tarafından sağlanan yüksek düzeydeki avantaj ve ayrıcalıkların payı da oldukça büyük olmuştur. Fakat bu örgütlenme modelinin Türkiye'de daha çok büyük sermaye gruplarının öncülüğünde oluşturulması ve KOBİ'lerimize pek yararının olmaması, ülke ihracatının DTSS'lerinin etkinlikleri nedeniyle mi, yoksa gerçekçi döviz kur politikaları, iç talebin kısılması, reel faiz oranları politikası gibi makro ekonomik önlemler nedeniyle mi arttığına anlaşılamaması sonucu DTSS'lerinin Türkiye'nin ihracatına ne sağladıkları net olarak anlaşılamamış, daha sonra 1990'lı yılların başlarında da ülke ihracatındaki paylarının önemli ölçüde azalmış olması ve de DTSS'lerine verilen devlet desteğinin kaldırılması bu modelin önemini yitirmesine neden olmuştur. Kısacası DTSS'lerinin Türk dış ticaretinin geliştirilmesinde alternatif bir model oluşturamayacağı anlaşılmıştır.

Ancak ihracatta örgütlenme çalışmaları bu şekilde son bulmamış ve 14.02.1992 Tarih ve 21142 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 92/2 sayılı tebliğ ile imalat ve ihracat sektörünün sürükleyici ve dinamik gücü olan ve sanayimizin de %98'ini oluşturan KOBİ'lerin bir araya gelmesi ile oluşturulan ve AET, Japonya ve ABD'de başarılı örnekleri bulunan "Çok Ortaklı Dış Ticaret Şirketleri" (ÇOŞ) modeli Türkiye için yeni bir ihracat modeli önerisi olarak sunulmuştur [8]. Ancak bu modelde de beklenen gelişmelerin sağlanamaması ve ülke ihracatının 1994 yılında bir krizle karşı karşıya kalması gibi nedenler de Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin kuruluş ve işleyişini belirleyen yeni düzenlemelere

gidilmesine yol açmıştır.

İhracatta örgütlenme modellerinden biri olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri,ihracat hamlesinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden faydalanabilmek amacıyla kurulan bir ihracat örgütlenme modelidir.Başka bir deyişle Sektörel Dış Ticaret Şirketleri,aynı veya farklı üretim dalında faaliyette bulunan küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri ihracatta bir organizasyon altında bir araya getiren ve dünya pazarlarına yönlendiren şirketler olarak tanımlanabilir [9].

KOBİ'lerin ihracatta yeni bir örgütlenme modeli olan "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri" (SDŞ), Gümrük Birliği çerçevesinde aynı üretim dalındaki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerimizin (KOBİ) ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmalarını, dış ticarete uzmanlaşmalarını ve bu surette özellikle Avrupa Birliği KOBİ'leri ile yurt içinde ve yurt dışında rekabet şartlarını artırarak daha etkin faaliyet göstermelerini sağlamak amacıyla kurulmuş olan şirketlerdir.

Bu şirketler ilk olarak 18 Mayıs 1995 Tarih ve 22287 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ" (ihracat 95/4) ile düzenlenmişlerdir [10]. Bu şirketlere ilişkin ikinci düzenleme 06.01.1996 Tarih ve 22515 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ" (ihracat 96/5)'dir [11]. Bu tebliğ ile KOBİ'lere Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca "Sektörel Dış Ticaret Şirketi" (SDŞ) statüsü verilmesi, geri alınması ve bu şirketin sorumlulukları düzenlenmiştir.

Yine SDŞ ile ilgili son düzenleme 26 Aralık 1996 Tarih ve 22859 Sayılı "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin Tebliğ" (ihracat 96/39)'dir [12]. Bu tebliği ile 27 Eylül 1996 Tarih ve 22770 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Statüsüne İlişkin İhracat 96/32" Sayılı Tebliğ bu Tebliğin Yürürlüğe girmesi ile yürürlükten kaldırılmıştır [13].

SDŞ yapısı ile aynı üretim dalındaki küçük ve orta ölçekli şirketlerin, ihracat sektörü içinde bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmaları, dış ticarete uzmanlaşmaları ve bu suretle daha etkin faaliyet göstermeleri amaçlanmıştır. Ayrıca bu tebliğin bir diğer özelliği de ilk kez küçük ve orta ölçekli işletmelerin hedef alınması ve söz konusu şirketlere yardımcı olmak üzere SDŞ'lerin bünyelerinde nakliye, sigorta, finansman, hammadde tedariki, tanıtım ve pazarlama için birimler oluşturmalarına bu konuda hizmet vermelerinin amaçlanmasıdır [14].

İhracatta örgütlenme modellerinden biri olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ihracat hamlesinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelerden faydalanabilmek amacıyla kurulan bir ihracat örgütlenme modelidir. Başka

bir deyişle Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, aynı veya farklı üretim dalında faaliyette bulunan küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri ihracatta bir organizasyon altında bir araya getiren ve dünya pazarlarına yönlendiren şirketler olarak tanımlanabilir. Böylece bu şirketler, ortakları olan KOBİ'lere ihracatla ilgili konularda hizmet sağlayan, ortaklarının dış ticarete uzmanlaşmasını sağlayan şirket görünümündedir [9].

IV.1. KOBİ'lerin SDŞ Statüsüne Sahip Olabilmeleri İçin Gerekli Olan Kriterler

KOBİ'lerin SDŞ statüsüne sahip olabilmeleri için gerekli olan kriterleri normal yöreler ve kalkınmada öncelikli yöreler şeklinde incelemek mümkündür [14].

	Normal Yörelerde	Kalkınmada Öncelikli Yörelerde
İşçi Sayısı	1-200 arası	1-200 arası
Faaliyet Alanı	Aynı üretim dalı	Aynı veya farklı üretim dalı
Firma Sayısı	Asgari 10 KOBİ	Asgari 5 KOBİ
Sermaye Miktarı	Asgari 10 milyar A.Ş.	Asgari 5 milyar A.Ş.
Ortakların Sermaye Payı	% 10'dan fazla olamaz	%20'den fazla olamaz

Yayımlanan Tebliğin (96/39) 3. maddesinde; yöre ayırımı olmaksızın bütün SDŞ'ler için ortak olan kriterler şöyle der;

- SDŞ'leri, şirketin kurulması ve geliştirilmesinde yardımcı olmak amacıyla aşağıda belirtilen unsurlarından en fazla ikisini bünyelerinde bulundurabilirler.

a- Ortaklık paylarının toplamı, SDŞ sermayesinin % 10'unu aşmamak kaydıyla, kurucu olarak, 200'den fazla işçi istihdam eden şirketler,

b- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak ve şirkette profesyonel yönetici olarak çalışmak kaydıyla gerçek işçiler,

c- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla, SDŞ'nin faaliyette bulunduğu üretim dalına mal, ekipman ve hizmet sağlayan şirketler,

d- Ortaklık payları toplamı, SDŞ sermayesinin %10'unu aşmamak kaydıyla, kooperatif birlik, vakıf ve mesleki federasyon vb. kuruluşlar.

Hisse senetlerinin tamamının nama yazılı olması ve nakit karşılığı (d maddesinde belirtilen kuruluşlar hariç) çıkartılması gerekmektedir.

Bu şartlara haiz bulunan şirketlerin Sektörel Dış Ticaret Şirketi olabilmeleri için, müracaat formunu doldurarak, istenilen bilgiler ile birlikte, Dış Ticaret

Müsteşarlığı-İhracat Genel Müdürlüğü'ne müracaat etmeleri gerekmektedir.

IV.2. KOBİ'lerin SDŞ Statüsü Aldıktan Sonra Yerine Getirecekleri Mükellefiyetler

26 Aralık 1996'da 22829 nolu Resmi Gazete'de yayımlanan ihracat 96/39 tebliğine göre; Sektörel Dış Ticaret Şirketleri [15]:

- Ortakların faaliyet gösterdiği üretim dalına ait hammadde tedarikinde imalatçı olarak değerlendirilirler.

- Aynı sektörde faaliyette bulunmak kaydıyla SDŞ ortağının ait olduğu grubun diğer şirketleri ile bunların kurduğu ortaklıkların ihracatına aracılık edebilirler. Ayrıca, bu şirketler gerek SDŞ statüsünü aldıkları yılda ve gerekse takip eden yıl içinde aynı sektörde faaliyette bulunan ve KOBİ niteliği taşıyan, fakat ortak olmayan firmaların ihracatına aracılık edebilirler .

- SDŞ'lerde ortaklıktan ayrılmak isteyen ortakların payları DTM'nin onayı alınmak ve %10'luk (Kalkınmada öncelikli yörelerde % 20'lik) azami oran aşmamak kaydıyla bu tebliğde belirtilen tanıma uyan yeni veya mevcut ortaklara devredilebilir.

- SDŞ'ler ortaklık yapısında ve sermayesinde yapılan değişiklikleri bir ay içerisinde DTM'ye bildirirler. SDŞ'ler yaptıkları ihracatla ilgili olarak, altı aylık ve yıllık ödemeler itibarıyla DTM'ye (İhracat Genel Müdürlüğü) faaliyet raporu vermekle yükümlüdürler.

- Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, kendi nam ve hesabına yurtiçinden satın alarak yaptıkları malların ihracatında, ihracat, kambiyo ve ilgili sair mevzuatta öngörülen idari ve cezai yükümlülüklerden doğrudan ve münhasıran sorumludur.

- Sektörel Dış Ticareti ile imalatçı arasında bir aracılık sözleşmesine binaen imalatçı şirketin bizzat imal ve tedarik ederek Sektörel Dış Ticaret Şirketi üzerinden gerçekleştirdiği ihracatta ise, aracılık sözleşmesinde aksine bir hüküm bulunmadığı sürece ihracat, kambiyo ile ilgili sair mevzuatta öngörülen idari ve cezai yükümlülüklerden doğrudan ve münhasıran imalatçı şirketler sorumludur.

- Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ihracatta devlet yardımlarının hedef grubunu oluşturmakta olup bu yardımların bazılarında öncelikle yararlanırlar.

IV.3. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Üzerinde Durması Gereken Noktalar

Sektörel Dış Ticaret statüsü, aşağıda belirtilen durumlarda Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca geri alınabilir [14].

- Normal yörelerde kurulmuş olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin; Kuruldukları yılı takip eden yıl içinde ait oldukları üretim dalında en az 5 milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri.

- Kalkınmada öncelikli yörelerde kurulmuş olan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri'nin; kuruldukları yıl hariç, müteakip her yıl içinde, ait oldukları üretim dalında en az 2,5 milyon ABD doları ihracat gerçekleştirememeleri.

- Yapılacak incelemeler ve denetlemeler neticesinde, ihracat 96/39 sayılı Tebliğ hükümleri ile ortakların hak ve menfaatlerine aykırı durumların tespit edilmesi.

- İhracat 96/39 sayılı Tebliğ'de belirlenen konular dışında kalan hususlar, Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca İhracat rejimi çerçevesinde sonuçlandırılır.

IV.4. KOBİ'lerin SDS Çatısı Altında Örgütlenmesinin Sağlayacağı Faydalar

Sektörel Dış Ticaret Şirketinin ortağı konumundaki firmaların ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların pazarlama yöntemleri SDS'lerin faaliyet alanlarını belirlemektedir.

SDS'lerin ihtiyaçları iki ana grupta toplanmaktadır. Bunların ilki üretici olmakla birlikte tek başına ihracat bilgi, becerisine sahip olmayan ve ihracatın finansmanını sağlamayan firmaların fiile alıcı bulmak ve fiilen dış Pazar araştırması yürütmek faaliyetlerinden başlayarak aktif ihracatın ihtiyaç duyulan alanlarında faaliyet göstermesi şeklindedir. İkincisi ise, Üretici-İhracatçı konumunda olan ancak ihracatı küçük ölçekte gerçekleştiren firmaların, ölçeklerini büyütme üzere pasif ihracat faaliyetlerini daha etkin olarak yürütebilmesidir [14].

İhracata yönelik bu örgütlenme modeliyle KOBİ'lerin bireysel olarak ihracat yaptıklarında karşılaşılabilecek zorlukların aşılabilmesi ve bireysel pazarlama etkinliklerine göre daha güçlü pazarlama imkanları edinebilmeleri mümkün olabilmektedir. Ayrıca KOBİ'lerin yönetim ve maliyet avantajı elde edeceği bu örgütlenme modeli sayesinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine üretimden pazarlamaya, yatırımdan ihracata önemli destekler sağlamaktadırlar. Bu destekler aşağıda sıralanmıştır [16]:

- **Bürokrasi ve İhracat İşlemler:** Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ihracata ilişkin bürokratik işlemlerde büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modelinde KOBİ'lerin ihracat işlemleri tek elden yürütülmekte ve böylece ihracatla ilgili her türlü mevzuatın takibi de kolaylaşmaktadır.

- **Eğitimle İlgili Destekler:** Sektörel Dış Ticaret

Şirketleri, ortaklarının ve sektörünün ihtiyaç duyduğu üretim, pazarlama, ihracat, AR-GE ve benzeri alanlardaki eğitim faaliyetlerine ve nitelikli eleman yetiştirilmesine katkıda bulunmaktadırlar.

- **Finansman ve Kredi Desteği:** Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarına yurt içi ve yurt dışı, finansman ve kredi alanlarında kaynaklar bulmada yardımcı olmakta ve böylece ortakların daha güçlü bir sermaye yapısına sahip olmasını sağlamaktadır.

- **Devlet Yardımları:** KOBİ'ler Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine sağlanan devlet destekleri ve yardımlarından faydalanma imkanlarına sahip olabilmektedir.

- **Üretim, Tedarik ve Pazarlama Konularında Destekler:** Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortaklarına güçlü bir pazarlama ağı oluşturabilmektedir. Ayrıca ortaklarının dış rekabetin etkisiyle ürün kalitesinin geliştirilmesi ve standartlara uygun mal üretilmesi yönünde bilinçlendirme faaliyetlerine de destek vermektedir. Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modeliyle KOBİ'ler gerek yurt içinden gerekse yurtdışından hammadde ve ara malları alımını toptan yapabilmektedirler.

- **Ölçek Avantajı:** Sektörel Dış Ticaret Şirketleri çatısı altında bir araya gelen KOBİ'ler yurtdışından gelecek büyük siparişlere cevap verebilme imkanını elde edebilmektedirler.

- **Reklam ve Tanıtım Destekleri:** Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yetişkin yöneticiler istihdam ederek, ortağı olan KOBİ'lerin bireysel olarak gerçekleştirmede zorlandıkları tanıtım ve reklam gibi faaliyetlerini daha güçlü bir şekilde yapabilmelerine destek olmaktadır.

- **Yurtdışında Dağıtım Kanallarına İlişkin Destekler:** Sektörel Dış Ticaret Şirketleri yurtdışında açacakları ofis/mağazalar kanalıyla perakende satış ile ithalatçılarla doğrudan ilişki kurma imkanına sahip olabileceklerdir.

- **Ortak AR-GE Çalışmaları:** başta AR-GE olmak üzere çevre, ürün geliştirme, kalite gibi pek çok konuda ihtiyaç duyulan laboratuvar hizmetlerinden ortak faydalanabilmektedir. Ortak bir ürün markası oluşturarak, bu üründe maliyet ve pazarlama avantajlarına sahip olacaklardır.

V. TÜRKİYE'DE SDS'LERİN DURUMU

Ülke ihracatının artırılması yönünde devlet politikalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan SDS'ler, birçok ülkede uygulanan "ihracatta örgütlenme" modelleri arasında en iyi olarak gösterilmektedir. Bu model ile KOBİ'lerin ihracata yönlendirilmesi ve üretim yapılarını

güçlendirmelerine imkan verecek gelişmelerin sağlanması hedeflenmekle beraber, aslında amaç; ihracatın artırılıp, istikrarlı bir yapıya kavuşturulmasıdır. Dış dünyadaki ülkeler, ülkemizde ihracatta örgütlenme modeli olarak oluşturulan SDS'lerden "Türk modeli" diye bahsetmektedirler[17]

Bu model, Batılı ülkelerdeki benzer uygulamalarından daha farklı, başarılı ve sistemli bir şekilde uygulanmaktadır. Diğer ülkelerdeki ihracatta örgütlenme modelleri, ülkemizde 1980'li yıllarda oluşturulan DTSS modelindeki gibi pazarlama aşamasında kurulan bir ortaklık düzeyinde kalmıştır. Ancak Türk modeli denen SDS'lerde ise KOBİ'lerin hemen hemen tüm ihtiyaçları karşılanmaktadır.

Bugün için ülkemizdeki SDS'lerin tekstil sektöründe yoğunlaştığı ve bu alanda kurulan SDS'lerin çoğunun ortak sayısı ve kuruluş sermayesi bakımından yüksek değerlere sahip oldukları gözlenmektedir. Ayrıca tekstil sektöründe yoğunlaşan SDS ortaklarının, örgütlenme öncesi de ihracat yaptıkları bilinmektedir. Mobilya, gıda ve plastik sanayinde faaliyette bulunan SDS'lerin ise ortak sayısı ve başlangıç sermayesi açısından zayıf oldukları söylenebilir. Özellikle gıda ve mobilya sektöründe daha önce hiç ihracat deneyimi olmayan firmaların bir araya geldikleri ve bu örgütlenme ile birlikte ihracata yöneldikleri gözlenmektedir. İhracatta örgütlenme modeli olarak oluşturulan SDS'lerin bünyesinde büyük oranlarda KOBİ'leri bir araya getirmektedir.

Tablo.1. SDS'lerin Sektörel Dağılımı

SEKTÖR	SDS SAYISI
Tekstil-Konf.	16
Gıda ve Tarımsal ürün	4
Otom.Yan.San.	3
Mobilya	2
Yazılım	1
Plastik İşleme	1
Çiçekçilik	2
İş Mak. Yedek Parçaları	3
Deri Mamulle.	2
Ayakkabı San.	2
İnşaat, Yan. San.	1
TOPLAM	37

Kaynak: www.igeme.org.tr

Ülkemizde 07 Mayıs 2003 tarihi itibarıyla faaliyet gösteren 37 Sektörel Dış Ticaret Şirketinin sektörel dağılım tablosu üstte gösterilmiştir.

Tablo.1'e göre ülkemizdeki Sektörel Dış Ticaret Şirketleri; 16 Tekstil-Konfeksiyon, 4 Gıda ve tarımsal ürün, 3 Otomotiv Yan Sanayi, 2, Mobilya, 1 Yazılım, ve 1 Plastik İşleme, ve 2 Çiçeklik, 3 İş makinaları-yedek parça, 2 Deri Mamulleri, 2 Ayakkabı, 1 İnşaat ve yan sanayinde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, teknoloji

yoğun olan ve çok hızlı değişim ve gelişme gösteren bir alanda çalışmalarını sürdürmektedir. Ancak sektördeki bu gelişme, bu şirketlerin uluslararası piyasalarda da teknik koşullara uyum konusunda zorluklarla karşılaşmalarına neden olmaktadır.

İllere göre SDS'lere baktığımızda ,yoğunluğun 14 şirketle İstanbul'da olduğunu görüyoruz. Ankara, Bursa 4'er şirketle İstanbul'u izlemekte, G.antepe' te 3, Adana, Konya Antalya Çorum'da 2, Samsun, D.bakır, İzmir'de 1 er SDS'nin kurulmuş olduğunu görüyoruz.

Tablo.2. İllere göre SDS'lerin Dağılımı

İLİ	SDS SAYISI
İSTANBUL	14
ANKARA	4
G.ANTEP	3
SAMSUN	1
BURSA	4
K.MARAŞ	1
ANTALYA	2
ADANA	2
D.BAKIR	1
KONYA	2
ÇORUM	2
İZMİR	1
TOPLAM	37

Kaynak: www.igeme.org.tr

VI. TÜRK DİŞ TİCARETİNDE SDS'LERİN YERİ

1994 yılındaki önlemler paketinin temelinde, ihracatın artırılması önemli bir yere sahip olduğu için devlet, özellikle KOBİ'leri, ihracatta örgütleyecek olan Sektörel Dış Ticaret Şirketi modeli diye adlandırılan yeni bir teşvik sistemini uygulamaya başlamıştır. Bu teşvik sistemi sayesinde aynı üretim dalında faaliyet gösteren, ancak ihracata yönelemeyen ve/veya iyi bir ihracat potansiyeli bulunmayan KOBİ'leri, SDS çatısı altında bir araya getirerek ihracatın artırılması sağlanmaya çalışılmıştır. Türkiye'nin 1994'ten bugüne kadarki ihracat ve ithalatını gösteren aşağıdaki tablolar Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu sektörler bazında düzenlenmiştir. Bu sayede Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyette bulunduğu sektörlerdeki ihracat ve ithalat rakamları ile Türkiye'nin aynı sektörlerdeki toplam performansı karşılaştırılabilecektir. Aşağıdaki tablo, SDS'lerin faaliyette bulunduğu sektörler bazında ülkenin 1994-Temmuz 2000 arasındaki toplam ihracat rakamlarını vermektedir [18].

Tablo.3 incelendiğinde, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği sektörler açısından, ülkenin toplam ihracat rakamlarının yüzdesel dağılımına bakıldığında, bu sektörlerin ihracat içerisinde önemli bir

yere sahip olduğu görülmektedir. Çünkü bu sektörler toplam ihracat rakamları içerisinde 1994 ile 1999 yılı arasında ihracatımızın ortalama %58'ini gerçekleştirmişlerdir. 2000 yılında ise dünyada yaşanan durgunluğun ülkemize yansımaları görüldüğünden dolayı, bu sektörlerin toplam ihracat içindeki payı %50 seviyesine düşmesine neden olmuştur. Bu da Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği bu sektörlerin Türkiye ekonomisinin yükünü çektiğini açıkça ortaya koymaktadır. Ülkenin toplam ihracatı içerisinde önemli yere sahip olan bu sektörlerin, genel özelliği, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sektörler olmasıdır [17]. Tabloya bakıldığında tekstil-konfeksiyon, tarımsal ürünler, deri mamulleri, gıda gibi sektörlerin toplam ihracat içindeki yerleri daha fazladır. Özellikle dünya piyasalarında söz sahibi olduğumuz tekstil-konfeksiyon sektörünün toplam ihracat içinde çok büyük bir yere sahiptir. Buna karşılık karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığımız otomotiv ve iş makineleri sektörlerinin toplam ihracat içindeki yerleri de küçümsenmemelidir.

Tablo.3. SDS'lerin Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İhracat İçindeki Payının Yüzdesele Dağılımı (%)

Sektör/Yıl	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Tekstil-Konf.	36,5	39,1	37,8	38,2	39,4	37,5	31,6
Gıda	2	2	1,8	2,4	2	2,2	1,9
Otom. Yan San.	1,8	2,9	3,4	2,5	2,9	5,4	4,7
Mobilya	0,6	0,7	1	1,1	1,4	1,8	0,5
Yazılım	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
Halı, Halı İpliği	1,3	1,1	1,3	1,3	1,4	1,6	1,2
Plastik İşleme	0,9	0,9	0,8	0,8	0,9	0,9	0,8
Çiçekçilik	-	-	-	-	-	-	-
Tarımsal Ürün	8	7,4	6,9	6,8	6,1	6,8	5,5
İş Mak. Yedek Parçaları	1,8	1,8	2,1	2,3	2,3	2,5	2,2
Deri Mamull.	2,5	1,7	1,6	1,3	1,4	1,4	1,1
Ayakkabı San.	0,8	0,5	0,9	1,1	1	0,6	0,4
İnşaat, Yan. San.	-	-	-	-	-	-	-
TOPLAM	56,3	58,3	58,7	57,9	59	60,8	50

Kaynak: Alagöz, M. (2002). Türkiye'deki Dış Ticaret Şirketlerinin Yapılanması. S.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7, s.69. [17].

VII. TÜRKİYE EKONOMİSİNDE SEKTÖREL DİŞ TİCARET ŞİRKETLERİNİN YERİ

Sanayi Devriminin başladığı 18. Yüzyılın ikinci yarısından 1970'li yılların başlarına kadar devam eden süreçte sosyal, ekonomik, politik ve özellikle üretim teknolojisindeki hızlı değişimler işletmeleri başta finansman ve insan kaynağı olmak üzere çeşitli rekabet sorunlarıyla karşı karşıya bırakmıştır. Dünya genelinde yaşanan bu gelişmeler, işletme ölçeklerinin esneklik

gücünün yeniden gözden geçirilmesini gündeme getirmiş, özellikle iletişim, bilgisayar gibi alanlardaki değişme ve gelişmelere büyük ölçekli işletmelerin uyumda zorlanması, ekonomik ve siyasi konjonktürdeki değişimler karşısında hareket kabiliyetlerinin sınırlı olması ile büyük işletmelerin "ekonomik gelişmenin motoru olduğu" düşüncesi yavaş yavaş önemini kaybetmiş, başarılı yenilikler yapmada üstün sayılan ve mülkiyetin tabana yayılmasına, sosyal yapıdaki istikrarın ve demokratik sürekliliğin sağlanmasına büyük katkısı olduğu vurgulanan küçük ve orta ölçekli işletmelerin önem kazanmasına neden olmuştur. Çünkü serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde, gerek ulusal pazarlarda gerekse uluslararası pazarlarda etkin bir rekabetin sürdürülmesine büyük katkısı olan KOBİ'ler endüstriyel yapının vazgeçilmez bir parçası olmaktadır.

Türkiye'nin 90'lı yıllarda farkına vardığı KOBİ'lerin ekonominin temel direği olduğu gerçeğinin artık her kesim tarafından kabul edilmeye başlandığı günümüzde Türkiye'nin toplam sanayi işletmelerinin %98'ini sayıları 200.000'i aşan KOBİ'ler oluşturmaktadır. Bu işletmelerin toplam istihdam içindeki payları %50, üretim payları %40, kredi kullanım oranları %4'dür. KOBİ'lerin ihracat içindeki payı ise bu oranların oldukça altında olup %8 seviyesinde seyretmektedir [17].

1992-1994 yılları arasında Sektörel Dış Ticaret Şirketlerine geçiş modeli olan Çok Ortaklı Sermaye Şirketlerinden sonra şu an dünyada "Türk modeli" olarak adlandırılan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri modeli ortaya çıkmıştır. Nisan 1994'te yürürlüğe giren bu model sayesinde KOBİ'lere, üretimden pazarlamaya, yatırımdan ihracata muazzam parasal ve teknik destekler verilmeye başlanmıştır. Ancak 1994 sonunda imzalanan DTÖ anlaşmasına taraf olmamız ve AB ile Gümrük Birliği sürecine gidilmesi "ihracat performansına bağlı ve yasaklanmış sübvansiyonlar olarak kabul edilen teşvikler" yürürlükten kaldırılmıştır. Bu teşvikler yerine AB ve GATT normlarına uygun yeni teşvik sistemi oluşturulmuştur. Böylece KOBİ'leri ihracatta örgütlenmesini sağlayan Sektörel Dış Ticaret Şirketleri ilk yıllarda nasıl bir uygulama olacağına bilinmemesi, büyük iller dışındaki KOBİ'lerin yeterince bilgilendirilmemesi ve bu KOBİ'lerin profesyonel yöneticileri olmadığı için bu modeli anlamakta güçlük çekmesi gibi nedenlerden dolayı fazla uygulama alanı bulmamıştır [19].

Tablo.4 incelendiğinde tekstil-konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, toplam sektör ihracatı içerisindeki yüzdeler payının, diğer sektörlerle oranla yüksek olduğu görülmektedir. Yine aynı şekilde otomotiv yan sanayi, mobilya, halı ve halı ipliği, tarımsal ürünler, iş makineleri ve deri sektörlerinde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin, toplam sektör ihracatı içerisindeki paylarını arttırmışlardır.

Tablo.4. SDS'lerin ve Faaliyet Gösterdiği Sektörlerin Toplam İhracat İçindeki Payının Yüzdesele Dağılımı (%)

Yıl/Sektör	1994		1995		1996		1997		1998		1999		2000	
	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ	Sİ/Tİ	SSİ/Sİ
Teks.	36,5	6,3	39,1	9,6	37,8	8,3	38,2	9,3	39,4	11,7	37,5	7,9	31,6	6,2
Gıda	2	-	2	0,5	1,8	0,5	2,4	1,5	2	-	2,2	-	1,9	-
Otom.	1,8	-	2,9	-	3,4	0,05	2,5	0,2	2,9	0,3	5,4	0,1	4,7	0,1
Mobil.	0,6	-	0,7	-	1	-	1,1	-	1,4	0,02	1,8	0,05	0,5	0,09
Yazıl.	0,1	-	0,1	-	0,1	-	0,1	-	0,2	-	0,1	-	0,1	-
Halı	1,3	-	1,1	-	1,3	0,4	1,3	1,6	1,4	1	1,6	1,7	1,2	4,7
Plas.	0,9	-	0,9	-	0,8	-	0,8	-	0,9	-	0,9	-	0,8	-
Çiçek	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tarım	8	-	7,4	-	6,9	-	6,8	-	6,1	0,04	6,8	0,02	5,5	0,01
İşMk.	1,8	-	1,8	-	2,1	-	2,3	-	2,3	0,03	2,5	0,05	2,2	0,6
Deri	2,5	-	1,7	-	1,6	-	1,3	-	1,4	0,2	1,4	8,2	1,1	10,8
Ayak.	0,8	-	0,5	-	0,9	-	1,1	-	1	-	0,6	0,04	0,4	6,6
İnşaat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Toplam	56,3	6,3	58,3	10,1	58,7	9,25	57,9	12,6	59	13,29	60,8	18,06	50	29,1

Sİ: Toplam sektör ihracatı; SSİ: SDS'lerin o sektördeki ihracatı; Tİ: Türkiye'nin toplam ihracatı

Kaynak: Alagöz, M. (2002). Türkiye'deki Dış Ticaret Şirketlerinin Yapılanması. S.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7, s.75.[17].

Kısaca, tablodan görüldüğü gibi, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin faaliyet gösterdiği 13 sektörün ülke toplam ihracatı içerisindeki toplam sektör payları 1994-2000 yılları arasında hiçbir zaman %50'nin altına düşmemiştir. 1996 yılında toplam ihracat içinde Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin payının azalmasının nedeni, dünyada tekstil-konfeksiyon sektöründe yaşanan yoğun Pazar ve fiyat rekabetidir. 1997 yılında dünyada ekonomik krizlerin baş göstermesi nedeniyle bu sektörlerin dış ticaretinin krizden etkilendiği ve bunun sonucunda da bu sektörlerin toplam ihracat içindeki payı %57,9'a düşerken, Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin bu paya katkısı %12,6'dır. 1998 yılında dünyanın ve Türkiye'nin krizden çabuk kurtulması sonucu bu sektörlerde toplam ihracat içerisindeki paylarını arttırmaya başlayarak %59'a çıkarmıştır. Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin bu dilim içerisindeki payı da toplam ihracata paralel olarak artma eğilimi göstermiş ve sektörlerin toplam ihracatının, %13,29'unu gerçekleştirmişlerdir. Ocak-Temmuz 2000 yılında da sürececek olan bu artış eğiliminin nedeni halı ve halı ipliği, deri ve deri mamulleri ve ayakkabı sektörlerindeki Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin ihracata yönelmelerinin hız kazanmasıdır. Bunun sonucunda Ocak-Temmuz 2000 döneminde sektörler toplamı ülke toplam ihracatı içerisinde %50 paya sahip iken, bu sektörlerde faaliyet gösteren Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin payı %29,1 olmuştur. Genel bazda bakıldığında SDS'ler faaliyet gösterdikleri sektörlerin toplam ihracatı içerisindeki paylarını sürekli arttırmışlardır. Bu da KOBİ'leri ihracata örgütleyen Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin yıllar geçtikçe ihracatta ağırlığını koymaya başladığını

göstermektedir.

VIII. SONUÇ ve ÖNERİLER

Tüm ülke ekonomileri içinde, önemli bir fonksiyon ve güce sahip oldukları uluslar arası boyutta kabul edilmiş olan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin ülke ekonomisi içindeki toplam istihdam, yatırım ve üretim payları açısından ağırlıkları gözle görülür bir olgudur. Bununla beraber, Türkiye'deki bu işletmelerin ihracat içindeki payları çok düşük seviyelerde kalmaktadır.

Genel anlamda pek çok sorunla karşı karşıya bulunan Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, ihracat açısından bazı zorluklar yaşamaktadırlar. Bunların belki de en başında ihracatın gerektirdiği ekonomik ve teknik eksiklikler gelmektedir. İhracatın zor ve pahalı olarak görülmesi, ihracat için gerekli ekonomik olanaksızlıklar yanında bilgi ve tecrübe eksikliğinin yaşanması gibi, bu ölçekteki işletmeleri ihracat yapmaktan alıkoyan pek çok etken bulunmaktadır. Bu işletmeler açısından ihracatta önemli problemler olarak, ekonominin finansman ve nitelikli eleman sıkıntısı çözüm gerektiren konular arasında gelmektedir. Çünkü ihracatta karşılaşılan tüm sorunlara rağmen bu işletmelerin belirgin bir ihracat potansiyeli bulunmaktadır. Sadece içi piyasada üretimde bulunmaları durumunda bile, pek çok sorunla karşı karşıya kalan ve genelde devlet desteğinin kendilerine ulaşma imkanını ve işletmelere yönelik krediler konusunda teminat gösterme ve faizler açısından yararlanma imkanlarını sınırlı bulan bu işletmeler için ihracatın gerektirdiği tüm bu ekonomik ve teknik sorunlar onları ihracattan alıkoymaya yeterli gelmektedir.

Toplam imalat sanayi işletmeleri içinde %99,5'ini, istihdamın %56,3'ünü, katma değer %31,7'sini üreten ve ülkemiz ekonomisi içinde üretim ve istihdam açısından büyük öneme sahip küçük ve orta boy işletmelerin, uluslar arası pazarlamaya yöneltilerek, ülke ihracatına katkılarının artırılması yönünde izlenen devlet politikalarının bir sonucu olarak, ihracatta örgütlenmeye yönelik çeşitli modeller geliştirilmektedir.

Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, bugün için üretimde ve istihdamdaki payları itibarıyla küçük ve orta boy işletmelerin, üretimlerini ihracata yönlendirmelerini, var olan ihracatlarını daha da arttırabilmelerini teminen benimsenmiş ve devletçe de desteklenen bir "İhracatta Örgütlenme" modelidir. Bu model ile firmaların ihracata yönelmeleri veya ihracatlarını arttırabilmeleri ve üretim yapılarını güçlendirmelerini sağlayacak gelişmelere yardımcı olunması hedeflenmiş olup, nihai amaç ölçek ekonomisine ulaşılması ve rekabet gücünün artırılması yoluyla ülke ihracatının artırılmasına ve daha istikrarlı bir yapıya kavuşturulmasına katkıda bulunmaktadır. Burada modeli şekillendiren SDS ortaklarının ihtiyaçlarıdır. Ortakları üretici olan veya küçük ölçekli ihracatçı olan SDS'ler doğal olarak fiilen alıcı bulunması ve dış pazar araştırması yürütülmesi gibi aktif ihracat dinamiklerini harekete geçirecektir.

Bugüne kadar Türkiye'nin ihracatındaki artışın büyük ölçüde geçici konjonktürel satışlarla gerçekleştirilmiş olması hala ülkemizin mallarını dış pazarlarda yaygın, sürekli ve kalıcı bir şekilde pazarlanmaması sorununu beraberinde getirmektedir. Kanımızca bu sorunlara KOBİ'lerin ihracatta yeni bir örgütlenme modeli olan SDS'ler aracılığıyla çözümler aranarak ülke ihracatındaki gelişmelerin kalıcı ve sürekli olması sağlanabilir. Buradan hareketle SDS kurmak isteyen KOBİ'lere önerilerimizi şu şekilde sıralayabiliriz;

- Her şeyden önce kurucuların ihracat işletmelerinde şirketlerine güvenmeleri ve inanmaları gerekmektedir.

- SDS'yi kuracak olan KOBİ sayısının mümkün olduğunca fazla olması çok daha iyi sonuçlar verebilir.

- Sermaye ödemelerinin kısa sürede yapılması gibi bir anlayış her şeyden önce çok sağlam bir finansal yapıyla başlamak için SDS'lere büyük avantajlar sağlayacaktır.

- SDS'lerce gerek kendi personeline gerekse ortaklarının personeline yönelik çok yönlü eğitim programları uygulanmalıdır. Çünkü ekonomik büyüme sorunlarının sermaye formasyonu yetersizliğinden kaynaklanan sıkıntıları küçük sermayelerin birleştirilip akılcı bir yöntemle, verimli alanlarda işletilmesiyle yok edilmesi mümkün olabilmekte ve bunları sağlayabilmek için de iyi bir

eğitim görmüş yönetici ve personele ihtiyaç duyulmaktadır.

- SDS'lerin ortaklarına dünya fiyatlarına uygun finansal destek sağlamak için çok boyutlu çalışmalar yapılmalı ve bunlara süreklilik kazandırılmalıdır.

- SDS ve çalışma alanı ile ilgili her türlü bilimsel çalışmalara destek verilmelidir. Böyle bir davranış her şirkette hem ilgili sektöre hem de Türk bilimine önemli katkılar sağlayacaktır. Üniversite çevrelerinde SDS'lere yönelmesi iyi bir kamuoyu oluşturma bakımında anlamlı sonuçlar doğurabilir.

- SDS'lere uygulanan yardım ve desteklerin artırılması yönünde girişimler her seviyede devamlı yapılmalıdır.

- SDS'lere kuruluş aşamasında ortakların mamullerini kolaylıkla pazarlayabilmesi için devletin ilgili kuruluşları tarafından pazarlama konu ve tekniği ile Pazar bulma mevzularında yeter düzeyde destek verilmelidir.

- Gümrük Birliği'ne uyum mevzuatları Gümrük Kanunu ve Rekabet Kanunu'nun eksikleri hızlı bir şekilde giderilmeli ve bir an önce ilgili kuruluşlar tarafından bütün SDS'leri içine alacak şekilde kapsamlı bir SDS'ler kanunu hazırlanarak uygulamaya geçirilmelidir.

- KOBİ'lerimizin AB standartlarından ve GB mevzuatlarından habersiz olma sorunları SDS bünyesinde yapılacak çalışmalarla giderilmelidir.

- Sektörel Dış Ticaret Şirketleri, ortakların AB'nin kredilerinden yararlanmaları için projeler üretmek onlara bu yönde çok önemli bir yardım sağlayabilir. Bu projeler örneğin KOBİ'lerimizin AB ile boy ölçüşmesinde önemli bir yer tutan teknoloji yenileme konusunda olabilir.

Ülkemizde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin ihracata yönlendirilmesi için ilk olarak bu işletmelerin geleneksel ve yapısal sorunlarının çözümüne ihtiyaç vardır. Bu işletmelere ihracat yapabilme becerisinin kazandırılması ise daha sonraki adım olacaktır. Böylece, bu tür geleneksel sorunlarından kurtulan bu işletmelerin ihracat potansiyellerinin değerlendirilebilmesi için geliştirilen stratejiler bu işletmeleri ihracata yönlendirme konusunda başarılı olabilecektir. Sonuçta, işletmeleri özellikle dış ticarete yönlendirme politikaları çerçevesinde; KOBİ'lerin kendi aralarında ihracata yönelik olarak örgütlenmelerini teşvik edici, politikaların oluşturulması gerekmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Yücel, H. (1999). Uluslar arası Pazarlara Açılmada Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Rolü. *Uzmanlık Tezi*. Ankara: İGEME.
- [2] Akkuzugil, Y., & Demir, M. (2003). İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının Analizi ve Değerlendirilmesi. *Dış Ticaret Dergisi*, 27, Ocak, s.20.
- [3] Danış, A. (1999). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Karşılıklı İhracat Sorunları. *4.Ulusal Pazarlama Kongresi Bildirileri*, Hatay, s.160.
- [4] Aynagöz, Ö. (1998). Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Potansiyeli. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gazi Üniv. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İktisat Bilim Dalı.
- [5] İGEME. *İhracatçını Kılavuzu*. (www.igeme.org.tr/tur/sss/Bolum_1.pdf). [07.04.2003].
- [6] Kendirli, S., Kılıç, S., & Çağırın, H. (2003). Türkiye’deki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin İhracat Durumlarına Yeni Bir Çözüm: Elektronik Ticaret ve Çorum’da Faaliyet Gösteren KOBİ’lere Yönelik Araştırma. *Ekonomik ve Teknik Dergi Standart*, 504, s.47.
- [7] Çelik, A., & Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler*. Ankara: Nobel Yayınları
- [8] Resmi Gazete. 14.02.1992 tarihli 92\2 Sayılı ÇOŞ Tebliği
- [9] Çolakoğlu, M.H. (1996). *Kobi’ler ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri*. Ankara: KOSGEB Yayınları, Eylül.
- [10] Resmi Gazete. 18.05. 1995 tarihli 95\4 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [11] Resmi Gazete. 06.01.1996 tarihli 96\5 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [12] Resmi Gazete. 27.09.1996 tarihli 96\39 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [13] Resmi Gazete. 03.10.1994 tarihli 96\32 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [14] Akgemci, T., & Bedük, A. (1998). İhracatta Örgütlenmeye Yeni Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri. *Yeni İpek Yolu Dergisi*, 123, ss.25-26.
- [15] Resmi Gazete. 26.12.1996 tarihli 96\39 Sayılı SDŞ Tebliği.
- [16] Gündüz, M., & Ergun, Ö. (1997). *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin İhracata Yönlendirilmelerinde Bir Model: Sektörel Dış Ticaret Şirketleri*. Ankara: İGEME Yayınları.
- [17] Alagöz, M. (2002). Türkiye’deki Dış Ticaret Şirketlerinin Yapılanması. *S.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, ss.64-70.
- [18] Melemen, M. (1997). Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler. *Dünya Gazetesi*, 7 Ekim, s.5.
- [19] Yalçın, İ. (1998). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Olarak Örgütlenmeleri, Ocak, s.1. (www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGİ/Ocak).

Aykut BEDÜK (abeduk@hotmail.com) is graduated from Dumlupınar University in 1993. He finished his master studies in Social Sciences Institute at Selçuk University in 1996, and PhD. In 2002. His academic interests are benchmarking, knowledge management, small and medium sized enterprises, innovation, creativity.

Mehmet İNCE (mehmetince1972@yahoo.com) is graduated from Niğde University in 1994. He finished his master studies in Social Sciences Institute at Niğde University in 1997, and PhD. Studies in Social Sciences Institute at Selçuk University in 2002. His academic interests are human resources management, knowledge management leadership, and total quality management.

TÜRKİYE'DE İŞGÜVENCESİ VE İŞGÜCÜ PİYASASINA ETKİSİ

İnci KAYHAN KUZGUN

Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Doçent Dr.

THE JOB SECURITY IN TURKEY AND THE EFFECTS TO THE LABOR MARKET

Abstract: Job security is a practice that protects full-time workers against the loss of employment and earnings for reasons unrelated to their job performance or behavior. Turkey has accepted the Termination of Employment Convention No.158 in 1994. As the result of this, it was necessary to change the article 13 of the Code 1475 in Turkey. This regulation has been realized in the march of 2003. Today, in Turkey, the job security will be protected by the Code 4773, and the date of the entry into force has been postpone to 30th of June, 2003. The purpose of this paper is to determine the structural characteristics of this legal regulation related the job security and to analyze the probable effects of the job security protected by the Code 4773 to the labor market in Turkey. It is accepted that the effects of the job security have been determined by the characteristics of Turkish labor market and the structure of the economy

Keywords: Job Security, Flexibility, Effects, Labor Market.

TÜRKİYE'DE İŞGÜVENCESİ VE İŞGÜCÜ PİYASASINA ETKİSİ

Özet: İş güvencesi, işçilerin kendi davranışlarından veya işteki verimliliğinden kaynaklanmayan nedenler dışında, istihdam ve gelir kaybına karşı tam zamanlı işçileri korumayı amaçlayan bir uygulamadır. Türkiye, 158 sayılı Hizmet İlişkisine Son Verilmesi Sözleşmesini 1994 yılında kabul etmiştir. Bunun sonucu olarak, Türkiye'de 1475 sayılı Kanun'un 13. Maddesinin değiştirilmesi gerekmekteydi. Bu düzenleme, 2003 yılının Mart ayında gerçekleştirilmiştir. Bugün, Türkiye'de iş güvencesi, 4773 sayılı Kanunla sağlanmış ve kanunun yürürlüğe giriş tarihi 30 Haziran 2003 tarihi olarak kabul edilmiştir. Bu makalenin amacı, 4773 sayılı Kanunla getirilen iş güvencesini sağlanmasına ilişkin yasal düzenlemenin yapısal özelliklerinin belirlenmesi ve iş güvencesinin, Türkiye'de işgücü piyasası üzerindeki olası etkilerini analiz etmektir. İş güvencesinin etkileri, Türkiye işgücü piyasasının ve ekonomik yapının özellikleri tarafından belirleneceği kabul edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İş Güvencesi, Esneklik, Etkiler, İşgücü Piyasası.

I. GİRİŞ

İşçi sınıfının doğuşundan itibaren, ekonomik faaliyet düzeyinde ortaya çıkan daralmalara paralel olarak, işgücü talebindeki düşüşler, işgücünün istihdam açısından korunması gerektiği tartışmalarını başlatmış ve iş güvencesi kavramının ortaya atılmasına neden olmuştur. İş güvencesi; tam zamanlı çalışan işçilere kendi davranışları veya iş performanslarından kaynaklanmayan iş ve gelir kaybına karşı getirilen bir uygulama olarak tanımlanmakta ve iş güvencesi ile işgücüne istihdam güvencesi sağlanması amaçlanmaktadır [1]. Bu anlamda iş güvencesi, sosyal ve ekonomik yönü olan bir kavramdır. İş güvencesinin işgücü yönünden ele alınması, sosyal yönünü oluşturmada ve sosyal devlet ilkesine dayanmaktadır. İş güvencesinin olmaması, ekonomik faaliyet düzeyinde daralmanın yaşandığı dönemlerde işgücünün işveren tarafından işten çıkarılmasına yol açmakta ve çoğu kez emek gelirinin işgücünün tek gelir kaynağı olması nedeniyle, işgücünün gelir güvencesinden de yoksun kalması anlamına gelmektedir. Bu nedenle, istihdam ve gelir güvencesinin sağlanması, iş güvencesinin ekonomik ve sosyal yönü ile bir bütün olarak sağlanması demek olmaktadır. İş güvencesi açısından ön koşul olan ekonomik istikrarın

sağlanmasının, sosyal devlet anlayışının işgücü piyasasına yansımaları kolaylaştıracağı düşünülmektedir.

İş güvencesi kavramının firma açısından yorumlanması ise, kavramın ekonomik yönünü ortaya koymaktadır. İşletme açısından iş güvencesinin getirilmesi, istihdam edilen işgücü sayısının iş yüküne göre ayarlanması olanağını ortadan kaldırmakta, toplam üretim maliyeti içinde işgücünün payını arttırmaktadır. Yasal düzenlemelerle işgücü maliyetinin artırılmasının ise, işgücü talebi üzerinde daraltıcı etki yaptığı ileri sürülmektedir [2].

Diğer bir görüşe göre de, uzun süreli istihdam ilişkisini amaçlayan iş güvencesinin, iş yükündeki veya talep edilen mesleki becerilerdeki değişme ve işletmeler arası birleşmelerde, işgücü talebini yeni şartlara göre ayarlamayı engellediği ve işgücü maliyetini arttırdığı ileri sürülmektedir [1]. İş yükünde ve üretim teknolojisindeki hızlı değişmeler karşısında, istihdamda süreklilik sağlanması firma açısından üretim maliyetini yükseltmekte, ulusal ve küresel düzeydeki ekonomik dalgalanmalara uyumda işletmenin esnekliğini azaltmaktadır. Firmanın işgücü talebini, iş yükündeki dalgalanmalara göre ayarlama olanağı veren esneklik türü

olarak tanımlanan sayısal esneklik kavramının, bu açıdan iş güvencesi kavramı ile çatıştığı açıktır. Aynı paralellikteki diğer bir görüşe göre ise, sosyal devlet anlayışının işten çıkarmayı zorlaştırarak işgücü piyasasında esnekliği ve işgücünün verimliliğini azalttığı ileri sürülmektedir [3]. Karşıt görüş olarak ise, Türkiye’de İş Güvencesi Yasasının esnekliğe ve örgütlü işveren kesiminin çıkarlarına aykırı olmadığı ifade edilmektedir [4]. Görüldüğü gibi, iş güvencesi konusundaki farklı görüşler, özellikle, iş güvencesi kavramının ekonomik açıdan yorumlanmasında ortaya çıkmaktadır.

İş güvencesinin olumlu yanları ise, hem işgücü ve hem de firma açısından ileri sürülmektedir. İşsiz kalmanın neden olduğu gelir kaybı endişesini ortadan kaldırması, işgücü açısından iş güvencesinin olumlu yönünü oluşturmaktadır. Firma açısından ise, işten çıkarmalar haklı gerekçeye dayandırıldığında işgücü devir hızının düşeceği ve firma bazında yeni işgücüne nitelik kazandırmak için yapılacak işletme içi eğitim harcamalarının azalacağı ileri sürülmektedir. Sonuç olarak, işgücü piyasasını düzenleyici bir kavram olarak iş güvencesinin, olumlu ve olumsuz yanlarının bulunduğunu söylemek mümkündür.

İş güvencesinin tarihsel geçmişine baktığımızda, ilk defa 1806 yılında Robert Owen tarafından, İskoçya’da kendi dokuma fabrikasında çalışan işçilere ekonomik faaliyet düzeyindeki daralma karşısında istihdam güvencesinin sağlandığını görmekteyiz [1].

Daha sonraki yıllarda uluslararası platformda ortak çalışma koşullarının oluşturulması kapsamında iş güvencesinin ele alındığı ve Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından, Hizmet İlişisine İşveren Tarafından Son Verilmesine İlişkin 158 sayılı sözleşmenin 1982 yılında kabul edilmesini takiben, 23.11.1985 tarihinden itibaren yürürlüğe girdiği görülmektedir (www.ilo.org). Sözleşmenin 4. Maddesinde “*İşçinin kapasitesine veya işin yürütümüne veya işyeri gereklerine dayalı geçerli bir son verme nedeni olmadıkça hizmet ilişkisine son verilemez*” denilerek, işverence hizmet akdinin ancak haklı bir nedene dayanması halinde sona erdirilmesinin mümkün olduğu kabul edilmiştir. Mart 2003 tarihi itibari ile 33 ülke, bu sözleşmeyi onaylamış bulunmaktadır (www.ilo.org).

Bununla birlikte, son yıllarda Avrupa ülkelerine baktığımızda esnek çalışma biçimlerinin yaygınlaşması ile istihdam güvencesinin sağlanmasını amaçlayan yasal düzenlemelerde esnekliğe gidildiği görülmektedir. Örneğin, Portekiz ve İspanya’da 1980’li yıllarda istihdamın korunması amacıyla getirilen yasal düzenlemelerin sonradan gevşetildiği izlenmektedir [2].

II. TÜRKİYE’DE İŞ GÜVENCESİ VE ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Türkiye’de iş güvencesi tartışmalarının başlangıcını, 1961 Anayasası ile sosyal devlet anlayışının kabul edilmesine dayandırmak mümkündür. Bu anlayışın 1982 Anayasa’sı ile de benimsendiği ve çalışma hakkını düzenleyen 49. Maddesi gerekçesinde, devletin çalışmak isteyenlere iş temin etme ve işçi-işveren ilişkilerinde dengeleyici, çalışma barışını sağlayıcı tedbirleri alma görevini yüklediği ifade edilmektedir [5].

Diğer taraftan, 1475 sayılı İş Kanununun 13.maddesi hükmü ile işverene, hiç bir haklı gerekçe göstermeksizin işçiyi işten çıkarma hakkı tanınmış bulunmaktaydı. Söz konusu madde içinde neden göstermeksizin hizmet akdinin fesih hakkı, hem işçiye hem de işverene tanınan bir hak olmakla birlikte; bu madde hükmü tek taraflı olarak işveren tarafından, işçinin işten çıkarılması şeklinde işletilmekteydi. Bunun nedenleri arasında Türkiye’de işgücü arzı ile işgücü talebi arasındaki dengesizliğin boyutu, işgücünün genel ve mesleki bilgi düzeyinin düşüklüğünün işgücünün pazarlık gücü üzerindeki olumsuz etkisi ve işgücü piyasasının tam olarak denetlenememesi sayılabilir. Bu nedenlerle 13.madde hükmü, yasal düzenlemeden önce Türkiye’de işçi kesimi tarafından iş güvencesinin olmadığı şeklinde yorumlanmaktaydı.

Aynı kanun döneminde toplu iş sözleşmelerine, toplu işten çıkarmalarda iş güvencesinin sağlanmasına ilişkin hükümler konulduğu ifade edilmekle birlikte [6], iş güvencesine destek veren bu tür düzenlemelerden, Türkiye’de sadece kurumsal işgücü piyasası koşullarında istihdam edilen ve toplu pazarlık kapsamındaki işçilerin yararlanabildiği görülmekteydi. Türkiye’de kurumsal işgücü piyasasının işlerliğinin özellikle kamu kesiminin tamamı ve özel sektörde büyük firmalarla sınırlı olması nedeniyle, toplu iş sözleşmeleri ile işten çıkarmanın zorlaştırılması, 1475 sayılı İş Kanunu ile işçiye de aynı hakkın tanınması, işçilerin tamamı için anlam ifade etmemekteydi.

ILO’nun 1982 yılında kabul ettiği Hizmet İlişisine İşveren Tarafından Son Verilmesine İlişkin 158 nolu Sözleşmenin, Türkiye tarafından 9.4.1994 tarihinde onaylanması [7], Türkiye’de iş güvencesi sorununu güncelleştirmiş ve çerçeve anlaşması niteliğindeki ILO sözleşmesi esas alınarak, Türk çalışma mevzuatının yeniden düzenlenmesi gerektiği tartışmalarını hızlandırmıştı.

Bu tartışmalar devam ederken, 4857 sayılı İş Kanunu 22.5.2003 tarihinde kabul edilmiş, 10.6.2003 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir [8]. Söz konusu Kanunun 18. Maddesi hükmü ile süreli fesih bildiriminin haklı gerekçeye dayandırılması sonucu iş güvencesinin sınırlı olarak da

olsa kabul edildiğini söylemek mümkün hale gelmiştir. İş güvencesinin sınırlı olarak uygulanmasının Türkiye’de işgücü piyasası üzerinde düzenleyici etki yapacağı ve bu olası etkinin, getirilen yasal düzenleme ve Türkiye’nin içinde bulunduğu ekonomik koşullarla sınırlı olacağı düşünülmektedir.

II.1. Yasal Düzenleme

Yeni İş Kanununun 17.Maddesi ile belirsiz süreli iş sözleşmelerinde süreli fesih hakkının taraflara tanınması ve 18.Madde ile de, iş sözleşmesinin süreli fesih bildirimleriyle sona erdirilmesinin geçerli bir sebebe dayandırılmasıyla, iş güvencesinin getirilmesinin amaçlandığı görülmektedir.

4857 sayılı İş Kanun’unun iş sözleşmesinin feshinin geçerli sebebe dayandırılmasını düzenleyen 18.maddesinin ilk fıkrasında, *”Otuz veya daha fazla işçi çalıştıran işyerlerinde en az altı aylık kıdemi olan işçinin belirsiz süreli iş sözleşmesini fesheden işveren, işçinin yeterliliğinden veya davranışlarından yada işletmenin, işyerinin veya işin gereklerinden kaynaklanan geçerli bir sebebe dayanmak zorundadır.”* hükmüne yer verilmiştir. Bu fıkra hükmü ile, iş güvencesinin kapsamının daraltıldığı görülmektedir.

Bunlardan ilki, iş güvencesi kapsamına otuz ve daha fazla işçi çalıştıran işyerlerinin alınmasıdır. Türkiye’de ekonomik yapının temel özellikleri arasında, küçük işletmelerin önemli bir yer tutması sayılmaktadır [9]. Türkiye ekonomisinin bu yapısal özelliği, yasal düzenlemenin iş güvencesinin sağlanmasındaki etkinliğini kısıtlamaktadır. Sosyal Sigortalar Kurumu verilerine göre 2001 yılı itibari ile Türkiye genelinde bir ile yirmi dokuz işçi çalıştıran işyerleri, toplam işyerlerinin %96.52’sini ve bu işyerlerinde istihdam edilen işçiler ise toplam işçilerin %47.89’unu oluşturmaktadır [10]. Bu verileri esas aldığımızda iş güvencesinin kapsamının, Türkiye’deki işletmelerin sadece %3.48’ini oluşturan ve 30 ve daha fazla işçi istihdam eden işletmeler ve bu işletmelerde istihdam edilen ve Türkiye’deki toplam işçilerin %52.11’ini oluşturan işçi gurubu ile sınırlı olduğu anlaşılmaktadır.

İkinci sınırlama ile iş güvencesinin, belirsiz süreli iş sözleşmeleri ile istihdam edilen işçileri kapsadığı ve belirli süreli iş sözleşmeleri ile çalışan işçilerin iş güvencesinin kapsamı dışında tutulduğu görülmektedir. Bunun nedeni, belirli süreli iş sözleşmeleriyle istihdam edilen işçilerin iş sözleşmelerinin, sözleşme hükümlerine dayanılarak sona ermesinin kabulüdür. Türkiye’de belirli ve belirsiz süreli iş sözleşmeleriyle istihdam edilen işgücünün dağılımına ilişkin veri bulunmadığından, bu ayırımı göre iş güvencesi kapsamına giren veya dışında kalan işçilerin oranı hakkında bir şey söylemek mümkün değildir.

Sonuç olarak 30 ve daha fazla işçi istihdam eden işyerlerindeki işçilerden belirli süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilen işçilerin, iş güvencesi kapsamı dışında kaldığı anlaşılmaktadır.

Getirilen diğer bir sınırlama ile, iş güvencesinin kapsamının daha da daraltıldığı görülmektedir. Otuz ve daha fazla işçi istihdam eden işletmelerde istihdam edilen işçilerin iş güvencesinden yararlanmasında, en az altı aylık kıdeme sahip olma şartı getirilmiş bulunmaktadır. Buna göre, otuz ve daha fazla işçi istihdam eden işletmelerde belirsiz süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilen ve altı aylık kıdem süresini doldurmuş bir işçinin, haklı gerekçe gösterilmeksizin işveren tarafından işten çıkarılması mümkün bulunmaktadır.

Buna karşılık, yasal düzenleme ile işveren tarafından işçinin altı aylık belirli süreli iş sözleşmeleriyle istihdam edilerek, iş güvencesi kapsamı dışına itilmesinin önlenmeye çalışıldığı görülmektedir. Burada, iş güvencesine hak kazanmada işçinin altı aylık kıdem süresinin doldurmasının işveren tarafından zincirleme iş sözleşmesi yapılarak engellenmesi önlenmek istenmiştir. Söz konusu İş Kanun’unun belirli ve belirsiz süreli iş sözleşmesinin tanımına ve ayırımına yer verilen 11. Maddesinin 2.fıkrasında *”Belirli süreli iş sözleşmesi, esaslı bir neden olmadıkça, birden fazla üst üste (zincirleme) yapılamaz, aksi halde iş sözleşmesi başlangıçtan itibaren belirsiz süreli kabul edilir.”* denilmektedir.

Söz konusu fıkra hükmüne göre, işveren tarafından işçiyi iş güvencesinden yararlandırmamak için, esaslı nedene dayanmaksızın altı aydan kısa süreli zincirleme iş sözleşmesi yapılması mümkün değildir.

Yapılan düzenleme ile altı aydan kısa süre için belirli süreli iş sözleşmesi yapılmasının engellenmesinin ve esaslı bir neden olmaksızın, birden fazla üst üste (zincirleme) yapılan iş sözleşmelerinin başlangıçtan itibaren belirsiz süreli iş sözleşmesi sayılarak, otuz ve daha fazla işçi istihdam eden işletmelerde işçinin iş güvencesinden yararlandırılmasının amaçlandığı görülmektedir.

Sonuç olarak, 4857 sayılı Kanun ile getirilen iş güvencesinden işletme büyüklüğüne bağlı olarak, SSK’nın 2001 yılı verilerine göre Türkiye’deki istihdam edilen toplam 4.886.881 sigortalı işçinin (SSK,2001) %52.11’ini oluşturan ve otuz ve daha fazla işçi istihdam eden işyerlerinde çalışmakta olan 2.564.411 işçiden, ancak belirsiz süreli hizmet sözleşmesi ile çalışmakta iken, altı aylık kıdem süresini dolduranlar işçiler yararlanabilecektir.

Bütün bu koşullar, 4857 sayılı İş Kanun ile getirilen iş güvencesinin, işgücü piyasası üzerindeki himayeci etkisinin sınırlı olacağını göstermektedir.

II.2. Ön Koşullar

Yasal düzenleme ile getirilen sınırlamalar dışında, Türkiye’de işgücü piyasasında iş güvencesinin fiilen sağlanması, ekonomik faaliyet düzeyine ve buna bağlı olarak işgücü talebinin düzeyine bağlı olacaktır. Yasal sınırlıklar yanında, ön koşulların sağlanmasına bağlı olarak iş güvencesinin, Türkiye’de işgücü piyasasında ne ölçüde sağlanabileceği bu alt başlıklar içinde sorgulanmaktadır.

Türkiye’de iş güvencesinin sağlanmasındaki gerekli ön koşullar, ekonomik istikrarın sağlanması, yeni iş olanaklarının yaratılması ve işgücünün niteliğinin iyileştirilmesi olarak belirlenmiştir. Bu koşulların yerine getirilmesi, iş güvencesinin sağlanmasına olumlu etki yapacaktır. Uzun dönemde, nüfus artış hızında meydana gelen azalmanın işgücü arzı ile işgücü talebi arasındaki açığı kapatarak, iş güvencesinin sağlanmasını kolaylaştıracağı düşünülmektedir.

II.2.1. Ekonomik İstikrar

İşgücü talebinin dolaylı talep olması sonucu, iş güvencesi ile ekonomik istikrar arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Küresel ve ulusal düzeyde ekonomik faaliyet hacminde daralmanın ortaya çıktığı dönemlerde, Türkiye’de istihdamda daralmanın yaşandığı ve işsizliğin artması sonucu, iş güvencesinin azaldığı görülmektedir. Nitekim, işsizliğin arttığı dönemlerde, bir çok işçi için iş güvencesinin azaldığı ifade edilmektedir [11].

Son yıllarda Türk ekonomisinin temel özelliğinin, yoğun ve dönemselsel olarak yaşanan ekonomik dalgalanmalar olduğu ifade edilmektedir [9]. Ekonomik büyüme hızının düştüğü dönemlerde işsizliğin arttığı ve sonuç olarak, ekonomik istikrarsızlığın Türkiye’de işgücü için iş güvencesini zayıflattığı açıktır. Ekonomik istikrar ile iş güvencesi arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için 1992-2001 yıllarını kapsayan on yıllık dönemde, yıllar itibari ile ekonomik büyüme hızı ile işsizlik oranları karşılaştırılmıştır.

Tablo.1’de de açıkça görüldüğü üzere, 1992-2001 yılları arasındaki dönemde Türkiye’nin ekonomik büyümesinde istikrar söz konusu değildir. Buna bağlı olarak, işsizlik düzeyinde de dalgalanmalar yaşandığı görülmektedir.

Yıllar itibari ile ekonomik büyüme hızı ile işsizlik oranları arasındaki ilişkiye baktığımızda; ele alınan dönemin ilk yılı olan 1992 yılında ekonomik büyüme hızının %6.4 olduğu, buna karşılık işsizlik oranının %8.3 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Bir sonraki yılda, ekonomik büyüme hızı %8.1 ve işsizlik oranı ise %8.7’dir. İstihdam artışının, 1992 yılında ve 1993 yılının ilk yarısında yüksek büyüme sağlanmasına rağmen, sınırlı kaldığı ifade edilmektedir [12].

Tablo.1. Türkiye’de Ekonomik İstikrar ve İşsizlik (1992-2002)

Yıllar	Büyüme Hızı (%)	İşsizlik (15+ yaş) (%)
1992	6.4 (1)	8.3 (2)
1993	8.1	8.7
1994	-6.1	8.0
1995	8.0	7.5
1996	7.1	6.5
1997	8.3	6.7
1998	3.9	7.0
1999	-6.4	7.7
2000	6.3	6.6
2001	-9.4	8.5

Kaynak: DPT. (1999). *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler*. Ankara, Aralık, s.4. [13]
Sayılarla Türkiye Ekonomisi Tablo 42- Yurtiçi İşgücü Piyasasındaki Gelişmeler (1980- 2001) Tahminler (2002-2005) (<http://e.kutup.dpt.gov.tr/ekonomi/tarih/tr/1980-01.pdf>). [14]

Negatif ekonomik büyümenin, -6.4 olarak saptandığı 1994 yılında ise, ekonomideki daralmaya paralel olarak, tarım dışı sektörlerde istihdamda daralma olduğu ve işsizlik oranının, %8 düzeyinde gerçekleştiği görülmektedir [15]. Aynı yıl için tarım dışı sektörlerde istihdamın daraldığı ve özellikle kentsel kesimde işsizliğin arttığı ifade edilmekle birlikte, ekonomideki küçülme sonucu tarım dışı sektörlerde işsiz kalan işgücünün, bir bölümünün tarım sektöründe barındırıldığı ve bunun işgücü piyasasının etkinliğini sınırladığı belirtilmektedir [16]. 1995 yılına gelindiğinde ekonomik büyümenin hız kazanarak tekrar %8.0’a ulaştığı ve bunun, işsizlik düzeyinde az da olsa azalmaya yol açtığı izlenmektedir.

Sonraki iki yılı oluşturan 1996 ve 1997 yıllarında ekonomik büyüme hızında az bir düşme yaşandığı, işsizlik oranında da belirgin bir değişim olmadığı anlaşılmaktadır. Türkiye’de bir ölçüde 1995, 1996 ve 1997 yıllarında ekonomik istikrarın korunduğu ve işsizlik oranında da önemli bir değişimin olmadığını söylemek mümkündür.

1998 yılına gelindiğinde ise, ekonomik büyüme hızının bir önceki yıla göre yarıya düştüğü izlenmektedir. Bununla birlikte, ekonomik faaliyet hacmindeki daralmanın, işsizlik oranına aynı ölçüde yansımadağı izlenmektedir. Güneydoğu Asya ve Rusya Federasyonunda hüküm süren ekonomik krizin etkisi ile Türkiye’de kayıt dışılığın yaygın olduğu tekstil, deri ve gıda sektöründe işten çıkarmaların arttığı ifade edilmekle birlikte [13]; sanayi ve hizmet sektöründe işsiz kalan işgücünün, tarım sektörüne kayması nedeni ile işsizliğin rakamlara tam olarak yansımadağı tahmin edilmektedir.

Bir sonraki yıl olan 1999 yılında ekonomide daralmanın ortaya çıktığı, bunu 2000 yılında ekonomik faaliyet düzeyinin yükselmesinin izlediği ve 2001 yılında ise yine ekonomide daralma yaşandığı görülmektedir.

Ekonomini faaliyet hacminde meydana gelen daralmanın, istihdamı daha çok tarım dışı sektörlerde olumsuz etkilediği ifade edilmektedir [17].

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı verilerine göre, ekonomik nedenlerle 2000 yılında 185.348 kişi işten çıkarılmış iken; bu sayı 2001 yılı için 227.034 kişi olarak tahmin edilmektedir [18].

Dönemin son yılı olan 2001 yılında ekonomik büyüme hızında ani bir düşüş yaşanmasına rağmen, işsizlikte aynı oranda bir artış yaşanmadığı gözlenmektedir.

Yine ekonomik faaliyet düzeyindeki daralmanın, özellikle tarım dışı faaliyetlerde istihdam edilen işgücü için iş güvencesini tehlikeye soktuğu görülmektedir. Ekonomik faaliyet düzeyinin daralmasına bağlı olarak kentsel kesimde yaşanan işten çıkarmalar, kentsel kesimde işsizlerin sayısını artırmaktadır. İşsizlik oranı bir önceki yıl olan 2000 yılına göre, %6.6 dan; %8.5'e çıkmış ve istihdamdaki düşme, kentsel kesimde işsizliğin %8.9'dan; %10.6'ya çıkmasına yol açmıştır [19]. Kentsel kesimdeki işsizlik, bir yönü ile de eğitilmiş genç işsizliği anlamına gelmektedir. 2001 yılı için %22.4 olan genç işsizliği oranının [19], iş güvencesinin uygulanmasıyla daha da artacağı tahmin edilmektedir.

Amerikalı iktisatçı Arthur Okun tarafından işsizlik oranındaki %1 oranındaki artışın, ekonomide üretilen mal ve hizmet miktarında %3 oranında azalışa neden olduğu ortaya konulmuştur [20]. Bununla birlikte, esas alınan on yıllık dönemde ekonomik büyüme hızlarını ve işsizlik oranlarını karşılaştırdığımızda, Türkiye'de ekonomik büyüme hızı ile işsizlik arasında tam bir bağlantı olmadığı görülmektedir. Bunu çeşitli nedenlerle açıklamak mümkündür.

Türkiye'de işsizlik oranları, kayıtlı işgücü piyasasındaki işsizlik düzeyini göstermektedir. DİE'nün 2000 Yılı Hane Halkı İşgücü Anketi Sonuçlarına göre Türkiye'de kayıt dışı ekonomiye bağlı olarak kayıtdışı istihdamın, 2000 yılının ilk üç ayında toplam istihdamın %48.37'sini oluşturduğu ve kayıt dışı istihdam içinde ücret ve yevmiye (mevsimlik, arızı, geçici) karşılığı istihdam edilen işçilerin, toplam istihdam içindeki paylarının %12.81 ve kayıt dışı istihdam içindeki paylarının ise %26.48 olduğu tahmin edilmektedir [21].

Kayıtlı ve kayıt dışı ekonomi içinde istihdam içinde işgücünün belli bir bölümünün ekonomideki daralma nedeniyle işini kaybettiği tahmin edilmekle birlikte, kayıt dışı istihdam edilen işçiler arasında işsizlik oranlarına ilişkin veri bulunmamaktadır. Bu nedenle, ekonominin bütünündeki daralmanın, kayıtlı işgücü piyasasında rakamlarla ifade edilenin üzerinde işsizliği neden olduğunun göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Kayıt dışı işgücü piyasası ve bu piyasada işgücüne katılım ve işsizlik oranları, işgücünün sektör yaş ve cinsiyet itibari ile dağılımına ilişkin veri bulunmaması, Türkiye'de işgücü piyasasındaki gelişmelerin bir bütün olarak algılanmasına engel olmaktadır. Bu nedenle Tablo 1'de yer alan ekonomik büyüme hızı ile kayıtlı işgücü piyasasındaki işsizlik oranlarına ilişkin verilerin, gerçek durumu yansıtması söz konusu değildir.

Türkiye'de işgücü piyasasına ilişkin, istatistik bilgilerinin sağlıklı ve eksik olmasının nedenleri arasında, kayıt dışı ekonominin varlığı da sayılmaktadır [22]. Diğer taraftan, kayıt dışı istihdamdaki esnekliğin, kayıtlı ekonomide yaşanan dalgalanmalar nedeni ile işgücüne işsizliğe karşı bir alternatif sunduğu ifade edilmektedir [22]. Bu alternatifin en fazla sunulduğu sektör ise, Türkiye'de kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin en fazla yaşandığı sektör olan tarım sektörüdür.

Ekonomide meydana gelen daralma sonucu tarım dışı sektörlerde işsiz kalan işgücünün bir kısmının tarım sektörüne kaymasının, tarım sektöründe ücretsiz aile işçiliğini ve gizli işsizliği yaygınlaştırmasına rağmen tarım sektörünün, ekonomik büyüme hızındaki istikrarsızlığın yarattığı işsizliği belli bir ölçüde absorbe ettiği sanılmaktadır. Tarım sektörünün özellikleri arasında, kayıt dışı ekonomide ve kayıt dışı istihdamda belli bir paya sahip olduğunun ifade edilmesi de [22], bu görüşü doğrular niteliktedir. Türkiye'de tarım iş kanununun çıkarılmaması ve tarım sektörünün sosyal güvenlik kapsamına istisnalarla sınırlı olarak alınmış olması, bu sektörün denetim dışında kalmasına neden olmakta ve sektörde kayıt dışılığı artırmaktadır.

Son olarak da, Türkiye'de işsiz kalınan süre uzadıkça kişinin iş aramaktan vazgeçmesi ve kendini iş arayan işgücü olarak nitelendirmemesi, Türkiye'de güvenmiş işgücü nedeni ile, işsizlik oranının olduğundan düşük çıkmasına neden olmaktadır.

II.2.2.Yeni İş Olanakları

İşgücü piyasasında işgücü arzı ile işgücü talebi arasında denge sağlamanın bir yolu da, yeni iş olanaklarının yaratılmasıdır. Türkiye'de işgücü piyasasının da temel özellikleri arasında işsizlik ve istihdam sorununun yer alması, Türkiye'de yeni iş olanaklarının yaratılmasının kısıtlı olmasına bağlanmaktadır [9]. Türkiye'de yeni iş olanaklarının yaratılmasında, yurtiçi sermaye birikiminin yetersizliği nedeni ile yabancı sermaye girişinin hızlanmasının ve serbest bölgelerin gelişmesinin de etkili olacağı kabul edilmektedir [23].

Son yıllarda, Türkiye'de devletin küçültülmesi ve özelleştirme nedeni ile, kamunun ekonomideki payının giderek azaldığı izlenmektedir. Bunun, kamuda sosyal amaçlı istihdamın azalması yönünde etki yapacağı

beklenmektedir. Diğer taraftan ekonomik büyümede motor görevi gören imalat sanayi sektörünün toplam kamu yatırım proje tutarları içindeki payının, 2000 yılında %2.6'ya kadar düştüğü görülmektedir [24]. Devletin, toplam yatırımlar içindeki payının küçülmesinin, istihdam seviyesini olumsuz yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu, iş olanaklarının daralması ve işsizliğin artması demek olacaktır. Türkiye'de iş güvencesinin yasal düzenlemelerle değil, ancak yeni iş olanakları yaratılarak sağlanabileceği ifadesine [4], katılmamak mümkün değildir.

Gelişmekte olan ülkelerde yeni iş olanaklarının yaratılmasındaki sınırlılığın, kayıt dışı ekonominin nedenleri arasında sayıldığı dikkate alındığında [22], Türkiye'de yeni iş olanaklarının yaratılmasının işsizliği çözümlenmesi yanında, kayıt dışı ekonominin ve kayıt dışı istihdamında kontrol altına alınmasına da imkan vereceği tahmin edilmektedir.

II.3. İşgücünün Niteliği

Türkiye'de işgücünün eğitim düzeyinin düşüklüğü, işgücü piyasasının yapısal özelliklerinden birisini oluşturmaktadır. İşgücünün eğitim düzeyine bakıldığında 15 ve üstü yaş gurubu içinde 2001 yılı itibari ile okuma yazma bilmeyenlerde dahil olmak üzere, en fazla temel eğitimi tamamlamış işgücü, istihdam edilen işgücünün %63.83'ni oluşturmaktadır [25]. Türkiye'de aynı yıl itibari ile işsizlerin %50.89'unun en fazla temel eğitime sahip oldukları görülmektedir [25]. Yapısal işsizliğin nedenleri arasında, işgücünün, işgücü piyasasında talep edilen mesleki bilgi ve beceriye sahip olmaması da sayılmaktadır [20]. Türkiye'de yapısal işsizliğe çözüm olarak, kişiye işgücü piyasasında talep edilen mesleki bilgi ve beceri kazandırılarak istihdam edilebilirliğini artırma çabaları da aynı yaklaşıma dayanmaktadır [26]. Nitekim, iş güvencesinin sağlanması için, işverenlere ve işçilere uzun dönemde eğitime yatırım yapmaları tavsiye edilmekte [2] ve firma içinde istihdam güvencesine sahip çekirdek işgücünün oluşturulmasında işgücüne mesleki bilgi-beceri kazandırılmasının önemine dikkat çekilmektedir [2].

Sonuç olarak, Türkiye'de işgücünün, işgücü piyasasının talep ettiği mesleki bilgi ve beceriye sahip olduğu ölçüde; iş güvencesine de sahip olacağını söylemek mümkündür.

III. İŞ GÜVENCESİNİN, İŞGÜCÜ PİYASASINA ETKİSİ

Türkiye'de getirilen iş güvencesinin işgücü piyasası üzerindeki olası etkisini, iş güvencesinin sosyo-ekonomik yönlerini, yasal düzenleniş biçimini ve işgücü piyasasının yapısal özelliklerini dikkate alarak incelemek gerekmektedir. Getirilmek istenilen iş güvencesi işgücü

piyasası açısından irdelendiğinde, bu etkinin farklı şekillerde ortaya çıkması beklenmektedir.

İş güvencesinin, işletme büyüklüğü, belirsiz süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilme ve altı aylık kıdem şartına bağlanması, Türkiye'de işgücü piyasasında iş güvencesi kapsamında olan ve olmayan işgücü ayırımının ortaya çıkmasına neden olacaktır. Bunun, Türkiye'de parçalı bir yapıya sahip olan işgücü piyasasının [27]; daha da parçalanmasına ve yapısal ve fonksiyonel sorunlarının artmasına yol açacağı akla gelmektedir.

Altı aylık kıdem şartının, Türkiye'de işgücü piyasasında denetimin yeterli olmaması nedeniyle işverenin, altı aylık süre dolmadan girdi-çıkıtı yaparak, iş güvencesinin önünü tıkayabileceği akla gelmektedir. Sonuçta, altı aylık süreler ile yenilenen, yeni bir zincirleme iş sözleşmesi tipinin ortaya çıkacağı düşünülmektedir.

İş güvencesine getirilen sınırlamalar, kapsam dışında kalan işgücü açısından, istihdam ve gelir güvencesinin sağlanmaması ve işverenle pazarlık gücünün kısıtlanması demek olacaktır. Bunun, getirilen iş güvencesinin sosyal yönünü ve olumlu etkisini sınırlandıracığı düşünülmektedir.

İş güvencesinin kabulünün işgücü piyasasına diğer etkisi, firma düzeyinde belirli süreli iş sözleşmesi ile çevresel ve belirsiz süreli iş sözleşmesi ile çekirdek işgücü istihdamına dayalı, yeni bir istihdam stratejisinin ortaya çıkmasına yol açacaktır. Belirsiz süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilen işgücünün, firmanın vazgeçemediği çekirdek işgücünü oluşturacağı, bunun dışında firmanın belirli süreli iş sözleşmesi ile çevresel işgücü istihdam etme yoluna gideceği akla gelmektedir. Altı aydan kısa süreli istihdam edilen işgücü sayısında artış ortaya çıkacağı düşünülmektedir. İş güvencesinin altı aylık kıdem şartına bağlanması, firma açısından esnek işgücü kullanımına ve dolayısıyla sayısal esnekliğe olanak verilmesi olarak değerlendirilmektedir.

Esnek işgücü kullanımına olanak veren çekirdek-çevresel işgücü kavramlarına dayalı istihdam stratejisi, uluslararası rekabetin gereği olarak yorumlanmakta ve işgücü istihdamında esneklik eğilimi, uluslararası kapitalizmin dinamik yapısının bir dayatması olarak tanımlanmaktadır [11].

Çekirdek ve çevresel işgücü talebine dayalı istihdam stratejisinin, kamu ve özel sektör bazında farklı şekilde uygulanması beklenmektedir. Belirsiz süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilen işçilerin işten çıkarılmalarında haklı gerekçe aranması; özel sektörde işgücü istihdamında belirli süreli iş sözleşmesine dayanarak işgücü istihdam etme eğiliminin artacağını akla getirmektedir.

Yasal düzenlemenin sayısal esnekliğe engel olmaması ve belirli süreli iş sözleşmesine dayalı istihdam biçimine kayış, firma açısından işgücü maliyeti üzerinde iki yönlü etki yapacaktır. Getirilen düzenleme firmayı belirsiz süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilen fazla miktarda çekirdek işgücü depolamanın maliyetinden kurtarıırken; belirli süreli iş sözleşmesine dayalı işgücü istihdamından kaynaklanan işçi devir hızının yükselmesinin getirdiği ek maliyetle karşı karşıya bırakacaktır. Bu nedenle, firma açısından iş güvencesinin işgücü maliyetine etkisinin, olumlu ve olumsuz yönleri ile ayrıca incelenmesi gerekmektedir.

Kabul edilen iş güvencesinin Türkiye işgücü piyasasında etkisini belirleyen diğer bir unsur, işçi istihdamının kamu ve özel sektör arasındaki dağılımı olacaktır. Aşağıda yer alan Tablo.2'de sigortalı işyeri ve sigortalı işçilerin kamu ve özel sektör arasındaki dağılımı yer almaktadır. Tablo.2'den de izlendiği gibi, Türkiye'deki işyerlerinin tamamına yakını, özel sektörde yer almaktadır. Özel sektörde istihdam edilen sigortalı işçiler ise, tüm sigortalı işçilerin beşte dördünden fazladır. Bu dağılımın, Türkiye'de iş güvencesinin sağlanmasında da belirleyici etki yapacağı düşünülmektedir.

Tablo. 2. Türkiye'de İşyerlerinin ve Sigortalı İşçilerin Kamu ve Özel Sektör Dağılımı(2001)(%)

Sektör	İşyeri %	İşçi %
Kamu	2,9	15,4
Özel	97,1	84,6
Toplam	100,0	100,0

Kaynak: SSK. (2001). [www.ssk.gov.tr\(T1-15-2001 son\)](http://www.ssk.gov.tr(T1-15-2001 son))[10]

Türkiye'de çalışma hayatına ilişkin düzenlemeler, hem özel sektörde hem de kamu sektöründe çalışan işçileri kapsamaktadır. Bununla birlikte, 4857 sayılı Kanun ile getirilen, iş güvencesinin kamu sektöründe tam olarak uygulanması beklenirken; özel sektörde uygulanma olasılığının daha düşük olacağı sanılmaktadır. Örneğin, zincirleme iş sözleşmesi yapılması yasağının, özellikle özel sektörde tam olarak uygulanamayacağı düşünülmektedir.

Bu eğilimin ortaya çıkmasında özel sektör işgücü piyasasında denetimin yetersizliği yanında, işgücünün hakkını arayamamasının da etkili olacağı sanılmaktadır. Türkiye'de işgücü piyasasında işgücü arzı ile işgücü talebi arasında dengenin sağlanamaması, işgücünün hakkını aramasını engellemektedir. Ayrıca işgücünün eğitim düzeyinin ve sendikalaşma oranının düşüklüğüne bağlı olarak işverenin, belirli süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilen işgücünü zincirleme iş sözleşmesine dayanarak istihdam etme eğilimi içine girebileceği ve

bunda işçinin, sendikanın desteğinden yoksun kalmasının da etkili olacağı düşünülmektedir.

Belirli süreli iş sözleşmesine dayalı istihdam biçiminin, kamu sektörü için yeni bir istihdam stratejisi olarak izlenmesi söz konusu olmayacaktır. Kamu kesiminde çalışan işçiler için zincirleme iş sözleşmesi ile çalıştırılma riskinin çok düşük olacağı tahmin edilmektedir. İşverenin devlet olması yanında, kamu kesiminde sendikalaşma oranının yüksekliğinin de olumlu etki yapması beklenmektedir.

Yine, getirilen düzenlemenin, kamu kesimi iş yükünde ortaya çıkan dalgalanmalara bağlı olarak, 1978 yılından beri bütçe kanunlarına konulan hükümlerle yürütülen mevsimlik işgücü, diğer adı ile geçici işçi istihdamı üzerinde olumsuz etki yapması beklenmemektedir. Kamu kesiminde sayısal esnekliği sağlayan [28] ve 1978 yılından itibaren Bütçe Kanunlarında yer alan geçici işçi kadrosu uygulamasına dayalı mevsimlik işçi istihdamının bir aydan fazla, bir yıldan az bir süreli olması ve süre bitiminde iş sözleşmesi sona ermeyip, mevsim başına kadar askıya alınması nedeni ile, altı aylık kıdem süresine dayandırılan kısıtlama, kamuda istihdam edilen geçici işçiler için de iş güvencesinin ortadan kalkması anlamına gelmeyecektir.

Bütün bu nedenlerle iş güvencesine fiilen sahip olan kamu kesimi işçileri için, iş güvencesinin yasalaşması olumsuz etki yapmayacaktır.

Sonuç olarak, iş güvencesinin sayısal esnekliği engellemesi beklenmemekte; çekirdek işgücü istihdamını daraltırken, çevresel işgücü istihdamını genişleteceği beklenmektedir. Çevresel işgücü istihdamındaki artış, ekonomik konjonktürdeki dalgalanmalara bağlı belirsiz ve kısa süreli bir istihdam olasılığı olarak ortaya çıkacak ve bu şekilde istihdam edilen işgücü için iş güvencesinden bahsetmek mümkün olmayacaktır.

Türkiye'de getirilen iş güvencesinin, istihdam politikası açısından hedef gruplar olarak kabul edilen kadın, özürlü, genç ve yaşlı işgücü [19] istihdamına etkisinin de, ele alınması gerekmektedir. İş güvencesi bu gruplar için, farklı düzeylerde gerçekleşecektir.

Türkiye genelinde erkek işgücüne göre işgücüne katılım oranı daha düşük olan ve işsizlik olgusundan erkek işgücüne göre daha fazla etkilenen kadın işgücü için, iş güvencesinin daha fazla ve daha uzun süreli işsizlik demek olacağı akla gelmektedir. Türkiye'de ikincil işgücü niteliği dikkate alındığında, iş güvencesinin kadının işgücü piyasasının dışında kalma süresini veya standart dışı istihdam biçimlerine bağımlı olarak, kayıt dışı ekonomide istihdam edilmesi olasılığını arttıracacağı düşünülmektedir.

Türkiye'de bir yıldan daha uzun süre işsiz olup, iş

arayanların toplam, işsizlere oranı 2001 yılında %20.72'dir [25]. İş güvencesinin uygulamaya konulmasının işsizlik oranını arttıracığı ve işsiz kalma süresinin uzayacağı tahmin edilmektedir. Sonuç olarak, Türkiye'de kentsel kesimde 2000 yılı için %8.9 olan [18] işsizlik oranının artacağı ve özellikle kentsel kesimde %18.4 olan [18] kadının işgücüne katılım oranının düşmesi beklenmektedir.

Türkiye'de kentsel kesimde yaşanan işsizliğin bir boyutu da eğitilmiş genç işsizliğidir ve eğitilmiş gençler arasında işsizlik oranı, kentlerde %30'a yaklaşmaktadır [29]. Diğer taraftan, istihdamı korumak amacıyla getirilen yapısal düzenlemelerin, toplam işsizlik oranından çok genç işsizliğini ve uzun süreli işsizliği arttıracığı ifade edilmektedir [30]. Bu nedenle, ekonomik koşullarda iyileşme olmadığı sürece, iş güvencesinin uygulamaya konulmasının, eğitilmiş gençler arasında da işsizlik oranının artmasına neden olması beklenmektedir.

IV. SONUÇ

Türkiye'de iş güvencesinin yasal olarak düzenlenmesi, 1961 ve 1982 Anayasaları ile kabul edilmiş bulunan sosyal devlet anlayışının ve Türkiye'nin uluslararası yükümlülüğünün gereğidir. Bununla birlikte, iş güvencesinin uygulamaya geçirilmesinde Türkiye'de ekonomik ve siyasi istikrarın sağlanması, yeni iş olanaklarının yaratılması ve işgücüne piyasanın talep ettiği mesleki bilgi ve becerinin kazandırılması, gerekli ön koşulları oluşturmaktadır.

Gerekli ön koşullar sağlanmadığı ölçüde iş güvencesinin yasal olarak düzenlenmesi, Türkiye'de iş güvencesinin fiilen sağlandığı anlamına gelmeyecektir. Türkiye'de işgücü piyasasının içinde bulunduğu koşullar ve yasal düzenleme, iş güvencesinin işgücü piyasası üzerindeki olası düzenleyici etkisi üzerinde de belirleyici olacaktır.

Türkiye'de iş güvencesinin fiilen hayata geçirilebilmesi için gerekli olan ekonomik ve siyasi koşulların, bugün için sağlandığını söylemek mümkün değildir. Ekonomik ve siyasal hayattaki dalgalanmaların, işgücü piyasasında iş güvencesinin sağlanmasını zorlaştırdığı açıktır.

Türkiye'de iş güvencesinin sağlanmasındaki diğer bir engel nüfus artış hızıdır. Nüfus artış hızının yüksekliği, işgücü piyasasında işgücü arzı ile işgücü talebi arasındaki dengesinin sağlanmasını zorlaştırmaktadır. Türkiye'de işgücü piyasasında işgücü arzı ile talebi arasında sayı ve nitelik açısından dengesizlik yaşandığı sürece, işsizliğin yapısal bir sorun olarak devam edeceği tahmin edilmektedir.

Yasal düzenleme ile iş güvencesinin tarım dışı

sektörlerde, on ve daha fazla işçi istihdam eden işletmelerde istihdam edilme ve en az altı ay çalışmış olma şartına bağlanması, Türkiye'de işgücü piyasasında, iş güvencesinden yararlanan ve yararlanmayan işgücü olarak yeni bir parçalanmaya neden olacaktır. Bunun sonucunda, Türkiye'de işgücü piyasası, daha parçalı hale gelecektir.

İkinci ön koşul ise Türkiye'de işsizlik sorununun çözümlenmesidir. İşsizlik sorununun çözümü, ekonomik istikrarın sağlanmasına bağlı olarak yeni iş olanaklarının yaratılması ile mümkün olacaktır. Ekonomik faaliyet düzeyindeki daralma, toplam yatırımlar içinde kamu yatırımlarının payının azalması ve özel sektör yatırımlarının yetersizliği yeni iş olanaklarının yaratılmasını engellemektedir. Bu olumsuz gelişme, tarım dışı sektörlerde istihdam edilen işgücü için iş güvencesini tehlikeye sokmakta ve bu sektörlerde işsiz kalan işgücü bir ölçüde tarım sektörüne kaymak zorunda kalmaktadır. Tarım dışı sektörlerden, tarım sektörüne kayış; işsizliği yüzeysel olarak azaltmakta ve diğer taraftan, işgücü fazlası bulunan tarım sektöründe gizli işsizliğin ve verim düşüklüğünün daha da artmasına neden olmaktadır. Tarım sektörüne kayamayan işsizler ise, kentsel kesimde işsizlerin sayısında artışa neden olmaktadır.

Türkiye'de işsizlik oranları kentsel ve kırsal kesimde farklılık göstermektedir. İş güvencesinin uygulamaya konulmasının kentsel kesimdeki işsizliği ve özellikle kadın ve eğitilmiş genç işsizliğini arttıracığı veya bunların kayıt dışı ekonomi içinde istihdam edilmesine neden olacağı tahmin edilmektedir.

Bunun yanında iş güvencesinin, Türkiye'de istihdam politikası açısından hedef gruplar olarak belirlenen grupların istihdamını zorlaştıracığı aklı gelmektedir.

Türkiye'de çalışma hayatına ilişkin düzenlemeler, hem özel sektörde hem de kamu sektöründe çalışan işçileri kapsamaktadır. Bununla birlikte, 4857 sayılı Kanun ile getirilen iş güvencesinin, kamu ve özel sektör işgücü piyasasında farklı düzeylerde ortaya çıkması beklenmektedir.

Türkiye'de iş güvencesine sahip, belirsiz süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilen çekirdek işgücü yanında, iş güvencesine sahip olmayan ve belirli süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilen işgücü ayırımına dayalı yeni bir istihdam stratejisinin ortaya çıkacağı tahmin edilmektedir. Bunun özellikle, özel sektörde belirsiz süreli iş sözleşmesine dayalı istihdam biçiminin yaygınlaşmasına yol açacağı tahmin edilmektedir. Kamu kesiminde ise işverenin devlet olması nedeni ile, böyle bir istihdam stratejisi uygulanması beklenmemektedir.

Belirsiz süreli iş sözleşmesi ile istihdam edilen işgücünün, genelde erkek ve nitelikli işgücü olması

nedeni ile özellikle erkek işgücü için, iş güvencesinin sağlanacağı ve bunun işgücü piyasasında cinsiyete dayalı ayrımcılığı yaygınlaştıracağı tahmin edilmektedir.

Sonuç olarak Türkiye’de iş güvencesi için gerekli ekonomik koşullar sağlanmadığı ve ön koşula bağlı olmayan iş güvencesi getirilmediği sürece; iş güvencesinin yasal olarak düzenlenmesinin iş güvencesinin sağlanması anlamına gelmeyeceği kabul edilmekte ve işgücü piyasasında yeni sorunlara neden olacağı beklenmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Loseby, P.H. (1992). *Employment Security. Balancing Human and Economic Consideration*. London: Quarum Books.
- [2] OECD. (1995). *Job Study The Implementing The Strategy*. France.
- [3] Aktan, C.C. (1993). *Ekonomik Anayasa. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu*. Ankara: İnceleme Yayınları.
- [4] Kutsal (2001).
- [5] Özer, A. (1984). *Gereğçeli ve 1961 Anayasasıyla Mukayeseli 1982 Anayasası*. Ankara: Bilim Yayınları. Hukuk Dizisi:2.
- [6] Ekonomi, M. (2000). *Yargıtay’ın İş Hukukuna İlişkin 1998 Yılı Emsal Kararları*. Ankara: Kamu-İş Yayını.
- [7] Harb-İş. (1995). *Türk Harb-İş Sendikası. Çalışma Yaşamının Uluslararası Belgeleri*. Ankara, Ekim.
- [8] (http://calisma.gov.tr/mevzuat/4857_is_kanunu.htm)
- [9] Bulutay, T. (1995). *Employment, Unemployment and Wages in Turkey. With introduction by Edmond Malinvand and Comments by Orhan Güvenen*. Ankara: ILO and State Institute of Statistics.
- [10] (<http://www.ssk.gov.tr>) (T 1-15-2001 son)
- [11] Felstead, A., & Nick, J. (1999). *Global Trends in Flexible Labour*. London: Mac Millan Business, Mac Millan Press. Ltd.
- [12] DPT. (1994). *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), 1994 Yılı Programı Destek Çalışmaları*. Ankara.
- [13] DPT. (1999). *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler*. Ankara, Aralık.
- [14] Sayılarla Türkiye Ekonomisi Tablo 42- Yurtiçi İşgücü Piyasasındaki Gelişmeler (1980- 2001) Tahminler (2002-2005) (<http://e.kutup.dpt.gov.tr/ekonomi/tarih/tr/1980-01.pdf>).
- [15] DPT. (1995). *1995 Yılı Geçiş Programı Çalışmaları, Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler*. Ankara.
- [16] DPT. (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Öncesinde Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler 1996-2000*. Ankara, Haziran.
- [17] DPT. (2002). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 2002 Yılı Programı Destek Çalışmaları*. Ankara.
- [18] DPT. (2001). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2002 Yılı Programı Destek Çalışmaları. Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler*. Ankara.
- [19] DPT. (2001). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı İşgücü Piyasası* Ankara: Özel İhtisas Komisyonu Raporu.Yayın No: DPT:2548-ÖİK.
- [20] Flanagan, R.J., Smith, R.S., & Ekrenberg, R.G. (1994). *Unemployment, Labour Relations and Labour Economics*. London: Scott, Foresman and Company Glenview.
- [21] DİE. (2003). *2000 Genel Nüfus Sayımı Sonuçları. Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri*. Ankara: Yayın No:2759.
- [22] DPT. (2001). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Kayıtlı* Ankara: Ekonomi Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Yayın No:DPT:2603-ÖİK:614.
- [23] DPT. (1985). *Fifth Five Year Development Plan 1985-1989*. Ankara: Yayın No:1987.
- [24] DPT. (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Öncesinde Makro Ekonomik Gelişmeler 1996-2000*. Ankara, Haziran.
- [25] DİE. (2002). *Çalışma İstatistikleri 2000-2001*. Ankara: Yayın No:2691, Kasım.
- [26] Kuzgun, İ.K. (2003). Partnership for Increasing The Employability of Manpower-An Employment Policy in Turkey. *IV International Congress Europe Week in Sheffield Supporting Business Enterprise Partnership in Europe*. Sheffield City Council and Sheffield Hallam University, England.
- [27] DPT. (1994). *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, İşgücü Piyasası, İstihdam ve İşsizlik Raporu*. Ankara: Yayın No:DPT:2371-ÖK:437 Aralık.
- [28] Kuzgun, İ K. (2000). Numerical Flexibility in Turkey. *Challenges for Business Administrators in the New Millenium*, 1-3 June, Çanakkale University.
- [29] DPT. (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001 Yılı Programı Destek Çalışmaları. Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler*. Ankara.
- [30] Addison, J.T., & Stanley, W.S. (1999). *Regulating European Labour Markets, More Than Benefits*. Hobart Paper 138. London: Institution of Economic Affairs.

İnci KAYHAN KUZGUN (kuzgun@hacettepe.edu.tr) is Associated Professor (Labor Economics and Industrial Relations) at the Department of Economics of Faculty of Economics and Administrative Sciences, Hacettepe University. She has taken Ph.D. in Public Management and Political Science (social politics) Ankara University, Faculty of Political Science in 1988. Her academic research areas are active employment policies, regulation of the labor markets,

WORLD TRADE AND CANCUN SUMMIT

Hayri KOZANOĞLU

Marmara University, Department of Economics, Associated Professor Dr.

WORLD TRADE AND CANCUN SUMMIT

Abstract: The world trade summit held in Cancun collapsed. The Failure in Mexico means blow to the multilateral trade system that has been contributing to global wealth. The future of WTO after defeats in Seattle and Cancun is seriously in danger. The only positive development in the meeting might be the birth of the G-21 initiative led by Brazil, China, and India. Now, G-21 has a chance of challenging the US, EU, and Japan as one voice. They must overcome the lack of expertise in future meetings with a good cooperation. In world trade, if multilateral cooperation ceases to exist, everybody would lose but the ones who would lose the most would be poor countries. Cancun's failure did not make this scenario inevitable but possible. The problem lies there.

Keywords: World Trade, WTO, G-21 Initiative

DÜNYA TİCARETİ VE CANCUN ZİRVESİ

Özet: Cancun'da gerçekleştirilen dünya ticaret zirvesi başarısızlıkla sonuçlandı. Meksika'daki bu tıkanma küresel refaha katkıda bulunan çok taraflı ticaret sistemine bir darbe anlamına geliyor. DTÖ'nün geleceği de Seattle ve Cancun yenilgilerinden sonra tehlikede görünüyor. Bu toplantının tek olumlu kazanımı Brezilya, Çin ve Hindistan'ın öncülük ettiği G-21 inisiyatifinin doğuşu kabul edilebilir. Şimdi G-21 ABD, AB ve Japonya'ya tek bir ses olarak karşı durma olanağına sahiptir. Önümüzdeki toplantılarda uzmanlık eksikliğinin üstesinden iyi bir işbirliği ile gelmeleri gerekmektedir. Dünya ticaretinde çok taraflı işbirliği sürdürülemezse bu durumdan herkes kaybeder. Ama en fazla zarar gören yoksul ülkeler olur. Cancun başarısızlığı bu senaryoyu kaçınılmaz kılmadıysa da olasılık dahiline soktu. Sorun da burada yatıyor.

Anahtar Kelimeler: Dünya Ticareti, Dünya Ticaret Örgütü, G-21 İnisiyatifi

I. INTRODUCTION

The World trade summit held in the city of Cancun in Mexico ended with failure. This means that trade negotiations, which would provide the largest economic benefit to poor countries are in a gridlock [1].

This new trade round which started in November 2001 in Doha city in Qatar was dedicated to solving the problems of poor countries. The fundamental objective was to lift commercial restrictions in areas free trade would help poor countries especially in agriculture. Failure of Doha Round means that the hopes for the rich countries, abolishing huge agricultural subsidies, and poor countries selling their textile products without hitting prohibitive customs taxes are postponed another time. The chances of finalizing the round according to its original schedule, that is, at the end of 2004, are nil. It even seems difficult to complete the negotiations in five years [2].

The fiasco in Mexico also struck a killing blow to the multilateral trade system that has been contributing to global wealth for more than half a century. The GATT (General Agreement for trade and tariffs) agreement signed in 1947 worked on the basic principle of no discrimination against any country, since then trade was guided by multilateral rules [3]. The WTO founded in 1995 as the follower of GATT is the core of the system. The WTO has 148 members, including Cambodia and

Nepal who joined just before the summit; it is the only international economic forum where developing countries carry some weight [1]. Decisions are reached by compromise, every country has a right to veto, regardless of how small or poor they are. In no other place has the poor such an influential voice.

In 1999, in Seattle in the US, the WTO received a similar blow with the actions the anti-globalization activists. The future of WTO after these two defeats is seriously in danger. The Doha Round included lifting of agricultural subsidies, lowering customs taxes for industrial products, ending quotas especially in textile, as well as the issues of, "competition, investment, transparency in government procurement and trade facilitation" also called "Singapore Issues".

From the beginning, countries did not adopt the important legs of the Doha agenda. Many poor countries, with India leading, denied accepting new rules. Some other poor countries preferred voicing their complaints instead of proposing alternatives. Most of the rich countries were not willing for compromise. Joseph Stiglitz states that the strategy that US, and to a lesser extent Europe, seems to be following war the usual hard bargaining, extreme positions, arm-twisting, last minute concessions, peer pressure and tacit threats of cutting off development assistance and other benefits [4]. For example, Japan only stated that they are against lowering

of custom taxes for rice. This shows that the 22 months since the Doha Summit have been wasted.

II. RISE of G-21

The only gain from the meeting might be the birth of the G-21 alliance lead by Brazil, China and India. Turkey did not attend this forum because of Customs Union agreement with the EU. The number of G-21 members increased to 22 (Table.1) with the participation of South Africa during the Summit. Showing significant differences amongst themselves, they represent half of the world population and two third of the peasants. They seem to be well organized, technically capable and sufficiently equipped. In previous trade negotiations, the US and EU dominated the meetings with teams of hundreds of well educated people with perfect coordination among them, the countries with small teams were insufficient even to follow the discussions adequately, let alone affect the negotiations. Now G-21 has a chance of [1] challenging the US, EU and Japan as one voice.

Table.1. G-21 Countries

Argentina	India	Pakistan
Bolivia	Colombia	Paraguay
Brazil	Costa Rica	Peru
China	Cuba	Chile
Equator	Mexico	Thailand
Indonesia	Egypt	Venezuela
Guatemala	Nigeria	
Philippines	South Africa	

They can also overcome the lack of expertise in future meeting with a good cooperation. They must first reach a compromise among themselves. For example, it is known that India, one of the leading G-21 countries, is resisting the liberalization of agriculture. On the other hand Brazil is a proponent of trade liberalization as a big exporter sure of her competitive strength.

III. IS TRADE OPENING SOLUTION?

As it will be noticed from Table-2, rich countries accounts 70 percent of World export. If intra-union trade considered, share of EU-15 countries in world trade is 40 percent. ABD is the largest exporter in the world and with approximately \$ 500 billion trade deficit has the largest deficit. If we consider their respective share in world output, US's trade openness quite low compared with EU.

It has been proved that liberalization of foreign trade was sophisticated issue which is presented by globalist ideologues as "natural order".

Trade Liberalization in manufacturing goods which has been prime priority of developed countries has

been realized through the Uruguay Round. On the other hand, formidable improvement in liberalization of agriculture and textile could not been achieved which are top priority for developing nations [5].

Free trade leg of globalization is based on the assumption that foreign trade world mutually benefit all parties, which has origins in David Ricardo. But because of uneven development in the world economy, factor equalization among the countries has not been observed. In fact, capital flows from capital abundant regions to labor abundant regions are not being recorded.

New technologies are creating monopoly rent, capital and skilled labor are being concentrated there, trade opening of pour countries which has abundant cheap labor can not achieve leap in welfare. Recent researches have shown that there was not linear correlation between foreign trade and growth.

Rising trade and rising GDP are indeed linked but it is not clear how they are linked-nor what policy regime for import liberalization is likely bring success many of the countries that have integrated most successfully into the global market have liberalized in a carefully sequenced fashion. Countries in East Asia have taken advantage of globalization to expand their exports and have grown faster as a result. But they lowered protective barriers slowly, restricted foreign investment to create opportunities for local enterprise, and kept industrial development strategies. China and Vietnam, Like South Korea and Taiwan before them, may be world's highest growth economies, but they are hardly advertisements for the Washington Consensus. They all retain high tariffs and have high levels of state intervention. Even India which has adopted a more orthodox reform path retains high level of tariff protection [6].

As Dani Rodrik, a Turkey born Harvard economist, has shown, the only thing that can be said with certainty is that countries tend to become more open as they become richer-not they become richer because they are more open. What matter is the quality of a country's institutions, and how trade policy is integrated to into economic development and poverty reduction [7].

In Rodrik's view, by focusing on international integration, governments in poor nations divert human resources, administrative capabilities, and political capital away from more urgent development priorities such as education, public health, industrial capacity and social cohesion. This emphasis also undermines nascent democratic institutions by removing the choice of development strategy from public debate [7].

Table.2. Merchandise Trade in Regions 1990-2002 (Billion dollar and percentage change)

	EXPORT				IMPORT			
	Value	Annual Percentage Change	Value	Annual Percentage Change	Value	Annual Percentage Change	Value	Annual Percentage Change
	2002	1990-2000	2001	2002	2002	1990-2000	2001	2002
World	6240	6	-4	4	6501	6	-4	3
North America	946	7	-7	4	1431	9	-6	2
USA	694	7	-7	-5	1202	9	-6	2
Latin America	351	0	-3	1	355	12	-2	-7
Mexico	161	15	-5	1	176	15	-4	0
MERCOSUR	88	6	-4	1	62	12	-6	-26
Other	102	6	-7	0	116	7	3	-3
West Europe	2648	4	0	5	2644	4	-2	4
EU-15	2441	4	0	5	2438	4	-2	3
Outside the reg.	939	5	1	6	931	5	-4	1
Intra region	1502	4	-1	5	1507	4	-1	5
Transition Economies	309	10	5	8	297	8	11	10
Middle/East Europe	145	10	12	12	176	12	9	10
Russia Federation	107	-	-2	4	60	-	20	12
Africa	139	3	-6	1	133	3	2	1
Middle East	236	6	-7	-2	183	5	4	2
Asia	1610	8	-9	8	1457	8	-7	6
Japan	416	5	-16	3	336	5	-8	-4
Developing Asia	1114	11	-7	10	1033	9	-7	9
China	326	15	7	22	295	16	8	21
Electronic Exporters*	618	10	-13	7	561	9	-13	6
Develop.Count.Total	1841	9	-7	6	1704	9	-4	4
LDC's Total.	38	7	1	4	45	5	4	3

*Taiwan, South Korea, Malaysia, Philippines, Singapore, Thailand

IV. EXPORT STRATEGY of LDC'S

Interest to development problems of LDC's has increased after the WTO's Seattle summit which has ended in fiasco. UN affiliated UNCTAD's, "2002 Development Report" focused on developing countries performance in world trade.

The Report emphasizes that the basic policy challenge facing the most developing countries remains how best to channel the elemental forces of trade and industry to wealth creation and satisfaction of human wants. Shifting away from their dependence on the exports of primary commodities towards greater production and exports of industrial products has often been viewed as a means of participating more effectively in the international division of labor. Manufactures are expected to offer better prospects for export earnings not only because they allow for a more rapid productivity growth and expansion of production, but also because they hold out the promise of greater price stability even as volumes expand, there by avoiding the declining terms of trade that have frustrated the long term growth

performance of many commodity-dependent economies [8].

Since the early 1980s, moves to rapidly liberalize the trade and FDI have strongly influenced policy makers in many developing countries in their thinking about this challenge. Openness to international market forces and competition was expected to allow those countries to alter both the pace and the pattern of their participation in international trade, there by overcoming balance-of-payments problems and accelerating growth, to catch up with industrial countries.

During this period, the exports of developing countries have, indeed, grown faster than the world average and now account for one third of world merchandise trade. Much of that growth has been in manufactures, which today account for 70 percent of developing country exports. More importantly, many developing countries appear to have succeeded in moving into technology intensive manufactured exports, which have been among the most rapidly growing products in world trade over the past two decades, notably electronic

and electrical goods [8].

However, on closer examination, the picture is much more nuanced. With exception of a few East Asian first-tier NIEs with a significant industrial base, developing country exports are still concentrated on products derived essentially from the exploitation of natural resources and the use of unskilled labour, which have limited prospects for productivity growth and lack dynamism in world markets. Statistics showing a considerable expansion of technology intensive, supply dynamic, high value added exports from developing countries are misleading. Such products indeed appear to be exported by developing countries, but in reality those countries are often involved in the low skill assembly stages of international production chains organized by transnational corporations. Most of the technology and skills are embodied in more advanced countries where these parts and components are produced, and to the TNCs which organize such production networks.

Over the past two decades the value of World merchandise exports has grown at an average rate of around 8 percent per annum, compared to less than 6 percent growth in global output and income. While manufactures generally constitute the fastest growing products in world trade, there are also some agricultural products in this group, such as non-alcoholic beverages and cereals. Many of the fastest-growing manufactures in world trade, such as electronic and electrical goods, which now account for around one sixth of world exports, tend to be technology-intensive, often with a high research and development content. A common feature of these market dynamic manufactures is that the sectors in which they are produced exhibit strong productivity growth. This is less so for other dynamic products, such as textiles and clothing, and transport equipment, which have low or medium skill contents [8].

Differences in income elasticities, product innovation and changing consumption, patterns and shift in competitiveness of industries across countries, can explain why some products are more dynamic in world markets than others. However, differences in the speed of liberalization of markets have also played a significant role. Trade liberalization has been limited and slow in textiles and clothing along with other labour-intensive manufacturers, compared to the pace of liberalization in other sectors. High tariffs and tariff escalation have been compounded by other overt form of protection such as tariff rate quotas, as well as by the adverse impact of anti-dumping actions and product standards. The growing number of non-tariff barriers has also reinforced the prevailing patterns of market access [8].

Perhaps a more decisive influence on product dynamism has been the strategy of TNCs. The three product group with the fastest growth rates over the past

two decades, namely components and parts for electrical and electronic goods, labour intensive products such as clothing and goods with a high research and development contents of production processes through international production-sharing arrangements. The increased mobility of capital, together with continued restrictions over labor movements, has extended the reach of international production networks. Trade based on specialization within such networks is estimated to account for up to 30 percent of world exports [8].

While developing countries as a whole appear to have become more active and dynamic participants in world trade over the past two decades, closer examination shows a great deal of diversity in the modalities of their participation in the international division of labour according to the UNCTAD report:

- First, many countries have not been able to move away from primary commodities, the markets for which are relatively stagnant or declining.

- Second, most developing countries that have been able to shift from primary commodities to manufactures have done so by focusing on resource based, labour-intensive products, which generally lack dynamism in world markets.

- Third, a number of developing countries have seen their exports rise rapidly in skill and technology intensive products which have enjoyed a rapid expansion in world trade in the past two decades. However, with some notable exceptions, the involvement of developing countries in such products is confined to labour-intensive, assembly-type processes with little value added. Consequently the share of these countries in world manufacturing income actually fell.

- Finally a few countries have seen sharp increases in their shares in world manufacturing value added which matched or exceeded increases in their shares in world manufacturing trade. This group includes some East Asian NIES which had already achieved considerable progress in industrialization before the recent shift to export drive in the developing world. None of the countries which have rapidly liberalized trade and investment in the past two decades is in this group [8].

V. PROBABLE RESULTS of CUNCUN

If we return to probable results of the Cancun meeting, according to Kevin Watkins from Oxfam, what the Iraqi War meant for the U.N. the fiasco in Cancun will mean the same thing for the global trading system; the WTO will be marginalized. The situation will bring to the forefront bilateral trade agreements favored by the US and regional organizations such as the Latin American Free Trade Zone (FTAA) [6].

WTO's field of authority not only covers trade of merchandise but also protection of intellectual property rights, trade of services, foreign investment and taxation. When a country becomes a member of WTO, she accepts the whole package [1].

Developing nations were demanding progress in primarily agricultural and textile trade. Rich countries allocate \$311 billion annually the customs tariffs exceeding 100% for nuts in the U.S., animal and milk products in the E.U., and excess production emerges. When the excess production is transferred to international markets through dumping, peasants of poor countries are devastated [6].

For example the only source of income for 10-11 million people in West Africa is cotton. Last year U.S. World's largest cotton produced spent over \$3 billion in subsidies for her 25000 cotton produces. This means hunger for countries such as Benin, Burkina Faso, Chad and Mali [9].

By the same token, sugar production is costliest in Europe because land and labor are expensive and lack of sufficient sunlight. Rich sugar producers of England and France are receiving subsidies in the amount of billions of dollars, while sugar producers in Mozambique and Malawi are suffering and continually losing money because of dropping sugar prices in global markets.

Another important subject is textiles and clothing. The Uruguay Round imposed lifting of all quotas by the end of 2004. Europe and U.S. have abused this regulation; they applied it on items whose quotas were not filled anyway. And in Cancun they gave signals that they would implement barriers other than quotas. But application of the multi-fiber agreement would have meant 27 million additional employment for India and Bangladesh alone [naturally it is Turkey's favor as well] [6].

Another important point of negotiation is intellectual property rights. Leaving patents and copyrights for music, books, computer programs, etc. aside and examining only drug patents will show what kind of tragedy we are facing. Poor countries are subject to 80% of sicknesses while they make only 10% of healthcare expenses. Additionally, 90% of this expense is borne by individuals since public health services are not common. Uncompromising attitude of multinational drug companies for even the most dangerous diseases such as AIDS are causing the death of millions of people from "curable" diseases. Countries such as Brazil and India, whose technologies relatively developed, can produce their own "generic" drugs bypassing these rules. But they cannot sell these drugs to countries like, say Botswana where 45 percent of adults carry the HIV virus, one of the most serious tragedies are experienced for the sake of profit [10].

According to WB if the round starting in the capital of Qatar, Doha in 2001 were to reach success, there would have been a revenue increase of \$500 billion by 2015, and 60 percent of this would go to poor countries and 144 million people would be saved from poverty [1].

Previously, these protections have not been realized and the losers have always been the poor; leaving aside, it was observed that the rich were unwilling to fulfill existing obligations, too. The E.U. instead of the issues of "competition, investment, transparency in government purchases and trade facilitation in foreign trade" also called "Singapore Issues". This was on the agenda of the national companies of the union. On the other hand, it denied its promises to abolish export subsidies altogether. Ultimately, it has not contributed to ensuring progress at all [11].

With respect to USA it can be easily said that she has no complaints about the Cancun fiasco. The strategy of the U.S.A to ignore all institutions of international community, starting with the U.N. is observed in the foreign trade arena as well. Because the U.S.A. is the most powerful nation, she can form bilateral, regional "coalitions" in trade, too, and she can obtain additional concessions in her favor in every agreement. Bush and his team are thinking, "Why should be U.S.A. be subject to the same rules as "secondary" powers such as the E.U. and Japan?" So for, bilateral trade agreements were signed with Chile and Singapore. Negotiations are underway with Morocco and Australia, as well as all Central America and five South African countries. Many countries are waiting in line. This attitude is condemned by the most solid advocates of the free trade system like Jagdish Bhagwati; U.S.A. is called a "selfish hegemon" and is being blamed for destroying the system of world trade [12].

U.S.A. Trade representative Bob Zoellick stated that some countries requested bilateral agreements from them even during the meeting that ended in a fiasco. However, the chance of poor countries to benefit from such agreements are zero.

If the axis of world trade negotiations shift from WTO, everybody would lose, but the ones who would lose most would be poor countries. Cancun's failure did not make this scenario unavoidable but possible. The problem lies there.

REFERENCES

- [1] The WTO under fire. (2003). *The Economist*, September 20th-26th, pp.29-31.
- [2] Guardian. (2003). *Guardian trade supplement*, September 11-17, p.2.

- [3] Bhagirath, L.D. (1999). *The World Trade Organization –A Guide*. UNCTAD, pp.3-4.
- [4] Stiglitz, J. (2003). The World should have a vested interest in resolving inequalities. *Guardian trade supplement*, September 11-17, p.7.
- [5] Buğra, A. (2003). Piyasa Ekonomisi Macerası: Dün ve Bugün. *Birikim Dergisi*, Haziran-Temmuz, 170/171, p.15.
- [6] Watkins, K. (2003). Countdown to Cancun. *Prospect*, August, pp.28-33.
- [7] Rodrik, D. (2001). Trading in Illusions. *Foreign Policy*, March-April, pp.55-56.
- [8] UNCTAD. (2002). *Trade and Development Report*, pp.IV-VII.
- [9] Stiglitz, J. (2003). Trade Imbalances. *Guardian Weekly*, September 3, s.7.
- [10] Vidal, J. (2003). The tree of life has become a battle. *Guardian Trade Supplement*, p.7.
- [11] Khor, M. (2003). The Singapore Issues. *Third World Resurgence Issue*, p.31.
- [12] The Economist. (2003). *A Survey of the World Economy*, September 20th, p.32.

Hayri KOZANOĞLU (hayrikozanoglu@mynet.com) has received his PhD from Marmara University. He is Associate Professor of Economic Policy at Marmara University. His main research areas are international political economy, globalization, international financial management and derivative instruments.

REEL EFEKTİF DÖVİZ KURUNUN İHRACAT ARZI ÜZERİNE ETKİSİ

Adnan KASMAN¹, Saadet KASMAN²

^{1,2}Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İngilizce İktisat Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

THE EFFECT OF REAL EXCHANGE RATES ON EXPORT SUPPLY

Abstract: This paper examines the response of Turkey's exports to a real exchange rate-based trade reform programme using the techniques of cointegration and error correction. The model was estimated for Turkish export using quarterly data for the period 1982-2002. The empirical results indicate that there exists a unique long-run relationship among exports, relative export price, industrial production index, and real effective exchange rate. The short-run dynamics of Turkey's export supply has been examined by estimating an error correction model in which the error correction term has been found to be correctly signed and statistically significant. The coefficient estimate of the error correction term is -0.328 indicating a high speed of adjustment to equilibrium.

Keywords: Real Effective Exchange Rate, Cointegration, Error-Correction Model

REEL EFEKTİF DÖVİZ KURUNUN İHRACAT ARZI ÜZERİNE ETKİSİ

Özet: Bu makalede reel efektif döviz kuruna dayalı liberalizasyon politikalarının ihracat arzı üzerine etkisi çeyreklik veriler kullanılarak ampirik olarak incelenmeye çalışılmıştır. 1982-2002 dönemini kapsayan bu çalışmada, eşbütünleşme ve hata-düzeltilme teknikleri kullanılarak ihracat modeli tahmin edilmiştir. Elde edilen ampirik bulgular reel ihracat, nispi ihracat fiyatı, sanayi üretim indeksi ve reel efektif döviz kuru arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını göstermektedir. İhracat arzının kısa dönemli dinamikleri bir hata-düzeltilme modeli kullanılarak incelenmiştir. Modeldeki hata-düzeltilme terimi doğru işarete sahip olup istatistiksel olarak anlamlıdır. Hata-düzeltilme katsayısı -0.328 olarak tahmin edilmiştir. Bu sonuç ihracat arzında görülen kısa dönemli dengesizliğin hızlı bir şekilde (yaklaşık dokuz ay) düzeldiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Reel Efektif Döviz Kuru, Eşbütünleşme, Hata-Düzeltilme Modeli

I. GİRİŞ

Geçen yirmi yılda dış ticaretini liberalize eden gelişmekte olan ülkelerin bir çoğununun ihracatında (özellikle imalat sektörü ihracatında) önemli bir artış olduğu gözlenmiştir [1-3]. Bu artışın bir kaç önemli nedeni vardır. Bu nedenlerden ilki dış ticaret reformu ile birlikte ihracat üzerindeki kısıtlamaların kaldırılmasıdır. Bu kısıtlamaların kaldırılması, ihracat yapan firmaları uluslararası piyasalarda daha rekabetçi bir konuma getirmiştir. Diğer önemli iki neden aşırı değerlendirilmiş kurların düzeltilmesi ve ihracat potansiyeline sahip sektörlerin geliştirilebilmesi için teşviklerin verilmesidir.

1980'den önce Türkiye, ithal ikameci bir sanayileşme politikası izleyen dışa kapalı küçük bir ekonomi idi. Bu politika özellikle planlı dönem olan 1960-1980 arasında yoğun bir şekilde uygulanmıştır. İthal ikamesine yönelik kalkınma stratejisinde ilk başlarda başarılı olursa da, özellikle 1970'li yılların başlarında ve sonlarında ortaya çıkan iki önemli petrol krizi ara girdi ithalatını olumsuz yönde etkilemiş ve ithalat giderlerini büyük oranda artırmıştır. Bu gelişmelerin sonucunda, Türkiye ekonomisi tarihinin en yüksek dış ticaret ve cari hesap açığını vermiştir. Dış borçların önemli ölçüde artması, büyüme oranının negatife düşmesi ve

enflasyonun yükselmesi de bu döneme rastlamaktadır.

1970'lerin olumsuzluklarını gidermek ve kronik hale gelen döviz darboğazını aşmak amacıyla dönemin hükümeti 24 Ocak 1980'de ekonomik istikrar ve reform programını açıklamıştır. Açıklanan program, hem dış ticaret reformunu hem de finansal reformu içermektedir. Dış ticaret reformunun en önemli amaçlarından biri dışa açık bir büyümenin koşullarının yaratılmasıydı. İhracatın teşvik edilmesi ile ilgili birçok düzenlemenin yapılması ve ithalat üzerindeki kısıtlamaların kaldırılması, bu amaca yöneliktir. Bir önceki dönemin aksine, 1980'ler boyunca ihracata yönelik kalkınma stratejisi uygulanmıştır. Bu stratejiyi desteklemek amacıyla, sabit kur sistemi terk edilmiş, dalgalı kur politikası izlenmeye başlanmıştır. Dalgalı kur politikasıyla birlikte Türk Lirası (TL) Amerikan Dolarına karşı %100'e varan oranlarda devalüe edilmiş ve Mayıs 1981'den itibaren Merkez Bankası günlük kur ayarlamaları için görevlendirilmiştir. Günlük bazda değişmelerle TL reel anlamda yabancı paralara karşı değer kaybetmeye devam etmiştir. Bu politikanın ana amacı, ihracat yapan firmaları uluslararası piyasada rekabet edebilir konuma getirmektir.

Dışa açık büyüme stratejisinin bir sonucu olarak, özellikle 1981-1989 yılları arasında ihracatta sürekli bir artış gözlenmiştir. Bu dönemde bir yandan ihracat büyük

oranda artarken, diğer yandan da imalat sektörünün toplam ihracat içindeki payı önemli oranda artmıştır. İhracatta gözlemlenen önemli artışın nedeni, reel döviz kuruna dayalı dış ticaret liberalizasyon politikaları sonucunda TL'nin reel anlamda değer kaybetmesi, ihracatı teşvik eden politikalar ve iç talepteki daralmadır.

1981-1989 yılları arasında uygulanan politikaların önemli bir bölümü 1990'larda terk edilmiştir. 1989 yılında yabancı sermaye hareketleri üzerindeki kısıtlamaların kaldırılması, ihracatı teşvik politikalarının büyük oranda kaldırılması ve TL'nin reel anlamda değer kazanması dış ticaret açığını tekrar problem haline getirmiştir. 1990'larda uygulanan politikalar sonucu, ülkeye sıcak paranın girişi ve spekülatif ataklar nedeniyle 1994'te önemli bir finansal kriz yaşanmış ve TL Amerikan Dolarına karşı %120 devalüe edilmiştir. 1994'te ihracatta önemli bir artış gözlenirse de, 1995 ve daha sonraki yıllarda izlenen büyüme ve harcamaya yönelik politikalar nedeniyle iç talep artmış ve TL'nin reel anlamda tekrar değer kazanmasıyla birlikte ithalat da artmıştır (Türkiye ekonomisinin 1980-2000 yılları arasındaki deneyimleri Boratav ve Yeldan (2001) [4] ve Akyuz ve Boratav 'da (2002) [5] detaylı olarak tartışılmıştır).

Reel döviz kurunun ihracat arzı üzerindeki etkisi pek çok akademik çalışmaya konu olmuştur. Bu konuda yapılmış ampirik çalışmalar, başarılı dış ticaret reformunun en önemli koşullarından birinin yüksek oranlı devalüasyonlar olduğunu göstermiştir [6-11]. Türkiye için ihracat fonksiyonu tahmini ile ilgili çok az sayıda akademik çalışma bulunmaktadır. Saygılı, Şahinbeyoğlu ve Özbay (1998) çeşitli döviz kuru göstergelerini kullanarak döviz kurlarının ihracat fonksiyonunu tahmin etme performansını test etmeye çalışmışlardır [12]. Bu çalışmada hata- düzeltme modeli kullanılarak ihracat fonksiyonu tahmin edilmiştir. İhracat talebinin, gelirin ve reel döviz kurunun bir fonksiyonu olduğu varsayılmıştır. Şahinbeyoğlu ve Ulaşan (1999) Türkiye için bir ihracat arz ve talep fonksiyonu tahmin ederek, dönemler arası yapısal bir kırılma olup olmadığını araştırmışlardır [13].

Bu çalışmanın ana amacı, reel efektif döviz kuruna (REER) dayalı dış ticaret reformunun ihracat arzı üzerindeki etkisini üçer aylık veriler kullanarak 1982-2002 dönemi için ekonometrik olarak ölçmektir. Bu çalışma ile yukarıda belirtilen iki çalışma arasında önemli farklar vardır. Birincisi; çalışmanın kapsadığı dönemin farklı olmasıdır. İkincisi, ihracat arz fonksiyonunun önemli bir değişkeni olan nispi ihracat fiyatları, belirtilen her iki çalışmada da fonksiyona dahil edilmemiştir. Üçüncü fark, reel efektif döviz kurunun hesaplanması ile ilgilidir. Bu çalışmada, ihracat ağırlıklı bir reel efektif döviz kuru indeksi oluşturulmuştur. Böylelikle, reel efektif döviz kurundaki değişmelerin, ihracat arzı üzerindeki etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Anahtar değişken olan reel efektif döviz kuru (REER), ihracat

yapan firmaların rekabetçi gücünü temsil eden bir indeks olarak kullanılmaktadır.

Çalışmanın geri kalan kısmı aşağıdaki gibi düzenlenmiştir. İkinci bölümde Türkiye için bir ihracat arz fonksiyonu tanımlanmıştır. Üçüncü bölüm veri seti ile ilgili detayları vermektedir. Ampirik sonuçlar dördüncü bölümde tartışılmıştır. Çalışmanın sonuçları beşinci bölümde özetlenmiştir.

II. İHRACAT ARZI MODELİ

Türkiye'nin dünya ihracatı içindeki payı oldukça düşüktür (2001 sonunda Türkiye'nin payı yaklaşık %0.42'dir). Bu nedenle, Türkiye gibi nispi olarak küçük ülkelerdeki ihracatçılar, ithalat yapan ülkelerdeki talep koşullarını veri olarak alırlar (Mal ve hizmetlerin dünya fiyatlarının yerli üreticiler ve tüketiciler tarafından veri olarak alınması, "küçük ülke" varsayımına dayandırılır). Bu durumda ihracat talebinin fiyat elastikiyeti sonsuzdur. Talebin fiyat elastikiyetinin sonsuz olması, ihracat arzının bir tek fonksiyonda modellenmesini olanaklı kılmaktadır.

İhracat arzının modellenmesinde ithal ve ihracat mallarının yerli mallar için tam ikame olmadığını varsayan "tam olmayan ikameler modeli" (imperfect substitutes model) kullanılacaktır. Bu modelde yer alan ilk değişken ihracat fiyatıdır. Bu değişken ile, ihracat arzının nispi ihracat fiyatına ne kadar duyarlı olduğunu tahmin etmek mümkün olmaktadır. İkinci değişken, ülkenin üretim kapasitesini ifade eden gayri safi yurt içi hasıladır. Teori, üretim kapasitesindeki bir artışın ihracat performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Üretim kapasitesinin etkin kullanılması bir yandan ihracatı artırırken, diğer taraftan ihracatın artması üretim kapasitesinin artmasına yardım etmektedir. Modeldeki üçüncü değişken, anahtar değişken olan reel efektif döviz kurudur (REER). Bu değişken, iç ve dış piyasalardaki fiyat değişmelerini, nominal döviz kurunu, tarifeleri ve sübvansiyonları içerir. Bu değişken, aynı zamanda firmaların rekabet edebilirliğini gösteren önemli bir değişkendir. Son olarak, modele bir kukla değişken ilave edilmiştir. Bu değişkenin modele konulmasının amacı, 1982-1989 dönemi ile 1990-2002 dönemi arasında, eğer varsa ihracat performansları arasındaki farklılıkların izlenebilmesidir. Özellikle ikinci dönemde reel döviz kuruna dayalı liberalizasyon politikaları büyük oranda terk edilmiştir. İkinci dönemde ekonomideki istikrarsızlık ve krizler nedeniyle ihracat gelirlerinde de dalgalanmalar olmuştur. Kukla değişken ile, iki dönem arasında ihracat arzı açısından yapısal bir değişimin olup olmadığı gözlenmeye çalışılacaktır.

Türkiye için ihracat arz fonksiyonu aşağıdaki gibi modellenmiştir,

$$LX_t = \beta_1 + \beta_2 LP_t + \beta_3 LIP_t + \beta_4 LREER_t + \beta_5 D_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

Burada, X_t : ihracat gelirlerini; P_t : nispi ihracat fiyatlarını (Türkiye'nin birim ihracat fiyatları/ihracat yapılan ülkelerin ihracat birim fiyatlarının ağırlıklı ortalaması); IP_t : sanayi üretim endeksini, ekonominin üretim kapasitesini gösteren değişken olarak kullanılmıştır (Modelde ekonominin üretim kapasitesini gösteren değişken olarak Gayri safi yurt içi hasıla (GSYİH) kullanılmaya çalışıldı. Veri setimiz 1982-2002 dönemini kapsamaktadır. Gayri safi yurt içi hasıla ile ilgili üçer aylık veriler 1987 yılından başlamaktadır. Dolayısıyla, bu değişken yerine ekonominin üretim gücünü gösteren diğer bir değişken sanayi üretim indeksi kullanılmıştır); $REER_t$: ihracat-ağırlıklı reel efektif döviz kurunu (1995Q4 = 100); D_t : kukla değişkeni (değeri 1982-1989 dönemi için 0 ve 1990-2002 dönemi için 1'dir); L_t doğal logaritmayı göstermektedir.

Yukarıdaki modelde tanımlanan değişkenler zaman serileri olduğundan zaman serileri teknikleri uygulanarak model tahmin edilmeye çalışılacaktır. Eğer zaman serileri LX_t , LP_t , LIP_t , ve $LREER_t$ durağan (stationary) değilse yani birim kökü varsa, durağan bir zaman serisi oluşturmak için değişkenlerin birinci dereceden farklarının alınması gerekmektedir (Genelde ekonomik zaman serileri durağan değildir. Yani serilerin ortalamaları, varyansları, ve kovaryansları zamana bağlı olarak değişmektedir).

$$\Delta LX_t = \beta_1 + \beta_2 \Delta LP_t + \beta_3 \Delta LIP_t + \beta_4 \Delta LREER_t + \beta_5 D_t + \varepsilon_t \quad (2)$$

Zaman serilerinin birinci dereceden farklarının alınması veri setindeki uzun dönem (long-run) ile ilgili bilgilerin kaybolmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, 2 numaralı denklem, karar verme sürecinin uzun dönemli tarafını ihmal etmektedir Eşbütünleşme (cointegration) teorisi bu sorunu hata-düzeltilme terimini (error-correction term) (EC) denkleme ekleyerek çözmeye çalışır. Bir dönem gecikmeli EC terimi (EC_{t-1}) ihracat fonksiyonundaki uzun dönemli dinamikleri kısa dönem dinamiklerle ilişkilendirir. Bu nedenle 2 no'lu denklemin yeniden tanımlanması gerekmektedir.

$$\Delta LX_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_{1i} \Delta LX_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} \Delta LP_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{3i} \Delta LIP_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{4i} \Delta LREER_{t-i} + \beta_5 D_t + \beta_6 EC_{t-1} + \varepsilon_t \quad (3)$$

Yukarıda tanımlanan model "Hata-Düzeltilme Modeli" olarak adlandırılmaktadır.

Bu çalışmada (3) no'lu denklemi tahmin etmek için izlenilecek yol aşağıdaki gibidir. İlk olarak çalışmada kullanılacak değişkenlerin durağan olup olmadığı pekiştirilmiş (Augmented) Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi ile test edilecektir. İkinci olarak, eğer zaman

serilerinin birim kökü varsa (yani durağan değilse) ve bu seriler aynı dereceden bütüleşik iseler, Johansen-Juselius (1990) testi uygulayarak zaman serileri arasında eşbütünleşmenin (yani uzun-dönemde veriler arasında ilişki olup olmadığı) varlığı test edilecektir (Eğer bir zaman serisinin ortalaması, varyansı veya kovaryansı zamana bağlı olarak değişiyorsa, o serinin durağan olduğu söylenemez). Üçüncü ve son olarak, eğer değişkenler arasında eşbütünleşme varsa, bir hata-düzeltilme modeli tanımlanıp tahmin edilecek ve gerekli diagnostik testler uygulanacaktır.

III. VERİ SETİ

Bu çalışmada kullanılan verilerin bir kısmı Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından yayınlanan *Uluslararası Finansal İstatistikler* adlı veri tabanından, bir kısmı da T.C. Merkez Bankası kaynaklarından elde edilmiştir. Veri seti üç aylık olup 1982 ve 2002 dönemini kapsamaktadır. Nominal olan ihracat gelirleri ihracat fiyatları kullanılarak reel hale getirilmiştir. Reel efektif döviz kurunun hesaplanması için Türkiye'nin dış ticaretinin en yoğun olduğu dokuz ülkeye ait veriler kullanılmıştır. Bu ülkeler; Almanya, Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, İtalya, Fransa, Hollanda, İspanya, Belçika ve Yunanistan'dır (Toplam ihracatın yaklaşık %60'ı yukarıda sayılan ülkelere yapılmaktadır). Bu ülkelere yapılan ihracat miktarları dikkate alınarak, her bir ülkeye ağırlık verilmiştir. Aynı ağırlıklar nispi ihracat fiyatlarının hesaplanmasında da kullanılmıştır. Hesaplamalarla ilgili detaylar çalışmanın ekinde verilmiştir.

IV. AMPİRİK ANALİZ

Durağanlığın test edilmesinde kullanılan birim kök testleri, modeldeki dört değişkene uygulanmıştır. Birinci dereceden farkları alınmadan önce dört değişkenin de durağan olmadığı saptanmıştır. Tablo.1, ADF testi sonuçlarını göstermektedir (Zaman serilerinin durağan olup olmadığını testi amacıyla uygulanan birim kök testlerinde gerekli olan optimal gecikme sayısı Akaike bilgi kriteri (AIC=Akaike Information Criterion) yardımıyla belirlenmiştir). Tabloda da görüldüğü gibi test sonuçları birim köklerin varlığını doğrulamaktadır. LX , LP , $LGDP$, ve $LREER$ seviye olarak (level) durağan değildirlir.

Bununla birlikte, tüm değişkenlerin birinci dereceden farklarına da birim kök testi uygulanmış ve Tablo.1'de de görüldüğü gibi serilerin birinci dereceden farklarında birim kök bulunamamıştır (Yapısal kırılmanın birim kök testleri üzerinde etkisinin olup olmadığı Perron (1990)'in önerdiği birim kök testi (Additive outlier model) uygulanarak test edilmiştir [14]. Perron (1990)'in önerdiği üç değişik model uygulanarak ihracat arzı modelinde kullanılan dört değişkenin birim kök içerip içermediği tekrar test edilmiştir. Testler sonucunda 1990

ve 1994 yıllarındaki muhtemel kırılmaların etkisi dikkate alındığında bile değişkenlerin tahmin edilen katsayılarının birim kök içerdiği bulunmuştur. Modeller hem trend terimi içeren hem de içermeyen şekilde test edilmiştir. Böylece, bu dört değişkenin de birinci derecede bütünlük (integrated) I(1) oldukları sonucuna varılmıştır (Zaman serilerinin birinci derecede bütünlük (integrated) I(1) olmaları ancak farkları alındığı zaman durağan olacakları anlamına gelmektedir).

Tablo.1. Durağanlık İçin Birim Kök (ADF) Testleri

Değişkenler	Seviye/Birinci Farkları	Trend Terimi İçermeyen	Trend Terimi İçeren	Sonuç
LX	Seviye	-0.929(4) (-3.5153)	-3.179(4) (-4.0787)	I(1)
	Birinci Farkı	-4.739(3) (-3.5153)	-4.740(3) (-4.0787)	I(0)
LIP	Seviye	-1.653(4) (-3.5153)	-2.591(4) (-4.0787)	I(1)
	Birinci Farkı	-4.962(4) (-3.5164)	-5.014(4) (-4.0803)	I(0)
LP	Seviye	-2.577(3) (-3.5142)	-1.411(3) (-4.0771)	I(1)
	Birinci Farkı	-6.564(2) (-3.5142)	-7.059(2) (-4.0771)	I(0)
LREER	Seviye	-3.045(1) (-3.5121)	-3.009(1) (-4.0742)	I(1)
	Birinci Farkı	-6.739(1) (-3.5132)	-6.704(1) (-4.0756)	I(0)

Not: Tahmin edilen katsayıların yanındaki ve altındaki parantezler sırasıyla gecikme sayısını ve %1 önem seviyesindeki tablo değerlerini göstermektedir [15].

Not: X, IP, P, ve REER sırasıyla ihracat gelirlerini, sanayi üretim endeksini, nispi fiyat düzeyini ve reel efektif döviz kurunu ifade etmektedir.

Eşbütünlük Testi

Yukarıdaki testlerden anlaşılacağı üzere dört değişkenin de bütünlük dereceleri aynıdır I(1). Dolayısıyla, bu değişkenlerin uzun dönemde sistematik olarak birlikte hareket ettikleri söylenebilir. Fakat bu dört değişkenin aynı dereceden bütünlük olması uzun dönemde her zaman birlikte hareket ettikleri anlamına da gelmez. Başka bir deyişle, değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki aldatıcı (spurious) olabilir. Aldatıcı regresyon (spurious regression) probleminin giderilebilmesi için önerilen yöntem, değişkenlerin birinci dereceden farklarının alınmasıdır. Daha önce de belirtildiği gibi, fark alma işlemi değişkenlerin uzun dönem bilgisini kaybettirir. Bu sorunu çözmek amacıyla zaman serilerinin eşbütünlük kavramı ortaya atılmıştır (Ekonomik değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki varsa bir değişkenin pozisyonuna bakıp diğer değişkenin (değişkenlerin) pozisyonunu tahmin edilebilir. Ekonomik değişkenler kısa dönemde herhangi bir nedenle birbirinden ayrılabilirler fakat uzun dönemde piyasa güçleri bu değişkenleri tekrar bir araya getirir. Eğer durağan olmayan değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki varsa, bu değişkenlerin eşbütünlük (cointegrated)

oldukları söylenebilir). Dolayısıyla, değişkenler arasında eşbütünlüğün varlığının tespiti önem kazanmaktadır. Eşbütünlüğün varlığının tespiti ile ilgili çeşitli testler olmasına rağmen [16] bu çalışmada diğer testlerden daha güçlü olan Johansen ve Juselius (1990) Maksimum Olabilirlik Tahmin Yöntemi [17] kullanılmaktadır. Bu testin diğer testlerden daha güçlü olmasının nedeni uzun dönemde değişkenler arasında birden fazla eşbütünlük ilişkisi varsa bunu ortaya koymasındır. Değişkenlerin eşbütünlük olup olmadıklarının test edilmesi için Maksimum Öz Değer testi (Maximum Eigenvalue Test) ve İz testi (Trace Test) istatistikleri hesaplanmıştır.

Bu yaklaşımda, maksimum olabilirlik (Maximum Likelihood) yöntemini kullanılarak, eşbütünlük ilişkisinin sayısı ve bu ilişkinin parametreleri tahmin edilir. Yöntem, olabilirlik oranlarını (Likelihood Ratio) elde etmek için bir hata düzeltme modelinin hesaplanmasını gerektirir. Bu yöntemde, sistemdeki tüm içsel değişkenlerin (endogenous variables) gecikmeli değerlerinin bir fonksiyonu olan her değişken bir vektör ardışık bağımlı (Vector Autoregressive, VAR) yöntemi kullanılarak modellenir.

Eşbütünlük testini uygulamadan önce modelde kullanılan değişkenler için bir VAR (Vector Autoregressive) modeli oluşturularak, ilk önce modelin gecikme sayısı belirlenmelidir. Bunun için Akaike bilgi kriteri (AIC) yardımıyla modelin gecikme sayısı saptanmış ve eşbütünlüğün varlığının tespitinden önce birinci dereceden farkları alınmış dört değişkenin grafikleri incelenmiştir. Değişkenlerde doğrusal deterministik trende rastlanmamıştır. Dolayısıyla, modele trend terimi eklenmemiştir. VAR (Vector Autoregressive) modeli yardımıyla modele eklenecek gecikme sayısı beş olarak belirlenmiştir. Tablo.2 Johansen-Juselius Maksimum Olabilirlik Eşbütünlük Testlerinin sonuçlarını göstermektedir.

Tabloda r eşbütünlük vektör sayısını göstermektedir. Tablo 2'nin birinci bölümünde görülen test istatistikleri Maksimum Öz Değer Olabilirlik Oranı (Maximum Eigenvalue Likelihood Ratio) testine göre geliştirilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi maksimum öz değer test istatistiği 27.95'dir. Değişkenler arasında eşbütünlüğün olmadığını iddia eden boş (Null) hipotez ($r=0$) %5 önem seviyesinde reddedilmiştir. $r \leq 1$, $r \leq 2$, ve $r \leq 3$ boş (Null, H_0) hipotezleri ise %5 önem seviyesinde reddedilememiştir. Bu bulgular sadece bir eşbütünlük vektörünün var olduğunu göstermektedir.

Eşbütünlüğün test edilmesi için kullanılan diğer test ise, iz testidir (trace test). İz testi ile ilgili sonuçlar Tablo.2'nin ikinci bölümünde gösterilmiştir. Görüldüğü gibi bu test ile de öz değer testine benzer sonuçlar elde edilmiştir. $r=0$, alternatifi olan hipoteze ($r \geq 1$) karşı test

edildiğinde, boş (Null) hipotez tekrar %5 önem seviyesinde reddedilmiştir. Fakat geri kalan 3 boş hipotez ($r \leq 1$, $r \leq 2$, and $r \leq 3$) %5 önem seviyesinde reddedilememiştir. İki testin sonuçları ihracat, sanayi

üretim indeksi, reel efektif döviz kuru ve nispi ihracat fiyatları arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Tablo.2. Johansen-Juselius Maksimum Olabilirlik Eşbütünleşme Testleri

Maksimum Öz Değer testi (Maximum Eigenvalue test)				İz Testi (Trace test)			
Boş (H_0) Hipotez	Alternatif Hipotez	Test İstatistiği	%95 Kritik Değeri	Boş (H_0) Hipotez	Alternatif Hipotez	Test İstatistiği	%95 Kritik Değeri
$r = 0$	$r = 1$	27.95*	23.80	$r = 0$	$r \geq 1$	51.20*	39.89
$r \leq 1$	$r = 2$	14.75	17.89	$r \leq 1$	$r \geq 2$	23.26	24.31
$r \leq 2$	$r = 3$	7.93	11.44	$r \leq 2$	$r \geq 3$	8.51	12.53
$r \leq 3$	$r = 4$	0.58	3.84	$r \leq 3$	$r \geq 4$	0.58	3.84

* %5 önem seviyesini göstermektedir

Tablo.3 uzun dönem esneklikleri temsil eden parametrelerin tahminine ilişkin (ihracata göre normalize edilmiş) sonuçları göstermektedir. Elastikiyeti yorumlayabilmek için tüm değişkenler doğal logaritma şeklinde ifade edilmiştir. Dolayısıyla, modeldeki katsayılar elastikiyetleri ifade etmektedir. Tahmin edilen ihracatın sanayi üretim indeksi açısından esnekliği pozitif ve istatistiki olarak da sıfırdan farklıdır. Nispi fiyatların işaretinin pozitif tahmin edilmesi şartı bir bulgudur. Teori, fiyatlar ve ihracat arzı arasında negatif bir ilişkinin olduğunu söylemektedir. Bununla birlikte, %5 önem seviyesinde tahmin edilen fiyat esnekliğinin sıfırdan farklı olmadığı görülmüştür. Bu istatistiki bulgular nispi fiyatların uzun dönemde ihracat arzını belirleyen önemli bir faktör olmadığını göstermektedir. İhracatın reel efektif döviz kuru esnekliğine bakıldığında ise, tahmin edilen esneklik pozitif ve %5 önem seviyesinde de sıfırdan farklıdır. Reel efektif döviz kurundaki artışlar (yani TL'nin yabancı paralar karşısında reel olarak değer kaybetmesi) ihracat arzını artırmaktadır. Katsayının birden büyük olması da ihracat arzının reel efektif döviz kuru değişmelerine karşı duyarlı olduğunu göstermektedir.

Tablo.3. Eşbütünleşme İlişkisinin Tahmini

İhracata göre Normalize Edilmiş Eşbütünleşme Vektörü		
$LX = 0.53LP + 1.38LP + 1.91LREER$		
(3.30)	(1.02)	(1.77)

Not: Parantez içindeki değerler t istatistikleridir. X , IP , P ve $REER$ sırasıyla ihracat gelirlerini, sanayi üretim endeksini, nispi fiyatları ve reel efektif döviz kurunu ifade etmektedir.

Hata-Düzeltilme Modeli

Eğer değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi kurulmuşsa, ihracat arzının kısa dönemli dinamik davranışını saptamak için bir hata-düzeltilme modeli tahmin edilebilir. Hendry (1995)'nin "genelden spesifik"e (general to specific) ulaşma modelleme yaklaşımını kullanarak [17], ilk önce bağımsız değişkenlerin dört gecikmeli değerleri ve hata düzeltme

terimi (EC) modele ilave edilmiştir. Daha sonra yavaş yavaş istatistiksel olarak anlamlı olmayan bağımsız değişkenler modelden çıkarılmıştır. Hata-düzeltilme modelinin genel formunu gösteren (3) numaralı denklemde yapılan denemeler sonucunda Tablo.4'de görülen modelin kullanılan verilere uygunluk bakımından en iyi hata-düzeltilme modeli olduğu bulunmuştur. Modelimizde ARCH(4) etkisinin olup olmadığı, fonksiyonel formun yanlış belirlenip belirlenmediği, hata teriminin normal dağılıp dağılmadığı ile ilgili test istatistikleri de Tablo.4'de gösterilmiştir. Test sonuçları otokorelasyon probleminin ve ARCH (4) (Zaman serileri içeren modellerde, hata terimleri (residuals) arasında otokorelasyon problemine rastlanmasa bile hata terimlerinin varyansı, hata terimlerinin geçmiş tarihi değerlerine bağlı olarak değişebilir. Bu modeller ARCH (ARCH = Auto Regressive Conditional Heteroscedasticity) modelleri olarak adlandırılır. Modelde ARCH etkisi varlığının araştırılması gerekmektedir) etkisinin olmadığını göstermektedir. Bununla beraber, RESET testi de modelde yanlış bir tanımlamanın olmadığını göstermektedir. Son olarak, Jarque-Bera (NORM) normallik (hata terimlerinin normal dağılımı) testi sonucunda hata terimlerinin normal dağıldığı sonucunu vermektedir.

Bu modelde, nispi ihracat fiyatlarının, reel efektif döviz kurunun ve ülkenin üretim kapasitesini temsilen kullanılan sanayi üretim indeksinin ihracat arzı üzerinde açıklayıcı etkilerinin olduğu bulunmuştur. Yukarıdaki tabloda gösterilmeyen bir diğer değişken olan kukla değişken ise, istatistiksel olarak anlamsızdır (Tahmin edilen kukla değişkenin katsayısı $D_1 = 0.00018$ (0.009) 'dir. Parantez içindeki değer t-değeridir). Dolayısıyla, 1982Q1-1989Q4 ve 1990Q1-2002Q3 dönemleri arasında ihracat arzı açısından istatistiksel önemde bir rejim değişikliği olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Modelde hata-düzeltilme katsayısı -0.328 olarak tahmin edilmiştir. Katsayı doğru işarete sahip olup istatistiksel olarak %5 önem seviyesinde anlamlıdır. Bağımsız değişkenlerdeki bir değişme, kısa dönemde ihracat arzının uzun dönem

denge noktasından uzaklaşmasına neden olmaktadır. Bu sonuç, ihracat arzında görülen kısa dönemli dengesizliğin hızlı bir şekilde düzeltilmiş olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar

ışığında Türkiye’de ihracat arzının uzun dönem denge noktasına ulaşmasının yaklaşık dokuz ay sürdüğünü söyleyebilir.

Tablo.4. Hata-Düzeltilme Modelinin Tahmini

Gecikme Sayısı	EC (-1)	ΔLX	ΔLIP	ΔLP	$\Delta LREER$	Test İstatistikleri
0			0.454 (2.71)		1.672(1.83)	
1	-0.328(-4.04)					$\bar{R}^2=0.76$ ARCH(4)=2.72 DW=2.10 RESET=0.65 NORM=1.06
2		-0.217(-2.63)				
3			-0.620(-4.24)			
4		0.196 (2.09)		-0.547(-1.70)		

Not: Parantez içindeki değerler t istatistikleridir. %10 ve %5 önem seviyelerinde kritik değerler sırasıyla 1.29 ve 1.66’dir. X, IP, P ve REER sırasıyla ihracat gelirlerini, sanayi üretim endeksini, nispi fiyatları ve reel efektif döviz kuruunu ifade etmektedir

V. SONUÇ

Bu çalışmada, eşbütünleşme ve hata-düzeltilme modelleri kullanılarak Türkiye için bir ihracat arz fonksiyonu tahmin edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonuçları bize ihracat, nispi ihracat fiyatları, üretim kapasitesi ve ihracat-ağırlıklı reel efektif döviz kuru arasında uzun dönem denge ilişkisi olduğunu göstermektedir. Uzun dönem denge ilişkisi etrafındaki kısa dönemli dinamikleri saptamak için bir hata-düzeltilme modeli tahmin edilmiştir. Modelde, 1982-1989 yılları arasındaki dış ticaretin liberalizasyonuna yönelik tüm çabaları kapsayan kukla değişken hariç, tüm değişkenlerin ihracat arzının kısa dönemli dinamiklerini etkileyen önemli faktörler oldukları saptanmıştır. Modelde hata-düzeltilme terimi doğru işarete sahip olup, istatistiksel olarak anlamlıdır. Hata-düzeltilme katsayısı -0.328 olarak tahmin edilmiştir. Bu sonuç ihracat arzında görülen kısa dönemli dengesizliğin hızlı bir şekilde düzeltilmiş olduğunu göstermektedir.

Türkiye için tahmin edilen ihracat fonksiyonu, ihracat gelirleri ile ihracat ağırlıklı reel efektif döviz kuru arasında uzun dönemli bir ilişki olduğunu göstermektedir. 1982-1989 yılları arasında uygulanan reel efektif kur politikaları ile 1990-2002 yılları arasında yaşanan krizler sebebiyle TL’nin bir süre reel anlamda değer kaybetmesi ihracat yapan firmaların rekabet gücünü artırmıştır. Özellikle 1990-2002 yılları arasında ihracatın gayri safi yurt içi hasılaya oranında dalgalanmalar olmasına rağmen, ihracat gelirlerinde reel anlamda sürekli bir artış görülmüştür.

Bu çalışmanın sonuçları ışığında şunlar söylenebilir: Hızlı ihracat artışları için uygulanacak dış ticaret politikaları, TL’nin reel olarak değer kaybetmesine yönelik politikalarla birlikte olmalıdır. Reel efektif döviz kuruna dayalı dış ticaret liberalizasyon politikası ihracat arzının artmasını engelleyen faktörlerin etkilerinin azaltılmasına yardımcı olur. Bu çalışmanın diğer önemli bulgusu ise, ülkenin üretim kapasitesini temsil eden sanayi üretim indeksi ile ihracat arasındaki pozitif ve

istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmasıdır. Dolayısıyla, ihracat arzının önemli oranlarda artması için, ülkenin üretim kapasitesinin daha verimli kullanılması ile ilgili politikaların uygulanması şarttır.

Ek:

Reel efektif döviz kuru aşağıdaki formülün kullanılmasıyla hesaplanmıştır.

$$reer_{ij} = \ln \left(\frac{CPI_j}{CPI_i} \times \frac{1}{ER_{ij}} \right)$$

Formüle j Türkiye’yi, i ise dış ticaret partnerlerini ifade etmektedir. CPI tüketici fiyat endeksini, ER ise iki ülke arasındaki döviz kuruunu göstermektedir. Çalışmada, analize dahil edilen her ülke için bir $reer$ hesaplanmıştır. Daha sonra baz yılı 1995 seçilerek bu serilerden bir indeks oluşturulmuştur.

$$ireer_{ij} = \left(\frac{reer_{ij}^t}{reer_{ij}^{95}} \right) \times 100$$

Daha sonra yaratılan bu indekslerin ağırlıklı ortalamaları alınarak ihracat-ağırlıklı reel efektif döviz kuru yaratılmıştır.

$$reer_j = \sum \delta_{ij} ireer_{ij}$$

Burada δ_{ij} her bir ülkenin ağırlığını göstermektedir. Nispi ihracat fiyatları da aynı ağırlıklar ve baz yılı kullanılarak hesaplanmıştır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Thomas, V., & Nash, J. (1991). *Best Practices in Trade Policy Reform* Oxford. Oxford University Press for the World Bank.
- [2] Arslan, I., & Wijnbergen, S.V. (1993). Export Incentives, Exchange Rate Policy and Export Growth in Turkey. *Review of Economics and Statistics*, 75, ss.128-133.
- [3] Joshi, V., & Little, I.M.D. (1996). *India's Economic Reforms 1991-2001*. Oxford: Oxford University Press.
- [4] Boratav, K., & Yeldan, E. (2001). Financial Liberalization, Macroeconomic (In)-Stability, and Patterns of Distribution. *Working Paper*. Bilkent University.
- [5] Akyuz, Y., & Boratav, K. (2002). The Making of the Turkish Financial Crisis, *United Nations Conference on Trade and Development Discussion Paper*, No:158.
- [6] Dornbusch, R. (1974). Tariffs and Nontraded Goods. *Journal of International Economics*, 4, ss.177-185.
- [7] Cottani, J.A., Cavallo, D.F., & Kahn, M.S. (1990). Real exchange rate behavior and economic performance in LDCs, *Economic Development and Cultural Change*, 39, ss.61-76.
- [8] Edwards, S. (1993). Openness, Trade Liberalization, and Growth in Developing Countries. *Journal of Economic Literature*, 31, ss.1358-1393.
- [9] Little, I.M.D., Cooper, R.N., Corden, W.M., & Rajapatirana, S. (1993). *Boom, Crisis and Adjustment: The Macroeconomic Experience of Developing Countries*. Oxford: Oxford University Press for the World Bank.
- [10] Corden, W.M. (1997). *Trade Policy and Economic Welfare*. 2nd Ed. Oxford: Calderon Press.
- [11] Ahmed, N. (2000). Export Response to Trade Liberalization in Bangladesh: A Cointegration Analysis. *Applied Economics*, 32, ss.1077-1084.
- [12] Saygılı, M., Şahinbeyoğlu, G., & Özbay, P. (1998). "Competitiveness Indicators and The Equilibrium Real Exchange Rate Dynamics in Turkey". Üçer, E.M. (Ed.). *Macroeconomic Analysis of Turkey: Essays on Current Issues*. Ankara: Central Bank of the Republic of Turkey.
- [13] Şahinbeyoğlu, G., & Ulaşan, B. (1999). An Empirical Examination of the Structural Stability of Export Function: The Case of Turkey. The Central Bank of the Republic of Turkey. Research Department. *Discussion Paper*, No:9907.
- [14] Perron, P. (1990). Testing for a Unit Root in a Time Series with a Changing Mean. *Journal of Business and Economic Statistics*, 8, ss.153-162.
- [15] Mackinnon, J.G. (1991). "Critical Values for Cointegration Tests". Engle, R.F., & Granger, C.W.J (Eds), *Long-run Economic Relationship*. Oxford: Oxford University Press.
- [16] Engle, R.F., & Granger, C.W.J. (1987). Cointegration and Error Correction: Representation, Estimation and Testing. *Econometrica*, 55, ss.251-276.
- [17] Johansen, S., & Juselius, K. (1990). Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration with Applications to the Demand for Money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52, ss.169-210.
- [18] Hendry, D.F. (1995). *Dynamic Econometrics*. Oxford: Oxford University Press.

Adnan KASMAN (adnan.kasman@deu.edu.tr) has a Ph.D. degree in Economics from Vanderbilt University. Currently, he is working as an assistant professor in the Department of Economics of Faculty of Business at Dokuz Eylül University. His research areas are applied econometrics, industrial organization and banking.

Saadet KASMAN (saadet.kasman@deu.edu.tr) has a Ph.D. degree in Economics from Vanderbilt University. Currently, she is working as an assistant professor in the Department of Economics of Faculty of Business at Dokuz Eylül University. Her research areas are money and banking, macroeconomics and financial economics.

NEO-LİBERAL YAKLAŞIMLAR ÇERÇEVESİNDE DEVLETİN EKONOMİDE YARATTIĞI SORUNLAR

Nazım ÖZTÜRK

Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet MYO, Dış Ticaret Programı, Yardımcı Doçent Dr.

THE PROBLEMS CREATED BY THE GOVERNMENT IN ECONOMY FROM THE POINT OF VIEW OF THE NEO LIBERAL ECONOMIC APPROACHES

Abstract: There have been lengthy discussions between those who supported market economy and those who favored government activity in economy. Impartial government mind of the classical economic school which is prevalent until 1929 world economic crisis has been replaced by government interference of the Keynesian economic school. With the stagflation crises in 1970s the confidence for Keynesian economic school has decreased, and neo liberalism with its emphasis on the limited role for the state in economy came to the fore. This Thought argued that the ever increasing role and functions of the state in economy created many serious problems and issues. Continuous increase in budget expenditures resulted in crowding out effect in private sector investments. Extreme centralism caused further bureaucratization and red tape, and high transaction costs. Political Programs that were put into effect to deal with these issues could not have produced any effective results, on the contrary, the crises were extended and deepened. Politically motivated, vote oriented politicians created a rant society. Underground economy could not have been put under control, nor registered in any way. This study tries to articulate these problems that created by the government in economy from the point of view of the neo liberal economic approaches.

Keywords: Budget Deficits, Crowding Out Effect, Centralism, Transaction Costs, Rent Seeking, Logrolling, Political Myopia, Fiscal Illusion, Extravagance And Underground Economy.

NEO-LİBERAL YAKLAŞIMLAR ÇERÇEVESİNDE DEVLETİN EKONOMİDE YARATTIĞI SORUNLAR

Özet: Devletin ekonomideki rolü konusunda piyasa ekonomisi taraftarları ile devletin ekonomideki etkinliğinin azaltılmamasını savunanlar arasında uzun tartışmalar yaşanmıştır. 1929 dünya ekonomik bunalımına kadar egemen olan klasik iktisadi ekolün tarafsız devlet anlayışı yerini, Keynesyen iktisadi ekolün müdahaleci devlet anlayışına bırakmıştır. Ancak, 1970'li yıllarda yaşanan stagflasyon krizi Keynesyen ekole duyulan güveni azaltmış ve devletin ekonomideki rolünün sınırlandırılmasını savunan neo-liberal akımların ön plana çıkmasına neden olmuştur. Bu anlayışa göre, devletin ekonomideki rolünün ve fonksiyonlarının artması çağdaş ekonomileri yeni sorunlar ile baş başa bırakmıştır. Bütçe açıkları hızla artmıştır. Kamu harcamalarının sürekli artması özel sektör yatırımları üzerinde dışlama etkisi yaratmıştır. Aşırı merkezîyetçiliğin doğal bir sonucu olarak kırtasiyecilik ve işlem maliyetleri artmıştır. Politik miyopluk sonucu etkin olmayan programların uygulanmaya konulması savurganlığın artmasına neden olmuştur. Oy peşinde koşan politikacılar rant toplumu yaratmıştır. Kayıtdışı ekonomi bir türlü kayıt altına alınamamıştır. Bu çalışmada, neo-liberal yaklaşımlar çerçevesinde devletin ekonomide yarattığı bu sorunlar üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bütçe Açıkları, Dışlama Etkisi, Merkezîyetçilik, İşlem Maliyetleri, Rant Kollama, Oy Ticareti, Politik Miyopluk, Mali Yamlıma, Savurganlık Ve Kayıt Dışı Ekonomi.

I. GİRİŞ

Gaston Leduc'ün ifadeleri ile devlet ekonomik sahneden hiç eksik olmamıştır. Bazen başoyuncu bazen de sadece figüran olarak, ama daima bir rol üstlenmiştir [1]. 1929 dünya ekonomik bunalımına kadar klasik anlayış egemenliğini sürdürmüştür. Devleti "zorunlu bir fena" olarak gören klasik iktisadi ekol, sınırlı devlet anlayışını savunmuştur. 1929 dünya bunalımından sonra Keynesyen iktisadın doğuşu ile devletin ekonomiye müdahalesi artmaya başlamıştır. Piyasa sisteminin aksaklıklarından ve çağdaş demokrasi sisteminin işleyişinden kaynaklanan nedenlerle devlet adalet, savunma, güvenlik, diplomasi gibi asli görevleri yanında sosyal refah devleti olarak ta toplumsal ve ekonomik

sorunlarla ilgilenmek zorunda kalmıştır [2]. 1930'lardan sonra gelişen sosyal refah devleti anlayışı kapitalist ekonomilerin değişen ölçüler içerisinde karma ekonomiye dönüşmesiyle sonuçlanmıştır.

Piyasa mekanizmasının kamusal mal ve hizmetlerin üretiminde yetersiz kalması, dışsalıkların ve aksak rekabetin varlığı halinde optimum kaynak dağılımının sağlanamaması, asimetrik bilgi, risk ve belirsizlik gibi durumlarda fayda ve kar maksimizasyonuna ulaşamaması gibi nedenlerle devletin ekonomiye müdahale etmesi kaçınılmaz olmuştur [3]. Devlet sadece geleneksel fonksiyonu olan kamusal mal ve hizmet üretmek için değil, ayrıca piyasadaki rekabet koşullarını iyileştirmek amacıyla da ekonomiye müdahale

etmiş, zaman içerisinde devletin ekonomideki ağırlığı giderek artmıştır [4,5]. Dışişleri hizmetinden tüketim malları üretimine dek uzanan geniş bir alan içinde faaliyette bulunan devlet, yalnızca yönetsel işleviyle kendini sınırlanmamış, üretim, kaynak dağılımı, gelir bölüşümü, ekonomik büyüme ve konjonktürün düzenlenmesi gibi alanlarda da etkin rol almıştır [6].

1970'li yıllarda enflasyon ile işsizliğin aynı anda yaşandığı stagflasyon bunalımı neo-liberal yaklaşımların yeniden gündeme gelmesine neden olmuştur. Enflasyon ve işsizliğin birlikte arttığı, ekonomik büyümenin yavaşladığı, Keynesyen makro ekonomik politikaların etkinliğine olan güvenin sarsıldığı bu dönemde, kapitalizmin yeniden yapılanması gerektiğini dile getiren ve piyasa ekonomisinin önündeki engellerin hızla kaldırılmasını savunan bir anlayış gündeme gelmiştir. Neo-liberal yaklaşımlar olarak adlandırılan bu anlayış kamu kesiminin küçültülmesini devletin ekonomideki etkinliğinin azaltılmasını savunmaktadır. Monetaristler ile başlayan ve rasyonel beklentiler ve anayasal iktisatçılar ile zirveye ulaşan neo-liberal akımlar, piyasa mekanizmasını mucizeler tahtına tek başına oturtmayı ve devletin ekonomiye müdahalesini yok etmeyi amaçlamaktadır [7]. 1980'li yılların başlarında iyice yoğunluk kazanan neo liberal politikaların ABD ve Batı Avrupa'da liberal muhafazakar partilerin oluşturdukları hükümetlerin resmi politikası haline geldiği görülmektedir [8].

Neo liberal yaklaşımlara göre, devletin ekonomideki rolünün ve fonksiyonlarının artması çağdaş ekonomileri yeni sorunlar ile baş başa bırakmıştır. Bireylerin çözemeyecekleri sorunları çözerek toplumsal refahı artırması gereken devlet, zamanla ekonomide yarattığı sorunlarla bizzat kendisi sorun doğuran bir güç haline gelmiştir [9]. Devletin ekonomide yeni sorunlar yaratması piyasa başarısızlığı kuramı yanında devletin ekonomideki başarısızlığı kuramından da söz edilmesine neden olmuştur [10,11]. Devletin ekonomide yarattığı sorunlar nelerdir? Acaba hangi konularda devlet hizmetleri bekleneni verememektedir? Devlet hizmet programının aksaklıkları, sadece bir rastlantı mıdır yoksa, devlet faaliyetlerinin doğası gereği beklenen bir sonuç mudur? Kamusal hizmetler sunulurken bu aksaklıklardan alınacak dersler var mıdır [12]?

Devletin büyüklüğünün ve rolünün ne olması gerektiği, kamu hizmetlerinin nasıl daha etkin sunulacağı tartışılmaya başlanmıştır [13,14]. Neo-liberal anlayış, devletin rolünün yeniden tanımlanmasını, kamu kesiminin daraltılmasını ve hizmet etkinliğinin artırılmasını savunmaktadır. Bu yeni yaklaşım ile devletin ve kamu kesiminin amacı, değerleri, alanı, işlevleri, yöntemleri ve davranışı kapsamlı ve köklü bir değişime uğramaktadır. Devletin küçültülmesi politikaları gerek gerekçeleri, gerek yöneldikleri amaçlar ve gerekse uygulama sonunda ortaya çıkan sonuçlarıyla ekonomiden yönetime, yönetimden

siyasete, toplumsal değer ve normlara uzanan geniş bir alanla, kısacası tüm sistemle ilişkili değişiklikler getirmektedir [15].

Neo liberal anlayışa göre, devletin ekonomideki başarısızlığı uygulanan yanlış politikalarından doğabileceği gibi, bilgi eksikliğinden uygulama hatasından, baskı ve çıkar gruplarının hükümet üzerindeki etkilerinden veya politikayı belirleyen ve uygulayan kişi veya kişilerin çıkar endişesinden kaynaklanabilmektedir [16]. Politikacıların yeniden seçilebilmeyi garantilemek ve oylarını maksimize etmek için kamu harcamalarını gereğinden fazla artırması bütçe açıklarının sürekli artmasına neden olmuştur. Devletin ekonomideki ağırlığının artmasının doğal bir sonucu olarak politikacı ve bürokratların güç ve yetkileri hızla artmış, baskı ve çıkar grupları büyüyen devletten bir hisse kapmak için lobcilik ve rant kollama faaliyetlerini artırmıştır. Siyasal süreç içerisinde karar verme yetkisini elinde bulunduran kimseler kamusal yetki ve güçlerini mevcut norm ve ahlak kurallarına aykırı olarak kullanmaya başlamışlardır [17]. Devletin büyümesi ile rüşvet, nepotizm, rant kollama, lobcilik, oy ticareti (logrolling), hizmet kayırmacılığı giderek artmıştır.

Bu çalışmada neo liberal yaklaşım çerçevesinde devletin ekonomide doğurduğu bu sorunlar üzerinde durulmuştur.

II. BÜTÇE AÇIKLARI

Neo-liberal yaklaşımlara göre, Keynes'in klasik iktisatçılardan farklı olarak denk bütçe ilkesi yerine telafi edici bütçe görüşünü savunması devletin ekonomideki ağırlığının artmasını sağlamıştır. Keynesyen iktisat politikaları sonucunda kamu harcamalarının ekonomik hedeflerin gerçekleştirilmesinde kullanılması bütçe açıklarının giderek artmasına yol açmıştır. Devlet bir taraftan klasik görevlerini yerine getirirken, öte yandan kalkınma programlarını uygulama çabaları, daha fazla kamu harcamaları gerektirmiş, kamu harcamalarının kamu gelirleri ile finanse edilememesi, emisyon ve borçlanma gibi ek finansman kaynaklarının aranmasına neden olmuştur. *Keynes, politikacılara vergilemeden harcama imkanı sağlamıştır. Artan kamu harcamaları vergilerle değil, emisyon ve borçlanma ile karşılanması Keynesyen iktisadın mirasıdır* [18]. Neo liberallere göre, Keynesyen teorinin sadece politikacılar tarafından değil seçmenler ve bürokratlar tarafından da bilerek ve isteyerek yanlış yorumlanması, devleti açık bütçelerle idare edilir hale getirmiş, "ver oyunu al istediğini" mantığı siyasi iktidarları kolayca ve cömertçe harcayan, fakat vergilemeye yanaşmayan bir tutum içine itmiştir.

Hükümetlerin yeniden seçilebilmek için popülist politikalar uygulayarak kamu harcamalarını sürekli artırmaları vergi reformuna da cesaret edemedikleri için harcamaları borçlanma ve para basma yoluyla finanse etmeleri kamu finansman dengesinin bozulmasına neden

olmuştur. Hükümetler ekonomik alanda sahip oldukları harcama, borçlanma ve para basma yetkilerini oy kaygısına dayalı kısa dönemli yaklaşımlarla kötüye kullanmış ve uzun vadeli toplumsal çıkarları göz ardı etmişlerdir. Siyasi iktidarlar seçimle iş başına gelseler bile güçlerini kötüye kullanmışlar, yetkilerini istismar etmişler ve halkın çıkarı yerine parti yönetiminin ve yandaşlarının çıkarlarını maksimize etmek için çalışmışlardır [19].

Politikacıların popülist politikalar izlemesi sonucu bütçe açıkları artmış, iç ve dış borçlar sürdürülemez hale gelmiştir. Vergilerin artırılmasında karşılaşılan ekonomik ve politik sınırlandırmalardan dolayı, kamu harcamalarının finansmanında daha fazla borçlanmaya gidilmesi, gittikçe büyüyen borçların anapara ve faiz ödemelerinin kamu harcamalarını artırması bütçe açıklarını daha da artırmıştır. Artan kamu borçlarının ana para ve faiz ödemelerinin vergi gelirleriyle karşılanamaması, borç sarmalı denen borcun borçla ödenmesi sürecinin oluşmasıyla sonuçlanmıştır [20]. Reel faiz oranlarının hızla yukarı tırmanması enflasyonist baskılara yol açmıştır. Bütçe açıklarının para arzının artırılması ile finansmanı doğrudan enflasyon demekken, çeşitli iç borçlanma enstrümanları ile iç borçlanma faizlerinin yeterince düşük ve vadelerinin uzatılmadığı durumlarda dolaylı olarak enflasyona yol açmıştır. İç borçların faiz yüklerinin bütçe üzerinde yarattığı etkiler de ayrıca bir enflasyon kaynağı olmuştur [21].

Bütçe açıklarının finansmanı için net iç ve dış borçlanma ve Merkez Bankası avansları artıkaç, yabancı para cinsinden dış borç stoku değişmediği halde, ulusal para cinsinden dış borç stoku ulusal paranın değer kaybı oranında artmıştır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, alınan iç ve dış borçlar daha önce alınan iç ve dış borçların anapara ve faiz ödemelerine gitmiş ve üretime yönelik kaynak yaratılamamıştır. Devlet kendisine borç veren sınırlı sayıdaki finansal servet sahibine rant aktaran savurgan ve verimsiz bir kurum haline dönüşmüştür. Portföylerinde büyük ölçüde devlet iç borç senedi tutan bankalar bu yolla kolay, güvenli, yüksek faiz kazançları elde etmişler, özel girişime daha az kredi vermişlerdir. Devletin bankalara borç faizi yoluyla yüksek kazanç sağlaması banka ve şube sayılarının artmasına ve bu sektörde optimal ölçekten uzaklaşılmasına neden olurken, devletin bankalar aracılığıyla kaynak bulabilmesi yüksek kamu açıklarının devam etmesine katkı yapmıştır. Bütçe açıkları uzun süre yüksek düzeyde seyredince, devlet borç tuzağına düşmüş, kamu yatırımları aşırı daralmış, bankalar devlete fon sağlayan kurumlar haline gelmiş, özel girişim dışlanmış ve enflasyon beklentisi kuvvetlenmiştir. Yüksek enflasyon bir yandan tahsil edilecek vergilerin reel değerini düşürmüş, diğer yandan devleti daha çok harcama yapmak zorunda bırakmıştır. Bu sürecin sonunda; *yüksek bütçe açıkları, yüksek borçlanma - yüksek faiz ödemeleri - yüksek emisyon - yüksek enflasyon - yüksek bütçe açıkları kısır döngüsü* doğmuştur [22].

Maastricht anlaşmasına göre, bütçe açığının GSYİH'nın % 3'ünü, kamu borçlarının GSYİH'nın % 60'ını geçmemesi gerekmektedir [23]. Sorun borçların miktarının çokluğundan ziyade borçların kullanım yerlerinden kaynaklanmaktadır. Kalkınmanın finansmanından sosyal refah harcamalarına kamu hizmetlerinin sunulmasından tüketim malları üretimine kadar, bir kısmı piyasa mekanizmasına terk edilebilecek fonksiyonları bile devlet bizzat üstlenmiştir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak kamu harcamaları hızla artmıştır. Verimsiz kamu harcamaları azaltılmadığı, vergi gelirleri artırılmadığı için borç sarmalı daha fazla genişlemiş ve büyük ekonomik krizler yaşanmıştır.

Kamu açıklarının büyük boyutlara ulaştığı ekonomilerde bütçe açıklarının kontrol altına alınabilmesi, ancak hükümetlerin bütçe gelir ve giderleri konusunda önemli istikrar programlarını uygulamalarıyla, ekonomide yapısal değişikliklere gidilmesiyle ve bütçe dengliği uygulamasının zorunlu kılınmasıyla mümkün olacaktır.

III. DIŞLAMA

Kamu kesiminin artan bütçe açıkları nedeniyle fon gereksiniminin artması sonucu mali sektöre girmesi, özel sektöre aktarılabilecek fonlarda bir azalma yaratmaktadır. Kamu sektörünün mali piyasalarda ek bir talep oluşturup faiz oranlarını yükseltmesi, özel sektörün fon talebini olumsuz yönde etkilemekte, faiz oranlarının hızla yükselmesinin doğal bir sonucu olarak, özel sektörün mali piyasalardan dışlanması söz konusu olmaktadır. Yoğun rekabetin yaşandığı fon piyasalarında yaratılan fonların kamu sektörü tarafından kullanılması özel sektörün dışlanmasına neden olmaktadır. Kamu harcamalarındaki sürekli artışın kısmen veya tamamen özel sektör harcamalarını daraltmasına dışlama (crowding-out) adı verilmektedir. Devletin artan bütçe açıklarını borçlanma ile finanse etmesi halinde faiz oranları hızla artmakta, artan faiz oranları da özel yatırımlar, istihdam ve milli gelir üzerinde olumsuz etki yaratmaya başlamaktadır [24].

Keynesyen çarpan mekanizmasına göre, bir birimlik otonom kamu harcaması milli geliri çarpan oranında artırır [25]. Ancak dışlama olduğu takdirde bu mümkün olmaz. Çünkü hükümet yaptığı otonom harcamayı iç borçlanmayla karşılar, piyasada likidite azalır ve faiz oranı artar. Girişimciler yatırıma ayırdıkları fonları ile yüksek faizli hazine bonosu satın alırlar ve özel yatırımlar azalır. Böylece otonom kamu harcaması milli geliri artırırken, uyarılmış özel yatırım azalışı milli geliri azaltır. Mili gelirdeki toplam değişme, biri artıran, diğeri azaltan bu iki zıt etkinin toplamına eşit olur. Dışlama olduğu müddetçe, milli gelir ya çok az artar veya hiç artmaz.

Friedman'ın belirttiği gibi, çarpan analizi son derece ilgi çekicidir. Ama bu çekicilik yanıltıcıdır ve söz

konusu değişmeyle ilgili diğer etkenleri dikkate almamanın bir sonucudur. Sadece sahibi değiştiğinde reel gelir hiç artmamış olabilir. Devlet kamu harcamalarını nereye harcamaktadır? Eğer bir park bakıcısının ücretini ödemişse, devlet ödemesi parktan yararlananlar öderdi ki, bu durumda sadece harcayan değişmiştir. Devlet harcadığı paraları nereden almıştır? Borçlanarak elde etmişse, para birinin cebinden alınıp diğerinin cebine konmuştur ki sağ el ile alınan sol el ile harcandığı için ekonomideki para miktarı değişmemiştir. Borçlanma sadece ekonomi likitide tuzağına düştüğünde savunulabilir ki, o da sürekli olacak değildir [26].

Özel yatırımların faize duyarlılığı ne kadar yüksek, para talebinin faize duyarlılığı ne kadar az ise dışlama etkisi de o kadar güçlü olacaktır. Artan kamu harcamaları kendisi kadar özel kesim yatırımlarını azaltacaktır. Bu duruma tam dışlama (complete crowding out) adı verilir. Yatırımların faize duyarlılığı sıfır esnek, para talebinin faize olan duyarlılığı sonsuz esnek ise (likidite tuzağı) dışlama etkisi söz konusu olmaz, özel yatırımlar azalmaz. Otonom kamu harcamalarının milli geliri artırıcı etkisi, faiz oranındaki artışın özel yatırımlar aracılığıyla milli geliri artırıcı etkisinden büyük ise kısmi dışlama ortaya çıkar. Bu durumda otonom kamu harcaması milli geliri çarpan oranından daha az artırır [27].

Dışlama etkisi sadece faiz oranlarını artırıp yatırımların azalması ile sınırlı kalmaz. Yüksek enflasyonun yaşandığı ekonomilerde geleceğe yönelik risk ve belirsizlikler artacağı için girişimciler reel yatırımlar yerine spekülasyon yatırımları tercih eder.

IV. MERKEZİYETÇİLİK

Neo-liberal anlayışa göre, güç her zaman merkeziyetçiliğe meyler. Mevcut yöneticiler ne kadar iyi niyetli olursa olsunlar bu güç ya onları yozlaştırır ya da kötü niyetli kişileri kendine çeker. O nedenle devletin ekonomik ve siyasi yetkileri arttıkça yönetim merkeziyetçi, bürokratik ve vesayetçi bir nitelik kazanır. Açıklık ve şeffaflık kaybolur. Halkın istekleri yerine, merkezdeki bürokratların istekleri doğrultusunda üretim yapılır. Vatandaşların kamusal kararlara katılımı zorlaşır [28]. Ekonomik kararlar bir merkezden alınıp insanların bunlara bir robot gibi uyması istenince, etken akıl yerini edilgen akıla bırakır. İnsanlar nasıl daha çok başarılı olurum ve nasıl daha çok kazanırım? hesabı yapmazlar. Dolayısıyla yetenekler gelişmez, yavaş işleyen, verimsiz çalışan durağan bir toplumun durağan ekonomisi ortaya çıkar. Merkeziyetçilik arttıkça üst düzey yöneticilerin atanmasında politikacıların yetkisi artar, daha önce kariyer mevki olan pek çok pozisyon siyasi mevki kapsamına alınır. Böylece kamu yöneticilerinin siyasi ölçütlere değil, yetenek ve liyakate göre atanmasını öngören yansız ehliyet ilkesinden sapılır ki bu da yönetimin hizmet sunma kapasitesini azaltır. Devlet ekonomik faaliyetleri yapma ve yaptırma işini üstlenince

vatandaşlar her işi devletten bekler hale gelir. Devletin yaptığı işler arttıkça bürokrasi genişler, kamu giderleri ve borçlanma artar [9].

Merkeziyetçiliğin başlıca zararları, kuralcılık, kırtasiyecilik, sorumluluktan kaçma, işlerin ağır yürütülmesi, verimsizlik, yönetimde gizlilik, yetki devretmede isteksizlik, otoriteye aşırı bağlılık ve yeniliğe karşı direnmedir. Memur kurallara sıkıca bağlanıp, bürokrasi çarkının basit bir dişlisi haline gelince değişen koşullara uyuma esnekliği kaybolur. Üstler astlara rasyonel olmayan emirler vermeye başlar. Denetimsiz memurun keyfi davranışları formel kuralların yerini alır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, yazışma, kırtasiyecilik ve iş yükü kendiliğinden artar. Aksayan işlere gerekçe olarak yasa ve kurallarda boşluk aranıp sorumluluktan kaçmaya çalışılır. Parkinson Yasası gereğince, her iş kendine ayrılan zamanı doldurur, erken bitmesi olası olsa bile erken bitmez. Peter Prentiss gereğince, hiyerarşik yapı içerisinde herkes başaramayacağı bir mevkiye kadar yükselmeye çalışır ve zamanla her görevin başına o görev için yeterli olmayan birisi geçer. Daha az kişiyle yapılması gereken işler daha çok kişiyle yapılınca personel harcamaları hızla artmaya başlar. Artan harcamaların finansmanı amacıyla vergiler daha da artırılır. Vatandaşlar resmi işlerine daha çok zaman harcamaya başlar. Sonuçta işlem maliyetleri artar ve ekonomik performans düşer [29]. Leibenstein'in belirttiği gibi aşırı merkeziyetçiliğin doğal bir sonucu olarak kaynak kullanımında ve dağılımında etkinlik sağlanamaz [16].

V. İŞLEM MALİYETLERİ

Geleneksel ekonomi maksimizasyoncu bireyin tam bilgi sahibi olduğunu varsaymış ve maliyeti faktör payları olarak görmüştür. Oysa bilgi toplamanın, bu bilgileri işlemenin yasalara uymanın, bürokratik engelleri aşmanın bir maliyeti vardır. Bilgi edinme, sözleşme yapma, sözleşmeyi sürdürme, kaynakların dağıtımını ve ekonomik organizasyonların karmaşık yapısından kaynaklanan maliyetlerin toplamına işlem maliyetleri denilmektedir. İşlem maliyetleri arttıkça, üreticilerin ve tüketicilerin daha verimli piyasaları arayıp bulmaları zorlaşmakta ve piyasa ekonomisi başarısız olmaktadır.

Toplumsal ve ekonomik işlemlerin yürütülmesinde standartların konulması ve bu standartlara uyulup uyulmadığının denetlenmesi ekonomik gelişme açısından büyük önem taşımaktadır. Tarihsel olarak ekonomilerin gelişimine bakıldığında, devletlerin ölçü standartları koyup bunları koruması ve mübadele aracı olarak istikrarlı bir parayı piyasaya sürmelerinin işlem maliyetlerini düşürdüğü görülmüştür [30].

Bu bağlamda, yasa koyan, bu yasaları uygulayan, bireyler arası ve kurumlar arası ilişkileri düzenleyen bir kurum olması devletin işlem maliyetleri ile yakın ilişki

içerisinde olduğunu gösterir. Devletin yasalarla paraya satın alma gücü kazandırması, toplumsal sağlığı bozacak mal ve hizmetlerin ticaretini yasaklaması, kalite standartları koyması, enflasyonu makul düzeyde tutması mübadeleyi kolaylaştırır, belirsizlikleri azaltır, ekonomik performansı artırır. Ancak devlet yasa yoluyla işlem maliyetlerini artırıp ekonomik performansı azaltabilir de. Eğer devlet sosyo ekonomik yaşamı en küçük ayrıntısına kadar gerekli gereksiz yasalarla düzenler ve gereksiz yasalara uymayı şart koşarsa, işlem maliyetleri artar ve bireysel karar alıcıların ekonomik performansı düşer. İşlem maliyetlerini azaltması beklenen devlet, kötü yasa, hantal bürokrasi ve yolsuzlular nedeniyle çoğu zaman işlem maliyetlerini artırır hale gelir.

Kötü yasaların ekonomik performansı nasıl düşürdüğünü görmek için Peru örneğine bakmak yeterlidir. "Peru'da bir avukat dört yardımcısı ile birlikte küçük bir konfeksiyon atölyesi açmanın resmi işlemlerini 289 gün tam mesai çalışarak bitirebilir. Bu süreçte kendisinden on kez rüşvet istenir, rüşvet vermezse defalarca gidip gelmek zorunda kalır. Yeni bir yerleşim yeri kurmak için 207 evrakla birlikte 52 resmi daireye başvurulur. Resmi bir pazar yeri izni 12 yılda çıkarılabilir. Kötü yasaların bir sonucu olarak, kamu gelirlerinin %45'i petrole ilave edilen vergilerden %1'i 120 bin vergi mükellefinden elde edilir. Başkent Lima'da her on evden yedisi yasaya aykırıdır. Yoksulların oturduğu 50 evden sadece biri resmi izin sahibidir. Otobüslerin %87'si kaçak çalışmaktadır. Kentte 90 bin işportacı vardır. Kötü yasalar sonucu işlem maliyetlerinin bu denli yüksek olduğu bu ülkede ekonomik performansın yüksek olması beklenemez" [31].

VI. RANT KOLLAMA

Rant kollama deyimi ilk olarak Anne O. Kruger tarafından kullanılmış, konunun teorik yönü ise Gordon Tullock tarafından geliştirilmiştir [32]. Rant kollama ile anlatılmak istenen mülk sahiplerinin bu mülklerden elde ettiği kiralara değildir. Rant çeşitli alanlarda kullanıldığında mali kaynakların sahiplerinden başkasına yapılan ödemelerdir. Bu açıdan, rant aşırı fırsat maliyetinin bir bedelidir [33]. Rant kollama toplumdaki sosyo ekonomik düzeni yozlaştırarak bireysel veya toplu halde çıkar sağlamaya yönelik girişimlerin ortaya çıktığı bir süreç olduğundan toplumsal israfa yol açmaktadır [34].

Kamu tercihi kuramına göre, politik süreçte aktif rol oynayan siyasal karar alıcıların (politikacılar, bürokratlar, seçmenler, baskı ve çıkar grupları) davranışlarını kamusal alanda çeşitli biçimde özel çıkar sağlama çabaları şekillendirmektedir. Politikacılar oylarını artırmaya, bürokratlar etkinlik çevrelerini genişletmeye, seçmenler kamusal mal ve hizmetlerden elde edecekleri faydalarını, baskı ve çıkar grupları ise devletten elde edecekleri rantlarını maksimize etmeye

çalışmaktadır. Özel çıkarları artırmaya yönelik söz konusu faaliyetler zaman içerisinde politik süreci aşındırarak, yozlaşmasına neden olmaktadır. Bir bütün olarak bu süreci inceleyen rant kollama kuramı, bireylerin ve grupların çeşitli araçlarla politik süreci etkileyerek çıkar elde etme çabalarını ve bunun etkilerini konu edinmektedir [35].

Bu bağlamda, rant kollama baskı ve çıkar gruplarının devlet tarafından suni olarak yaratılmış bir ekonomik transferi elde etmek için giriştikleri faaliyetler bu amaçla yapmış oldukları harcamalardır [36]. Yasama, yürütme hatta yargı organlarının faaliyetleri baskı ve çıkar grupları tarafından optimumdan uzaklaştırılabilir. Baskı ve çıkar grupları iktidar partisi ve bürokrasi üzerinde lobicilik yaparak bunları kendi çıkarları doğrultusunda etkileyerek rant kollamaya çalışır. Bunun doğal bir sonucu olarak kamu tercihinin yansıtılmayan bir durum ortaya çıkar [37].

Politikacılar kendilerini destekleyerek iktidara taşıyan baskı ve çıkar gruplarına seçimlerden sonra, krediler, kadro ihdası, vergi affı, teşvikler, izinler gibi pek çok kamusal kaynağı ve olanağı seferber ederken bir yandan rant dağılımında aktif rol oynamış bulunmakta, diğer yandan da gelecekteki çıkarları için yatırım yaparak rant kollamış olmaktadır. Bürokratlar, elde etmiş oldukları yetkileri iktidar adına kullanarak rant dağılımında politikacılarla birlikte aktif rol almakta, özellikle politik yozlaşmanın yoğun olarak yaşandığı gelişmekte olan ülkelerde, kamu tekelinde olan kaynakları kişisel ilişkilerinin iyi olduğu firmalara, ya da yakınlık hissettikleri baskı ve çıkar gruplarına yönlendirme konusunda siyasal iktidarı etkilemekte ve bir takım özel çıkarlar karşılığında söz konusu rantların dağıtımında rol oynamaktadır. Devletten rant elde etme mücadelesi içerisinde olan seçmenler, değişik şekillerde örgütlenerek baskı ve çıkar grubu oluştururken, firmalarda politik süreçte alınan kararları etkileyerek rant elde edebilmek için benzer organizasyonlar oluşturmaktadırlar [35].

Yolsuzluk ve siyasal istikrarsızlıkların kaynağında kamu kesiminde yaratılan rantların paylaşılabilmesi kavgası yatmaktadır. Günümüz demokrasilerinde iktidar gücünün keyfi kullanımı sonucu kime niçin verildiği bilinmeyen transfer harcamaları giderek artmıştır. Devlet görevlilerini atamada liyakat değil siyasal iktidara yakınlık ön plana çıkmıştır. Bütçe için öngörülen kontrol mekanizmasına dahil olmayan bütçe dışı fonlar doğmuştur. Devlet ekonomide önemli bir kaynak dağıtıcısı durumuna geldiği için lobicilik, rant kollama ve rüşvet giderek yaygınlaşmıştır. Ekonomik yaşamdaki bozulma ahlaki bozulmayı da hızlandırmıştır [38].

Bu açıdan rant kollama faaliyetleri, kamu kesiminin ekonomi içindeki payı ile doğrudan ilişkilidir [39]. Devletin ulusal ekonomi içerisinde ağırlığının hızla artması devletin ekonomiye yaptığı dolaylı ve dolaysız

müdahaleleri daha da genişletmiş, bu durumun doğal bir sonucu olarak, devletin büyümesi ile rant kollayan toplum (görünmez ayak) ortaya çıkmıştır. Bu toplum ya da kesim, doğrudan verimli iktisadi faaliyetlerde bulunarak, kar elde etmek ve bu suretle ekonomiye katkıda bulunmak yerine, devletten karşılıksız transfer elde etmenin yaygınlaşması ile birlikte rant ekonomisi doğmuştur. Bu bağlamda rant kollama aşırı devlet müdahalesinin bir sonucudur. İçinde yaşadığımız dönemin sosyo ekonomik yapısı içerisinde daha önceki dönemlerde var olmayan rantlar ve fırsatlar doğmuştur. İktisadi faaliyetlerin genişlemesi ve devlet müdahalesi rant türlerini ve boyutlarını artırmıştır [40].

VII. OY TİCARETİ

Günümüz toplumlarında sınıflar değil, baskı ve çıkar grupları hakimdir. Çağdaş temsili demokrasilerde siyasi partilerin kazanacakları oy sayısını artırmak için birbirleri ile rekabet etmeleri, ortak çıkarlara sahip kişilerin bir araya gelmelerine neden olmuştur [41]. Çıkar ve baskı grupları seçim öncesi siyasi partilerle oy alışverişine girişmekte, hangi siyasi parti kendi gruplarının çıkarına daha çok hizmet edecek ise oylarını o partiye vermektedir. Seçim sonrasında ise siyasi iktidar üzerinde yoğun bir baskı uygulayarak çıkarlarını koruyacak ve artıracak önlemlerin alınmasını istemektedirler. Özel çıkar gruplarına mensup seçmenler politikacılara kendi çıkarlarına uygun düşen görüşleri benimseyip benimsemediklerine göre oy verdikleri gibi bu siyasi partileri ve politikacıları maddi yönden desteklemektedirler. "*Kaz gelecek yerden tavuk esirgenmez*" felsefesi çıkar grupları ile politikacılar arasındaki ilişkilerin özünü oluşturmaktadır [38]. Oy ticareti olarak tanımlanan logrolling mekanizması seçim sonrası seçmen tercihlerinin optimumdan uzaklaşmasına neden olmaktadır. Seçimden sonra bir milletvekilinin kendi partisinden ayrılarak diğer bir partiye geçmesi olayı da logrolling mekanizması içinde değerlendirilebilir. Kamu tercihi literatüründe bu özel durum oy satın alımı olarak adlandırılmaktadır [42].

Parlamentar bir sistemde milletvekilleri, birbirlerinin tekliflerine karşılıklı destek vererek oy çokluğuna ulaşabilirler. Örneğin, bir grup milletvekili kendi seçim bölgelerinde üniversite kurulmasını öngören yasa teklifinin desteklenmesine karşılık, bir başka grup milletvekilinin seçim bölgesine içme suyu getirilmesini öngören yasa teklifini destekleyebilir. Gerek seçmenler, gerekse temsilciler meclisi üyeleri arasında bu şekilde oluşan çoğunluklar, aslında toplumun çoğunluğunu temsil etmeyen, geçici ve karşılıklı çıkarlara dayalı bir çoğunluk olabilir. Böylece, toplumsal karar mekanizması çoğunluğun çıkarları yerine kişisel veya grupsal çıkarları gerçekleştiren bir yapıya dönüşür. Bu hayali çoğunluk, çoğunluk olarak kalabilmek için çeşitli çıkar çevrelerinin desteğini satın almakta ve bunun için de ne istiyorlarsa yapmaktadır [38].

Logrolling, "*bugün bana, yarın sana*" felsefesinin oylama esasında kullanılmasıdır. Bazı kişiler aslında benimsemedikleri fakat kendilerine önemli bir zarar vermeyecek bir teklifi desteklemektedirler. Böyle yapmakla destek sağladıkları kişilerden, gerektiğinde aynı şekilde oy kullanmalarını isteyerek kendi tekliflerinin kabul edilmesini de sağlamaktadırlar. Bu nedenden dolayı oy çokluğu kuralına dayalı demokratik bir sistemde, ekonomik yönden etkin olmayan ve reddedilmesi gereken kararların alınması mümkün olabilmektedir [43].

Bu mekanizma sonucu siyasal karar alma sürecinde milletvekilleri oylarını maksimize etmek için kendi seçim bölgelerine daha fazla hizmet götürmeye çalışırlar. Siyasi iktidarın oylarının belirli bir coğrafi alanda yoğunluk kazanması bütçe kaynaklarının o alanlara kaydırılması sonucunu doğurur. Hizmet kayırmacılığı adı verilen bu politik yozlaşma kamu ekonomisinde optimum karar alınmasına engel teşkil etmektedir.

VIII. POLİTİK MİYOPLUK

Siyasal partiler iktidara gelirken veya iktidarda kalabilmek için popülist politikalar izlemekte, bu durum kamu harcamalarının hızla artmasına neden olmaktadır. İktidarda kalmak isteyen partiler yanlış ve marjinal etkinliği tartışmalı alanlara yapılan harcamalarla ekonomi üzerinde ilave bir yük oluşturmaktadır [44].

Ekonominin uzun dönemli performansı açısından kamu harcamalarının normal gelirlerle finansmanı gerektiği halde politikacı seçim döneminde yapay bir ekonomik canlanma sağlayarak seçmenin oyunu almak amacıyla emisyon ve borçlanmayı tercih etmektedir. Oysa bu politikaların uzun dönemde doğuracağı sorunlar sadece seçmenin sırtına yüklenmemekte, aynı zamanda politikacıda bu sorunların bir taşıyıcısı haline gelmektedir. Emisyon enflasyonu körükleyerek fiyat istikrarını bozmaktadır. Borçlanma uzun dönemde açıkların monetizasyonu sonucunu doğurmaktadır. Ulusal paranın değer kaybı, kronik dış açıklar, yüksek faiz oranları gibi sorunlar ortaya çıkmakta, faiz oranlarının artması dışlama etkisi ile yatırımları azaltmaktadır. Vergilerin artması piyasaya yönelik çabaları ve sermaye birikimini olumsuz etkilemekte, vergi yükünün artması, ekonomik büyüme ve üretkenlik üzerinde olumsuz sonuçlar doğurarak, vergi kaçakçılığına ve vergi ahlakının bozulmasına neden olmaktadır. Vural Savaş'ın ifadesi ile, "*Ortaçağın simyacıları taştan altın yapmayı başaramamışlardır ama, çağdaş siyasi iktidarlar kağıttan satın alma gücü yaratmayı başarmışlardır.*" [45].

Politikacının amacı, ekonomik kaynakları rasyonel kullanmaktan öte, daha çok oy alarak iktidarının devamını sağlamaktır. Siyasal iktidar daima oylarını maksimize etmek için ortanca seçmenleri memnun edecek politikaları uygulamayı tercih eder [46]. Bunun nedeni

ortanca seçmen grubunun politikacıların önemli bir oy potansiyelini teşkil etmesidir [47]. Politikacının temel amacı oylarını maksimize ederek ve seçilmesini garanti edecek politikaların yürürlüğe konması olduğundan politikacı uzun dönemde ekonomiye yararlı olabilecek politikaları yürürlüğe koymak yerine kısa dönemde sonuç alınabilecek politikaları yürürlüğe koymayı tercih etmektedir. Bu durum politik miyopluk olarak bilinmektedir. Artan kamu harcamalarının vergi dışı gelir kaynakları ile finanse edilmesi politik miyopluk etkisinin en önemli kanıtıdır.

Ekonomik kararlarda siyasal tercihlerin ön plana çıkarılması hem devletin etkin çalışmamasına hem de ekonomik yapıya uygun düşmeyen kararların alınmasına neden olmaktadır. Ekonomi yönetimin siyasileşmesi alınan ekonomik kararları da siyasal nitelikli kararlar haline getirerek siyaseti ön plana çıkartmaktadır. Siyasal partiler oy tarlalarının verimini düşürmemek için kendi seçim bölgelerine gereksiz gelir ve sermaye transferleri yapmaktadır. Siyasal karar alma ve uygulama sürecinde ortaya çıkan özel çıkar sağlama çabaları ekonomik ve siyasal yozlaşmayı beraberinde getirmektedir.

Etkin hukuki sınırlamalar olmaz ise hükümetler sahip oldukları güç ve yetkileri keyfice kullanma eğilimindedirler. Piyasada hata yapanların cezasını piyasa ve / veya yasalar verebilir. Örneğin talebi olmayan bir malı üreten firmanın iflas etmesi ve uyuşturucu üreticisinin hapsedilmesi gibi. Oysa politikada yanlış işlem bazen yeniden seçilmeyi garanti eder. Ayrıca, politikacı aynı zamanda yasa yapan kişi olduğundan politikacının sınırlandırılması çok daha önemlidir.

IX. MALİ YANILMA

Mali yanılma, kamusal malların ucuz ve hesaplı olduğu zannıyla vergi mükelleflerinin kamu harcamalarındaki artışa tepki göstermemelerini ifade eder. Kamu harcamalarındaki artıştan doğan maliyetler çok sayıdaki mükellefe paylaştırılınca mükellef başına maliyet düşer ve kamu harcama artışı gereken tepkiyi almaz [48]. Kamu harcamaları artışından önemli yararlar sağlayan çıkar gruplarının bu harcamaların artması yönündeki baskıları ise oldukça güçlüdür. Ayrıca, kamusal mal arz edenler bu mallardan sağlanan yararları abartıp maliyetlerini göz ardı etme eğilimindedirler. Bütün bunların sonunda, hükümetler daha çok harcama yaparken, mükellefler farkına varmaksızın daha çok vergi ödemek zorunda kalırlar[49].

Vergi mükelleflerinin üretilecek kamusal mallardan kendi paylarına düşen maliyeti önemsiz görüp, kamu harcama artışına gereken tepkiyi göstermemesi sonucu kamusal savurganlık artar. Örneğin 100 bin vergi mükellefi olan bir ekonomide 1 trilyon TL maliyetli bir kamusal mal üretiminin mükellef başına ortalama maliyeti 10 milyon TL'dir. Ödeyeceği 10 milyon TL'yi

önemsiz bulan her bir mükellef ilgili kamusal malı üretmenin ekonomik olup olmadığını sorgulama gereği duymaz ve böylece ekonomik olmayan bazı kamusal mallar üretilmeye devam eder.

Mali yanılma konusunda rasyonel insanlar niçin yanılırlar? diye haklı bir tepki gelebilir. Gerçekten, mükellefler niçin kamu harcama artışına tepki göstermezler de kamusal savurganlığı finanse edecek şekilde vergilerini ödemeye devam ederler? Bu durumun en önemli nedeni, yasalar gereği verginin zorunlu olarak alınmasıdır. Kamusal mallardan ödedikleri vergiden daha çok yarar sağlasalar bile, sürekli daha az vergi ödemeye çalışmaları mükelleflerin rasyonel olduklarını göstermektedir. O halde, mali yanılmayı bir ölçüde, kamusal savurganlığa mükelleflerin gönüllü rızası olarak değil de, zorunlu katlanmaları olarak görmek gerekir.

Mükelleflerin bu kayıtsızlığı eksik ve aldatıcı bilgidir veya kamu karar birimlerini etkileme gücünü kendilerinde görmemelerinden kaynaklanabilir. Bir mükellefin, hükümete baskı yapması halinde elde edeceği kamusal fayda / ödeyeceği vergi oranı, baskı yapmadan elde edeceği kamusal fayda / ödeyeceği vergi oranından küçük olduğu sürece, bu mükellef harcamalarını rasyonelleştirmesi için hükümete baskı yapmayacaktır. Bir yandan kamu kesiminde savurganlığın artması, diğer yandan kamu harcamalarının rasyonelleştirilmesi için hükümeti etkileme gücünün azalması mükellefleri vergiden kaçınma ve vergiyi kaçırmaya yönlendirecektir [50].

X. SAVURGANLIK

Piyasa ekonomisinde ekonomik birimler bizzat kendi paralarını harcadıklarından son derece dikkatli davranırlar. Örneğin bir firma sahibi ya da üretici, üretimde bulunurken en az maliyetle en çok karı elde etmeye gayret eder. Tüketici ise mümkün olduğu ölçüde en az para ödeyerek en kaliteli ve en ucuz mal ve hizmeti satın almak ister. Oysa, kamu ekonomisinde siyasal aktörler kendilerinin paralarını değil başkalarının paralarını harcarlar veya başkalarının paralarından fayda sağlarlar. Dolayısıyla kamu ekonomisinde devletin parasını harcayan politikacı, bürokrat ve kamu görevlileri genellikle kendilerinin paralarını harcarken gösterdikleri titizliği göstermezler [42].

Neo liberal anlayışa göre, para basma yetkisini elinde bulundurması, zora dayalı olarak vergi alabilmesi, görece olarak daha yüksek borçlanma olanağına sahip olması ve halka ait kaynakları kullanıyor olması devleti savurganlığa daha yatkın kılmaktadır. Devletin savurganlık ve verimsizliğe yatkın hali, ister istemez, onu ekonomik performansın kritik faktörü haline getirmektedir. Kamu sektöründe ekonomik etkinlikten uzak bu davranışlar kaynak kullanımında etkinliğin sağlanamamasına ve savurganlığa neden olmaktadır [51].

Kamusal savurganlık ve verimsizlik kamu harcamalarını, kamu harcamaları da bütçe açıklarını artırmaktadır. Savurganlık ve kamu harcamalarında aşırı artışın disiplin altına alınmaması kamu kesiminin borçlanma gereği daha da artırmakta, iç ve dış borç talebinin artması reel faizlerin yükselmesine neden olmaktadır. Artan reel faizler ise bir yandan yatırımların azalmasına ve işsizliğin artmasına öte yandan enflasyon kontrol altına alınmamasına ve ekonomik krizlerin yaşanmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda, kamusal savurganlığı ve verimsizliği önleyemedikleri ve özel girişimi etkin üretim alanına yönlendiremedikleri ölçüde hükümetlerin etkinliği artırılmaz ve kamusal alanda ekonomik etkinlik gerçekleştirilemez.

XI. KAYITDIŞI EKONOMİ

Marjinal ekonomi, gözlenemeyen ekonomi, kayıp ekonomi, resmi olmayan ekonomi, yer altı ekonomisi gibi isimlerle ifade edilen kayıtdışı ekonomi, gayri safi milli hasıla hesaplarını elde etmede kullanılan bilinen istatistik yöntemlerine göre tahmin edilemeyen gelir oluşturucu ekonomik faaliyetlerin tümünü anlatmak için kullanılmaktadır. Sosyal ve ekonomik yaşamı düzenleyen yasalara ve yönetmeliklere aykırı olarak gerçekleştirilen her türlü işlemler de kayıtdışı ekonomi kapsamında değerlendirilmektedir [52].

Kayıtdışı ekonomiyi önlemesi gereken devlet bazen kayıtdışı ekonomi yaratabilir. Kamu kesiminde savurganlık, merkeziyetçilik ve politik rantlar artar, bürokrasi düzgün işleme, yargı hizmetleri yavaş yürür, suçlular halk ettikleri cezaları görmez, yasalar herkese eşit uygulanmaz ve vergiler çalışmanın marjinal zahmetinin marjinal faydasını aşacak şekilde artarsa, devlet kayıtdışı ekonomiyi artırmış olur. Vatandaş bürokrasi tuzakına düşmeden işini yapmak ister, devletin savurganlığını ve veya çıkar gruplarının rantlarını ödememek için vergi ödemekten kaçınır, hak ettikleri cezaları görmeyen suçlular suç işlemeyi sürdürürler. Devlet kayıtdışı ekonomiyi kayıt altına alma yolunda gereken çabayı göstermezse kayıtlı ekonomide kayıt dışına itilir [29].

Devletin kayıtdışı ekonomiyi kayıt altına alamaması önemli sorunlar yaratır. Devlet kayıtdışı ekonomiyi kayıt altına alamazsa vergi gelirlerinden mahrum kalır, kamu gelirlerinin azalması bütçe açıklarını daha da artırır, kayıtdışı ekonomi rekabet dengesizliği oluşturarak kaynakların verimsiz kullanımına yol açar. Kayıtdışı ekonominin boyutları arttıkça kayıtlı ekonominin hacmi küçülür. Kayıtdışı ekonominin yaygınlaşmasına bağlı olarak ahlaki değerler yozlaşır, vatandaş devlete ve yasalara olan saygınlığını yitirir, vergide adalet ilkesi gerçekleşmez [53].

XII. SONUÇ

Toplumsal yaşamın doğal bir sonucu olarak ortaya

çıkan sosyal ve ekonomik gereksinimlerin karşılanması amacıyla oluşturulmuş olan en önemli kurumlardan biri de devlettir. Devletin ekonomideki rolü konusunda piyasa ekonomisi taraftarları ile devletin ekonomideki etkinliğinin azaltılmamasını savunanlar arasında uzun tartışmalar yaşanmaktadır. Günümüzde bile ne teoride ne de uygulamada kesin bir görüş birliğine varılamamıştır. Çünkü sorun çok yönlüdür. Sosyal, ekonomik, mali, siyasal, hatta ideolojik faktörler uygulamayı etkilemektedir. Piyasacı ve devletçi görüşlerin çatışma halinde oldukları göz önüne alındığında devletin ekonomideki rolünün ne olması gerektiği tam olarak ortaya konulamamıştır.

Piyasa ekonomisi taraftarları bütün düşüncelerini tam rekabet piyasası varsayımına dayandırmış, piyasanın kendi kendine bütün sorunları çözeceğini, üretim, tüketim ve gelir dağılımında kendiliğinden etkinlik sağlayacağını ve devletin ekonomiye müdahale etmemesi gerektiğini savunmuşlardır. Oysa, piyasa mekanizması aracılığıyla kaynak dağılımında etkinliğin sağlanması her zaman olası değildir. Piyasa ekonomisi her zaman tek başına Pareto etkin dağılımı sağlayamamış, kimi alanlarda ekonomik etkinliği sağlamakta yetersiz kalmıştır. Piyasa başarısızlıkları olarak ifade edilen bu ekonomik etkinlikten sapmaların başlıca nedenleri, kamusal mallar, dışsallıklar, aksak rekabetçi oluşumlar, asimetrik bilgi, risk ve belirsizlik, fiyatların yapışkanlığı, arz ve talep arasındaki gecikme, negatif eğimli arz pozitif eğimli talep, gelirin hakça paylaşılabilmesi ve ekonomik istikrarsızlıktır. Piyasa mekanizması kamusal mal ve hizmetlerin üretiminde yetersiz kalmıştır. Dışsallıkların ve aksak rekabetin varlığı halinde, optimum kaynak dağılımı sağlanamamıştır. Üreticilerin ve tüketicilerin piyasa hakkında yeterli bilgiye sahip olamamaları (asimetrik bilgi, risk ve belirsizlik), fayda ve kar maksimizasyonuna ulaşılmasını engellemiştir. Ücret ve fiyatların yapışkanlığı, arz ve talep arasında gecikme nedeni ile gittikçe ekonomik dengeden uzaklaşmış; başkalarından geri kalmama ve Veblen etkisi ile negatif eğimli olması gereken talep, pozitif eğim alabilmiş; gelir etkisinin ikame etkisinden daha büyük olması sonucu emek piyasasında pozitif eğimli olması gereken arz, tersine dönmüş ve negatif eğim kazanmıştır. Piyasa ekonomisinin en etkin aracı olan fiyat mekanizması tek başına hakça bölüşümü gerçekleştirilememiş, zaman zaman ekonomik istikrarsızlıklar yaşanmıştır. Bu bağlamda, piyasa ekonomisi ekonomik etkinliklerin organizasyonunun doğal fakat mükemmel olmayan bir modelidir.

Piyasanın başarısız olduğu bu durumlar, devleti ekonomiye çeken önemli birer gerekçe olmuş ve devlet fiyat mekanizmasının eksikliklerini gidermek amacıyla ekonomiye müdahale etmiştir. Bu gibi durumlarda piyasa mekanizması başarısızlığa uğradığından, kaynak savurganlığını engellemek ve maksimum refah düzeyine ulaşmak için devletin piyasaya müdahale etmesi

kaçınılmaz olmuştur. Devlet, ekonomik faaliyetlerin hemen hemen tümüne bazen sosyal fayda yaratmak, bazen öncülük etmek, bazen da düzeltici görevler yapmak amacıyla özel sektörle birlikte katılmaya başlamıştır.

İyi bir sosyal düzen için devlete mutlaka ihtiyaç vardır. Zaten doğal yaşam, anarşizm ve sosyalizmin komünizm aşaması hariç, hiçbir sistem devletsiz bir ekonomi önermemiştir. Ancak devlet bazı sorunların çözümü olduğu kadar bazı sorunların da kaynağı durumundadır. 1990 sonrası dönemde tüm dünyayı etkisine alan küreselleşme süreciyle birlikte devletin ekonomideki rolünün azaltılmasını savunan neo-liberal yaklaşımlar ekonomi politikalarında ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu yaklaşıma göre, Keynesyen politikaların da etkisiyle devlet, ara ve yatırım malları yanında giyim, gıda gibi özel sektörün rahatlıkla üretebileceği temel tüketim mallarını da üreterek, teşvik, mali yardım ve transfer ödemeleri vererek, taban fiyatı ve asgari ücret belirleyerek bir yandan özel girişimin faaliyet alanını daraltmış, diğer yandan fiyat mekanizmasının etkinliğini bozmuştur. Devlet ekonomiye bu denli müdahale edip, önemli bir kaynak dağıtıcısı haline gelince, girişimcilerin devletten rant sağlama çabaları artmıştır. Dolayısıyla özel girişim, piyasa koşullarında büyümek yerine, işleri devletten beklemenin ve devlet eliyle kısa yoldan köşe dönmenin kolaylığını tercih eder olmuştur. Bütçe açıkları hızla artmıştır. Kamu harcamalarındaki sürekli artış kısmen veya tamamen özel sektör harcamalarını dışlamış, aşırı merkezîyetçiliğin doğal bir sonucu olarak kırtasiyecilik ve işlem maliyetlerini daha da artmıştır. Oy peşinde koşan politikacılar rant toplumu yaratmış, politik miyopluk sonucu etkin olmayan programlar uygulamaya konulmuş, kamu kesiminde yaşanan savurganlığın önüne geçilememiş, kayıtdışı ekonomi bir türlü kayıt altına alınamamıştır.

Neo liberal anlayışına göre, devletin güç ve yetkileri sınırsız değildir. Devletin sahip olduğu siyasal ve ekonomik güç mutlaka anayasal ve yasal kurumlarla sınırlandırılmaktadır. Sınırlanmamış devlet ekonomik sosyal ve siyasal sorunlara neden olmaktadır. Bireysel hak ve özgürlükler ancak devletin müdahale etmediği piyasalarda gerçekleştirilebilecektir. Ancak devleti kısıtlayıcı hükümler konularak politikacılar ve bürokratların yetkilerini kötüye kullanmaları önenebilecektir.

Günümüze dek ekonomi, kutuplarından biri pür piyasacı, diğeri pür devletçi olan bu sarkaç içinde salına gelmiştir. Pür devletçi ekonomi kişisel dürtüleri harekete geçiremediği, pür piyasacı ekonomide azınlığın çoğunluğu sömürüsünü önleyemediği için başarılı olamamıştır. Son yıllarda sarkacın kutuplarından merkeze doğru eğilim artmış ve salınım daralmıştır. "Birey ve devletin birlikte ekonomisi" diye tanımlanabilecek bu yeni durum, daha çok istikrar anlamına gelmekte olup, ne piyasa ekonomisinden vazgeçilmesini ne de devletin

ekonomiden tümü ile çekilmesini gerektirmektedir. Sorun basit bir devlet piyasa karşıtlığı ve birbirinin idealize edilmesi değil, piyasa mekanizması ve devlet de dahil olmak üzere ekonomik ajanların hepsinin rasyonel davranmalarını sağlayabilecek kuramsal çerçevenin oluşturulabilmesidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Nadaroğlu, H. (2000). *Kamu Maliyesi Teorisi*. 11. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- [2] Türk, İ. (2003). *Maliye Politikası*. 15. Baskı. Ankara: Turhan Kitabevi.
- [3] Öztürk, N. (2004). Piyasa Başarısızlıkları. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öneri Dergisi*, 21, ss.173-187.
- [4] Şener, O. (2001). *Teori Ve Uygulamada Kamu Ekonomisi*, 7. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- [5] Bennett, J.T., & Johnson, M.H. *Devletin Büyümesi Teorileri*. (Çev.: A. Eker). (http://www.canaktan.org/ekonomi/anayasal_iktisat/diger_yazilar/eker-benett-devletbuyumesi.htm). [07.10.2003].
- [6] Sönmez, S. (1987). *Kamu Ekonomisi Teorisi Kamu Harcamalarında Etkinlik Arayışı*. 1. Baskı. Ankara: Teori Yayınları.
- [7] İnel, A. (2004). *Neo-Liberal Hegemonyanın Yeni Dili*. 1. Baskı. İstanbul: Birikim Yayınları.
- [8] Tan, T. (1998). Kamu Hizmeti Özelleştirme ve Bürokrasinin Azaltılması Üzerine. *Türk İdare Dergisi* (60. Yıl Özel Sayısı), 378, Mart, s.73.
- [9] Demir, O. (1996). Devletin Ekonomide Doğurduğu Sorunlar. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, XII(1-2), ss.215-232.
- [10] Wallis, L.J., & Dollery, E.B. (1999). *Market Failure Government Failure Leadership And Public Policy*. London: Macmillan.
- [11] Wolf, C. (1979). A Theory Of Non-Market Failures. *Public Interest*, 55, Spring, ss.114-133.
- [12] Stiglitz, J.E. (1994). *Kamu Kesimi Ekonomisi*. (Çev.: Ö.F. Batirel). İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayın No:549.
- [13] Güner, A.. (1998). Başarısız Devlet ve Çözüm Önerileri. *M.Ü. İİBF Dergisi Özel Sayı*, XIV(1), s.193.
- [14] Saybaşı, K. (1986). *Devletin Ekonomiye Müdahalesi*. 1. Baskı. Ankara: Birey ve Toplum Yayınları.
- [15] Uysal-Sezer, B. (1994). Büyük Devlet Küçük Devlet Tartışması. *Amme İdaresi Dergisi*, 25(4), Aralık, ss.4-6.
- [16] Savaş, V. (2000). *Piyasa Ekonomisi ve Devlet*. 2. Baskı. Ankara: Liberte Yayınları.
- [17] Buchanan, J.M. (1989). Market Failure and Political Failure. *Explorations Into Constitutional Economics*. Ed: J.M. Buchanan. Texas: A&M University Pres.
- [18] Buchanan, J.M., & Wagner, R.E. (2001). *Democracy In Deficit: The Political Legacy Of Lord Keynes*. Liberty Fund. Inc. (<http://www.econlib.org/library/buchanan/buchcv8contents.html>). [09.12.2002].

- [19] Lepage, H. (1991). Le Marché Politique. *Bulletin Du Cercle Frédéric Bastiat*, 5, 7 Septembre, ss.1-4.
- [20] Truger, A.. (2002). *Constitutional Economics Government Failure and Economics Science Failure*, ss.1-19. (<http://polis.unipmn.it/epcs/papers/truger.pdf>).
- [21] Buiter, W.H. (1983). Deficit Crowding Out and Inflation: The Simple Analytics. *Nber Working Paper*, No: 1299, February, ss.1-54. (<http://www.nber.org/papers/w1078>).
- [22] Demir, O. (2003). Türkiye Ekonomisinin Temel Bir Sorunu: Yüksek Kamu Açıklarının Uzun Süre Devam Etmesi. *A.Ü. İİBF Dergisi*, 17(1-2), ss.80-86.
- [23] Kolçak, M. (1998). Türkiye’de Kamu Açıkları ve İç Borç İlişkisi. *A.Ü. İİBF Dergisi*, 12(1-2), s. 31.
- [24] Poterba, J.M., & Summers, H.L. (1986). Financial Lifetimes And The Crowding Out Effects Of Budget Deficits. *Nber Working Paper*, No: 1955, June, ss.5-15. (<http://Www.Nber.Org/Papers/W1955>).
- [25] Keynes, J.M. (1969). *İstihdam Faiz ve Para Genel Teorisi*, (Çev.: A. Baltacıgil). İstanbul: Fakülteler Matbaası.
- [26] Friedman, M. (1988). *Kapitalizm Ve Özgürlük*. (Çev.: D. Erberk, & N. Himmetoğlu). İstanbul: Altın Kitaplar.
- [27] Dornbusch, R., & Fischer, S. (1988). *Makro Ekonomi*. (Çev.: S. Ak, M. Fisunoğlu, E. Yıldırım, & R. Yıldırım). 1. Baskı. İstanbul: McGraw-Hill Akademi Ortak Yayını.
- [28] Demir, O., & Öztürk, N. (1999). *Anayasal İktisat Çerçevesinde Devletin Sınırlandırılması*. Prof. Dr. Orhan Oğuz’a Armağan. İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayın No:640.
- [29] Demir, O. (1997). *Ekonomide Devlet*, Ankara: SPK Yayın No:71.
- [30] Demir, Ö. (1996). *Kurumcu İktisat*. 1. Basım. Ankara: Vadi Yayınları.
- [31] Eggertsson, T. (1992). *Economic Behavior And Institutions*. New York: Cambridge University Pres.
- [32] Tullock, G. (1994). “Rant Kollama”. (Çev.: C.C Aktan). Eker, A., & Aktan, Ç. (Ed.). *Politik Yozlaşma ve Rant Kollama*. Ankara: Takav Matbaası.
- [33] Buchanan, J.M. (1991). “Rant Kollama Ve Kar Kollama”. (Çev.: A. Eker). *Kamu Tercih ve Anayasal İktisat*. Yayına Hazırlayan: Eker, A., & Aktan, C.C. İzmir: Akliselim Matbaası.
- [34] Buchanan, J.M., (1991). “Rant Kollayan Toplumda Yapılabilecek Yenilik Hareketleri” (Çev.: A. Eker). *Kamu Tercih ve Anayasal İktisat*. Yayına Hazırlayan: Eker, A., & Aktan, C.C. İzmir: Akliselim Matbaası.
- [35] Ekici, M.S., & Demir, M. (2000). *Rant Kollama Sürecinde Baskı Grupları*. Prof. Dr. Adnan Tezel’e Armağan. İstanbul: Marmara Üniversitesi Maliye Araştırma ve Uygulama Merkezi, Yayın No:13.
- [36] Aktan, C.C. (1994). *Rant Savaşları*. Ankara: Ekonomik Forum Tobb Yayını.
- [37] Dollery E.B., & Wallis, L.J. *Local Government Failure*. (<http://Www.Econs.Ecel.Uwa.Edu.Au/Economics/Econs/Ecom Conf/Dollery1.Pdf>).
- [38] Savaş, V. (1997). *Anayasal İktisat*. 3. Baskı. İstanbul: Avcıol Basım Yayım.
- [39] Buchanan, J.M. (1994). Rant Kollama Kar Kollama. (Çev.: A. Eker). Eker, A., & Aktan, C.C (Ed.). *Politik Yozlaşma ve Rant Kollama*. Ankara: Takav Matbaası.
- [40] Aktan, Ç.C. *Görünmez Ayak Ve Milletlerin İsrafı*. (<http://Www.Canaktan.Org/Din-Ahlak/Ahlak/Rant-Kollama/Gorunmez-Ayaklar.Htm>). [07.10.2003].
- [41] Bulutoğlu, K. (1997). *Kamu Ekonomisine Giriş Devletin Ekonomik Bir Kuramı*. 5. Baskı. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- [42] Aktan, Ç.C. (1997). *Anayasal İktisat*. İstanbul: İz Yayıncılık.
- [43] Savaş, V. (1998). *Politik İktisat*. 3.Bası. İstanbul: Beta Yayınları.
- [44] Büyüklü, A.H. (2000). Ekonomide Devletin Payının İktisat Politikaları Açısından Önemi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 50(1-4), ss.45-46.
- [45] Savaş, V. (1992). Yeni Anayasa Hazırlanırken Ekonomik Anayasa, *Ekonomik Anayasa Sempozyumu*. 28-29 Mayıs. Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü. Ankara: Takav Matbaası.
- [46] Garello, J. (1996). Décisions Publiques Et Comportement Des Hommes Politiques. *Lumières Landaises*. (<http://Bastiat.Net/Fr/Cercle/Rencontres/1996-4.Html>).
- [47] Akalın, G. (2000). *Kamu Ekonomisi*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- [48] Akalın, G. (2002). *Türkiye’de Piyasa Ekonomisine Geçiş Süreci ve Ekonomik Kriz*. Ankara: Tisk Yayın No:215.
- [49] Savaş, E.S. (1994). *Özelleştirme: Daha İyi Devlet Yönetiminin Anahtarı*. (Çev.: E. Yener). Ankara: Mpm Yayın No:517.
- [50] Demir, O., & Öztürk, N. (2001). Kamu Tercihinin Oylama Yöntemiyle Tespitinde Karşılaşılan Sorunlar. *Kamu Tercih ve Anayasal İktisat Dergisi*, 1, Ocak-Şubat-Mart, ss.75-76.
- [51] Hanusch, H. *Kamu Sektöründe Etkinsizlikler: Talep ve Arz Yönleri*. (Çev.: S. Tekir). (<http://Www.Canaktan.Org/Ekonomi/Anayasal İktisat/Diger Yazilar/Tekir-Hanusch-Kamu-Etkinsiz.Htm>). [07.10.2003].
- [52] Karagül, M. (1997). Kayıtdışı Ekonomi ve Türkiye’deki Kayıtdışı Ekonominin İncelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi, Celal Bayar Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3, ss.186-187.
- [53] Altuğ, O. (1994). *Kayıtdışı Ekonomi*, İstanbul: Cem Ofset Matbaacılık.

Nazım ÖZTÜRK

Nazım ÖZTÜRK (nozturk@cumhuriyet.edu.tr) has Ph. D. of Economics at Uludağ University Social Sciences Institute. He was appointed as assistant Professor to Cumhuriyet University, Cumhuriyet Vocational School, Department of Foreign Trade in January 25, 2002 and he is still continuing his service. His research interests are public choice and constitutional economics, market failures, governmental failures in economy, regional development and southeastern Anatolian Project, changing role of IMF and effects on developing Economies, distribution of income in classical and neoclassical economics and new approaches in wage theory.



THE EFFECT OF MACROECONOMIC FACTORS ON ASSET RETURNS: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE GERMAN AND THE TURKISH STOCK MARKETS IN AN APT FRAMEWORK

Erdinç ALTAY

Istanbul University, Faculty of Economic, Dr.

THE EFFECT OF MACROECONOMIC FACTORS ON ASSET RETURNS: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE GERMAN AND THE TURKISH STOCK MARKETS IN AN APT FRAMEWORK

Abstract: This paper uses factor analytic techniques for deriving factor realizations from a group of main economic indicators of both the German and the Turkish economy in order to test the effect of macroeconomic factors on asset returns in an APT framework. The factor structure of the German economy yields four factors, whereas the Turkish economy has only three factors even though the same economic indicators are employed in the factor analysis and principle components analysis procedures. In order to test the effect of factors on asset returns, factor beta coefficients are estimated. We found some evidence of the unexpected interest rate factor beta coefficient and the unexpected inflation factor beta coefficient having statistically significant effects on asset returns of the German Stock Market. But we were not able to find any unexpected macroeconomic factor beta with a significant influence on asset returns in the Turkish Stock Market.

Keywords: Asset Pricing, Arbitrage Pricing Theory, Capital Asset Pricing Model, Factor Analysis, Principle Components Analysis, Factor Betas, Macroeconomic Factors, Capital Market

MAKROEKONOMİK FAKTÖRLERİN VARLIK GETİRİ ORANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: APT ÇERÇEVESİNDE ALMAN VE TÜRK SERMAYE PİYASALARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Özet: Bu çalışmada, Alman ve Türk sermaye piyasalarında makroekonomik faktörlerin varlık getiri oranları üzerindeki etkisi Arbitraj Fiyatlama Teorisi çerçevesinde karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve test edilmiştir. Söz konusu makroekonomik faktörlerin türetilmesinde faktör analizi teknikleri kullanılmıştır. Her iki ülke için de aynı ekonomik göstergeler asal bileşenler ve maksimum olabilirlik faktör analizlerine tabi tutulduğu halde bu değişkenlerden türetilen faktörlerin sayısı Alman ekonomisi için dört, Türk ekonomisi için ise üç olarak tespit edilmiştir. Bu faktörlerin varlık fiyatları üzerindeki etkilerinin test edilmesi için tahmin edilen faktör betalarından elde edilen sonuçlar ise Alman sermaye piyasasında beklenmeyen faiz oranı ve beklenmeyen enflasyon faktörlerine ait beta katsayılarının varlık getiri oranları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkilerinin olduğunu göstermektedir. Buna karşın Türk sermaye piyasasında böyle bir etkiye rastlanamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Varlık Fiyatlama, Arbitraj Fiyatlama Teorisi, Finansal Varlık Fiyatlama Modeli, Faktör Analizi, Asal Bileşenler Analizi, Faktör Betaları, Makroekonomik Faktörler, Sermaye Piyasası

I. INTRODUCTION

The Arbitrage Pricing Theory (APT) was introduced by Ross [1,2] as an alternative to the Capital Asset Pricing Model (CAPM) by Sharpe [3], Lintner [4] and Mossin [5], and extended by Huberman [6], and Chamberlain and Rothschild [7]. Now there is a large theoretical literature about the theory with various empirical studies (For example; Reinganum [8], Jobson [9], Shanken [10], Brown and Weinstein [11], Chamberlain [12], Chen [13], Stambaugh [14], Dhrymes, Friend and Gultekin [15], Cho, Elton and Gruber [16], Ingersoll [17], Chen, Roll, Ross [18], Connor and Korajczk [19], Burmeister and McElroy [20], Tiemann [21], Lehman and Modest [22], Ferson and Harvey [23], Mei [24], Brennan, Chordia and Subrahmanyam [25]).

APT depends on the law of one price and categorises the risk of an asset into two parts: systematic risk, which is a result of more than one common factor, and unsystematic risk. Thus in the APT framework, a linear relation between the expected return and "k" number of common factor betas is proposed under the assumptions of homogeneous investor expectations, risk averse utility maximising investors, a frictionless and perfectly competitive capital market with no asymptotic arbitrage opportunities. This smaller number of assumptions relative to the CAPM, with the unpromising results of various empirical studies on the cross sectional relation between market beta and expected return opposite to CAPM proposals, makes APT more attractive and less restrictive for empirical researchers.

As opposed to k factor framework of the APT, CAPM employs only Market Portfolio in the centre of the pricing relation. But among the great number of empirical studies on the CAPM, Gibbons [26], MacKinlay [27], Reinganum [8], Lakonishok and Shapiro [28] and Coggin and Hunter [29] could not present strong evidence for the expected return-market beta relation. Nor were Fama and French [30] able to find statistically significant relation between beta and expected return, yet they found evidence of significant effects on asset returns due to some other factors, such as size and book to market ratio. Hence, these results supported the argument that the Market Portfolio as the only risk source is not capable of explaining returns on average. With its multifactor return generating structure, the APT is thought to fill the gap stated in empirical results found on the CAPM. But on the other hand, the APT has a serious disadvantage in defining systematic risk factors. In contrast to the APT, the "Market Portfolio" as the only risk factor in the CAPM is clearly defined, although there is serious criticism of the empirical formulation of this factor, for instance expressed by Roll [31]. But neither the number of factors, nor the type of factors that determine the asset prices are specified in the APT. So these theoretical gaps, combined with further attempts to understand the phenomena in capital markets and the asset pricing problem, provide a motivation for the empirical research in various stock markets in different time periods.

In this paper, various macroeconomic variables representing the basic indicators of an economy are employed in the factor analysis processes and factor realisations of principal economic phenomena are derived. The idea of this kind of analysis is that the macroeconomic variables are considered to be just quantitative indicators of basic economic phenomena. Deriving basic factors from macroeconomic variables and employing these factors in pricing models can provide valuable information about the content of priced factors in different stock markets. Using macroeconomic variables directly in a multivariable regression process can cause estimation problems arising from the multicollinearity problem. On the other hand, generating orthogonal factor realizations eliminates the multicollinearity problem in estimating factor betas and serves to find which economic forces are rewarded by the market.

The organisation of the paper is as follows. In the second section, a brief literature review is presented. The third section describes the methodology of our test. The results of the empirical test can be found in the fourth section. Section five concludes the paper.

II. A BRIEF LITERATURE REVIEW

Asset prices are believed to react to economic events. Some macroeconomic changes affect asset prices stronger than others and some do not even affect them at

all. Then, the theoretical question of "which economic factors have significant effects on the pricing mechanism" is tried to be resolved by many empirical studies which employ multifactor models (Some examples of empirical studies that employ macroeconomic variables as explanatory variables in pricing models are: Chan, Chen and Hsieh [32], Chen, Roll and Ross [18], Burmeister and Wall [33], Beenstock and Chan [34], Burmeister and MacElroy [20], Chang and Pinegar [35], Kryzanowski and Zang [36], Chen and Jordan [37] and Rahman, Coggin and Lee [38]). One of the most famous APT tests on this subject was implemented by Chen, Roll and Ross [18] who considered some significant economic variables to have systematic influence on asset returns. These are: the spread between long and short term interest rates, expected and unexpected inflation, industrial production, and the spread between high- and low-grade bonds. Some other empirical studies of the APT are only focused on determining the number of risk factors that systematically explain the stock market returns by implementing Factor Analysis Methods. There is a great number of papers that employ Factor Analysis methods. For example, Roll and Ross [39] found that 3 or 4 systematic risk factors are statistically adequate to explain the asset returns in the period of 1962-1972, while on the other hand Chen [13] found 5 factors in the NYSE and AMEX between 1963-1978. Dhrymes et.al [40] found a changing number of factors depending on the period length and the size of the stock groups under analysis. Although the number of factors can be estimated in these kinds of analysis, the identification of priced factors is impossible. But in the analysis which employ macroeconomic factors additional information can be obtained by analysing the links between asset returns and macroeconomic events.

Since most APT empirical tests mentioned above deal with the US stock markets, comparative investigations of other markets can give valuable information on the validity of the theory's proposals, for example, the number and the identification of the factors on these markets. In this paper we implement empirical analysis to both German and Turkish stock markets and economic data. Germany and Turkey are both European countries with different levels of economic development. German economy represents an industrialised and developed country with a relatively old stock market, on the other hand, Turkey is a developing country with a young, emerging stock market. Thus estimating the factor structure of both countries and analysing the effects of each country's economic factors on asset returns can give answers to several questions such as: are factor structures of these countries the same? do the same factors effect asset returns in both markets? are the proposals of APT relevant in both developed and developing markets? which economic risk factors are rewarded in each of these countries?

There are several previous empirical studies of the

APT for the German and Turkish Stock Markets. For example, Winkelmann [41] used monthly returns of 93 assets in the period between 1971-1981 and implemented the principle components analysis method in order to test the APT. Peters [42] analysed the 1975-1985 period with 21-day stock returns. Frantzman [43] employed daily returns for 1980-1985 period by using the maximum likelihood factor analysis method. Verlerger [44] implemented an APT test for weekly stock returns for the period of 1972-1985. Sauer [45] analysed the 1970-1989 period by implementing the maximum likelihood factor analysis method and also used some macroeconomic variables as potential common risk factors. Adelberger and Lockert [46] analysed the Frankfurt Stock Exchange in the 1976-1991 period by calculating eigenvalues of weekly and monthly asset returns. All these analyses that have different time periods support the evidence of more than one statistically significant factor explaining the asset returns in the German Stock Market.

A research by Özcam [47] can be considered an example of APT testing in Istanbul Stock Exchange. In this research, seven macroeconomic variables of Turkish economy are separated into expected and unexpected series by a regression process, then two-step testing methodology is implemented on these series. A sample population of 54 stocks for the period of 01/1989-07/1995 is used. As a result, beta coefficients of expected factors are found significant for asset returns. Altay [48] is another example of two different APT tests in Istanbul Stock Exchange. In the first test, factor analysis method is employed in daily returns of 121 to 265 stocks in the 1993-2000 period for each year and one dominant significant factor is found among several minor significant factors for each year. The second test employs multivariable regression process in order to examine the significance of macroeconomic variables on asset returns. As a result only expected treasury bill interest rate beta is found significant for explaining asset returns.

All these above stated studies for German and Turkish Stock Markets employ Factor Analysis Methods in order to derive basic common factors from stock returns or utilize regression processes to test the significance of macroeconomic variables and their betas on asset returns. In this paper, a different method is used for testing the effect of macroeconomic factors on asset prices in both markets which has a similar idea with Cheng [49]. Cheng implemented factor analysis on both asset returns and macroeconomic variables in order to derive priced security factors and macroeconomic factors, then compared these two categories of factors with a canonical correlation analysis in order to reach a statistically significant relation. This kind of analysis eliminates the problems of the multicollinearity and the sensitivity of the estimation results to the number of independent variables, in pricing model of classical multivariate regression testing techniques of APT. In our

analysis, we use factor analysis techniques on macroeconomic variables in order to extract unexpected factor time series and implement a classical two-stage test methodology. In the first stage, factor beta coefficients of asset returns are estimated by time series regression where portfolio returns are endogenous variables and derived factors are exogenous variables. In the second stage significance of factor betas on average asset returns are tested by a cross sectional regression process. The advantage of such a methodology is the possibility of eliminating multicollinearity problem between macroeconomic variables and testing the relation between asset returns and macroeconomic factors.

III. THE METHODOLOGY

We use a two-stage testing methodology which is extensively used in both CAPM and APT testing literature, for example by Fama MacBeth [50], Roll and Ross [39], Chen [13], Chen, Roll and Ross [18], Lehman and Modest [22]. First of all unexpected potential risk factors are derived, then several portfolios are constructed for testing procedure. In the first stage, factor beta coefficients of each portfolio are estimated by time series regression, and in the second stage a cross sectional regression process is run to estimate the relation between factor betas and average asset returns.

III.1. APT Model

The k factor linear pricing model of APT can be shown for the system of N assets under no arbitrage condition as follows:

$$R_t = \mu_t + B\delta_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$E(\varepsilon_t | \delta_t) = 0, E(\delta_t) = 0, E(\varepsilon_t \varepsilon_t' | \delta_t) = \Sigma$$

where R_t is a $(N \times 1)$ vector of asset returns, μ_t is a $(N \times 1)$ vector of expected asset returns, B is a $(N \times K)$ matrix of factor beta coefficients (factor loadings), δ_t is a $(K \times 1)$ vector of common factor realisations and ε_t is a $(N \times 1)$ vector of idiosyncratic return.

In the absence of riskless arbitrage opportunities in large economies, Ross [1] shows that there is an approximate relation between expected returns and factor betas:

$$\mu_t \approx \iota \lambda_0 + B\lambda_K \quad (2)$$

where ι is a $(N \times 1)$ vector of ones, λ_0 is a scalar of zero beta parameter and λ_K is a $(K \times 1)$ vector of factor risk premia. The above approximate relation becomes an exact relation with additional assumptions (Chamberlain [12] presents the necessity of the risky well diversified portfolio on the efficient frontier for converting

approximate relation to exact pricing relation. Connor [51] presents competitive equilibrium version of APT with the additional assumption of pervasive factors that enable elimination of unsystematic risk without restricting investors' choice of factor risk exposure. This method employs asymptotic principle components technique and several examples of applying this method can be seen: by Chamberlain and Rothschild [7], Connor and Korajczk [19], Connor and Korajczk [52], McCulloch and Rossi [53], Ferson and Korajczk [54], Brennan, Chordia and Subrahmanyam [25], Elton [55], Pastor and Stambaugh [56] and Jagannathan and Ma [57]). The exact pricing relation can be shown as follows:

$$\mu_t = \lambda_0 + B\lambda_K \quad (3)$$

III.2. Deriving Potential Macroeconomic Risk Factors

As it has been mentioned before, APT does not specify neither the number nor the contents of the common risk factors. Thus, the first step of an APT analysis should be the determination of potential systematic risk factors. In our analysis, the main question of "which macroeconomic events are rewarded in stock markets" is tried to be answered for German and Turkish stock markets by employing main macroeconomic variables of each economy in the factor analysis process in order to derive basic economic dimensions that will be the inputs for multifactor pricing model.

Factor analysis produces a smaller number of orthogonal factors which explains the best covariance structure of original high dimensional data. Implementing factor analysis to M number of macroeconomic variables results in the following decomposition of covariance structure into the variation from factors and the residual variation

$$V = BF + \xi$$

$$\begin{aligned} VV' &= (BF + \xi)(BF + \xi)' \\ &= (BF + \xi)(F'B' + \xi') \\ &= BFF'B' + BF\xi' + \xi F'B' + \xi\xi' \end{aligned}$$

$$E(VV') = B E(FF')B' + BE(F\xi') + E(\xi F')B' + E(\xi\xi')$$

$$\Omega = B \Omega_K B' + D \quad (4)$$

where V is a $(M \times 1)$ vector of macroeconomic variables $[V_1, V_2, \dots, V_M]'$, B is a $(M \times K)$ factor loading matrix, F is a $(K \times 1)$ vector of factors and ξ is a $(M \times 1)$ vector of measurement errors for V . On the other hand, $E(VV') = \Omega$ is a $(M \times M)$ covariance matrix of macroeconomic variables, Ω_K is a $(K \times K)$ factor covariance matrix and D is a $(M \times M)$ diagonal residual covariance matrix. Equation

(4) shows decomposition of the covariance matrix of variables into variation from factors (first term of right-hand side of the equation) and residual variation (second term of right-hand side of the equation).

Using the above decomposition, factor analysis process produces estimators of B and D , enabling to get k number of factor time series from macroeconomic time series. Implementing such a factor analysis process to several economic variables enables us to derive common economic factors for each economy within sample periods.

In this research, two different methods: Principle Components Factor Analysis and Maximum Likelihood Factor Analysis are implemented. The Principle Components method is a variance driven method that produce the first principle component as a linear combination of variables with the highest variance; the second principle component as a linear combination of variables with the highest variance and orthogonal to the first principle component and so on. These principle components with eigenvalues higher than one are rotated with varimax rotation with kaiser normalisation method, and serve as factors in the analysis. On the other hand, the maximum likelihood method is covariance driven. In this method, factors that can explain the covariance structure of variables are extracted by maximum likelihood estimators. In our analysis, varimax rotation with kaiser normalisation method is also applied to the maximum likelihood factor extraction.

III.3. Estimation of Factor Beta Coefficients

APT proposes a multivariable pricing model for return generating process of capital markets where all assets are priced according to their relevant risk level, factor betas. In order to estimate factor beta coefficients of assets, the following time series regression model is used:

$$R_{it} = \bar{R}_i + b_1 \delta_{1t} + \dots + b_k \delta_{kt} + \varepsilon_{it}$$

$$R_{it} - \bar{R}_i = b_1 \delta_{1t} + \dots + b_k \delta_{kt} + \varepsilon_{it} \quad i=1, \dots, N \quad (5)$$

where R_{it} is the time series of i^{th} asset returns, \bar{R}_i is the expected (average) return of asset i , δ_{kt} is the k^{th} unexpected common factor realizations, b_k is the sensitivity of asset i 's returns to factor k (factor beta coefficient) and ε_{it} is the error term.

Each asset's returns in excess of average return are regressed against common factor time series that are derived from the factor analysis process. Beta coefficients of each asset for each common factor is estimated by Ordinary Least Squares method.

III.4. Estimation of Factor Risk Premia and Hypothesis Testing

After the estimation of factor beta coefficients, a cross sectional regression process is implemented. The following cross sectional regression model is utilized for each time point to get time series of each risk premia and zero beta return:

$$R_i = \lambda_0 + b_{i1}\lambda_1 + \dots + b_{ik}\lambda_k + e_i \quad i = 1, \dots, N$$

for each $t = 1, \dots, T$

where R_i is the return of asset i , λ_0 is the zero beta asset return (constant of cross sectional regression model), b_{ik} is the asset i 's beta coefficient to factor k , λ_k is the factor risk premium k and e_i is the error term. The above cross sectional regression is estimated for all t 's in sample period and time series of ex post risk premia for each factor are estimated, then the means and standard deviations of risk premia are calculated for hypothesis testing.

The test hypothesis of this process is; $H_0 = \lambda_0, \lambda_1, \dots, \lambda_k$ are significantly different from zero. To test this hypothesis a two-tail t-test can be implemented to estimated time-series means of ex post risk premia. But Shanken [58] shows that the beta coefficients used in cross sectional regression are only estimated parameters got from the first time series stage. So, in order to correct the test results, an adjustment is needed as presented by Shanken [58].

IV. DATA and EMPIRICAL RESULTS

IV.1. Description of Data Sets and Sample Period

We use two different data sets in the analysis. The first data set consists of various monthly macroeconomic variables of German and Turkish economy and the second data set includes monthly stock returns of the German and Turkish Stock Markets.

The sample period for Germany is January 1988-June 2002 and for Turkey is January 1993-June 2002. The reason of a shorter period for Turkey arises from its relatively young stock market. The Turkish Stock Market, Istanbul Stock Exchange, was founded in 1985 with a relatively small number of listed stocks. For this reason, analysis of the Turkish Stock Market starts in January 1993, when there was a relatively higher number of stocks.

The total sample period of January 1988-June 2002 (174 months) for Germany is divided into two subperiods: January 1988-December 1990 (36 months) and January 1991-June 2002 (138 months). The reason of

having two more subperiods within the main period is the requirement of adjusting for the structural change arising from the Unification of West and East Germany.

IV.2. Macroeconomic Data

In previous empirical tests of APT, various macroeconomic variables are utilized in order to explain cross sectional asset returns. These variables can be seen in Table.1.

In this analysis, macroeconomic data for Germany and Turkey are selected according to the following criteria: (1) variables should be the main economic indicators of the countries, (2) variables should be available in both economies, (3) monthly series of variables should be available.

According to the above criteria, the variables presented in Table.2 are used to derive potential risk factors. Consumer Price Index, Whole Sale Price Index, Imports, Exports, Foreign Exchange and Industrial Production variables are converted to a monthly continuous increase rate by taking their first logarithmic differences:

$$R(V_j)_t = \ln P(V_j)_t - \ln P(V_j)_{t-1}$$

where $R(V_j)_t$ is the continuous return of variable j in month t and $P(V_j)_t$ is the level of variable j in month t . Other variables, namely the average yield of public bonds and money market interest rate, are monthly rates of returns.

The data set for Germany contains 8 monthly series over the period of January 1988-June 2002. On the other hand, the data set for Turkey contain the same series for the period January 1993-June 2002.

IV.3. Derivation of Factors from Macro Economic Data

The macroeconomic series presented in Table.2 are employed in factor analysis processes of both principle components and maximum likelihood estimations for each subperiod. In addition to these variables, a second kind of factor formation is implemented by also employing DAX-100 index for the German Stock Market and ISE-100 index for Turkish Stock Market in the factor analysis procedures. These market proxy data are got from Datastream (Datastream is provided as a part of the project "Finanzmarktinnovationen und -institutionen als Folge unvollkommener und unvollständiger Märkte"). SPSS 11.0 statistical software is used for performing factor analysis. The number of factors derived from each analysis for each subperiod and the composition of the factors can be seen in Table.3 for Germany.

Table.1. Macroeconomic Variables that are Employed in Previous APT Tests

Macroeconomic Variables	Previous Studies which Employ Indicated Variables
Industrial Production	Chan, Chen and Hsieh [32], Chen, Roll and Ross [18], Burmeister and Wall [33], Beenstock and Chan [34], Chang and Pinegar [35], Kryzanowski and Zhang [36], Chen and Jordan [37], Sauer [45], Özcaml [47], Rahman, Coggin and Lee [38], Altay [48]
Inflation	Chan, Chen and Hsieh [32], Chen, Roll and Ross [18], Burmeister and Wall [33], Burmeister and MacElroy [20], Chang and Pinegar [35], Kryzanowski and Zhang [36], Chen and Jordan [37], Sauer[45], Rahman, Coggin and Lee [38], Altay [48]
Risk Premium	Chan, Chen and Hsieh [32], Chen, Roll and Ross [18], Burmeister and Wall [33], Chang and Pinegar [35], Kryzanowski and Zhang [36], Chen and Jordan [37], Sauer [45], Rahman, Coggin and Lee [38]
Term Structure	Chan, Chen and Hsieh [32], Chen, Roll and Ross [18], Burmeister and Wall [33], Sauer [45], Chang and Pinegar [35], Kryzanowski and Zhang [36], Chen and Jordan [37], Rahman, Coggin and Lee [38]
Real Consumption	Chan, Chen and Hsieh [32]
Oil Price	Chan, Chen and Hsieh [32], Chen and Jordan [37]
Residual Market Factor	Burmeister and Wall [33], Kryzanowski and Zhang [36]
Money Supply	Beenstock and Chan [34], Sauer [45], Özcaml [47], Altay [48]
Retail Prices	Beenstock and Chan [34]
Capital Flows	Altay [48]
Retail Sales	Beenstock and Chan [34], Sauer [45], Özcaml [47]
Wages	Beenstock and Chan [34], Sauer [45]
Export Prices	Beenstock and Chan [34]
Exports	Beenstock and Chan [34], Sauer [45]
Total Revenue	Burmeister and MacElroy [20]
Short term Interest Rates	Burmeister and MacElroy [20], Özcaml [47], Altay [48]
Domestic National Product	Kryzanowski and Zhang [36]
Foreign Exchange Rate	Kryzanowski and Zhang [36], Sauer [45], Özcaml [47], Altay [48]
Unemployment	Sauer [45]
Budget Balance	Özcaml [47]
Current Accounts Balance	Özcaml [47], Altay [48]
Order Level	Sauer [45]

Table.2. Macroeconomic Variables Used in the Analysis

Variable	Symbol	Data Source	Explanation
Panel A: Germany			
Consumer Price Index	CPI-G	OECD	12/87-01/91 Period:Western Germany / 1990 base year 01/91-06/02 Period:Germany / 1995 base year
Wholesale Price Index	WPI-G	OECD	12/87-01/91 Period:Western Germany / 1985 base year 01/91-06/02 Period:Germany / 1995 base year
Imports	IMP-G	OECD	Billion USD
Exports	EXP-G	OECD	Billion USD
Foreign Exchange Rate	FEX-G	OECD	Euro / US Dollars
Average Yield of Public Bonds	IntBND-G	Bundesbank	Average yield of public bonds which has the maturity between 1-2 years. Converted into monthly rate
Industrial Production Index	IPI-G	OECD	Construction Excluded / 1995 base year
Money Market Interest Rate	IntMNY-G	Bundesbank	Frankfurt interbank monthly interest rate

Table 2. Macroeconomic Variables Used in the Analysis (cont.)

Panel B: Turkey			
Consumer Price Index	CPI-T	OECD	1995 base year
Wholesale Price Index	WPI-T	OECD	1995 base year
Imports	IMP-T	OECD	Billion USD
Exports	EXP-T	OECD	Billion USD
Foreign Exchange Rate	FEX-T	OECD	Turkish Lira / US Dollars
Average Yield of Public Bonds	IntBND-T	DPT*	Average compounded interest rate of domestic debt
Industrial Production Index	IPI-T	OECD	Construction Excluded / 1995 base year
Money Market Interest Rate	IntMNY-T	TCMB**	Weighted interest rate on one month maturity deposits

* DPT = State Planning Organisation of Turkish Republic

** TCMB = Turkish Republic Central Bank

Table 3. Factors Derived from the Macroeconomic Variables and the Market Proxy of Germany

Factor Analysis Type*	Number of Factors	Factors (δ_i)	Composition of Factors	Total Variance Explained	
				% of Variance	Cumulative %
Panel A: 01/1988 - 06/2002 Period					
PCFA-1	4	$\delta 1$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	25.8	25.8
		$\delta 2$: Unexpected Interest Rate Level	IntBND-G , IntMNY-G	25.8	51.7
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	WPI-G , CPI-G	18.4	70.0
		$\delta 4$: Unexpected Production	IPI-G	13.5	83.5
PCFA-2	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntBND-G , IntMNY-G	23.3	23.3
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	23.0	46.3
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	WPI-G , CPI-G	16.4	62.7
		$\delta 4$: Unexpected Production + Market Proxy	IPI-G , DAX-100	13.1	75.8
MLFA-1	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-G , IntBND-G	25.0	25.0
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	21.5	46.5
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	WPI-G , CPI-G	16.4	62.9
		$\delta 4$: Unexpected Production	CPI-G , IPI-G	6.9	69.7
MLFA-2	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-G , IntBND-G	22.6	22.6
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	19.2	41.8
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	WPI-G , CPI-G	14.3	56.1
		$\delta 4$: Unexpected Production + Market Proxy	CPI-G , IPI-G , DAX-100	15.1	61.2
Panel B : 01/ 1988 – 12/1990 Subperiod					
PCFA-1	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-G , IntBND-G	26.2	26.2
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	25.9	52.2
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	CPI-G , WPI-G	19.2	71.4
		$\delta 4$: Unexpected Production	IPI-G	13.6	85.0
PCFA-2	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level+ Market Proxy	IntBND-G , IntMNY-G , DAX-100	23.9	23.9
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	23.9	47.9
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	CPI-G , WPI-G	17.5	65.3
		$\delta 4$: Unexpected Production	IPI-G	12.1	77.4
MLFA-1	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-G , IntBND-G	25.7	25.7
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	22.3	48.0
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	WPI-G , CPI-G	14.8	62.8
		$\delta 4$: Unexpected Production	CPI-G , IPI-G	6.7	69.4
MLFA-2	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-G , IntBND-G	22.7	22.7
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G	18.4	41.1
		$\delta 3$: Unexpected Inflation + Production	WPI-G , CPI-G , IPI-G	15.1	56.2
		$\delta 4$: Unexpected Foreign Exchange Level+ Market Proxy	FEX-G , DAX-100	9.7	65.9

Table 3: Factors Derived from the Macroeconomic Variables and the Market Proxy of Germany (cont.)

Panel C: 01/1991 – 06/2002 Subperiod					
PCFA-1	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-G , IntBND-G	26.3	26.3
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	25.6	51.9
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	CPI-G , WPI-G	18.3	70.2
		$\delta 4$: Unexpected Production	IPI-G	13.5	83.7
PCFA-2	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-G , IntBND-G	23.7	26.7
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	23.3	46.9
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	CPI-G , WPI-G	16.3	63.2
		$\delta 4$: Unexpected Production + Market Proxy	IPI-G , DAX-100	13.5	76.7
MLFA-1	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntBND-G , IntMNY-G	25.2	25.2
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	21.4	46.6
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	WPI-G , CPI-G	16.0	62.6
		$\delta 4$: Unexpected Production	CPI-G , IPI-G	7.6	70.3
MLFA-2	4	$\delta 1$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-G , IntBND-G	23.0	23.0
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade	EXP-G , IMP-G , FEX-G	19.3	42.2
		$\delta 3$: Unexpected Inflation	WPI-G , CPI-G	14.2	56.4
		$\delta 4$: Unexpected Production + Market Proxy	IPI-G , DAX-100	5.9	62.3

* PCFA-1 : Principle Components Factor Analysis - only macro economic variables are employed,
 PCFA-2 : Principle Components Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed,
 MLFA-1 : Maximum Likelihood Factor Analysis - only macro economic variables are employed,
 MLFA-2 : Maximum Likelihood Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed.

As it can be seen in Table.3-4 main factors are derived from 8 macroeconomic variables in all subperiods for German economy. Scree test and Kaiser criterion are used to determine the number of factors. All factors derived from these factor analysis procedures have the property of 0 mean and 1 standard deviation. This property makes factor time series equal to unexpected time series of factor values as the differences between factor values and factor mean (expected factor value) are equal to the series itself (There are some other methods of deriving unexpected time series apart from assuming average of time series as expected values and extracting unexpected series simply by subtracting the average from the series. For example: Chen, Roll and Ross [18] and Özcam [47]). These factors can be identified as unexpected interest rate level, unexpected foreign trade, unexpected inflation and unexpected production when only macro economic variables are employed in either Principle Components Factor Analysis or in Maximum Likelihood Factor Analysis in all subperiods. When the return of DAX-100 index is also employed in factor analysis procedure, in period 01/1988-06/2002 and subperiod 01/1991-06/2002 we get a composition of unexpected production factor and market proxy as the fourth factor. On the other hand in the subperiod 01/1988-12/1990, market proxy formed a separate factor with unexpected interest rate level in principle component factor analysis and formed another factor with unexpected foreign exchange level in maximum likelihood factor analysis.

The factor analysis results of the Turkish data are presented in Table.4. Although the same variables are

employed in the German economy, in principle components and maximum likelihood factor analysis for the Turkish economy, only 3 factors are derived. When the composition of factors is analysed, one can see that the foreign exchange rate variable is grouped in the first factor with wholesale price index and consumer price index. As foreign exchange rates are one of the basic reason of cost inflation in Turkey, this grouping can be considered to be reasonable. Another different grouping occurs in $\delta 2$, unexpected foreign trade plus production factor. When imports into Turkish economy are analysed, it can be seen that capital and intermediary goods, necessary for production, make up the majority. Hence, grouping of import and production with exports is also reasonable. The third factor, unexpected interest rate level, is a separate factor like in the case of the German economy.

The percentage of total variance explained by 4 factors changes between 61.2% - 83.5% in 01/1988-06/2002 period, 69.4% - 85.0% in 01/1988-12/1990 subperiod and 62.3% - 83.7% in 01/1991-06/2002 subperiod for the German economy. On the other hand, 3 variables can explain 58.6% - 74.1% of total variance in variables of the Turkish economy.

In all types of analysis, the Kaiser-Meyer-Olkin test values vary between 50.9 – 56.0 for the German data and 61.0 – 61.1 for the Turkish data. Barlett test of sphericity is also significant at 1% level, indicating that factor analysis is suitable for deriving factors from these macroeconomic data.

IV.4. Construction of Portfolios

After deriving potential risk factor series from basic macroeconomic variables, several portfolios are constructed in order to test the effect of these factors on asset returns. We prefer the random portfolio construction method. For this reason, alphabetically ordered stocks are used in portfolio construction process. The sample population of stocks in the German Stock Market require the following criteria: (1) stocks should not be traded only in Freiverkehr (Freiverkehr Market is a German Stock Market Segment which has very low regulations) Market, (2) thinly traded stocks are excluded, (3) stocks should be traded in the full subperiod. On the other hand, sample population of stocks in the Turkish Stock Market require the following criteria: (1) stocks should be traded in ISE (Istanbul Stock Exchange) National Market, (2) stocks should be traded during the whole subperiod. According to these criteria, the total number of assets included in the analysis can be seen in Table.5.

Stock returns are extracted by calculating the first logarithmic difference of "total return index" series of each stock. The total return index data are obtained from the Datastream. The portfolio construction process can be described as follows: first, stocks are listed in their alphabetical order. Then, the total sample population (N) is divided by 20 in order to get portfolios with the equal numbers of stocks. The first $N/20$ stocks are included in the first portfolio, the second $N/20$ stocks are included in

the second portfolio and so on. The excess number of stocks is included in portfolios one by one starting from the first portfolio. By implementing this method, 20 portfolios are constructed for each stock market and subperiod. The purpose of constructing 20 portfolios is to get a relatively high number of assets that will be used in the cross sectional analysis (The cost of having a relatively high number of portfolios is having less number of stocks included in each portfolio. For this reason, in order to increase the number of stocks in each portfolio, the second portfolio construction method is also implemented by using the same procedure to get only 10 portfolios with a higher number of stocks in each portfolio. The same analysis is done for both the 20-portfolio case and the 10-portfolio case for each stock market and subperiod. The results of the 10-portfolio case can be seen in the appendix). Portfolio statistics can be seen in Table.6.

The average portfolio returns of the German Stock market for the 01/1988-12/1990 subperiod are considerably higher than those for the subperiod of 01/1991-06/2002. Total risks, measured as standard deviation, are also higher but not at the same level as asset returns. When we compare portfolios of the Turkish Stock Market with portfolio statistics of the German Stock Market, we can see that Turkish portfolios have relatively high average returns and standard deviations according to all subperiods of the German Stock Market.

Table.4. Factors Derived from the Macroeconomic Variables and the Market Proxy of Turkey

Factor Analysis Type*	Number of Factors	Factors (δi)	Composition of Factors	Total Variance Explained	
				% of Variance	Cumulative %
Period: 01/1993 - 06/2002					
PCFA-1	3	$\delta 1$: Unexpected Inflation	WPI-T, CPI-T, FEX-T	31.8	31.8
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade + Production	IMP-T, IPI-T, EXP-T	22.7	54.4
		$\delta 3$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-T, IntBND-T	19.7	74.1
PCFA-2	3	$\delta 1$: Unexpected Inflation + Market Proxy	WPI-T, CPI-T, FEX-T, ISE-100	27.9	27.9
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade + Production	IMP-T, IPI-T, EXP-T	20.9	48.9
		$\delta 3$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-T, IntBND-T	18.1	67.0
MLFA-1	3	$\delta 1$: Unexpected Inflation	WPI-T, CPI-T, FEX-T	29.0	29.0
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade + Production	IMP-T, IPI-T, EXP-T	18.6	47.6
		$\delta 3$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-T, IntBND-T	17.1	64.8
MLFA-2	3	$\delta 1$: Unexpected Inflation + Market Proxy	WPI-T, CPI-T, FEX-T, ISE-100	26.1	26.1
		$\delta 2$: Unexpected Foreign Trade + Production + Market Proxy	IMP-T, IPI-T, EXP-T, ISE-100	17.0	43.1
		$\delta 3$: Unexpected Interest Rate Level	IntMNY-T, IntBND-T	15.5	58.6

* PCFA-1 : Principle Components Factor Analysis - only macro economic variables are employed,

PCFA-2 : Principle Components Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed,

MLFA-1 : Maximum Likelihood Factor Analysis - only macro economic variables are employed,

MLFA-2 : Maximum Likelihood Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed.

Table.5. Total Number of Assets Included in the Analysis

Stock Market	Subperiod	Total Number of Stocks included in the Analysis (N)
German Stock Market	01/1988 – 06/2002	101
German Stock Market	01/1988 – 12/1990	101
German Stock Market	01/1991 – 06/2002	177
Turkish Stock Market	01/1993 – 06/2002	101

Table.6. Portfolio Statistics

Portfolios	German Stock Market						Turkish Stock Market	
	Period 01/1988 – 06/2002		Subperiod 01/1988 – 12/1990		Subperiod 01/1991 – 06/2002		Period 01/1993 – 06/2002	
	Average Return	Standard Deviation	Average Return	Standard Deviation	Average Return	Standard Deviation	Average Return	Standard Deviation
	\bar{R}_i	$s(R_i)$	\bar{R}_i	$s(R_i)$	\bar{R}_i	$s(R_i)$	\bar{R}_i	$s(R_i)$
P1	0.005	0.062	0.024	0.075	0.002	0.048	0.044	0.159
P2	0.010	0.053	0.018	0.073	-0.002	0.054	0.050	0.192
P3	0.004	0.062	0.010	0.069	0.005	0.048	0.054	0.171
P4	0.006	0.049	0.016	0.060	-0.002	0.061	0.054	0.174
P5	-0.001	0.064	0.011	0.068	0.000	0.058	0.051	0.144
P6	0.002	0.064	0.008	0.064	0.004	0.043	0.041	0.189
P7	0.002	0.053	0.017	0.066	0.007	0.040	0.054	0.173
P8	0.007	0.048	0.018	0.068	0.002	0.039	0.055	0.194
P9	0.008	0.051	0.019	0.067	-0.008	0.059	0.055	0.211
P10	0.003	0.050	0.020	0.060	-0.003	0.042	0.045	0.183
P11	-0.005	0.066	0.029	0.072	0.003	0.053	0.051	0.168
P12	0.002	0.056	0.019	0.069	0.004	0.050	0.046	0.185
P13	0.005	0.056	0.015	0.070	-0.003	0.064	0.046	0.192
P14	0.005	0.060	0.018	0.061	-0.001	0.054	0.052	0.204
P15	0.005	0.058	0.025	0.065	0.007	0.056	0.056	0.191
P16	0.008	0.058	0.014	0.067	-0.002	0.051	0.040	0.197
P17	0.004	0.059	0.015	0.062	0.000	0.041	0.046	0.176
P18	0.005	0.048	0.024	0.065	-0.002	0.049	0.055	0.182
P19	0.008	0.059	0.020	0.068	0.004	0.055	0.046	0.174
P20	0.004	0.053	0.020	0.063	-0.007	0.047	0.048	0.194

IV.5. Estimation of Factor Beta Coefficients

Using the following multivariable regression model, time series of asset returns are regressed against macroeconomic factors for each subperiod and stock market to estimate factor beta coefficients.

$$R_{it} - \bar{R}_i = b_1 \delta_{1t} + \dots + b_{kt} \delta_{kt} + \varepsilon_{it} \quad i = 1, \dots, 20$$

$$k = 4 \text{ for German Stock Market}$$

$$k = 3 \text{ for Turkish Stock Market}$$

where R_{it} is the time series of portfolio i 's return, \bar{R}_i is the mean return of portfolio i , δ_{kt} is the time series of

unexpected macroeconomic factor k , b_k is the factor beta coefficient and ε_{it} is the error term.

Table.7 summarises the time series regression estimates for portfolios of the German stock market. In the table, the percentage of portfolios with significant beta coefficients in the total number of portfolios are stated. The percentage of portfolios which have significant F-statistics with the average level of coefficient of determination are also presented.

When the summarised results of the first stage time series regression (Table.7) are analysed, one can see

that the addition of the Market Proxy to the factor derivation process increases the average coefficient of determination and F-statistic levels in all analyses for the German Stock Market. The results from the subperiod of 01/1988-06/2002 shows that the significant unexpected interest rate level factor on asset returns does not have a high percentage in the total number of portfolios. While for a relatively bigger number of assets, unexpected foreign trade and unexpected inflation factors are found significant on asset returns. On the other hand, percentage of portfolios which have significant asset return-unexpected foreign trade factor and unexpected inflation factor relations decrease sharply in 01/1988-12/1990 subperiod. This percentage also decreases for the unexpected production factor which has a high significance percentage in 01/1988-06/2002 period. In the subperiod of 01/1991-06/2002, unexpected foreign trade and unexpected production (with market proxy) factors are significant on most asset returns.

The F-test results of 01/1988-06/2002 period presented in Panel A of Table.7 shows that from 70% to 100% of portfolios have a significant four-factor structure at 10% level depending on the factor analysis method. The addition of the Market Proxy into the factor derivation process causes the production of more significant factors on asset returns and higher coefficient of determinations. In this period, the F-statistics of PCFA-2 and MLFA-2 analysis are found significant for all portfolio returns at 1% level. The individual significance of the factors also increase with the addition of the Market Proxy into the analysis, except the unexpected foreign trade and unexpected interest rate level factors in MLFA-2 analysis. When only macroeconomic variables are used in the factor derivation (PCFA-1 and MLFA-1), the factors of unexpected interest rate are found significant in only 10% of all portfolios. On the other hand, the factors of the unexpected foreign trade are found significant on a larger number of portfolios than the factors of the unexpected interest rate and unexpected production.

The time series regression results of 01/1988-12/1990 are presented in Panel B of Table.7. The estimation results of this subperiod do not present strong evidence of a significant relation between asset returns and macroeconomic factors. Both the overall significance level of models and individual significance levels of factors are considerably low in all analyses. In this subperiod, we can get statistically significant beta estimations only when the market proxy enters into the factor formation process. The results of 01/1991-06/2002 subperiod presented in Panel C, are found similar to the results of Panel A.

The time series regression analysis results of factor beta estimation for the Turkish Stock Market are summarised in Table.8. The results show that the unexpected interest rate factors, except the one which is

derived by PCFA-2 method, have statistically insignificant effect on all portfolios. On the other hand, unexpected foreign trade plus production factors significantly effect more portfolio returns than unexpected inflation factor, in all types of factor derivation methods.

IV.6. Estimation of Factor Risk Premia and Significance Tests of Factor Betas on Asset Returns

According to the APT, asset prices are determined by their relevant risk level, indicating a significant linear relation between asset returns and factor beta coefficients. In order to test the significance of factor betas on asset returns, the following cross sectional regression model is estimated for all months in all subperiods. Expost factor risk premia series are estimated and t-test is implemented on the means of these series for both stock markets. The following model is utilized for this process:

$$R_{it} = \lambda_{0t} + b_{i1}\lambda_{1t} + \dots + b_{ik}\lambda_{kt} + e_{it} \quad i = 1, \dots, 20$$

$$\text{for each } t = 1, \dots, T$$

where R_{it} is the return of asset i in month t , λ_{0t} is the zero beta asset return in month t , b_{ik} is the asset i 's beta coefficient to factor k , λ_{kt} is the factor risk premium k in month t and e_{it} is the error term. $T=174$ for the German Stock Market in the period 01/1988-06/2002, $T=36$ for the German Stock Market in the subperiod 01/1988-12/1990, $T=138$ for the German Stock Market in the subperiod 01/1991-06/2002 and $T=114$ for the Turkish Stock Market in 01/1993-06/2002 period.

Calculating the means of the above estimated series, we get the following exact pricing model:

$$\bar{R}_i = \bar{\lambda}_0 + b_{i1}\bar{\lambda}_1 + \dots + b_{ik}\bar{\lambda}_k + \varepsilon_i \quad i = 1, \dots, n$$

$$\bar{\lambda}_j = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T \lambda_{jt} \quad j = 0, 1, \dots, k$$

where \bar{R}_i is the average return of asset i , $\bar{\lambda}_0$ is the average zero beta asset return, b_{ik} is the asset i 's beta coefficient to factor k , $\bar{\lambda}_k$ is the average factor risk premium k and ε_i is the average error term.

Table.7. Time Series Regression Estimations of the Factor Beta Coefficients in the German Stock Market

$$R_{it} - \bar{R}_i = b_1\delta_{1t} + b_2\delta_{2t} + b_3\delta_{3t} + b_4\delta_{4t} + \varepsilon_{it} \quad i = 1, \dots, 20$$

Factor Analysis Type*	Factor Beta Coefficients				Ratio of significant F-test values	Average R ²	
	b ₁	b ₂	b ₃	b ₄			
Panel A: 01/1988 – 06/2002 Period							
PCFA-1	• Explanation of Factors	UE ^a Foreign Trade	UE Interest Rate Level	UE Inflation	UE Production		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	10 % 50 % 75 %	0 % 5 % 10 %	15 % 55 % 70 %	0 % 15 % 25 %	30 % 65 % 85 %
							0.065
PCFA-2	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production + Market Proxy		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	10 % 30 % 35 %	35 % 35 % 85 %	75 % 95 % 100 %	100 % 100 % 100 %	100 % 100 % 100 %
							0.269
MLFA-1	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 5 % 10 %	5 % 35 % 55 %	0 % 20 % 25 %	0 % 35 % 50 %	5 % 40 % 70 %
							0.050
MLFA-2	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production + Market Proxy		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 0 % 10 %	5 % 25 % 45 %	20 % 50 % 85 %	100 % 100 % 100 %	100 % 100 % 100 %
							0.145
Panel B: 01/1988 – 12/1990 Subperiod							
PCFA-1	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 15 % 30 %	0 % 0 % 0 %	0 % 0 % 0 %	0 % 0 % 5 %	0 % 0 % 0 %
							0.106
PCFA-2	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level + Market Proxy	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	80 % 100 % 100 %	0 % 0 % 0 %	0 % 0 % 0 %	0 % 5 % 15 %	25 % 85 % 90 %
							0.297
MLFA-1	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 20 % 30 %	0 % 0 % 0 %	0 % 0 % 0 %	0 % 15 % 30 %	0 % 5 % 5 %
							0.139
MLFA-2	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation + Production	UE Foreign Exchange Level + Market Proxy		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 5 % 20 %	0 % 0 % 10 %	0 % 0 % 0 %	5 % 55 % 95 %	5 % 25 % 60 %
							0.228
Panel C: 01/1991 – 06/2002 Subperiod							
PCFA-1	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 10 % 15 %	45 % 75 % 85 %	5 % 25 % 60 %	10 % 30 % 55 %	50 % 80 % 85 %
							0.103
PCFA-2	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production + Market Proxy		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 15 % 30 %	70 % 85 % 95 %	20 % 50 % 80 %	100 % 100 % 100 %	100 % 100 % 100 %
							0.254
MLFA-1	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 5 % 25 %	35 % 65 % 85 %	5 % 10 % 10 %	25 % 65 % 80 %	55 % 85 % 90 %
							0.088
MLFA-2	• Explanation of Factors	UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production + Market Proxy		
	• Ratio of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 0 % 10 %	35 % 70 % 85 %	10 % 20 % 40 %	100 % 100 % 100 %	100 % 100 % 100 %
							0.198

* PCFA-1 : Principle Components Factor Analysis - only macro economic variables are employed.

PCFA-2 : Principle Components Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed.

MLFA-1 : Maximum Likelihood Factor Analysis - only macro economic variables are employed.

MLFA-2 : Maximum Likelihood Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed.

^a UE = Unexpected

Table.8. Time Series Regression Estimations of the Factor Beta Coefficients in the Turkish Stock Market

$$R_{it} - \bar{R}_i = b_1\delta_{1t} + b_2\delta_{2t} + b_3\delta_{3t} + \varepsilon_{it} \quad i = 1, \dots, 20$$

Factor Analysis Type*	Factor Beta Coefficients				Ratio of significant F-test values	Average R ²
	b ₁	b ₂	b ₃			
PCFA-1	• Explanation of Factors	UE ^a Inflation	UE Foreign Trade + Production	UE Interest Rate Level		0.032
	• Ratio of significant factor	1 % level	0 %	0 %	0 %	
	• Ratio of significant factor	5 % level	15 %	10 %	0 %	
	• Ratio of significant factor	10 % level	25 %	30 %	0 %	
PCFA-2	• Explanation of Factors	UE Inflation + Market Proxy	UE Foreign Trade + Production	UE Interest Rate Level		0.256
	• Ratio of significant factor	1 % level	90 %	90 %	80 %	
	• Ratio of significant factor	5 % level	95 %	95 %	100 %	
	• Ratio of significant factor	10 % level	100 %	100 %	100 %	
MLFA-1	• Explanation of Factors	UE Inflation	UE Foreign Trade + Production	UE Interest Rate Level		0.073
	• Ratio of significant factor	1 % level	15 %	15 %	0 %	
	• Ratio of significant factor	5 % level	45 %	60 %	0 %	
	• Ratio of significant factor	10 % level	50 %	75 %	0 %	
MLFA-2	• Explanation of Factors	UE Inflation + Market Proxy	UE Foreign Trade + Production + Market Proxy	UE Interest Rate Level		0.073
	• Explanation of Factors	1 % level	15 %	15 %	0 %	
	• Explanation of Factors	5 % level	45 %	60 %	0 %	
	• Ratio of significant factor	10 % level	50 %	75 %	0 %	

* PCFA-1 : Principle Components Factor Analysis - only macro economic variables are employed,

PCFA-2 : Principle Components Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed,

MLFA-1 : Maximum Likelihood Factor Analysis - only macro economic variables are employed,

MLFA-2 : Maximum Likelihood Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed.

^a UE = Unexpected

The beta coefficients estimated from time series regression analysis of different portfolio construction and factor formation methods are used as exogenous variables in this cross sectional regression model. Summary of the estimation results can be seen in Table.9.

In Panel A of Table.9, cross sectional regression results of 01/1988-06/2002 period are presented. According to risk premia estimations, $\bar{\lambda}_2$ in the PCFA-1 analysis and $\bar{\lambda}_1$ in the other analysis are found statistically significantly different from zero even with adjusted values of t-statistic. These parameters are factor risk premia of unexpected interest rate level factors, extracted by different factor analysis techniques. This result indicates evidence of a significant relation between the unexpected interest rate factor beta and the average asset returns. But we can not find evidence of another factor beta for this period.

The regression results reported for 01/1988-12/1990 period in Panel B present no significant effect of any unexpected factors on asset returns for all factor analysis techniques. The results of 01/1991-06/2002

subperiod (Panel C) also support evidence of significant effect of the unexpected interest rate factor beta on asset returns when factors are derived by principle components factor analysis technique. The unexpected inflation factor is also found statistically significant for all factor analysis methods. But when t-values are adjusted, this beta coefficient is found significant only in MLFA-1 factor analysis. Thus, we find evidence of significant effects of unexpected interest rate factor beta and weak evidence of significant unexpected inflation rate factor beta on average asset returns for the German Stock market.

The average coefficient of determinations (R²), in all analyses is changing between 22.0% and 35.5%. This indicates that beta coefficients belong to macroeconomic factors can not explain a high percentage of average asset prices. One of the possible reasons of such a result may arise from the limited number of macroeconomic variables, employed in factor analysis methods. Some previous researches on the factor structure of different economies utilize wider set of macroeconomic data. For example, Cheng [49] utilized 19 economic and financial variables in maximum likelihood factor analysis, Artis, Banerjee and Marcellino [59] employed 80 different

Table.9. Cross Sectional Regression Results of the German Stock Market

$$\bar{R}_i = \bar{\lambda}_0 + b_{i1}\bar{\lambda}_1 + b_{i2}\bar{\lambda}_2 + b_{i3}\bar{\lambda}_3 + b_{i4}\bar{\lambda}_4 + \varepsilon_i \quad i = 1, \dots, 20$$

		Factor Risk Premia					Average R ²
		$\bar{\lambda}_0$	$\bar{\lambda}_1$	$\bar{\lambda}_2$	$\bar{\lambda}_3$	$\bar{\lambda}_4$	
Panel A: 01/1988 – 06/2002 Subperiod							
PCFA-1	Average	0.006	-0.006	-0.660	-0.198	0.410	0.306
	Std.dev.	0.052	3.874	3.151	3.782	3.574	
	t-stat	1.588	-0.020	-2.761***	-0.691	1.513	
	Adj.t-stat ^a	1.239	-0.016	-2.155**	-0.539	1.180	
PCFA-2	Average	0.004	-0.810	0.158	0.055	0.125	0.294
	Std.dev.	0.068	3.211	4.546	3.818	2.431	
	t-stat	0.816	-3.326***	0.458	0.189	0.677	
	Adj.t-stat ^b	0.626	-2.552**	0.351	0.145	0.519	
MLFA-1	Average	0.005	-0.792	0.289	0.095	-0.120	0.304
	Std.dev.	0.055	3.900	4.188	3.743	4.818	
	t-stat	1.160	-2.678***	0.911	0.336	-0.328	
	Adj.t-stat ^c	0.875	-2.020**	0.687	0.254	-0.248	
MLFA-2	Average	0.003	-0.899	0.382	0.191	0.027	0.296
	Std.dev.	0.069	3.551	4.700	3.601	2.769	
	t-stat	0.581	-3.341***	1.071	0.700	0.131	
	Adj.t-stat ^d	0.407	-2.344**	0.751	0.491	0.092	
Panel B: 01/1988 – 12/1990 Subperiod							
PCFA-1	Average	0.026	0.364	-0.489	0.134	-0.127	0.355
	Std.dev.	0.070	2.147	1.957	1.929	1.509	
	t-stat	2.254**	1.016	-1.488	0.418	-0.506	
	Adj.t-stat ^e	1.901*	0.857	-1.264	0.352	-0.427	
PCFA-2	Average	0.004	0.415	-0.458	0.120	-0.113	0.347
	Std.dev.	0.083	2.163	1.964	1.944	1.518	
	t-stat	2.672**	1.151	-1.400	0.369	-0.447	
	Adj.t-stat ^f	2.251**	0.970	-1.180	0.311	-0.377	
MLFA-1	Average	0.028	0.459	-0.429	0.045	-0.053	0.220
	Std.dev.	0.073	2.190	1.766	1.522	1.489	
	t-stat	2.327**	1.257	-1.456	0.178	-0.215	
	Adj.t-stat ^g	1.938*	1.047	-1.213	0.148	-0.179	
MLFA-2	Average	0.026	0.545	-0.327	-0.013	0.202	0.346
	Std.dev.	0.079	2.230	1.746	1.529	2.195	
	t-stat	1.980*	1.466	-1.123	-0.050	0.552	
	Adj.t-stat ^h	1.643	1.217	-0.932	-0.041	0.458	
Panel C: 01/1991 – 06/2002 Subperiod							
PCFA-1	Average	-0.004	-0.609	0.274	0.566	-0.119	0.272
	Std.dev.	0.041	2.886	2.940	3.549	4.094	
	t-stat	-1.063	-2.478**	1.094	1.874*	-0.342	
	Adj.t-stat ⁱ	-0.797	-1.857*	0.820	1.405	-0.256	
PCFA-2	Average	-0.006	-0.620	0.350	0.514	-0.181	0.268
	Std.dev.	0.047	2.933	3.264	3.442	3.038	
	t-stat	-1.528	-2.482**	1.261	1.755*	-0.700	
	Adj.t-stat ^j	-1.138	-1.848*	0.939	1.306	-0.521	
MLFA-1	Average	-0.002	-0.443	0.106	0.617	-0.117	0.256
	Std.dev.	0.049	3.713	2.365	3.423	3.715	
	t-stat	-0.405	-1.400	0.525	2.119**	-0.371	
	Adj.t-stat ^k	-0.319	-1.104	0.414	1.671*	-0.293	
MLFA-2	Average	-0.004	-0.580	0.200	0.581	0.033	0.266
	Std.dev.	0.053	3.362	2.757	3.193	2.450	
	t-stat	-0.791	-2.027**	0.853	2.138**	0.157	
	Adj.t-stat ^l	-0.600	-1.536	0.647	1.620	0.119	

* Significant at 10% level, ** Significant at 5% level, *** Significant at 1% level

^a EIV adjustment term (c) = 0.642 ^c EIV adjustment term (c) = 0.405 ⁱ EIV adjustment term (c) = 0.780^b EIV adjustment term (c) = 0.699 ^f EIV adjustment term (c) = 0.409 ^j EIV adjustment term (c) = 0.804^e EIV adjustment term (c) = 0.758 ^g EIV adjustment term (c) = 0.441 ^k EIV adjustment term (c) = 0.609^d EIV adjustment term (c) = 1.032 ^h EIV adjustment term (c) = 0.452 ^l EIV adjustment term (c) = 0.741

Table.10. Cross Sectional Regression Results of the Turkish Stock Market

$$\bar{R}_i = \bar{\lambda}_0 + b_{i1}\bar{\lambda}_1 + b_{i2}\bar{\lambda}_2 + b_{i3}\bar{\lambda}_3 + \varepsilon_i \quad i = 1, \dots, 20$$

		Factor Risk Premia				Average R ²
		$\bar{\lambda}_0$	$\bar{\lambda}_1$	$\bar{\lambda}_2$	$\bar{\lambda}_3$	
01/1993 – 06/2002 Period						
PCFA-1	Average	0.046	0.088	0.121	0.083	0.215
	Std.dev.	0.175	2.029	2.419	3.477	
	t-stat	2.793***	0.463	0.535	0.254	
	Adj.t-stat ^a	2.753***	0.456	0.527	0.250	
PCFA-2	Average	0.035	0.171	0.174	0.089	0.223
	Std.dev.	0.195	2.183	2.266	2.668	
	t-stat	1.894*	0.834	0.819	0.358	
	Adj.t-stat ^b	1.833*	0.807	0.793	0.347	
MLFA-1	Average	0.043	0.103	0.100	0.021	0.201
	Std.dev.	0.172	2.222	2.400	2.905	
	t-stat	2.676***	0.497	0.446	0.076	
	Adj.t-stat ^c	2.648***	0.492	0.441	0.075	
MLFA-2	Average	0.043	0.103	0.100	0.022	0.201
	Std.dev.	0.172	2.231	2.993	2.896	
	t-stat	2.675***	0.493	0.447	0.082	
	Adj.t-stat ^d	2.647***	0.488	0.442	0.081	

* Significant at 10% level , ** Significant at 5% level , *** Significant at 1% level

^a EIV adjustment term (c) = 0.029

^b EIV adjustment term (c) = 0.067

^c EIV adjustment term (c) = 0.021

^d EIV adjustment term (c) = 0.021

economic variables in order to derive factor structure of the UK economy. On the other hand, Cagnetti [60] employed 25 macroeconomic variables of Italy for testing APT in the Italian Stock Market. Our restriction in the macroeconomic variable selection is based on the availability of monthly series in both German and Turkish statistics. Using a wider data set can result in higher significance of present macroeconomic factor betas or finding new significant macroeconomic factor betas on asset returns by adding more information into the process.

The cross sectional regression results are summarised in Table.10 for the Turkish Stock Market. Although we could find some evidence about a significant effect of unexpected interest rate and unexpected inflation betas on stock returns for the German Stock Market, we could not find any significant factor beta on asset returns in the Turkish Stock Market. Istanbul Stock Exchange is a relatively young stock exchange with a smaller number of stocks listed. The trading volume and free float are also relatively low and efficiency of the market is not high. These structural conditions of the Turkish Stock Market can be the reason of such a result in our analysis.

V. CONCLUSIONS

The asset prices are believed to react to macroeconomic factors and unexpected variations in

macroeconomic factors are expected to be rewarded in stock markets. In order to understand which factors are rewarded in two different countries with different development levels, we implement a two step APT test procedure of Fama and MacBeth [50] in the German and Turkish Stock Markets. In the process of analysis, we use macroeconomic factors which are derived by employing main financial sector and real sector variables of these economies in different factor analysis procedures.

The factor structures of the German and Turkish economy are presented by employing the same 8 macroeconomic variables and Stock Market Proxies in the Principle Components and Maximum likelihood Factor Analysis. In each type of analysis of German variables, 4 factors are extracted while only 3 variables are derived from Turkish variables, showing different factor structures of these two economies.

The inclusion of the Market proxies into the factor analysis processes resulted in different factor formations for each country. In the case of Germany, the market proxy formed a factor with industrial production variable within 01/1988-06/2002 period and 01/1991-02/2002 subperiod and formed other factors with interest variables and foreign exchange during 01/1988-12/1990 subperiod. In the case of Turkey, the market proxy formed a factor with wholesale price index, consumer price index and foreign exchange variables. In each case, factors derived

with the inclusion of market proxy resulted in a higher coefficient of determination, higher t-significance and F-significance level for the first stage regression. These results can be considered as evidence for the information included in market proxies.

Beta coefficients of derived factors are estimated for different subperiods and their significance for asset returns are tested against "there is more than one statistically significant factor beta coefficient on average asset returns" hypothesis. As a result, for the whole period of the German Stock Market, we find the evidence of only one-factor beta, unexpected interest rate level factor beta, rewarded in the market. On the other hand, unexpected interest rate level factor and unexpected inflation factor betas for 01/1991-06/2002 subperiod are found statistically significant for the German Stock Market even with adjusted t-test values in different kinds of factor analysis procedures. But this result does not support a simultaneous significance of both factor beta coefficients on asset returns, so we can not interpret this result as strong evidence.

The results of 01/1988-12/1990 subperiod for the German Stock Market do not present evidence of a significant factor beta-expected asset return relation for none of factor betas. This result may be due to the shortness of the estimation period (36 months). Another possible reason may be the extraordinary structure of this period. The portfolio statistics of the 01/1988-12/1990 subperiod (Table.6) report that risk-return characteristics of this period are different from those of the full period and the second subperiod with its very high portfolio returns relative to the other periods and their risk levels.

The analysis of the Turkish stock market can not present evidence for statistically significant unexpected macroeconomic factor beta-expected asset return relation for the Turkish stock exchange in the period of 01/1993-06/2002. The factor beta-expected return relation in APT requires an efficient market, thus this result may be due to its relatively low efficiency, low trading volume and low free float.

The empirical results we got in the process of this analysis can be altered by employing a larger number of macroeconomic variables in the factor analysis methods to derive a broader factor structure of each economy. A wider set of variables may bring much information to the testing process, increase the number of factors derived for each economy and present higher support for a multifactor pricing structure. In this paper, our aim was to carry out comparative analysis in two different stock markets with different development levels. Thus, this structure of research restricts the number of the macroeconomic variables that can be used in the analysis, because the number of economic indicators available for both countries is restricted.

Acknowledgement: This paper was written during the research stay as a research fellow at Martin Luther University, Faculty of Economics and Business Administration, Chair of Finance and Banking. I am very grateful for the comments and suggestions by Norman Ehrentreich, Lars Schiefner, and Reinhart Schmidt

REFERENCES

- [1] Ross, S. (1976). The Arbitrage Theory of Capital Market Asset Pricing. *Journal of Economic Theory*, 13, pp.341-360.
- [2] Ross, S. (1977). Risk, Return and Arbitrage. *Risk and Return in Finance I*. (Eds. Friend, I., & Bicksler, J.). Cambridge: Ballinger.
- [3] Sharpe, W.F. (1964). Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium Under Conditions of Risk. *Journal of Finance*, 19, pp.425-442.
- [4] Lintner, J. (1965). The Valuation of Risk Assets and Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets. *Review of Economics and Statistics*, 47, pp.13-37.
- [5] Mossin, J. (1966). Equilibrium in a Capital Market. *Econometrica*, 34, pp.768-783.
- [6] Huberman, G. (1982). A Simple Approach to Arbitrage Pricing Theory. *Journal of Economic Theory*, 28, pp.183-191.
- [7] Chamberlain, G., & Rothschild, M. (1983). Arbitrage, Factor Structure, Mean-Variance Analysis and Large Asset Market. *Econometrica*, 51, pp.1281-1304.
- [8] Reinganum, M. (1981). The Arbitrage Pricing Theory: Some Empirical Results. *The Journal of Finance*, 37, pp.1037-1042.
- [9] Jobson, O.J. (1982). A Multivariate Linear Regression Test for The Arbitrage Pricing Theory. *The Journal of Finance*, 37, pp.1037-1042.
- [10] Shanken, J. (1982). The Arbitrage Pricing Theory: Is It Testable? *The Journal of Finance*, 37, pp.77-102.
- [11] Brown, S.J., & Weinstein, M.I. (1983). A New Approach to Testing Asset Pricing Models: The Bilinear Paradigm. *The Journal of Finance*, 38, pp.711-744.
- [12] Chamberlain, G. (1983). Funds, Factors and Diversification in Arbitrage Pricing Models. *Econometrica*, 51, pp.1305-1323.
- [13] Chen, N. (1983). Some Empirical Tests of the Theory of Arbitrage Pricing. *The Journal of Finance*, 38, pp.1393-1414.
- [14] Stambaugh, R.F. (1983). Arbitrage Pricing with Information. *Journal of Financial Economics*, 12, pp.357-370.
- [15] Dhrymes, P.J., Friend, I., & Gultekin, N.B. (1984). A Critical Reexamination of the Empirical Evidence on the Arbitrage Pricing Theory. *The Journal of Finance*, 39, pp.323-346.
- [16] Cho, D.C., Elton, E.J., & Gruber, M.J. (1984). On the Robustness of the Roll and Ross Arbitrage Pricing Theory.

- Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 19, pp.1-10.
- [17] Ingersoll, J.E. (1984). Some Results in the Theory of Arbitrage Pricing. *The Journal of Finance*, 39, pp.1021-1039.
- [18] Chen, N.F., Roll, R., & Ross, S. (1986). Economic Forces and the Stock Market. *Journal of Business*, 59, pp.383-403.
- [19] Connor, G., & Korajczk, R.A. (1986). Performance Measurement with the Arbitrage Pricing Theory: A New Framework for Analysis. *Journal of Financial Economics*, 15, pp.373-394.
- [20] Burmeister, E., & McElroy, M.B. (1988). Joint Estimation of Factor Sensitivities and Risk Premia for the Arbitrage Pricing Theory. *The Journal of Finance*, 43, pp.721-735.
- [21] Tiemann, J. (1988). Exact Arbitrage Pricing and The Minimum-Variance Frontier. *The Journal of Finance*, 43, pp.327-338.
- [22] Lehman, B.N., & Modest, D.M. (1988). The Empirical Foundations of the Arbitrage Pricing Theory. *Journal of Financial Economics*, 21, pp.213-254.
- [23] Ferson, W.E., & Harvey, C.R. (1991). The Variation of Economic Risk Premiums. *Journal of Political Economy*, 99, pp.385-415.
- [24] Mei, J. (1993). A Semiautoregression Approach to the Arbitrage Pricing Theory. *The Journal of Finance*, 48, pp.599-620.
- [25] Brennan, M., Chordia, T., & Subrahmanyam, A. (1998). Alternative Factor Specifications, Security Characteristics and the Cross-section of Expected Stock Returns. *Journal of Financial Economics*, 49, pp.345-373.
- [26] Gibbons, M.R. (1982). Multivariate Tests of Financial Models. *Journal of Financial Economics*, 10, pp.3-27.
- [27] MacKinlay, A.C. (1987). On Multivariate Tests of the CAPM. *Journal of Financial Economics*, 18, pp.341-371.
- [28] Lakonishok, J., & Shapiro, A.C. (1986). Systematic Risk, Total Risk and Size as Determinants of Stock Market Returns. *Journal of Banking and Finance*, 10, pp.115-132.
- [29] Coggin, T.D., & Hunter, J.E. (1985). Are High-Beta, Large Capitalization Stocks Overpriced? *Financial Analysts Journal*, 41, pp.70-71.
- [30] Fama, E.F., & French, K.R. (1992). The Cross-section of Expected Stock Returns. *Journal of Finance*, 47, pp.427-466.
- [31] Roll, R. (1977). A Critique of the Asset Pricing Theories' Tests, Part 1: On Past and Potential Testability of the Theory. *Journal of Financial Economics*, 4, pp.129-176.
- [32] Chan, K.C., Chen, N.F., & Hsieh, D.A. (1985). An Exploratory Investigation of the Firm Size Effect. *Journal of Financial Economics*, 14, s.451-471.
- [33] Burmeister, E., & Wall, K.D. (1986). The Arbitrage Pricing Theory and Macroeconomic Factor Measures. *The Financial Review*, 21, pp.1-20.
- [34] Beenstock, M., & Chan, K.F. (1988). Economic Forces in the London Stock Market. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 50, pp.27-39.
- [35] Chang, E.C., & Pinegar, J.M. (1990). Stock Market Seasonals and Prespecified Multifactor Pricing Relations. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 25, pp.517-533.
- [36] Kryzanowski, L., & Zang, H. (1992). Economic Forces and Seasonality in Security Returns. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 2, pp.227-244.
- [37] Chen, S.J., & Jordan, B.D. (1993). Some Empirical Tests of the Arbitrage Pricing Theory: Macrovariables vs. Derived Factors. *Journal of Banking and Finance*, 17, pp.65-89.
- [38] Rahman, S., Coggin, T.D., & Lee, C.F. (1998). Some Tests of the Risk-Return Relationship Using Alternative Pricing Models and Observed Expected Returns. *Review of Finance and Accounting*, 11, pp.69-91.
- [39] Roll, R., & Ross, S.A. (1980). An Empirical Investigation of the Arbitrage Pricing Theory. *The Journal of Finance*, 35, pp.1073-1103.
- [40] Dhrymes, P.J., Friend, I., Gültekin, M.N., & Gültekin, N.B. (1985). New Tests of the APT and Their Implications. *The Journal of Finance*, 40, pp.659-675.
- [41] Winkelmann, M. (1984). *Aktienbewertung in Deutschland*. Königstein/Ts: Hain.
- [42] Peters, H.W. (1987). *Kapitalmarkttheorie und Aktienmarktanalyse*. Frankfurt: Peter Lang.
- [43] Frantzman, H.J. (1989). *Saisonalitäten und Bewertung an deutschen Aktien- und Rentenmarkt*. Frankfurt: Fritz Knapp Verlag.
- [44] Verlerger, A. (1993). *Risikostrukturen am deutschen Aktienmarkt*. Münster: Lit Verlag.
- [45] Sauer, A. (1994). *Faktormodelle und Bewertung am Deutschen Aktienmarkt*. Frankfurt: Fritz Knapp Verlag.
- [46] Adelberger, O.L., & Lockert G. (1999). An Investigation into the Number of Factors Generating German Stock Returns. *Empirical Research on the German Capital Market*. (Eds.: Wolfgang, B., Hax, H., & Schmidt, R.). Heidelberg: Physica-Verlag.
- [47] Özcam, M. (1997). *Varlık Fiyatlama Modelleri Araçlığıyla Dinamik Portföy Yönetimi*. Sermaya Piyasası Yayın Kurulu Yayın No: 104. Ankara
- [48] Altay, E. (2001). *Varlık Fiyatlama Modelleri: FVFM ve APT ve İMKB'de Uygulaması*. Istanbul University, Social Sciences Institute. *Unpublished Doctorate Thesis*.
- [49] Cheng, A.C.S. (1995). The UK Stock Market and Economic Factors: A New Approach. *Journal of Business, Finance and Accounting*, 22, pp.129-142.
- [50] Fama, E.F., & MacBeth, J.D. (1973). Risk, Return and Equilibrium: Empirical Tests. *Journal of Political Economy*, 81, pp.607-636.
- [51] Connor, G. (1984). A Unified Beta Pricing Theory. *Journal of Economic Theory*, 34, pp.13-31.

- [52] Connor, G., & Korajczk, R.A. (1988). Risk and Return in an Equilibrium APT: Application of a New Test Methodology. *Journal of Financial Economics*, 21, pp.255-289.
- [53] McCulloch, R., & Rossi, P.E. (1990). Posterior, Predictive and Utility-based Approaches to Testing the Arbitrage Pricing Theory. *Journal of Financial Economics*, 28, pp.7-38.
- [54] Ferson, W.E., & Korajczk, R.A. (1995). Do Arbitrage Pricing Models Explain the Predictability of Stock Returns? *Journal of Business*, 68, pp.309-349.
- [55] Elton, E. (1999). Expected Return, Realized Return, and Asset Pricing Tests. *The Journal of Finance*, 54, pp.1199-1220.
- [56] Pastor, L., & Stambaugh, R. (1999). Cost of Equity Capital and Model Mispricing. *The Journal of Finance*, 54, pp.67-121.
- [57] Jagannathan, R., & Ma, T. (2001). Risk Reduction in Large Portfolios: A Role for Portfolio Weight Constraints. *Unpublished Working Paper*.
- [58] Shanken, J. (1992). On the Estimation of Beta-Pricing Models. *Review of Financial Studies*, 5, pp.1-34.
- [59] Artis, M., Banerjee, A. & Marcellino, M. (2001). Factor Forecasts for the UK. *Unpublished Working Paper*.
- [60] Cagnetti, A. (2002). Capital Asset Pricing Model and Arbitrage Pricing Theory in the Italian Stock Market: An Empirical Study. *Unpublished Working Paper*.

Erdinç ALTAY (erdincaltay@hotmail.com) has Ph.D. of Business Management at Istanbul University Social Sciences Institute. He is Research Assistant at Istanbul University. His research areas are theory of finance, asset pricing models, capital market efficiency and portfolio management.

APPENDIX: TEST RESULTS OF THE 10-PORTFOLIO CASE

Table.A1. Time Series Regression Estimations for the Factor Beta Coefficients of the German Stock Market

$$R_{it} - \bar{R}_i = b_1\delta_{1t} + b_2\delta_{2t} + b_3\delta_{3t} + b_4\delta_{4t} + \varepsilon_{it} \quad i = 1, \dots, 10$$

Factor Analysis Type*	Factor Beta Coefficients				% of significant F-test values	Average R ²	
	b ₁	b ₂	b ₃	b ₄			
Panel A: 01/1988 – 06/2002 Subperiod							
PCFA-1	• Explanation of Factors		UE ^a Foreign Trade	UE Interest Rate Level	UE Inflation	UE Production	0.071
	• % of significant factor beta	1 % level	20 %	0 %	10 %	0 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	80 %	0 %	70 %	30 %	
PCFA-2	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Prod.+ M.Proxy	0.288
	• % of significant factor beta	1 % level	10 %	50 %	80 %	100 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	30 %	80 %	100 %	100 %	
MLFA-1	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production	0.054
	• % of significant factor beta	1 % level	0 %	10 %	0 %	10 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	0 %	30 %	10 %	50 %	
MLFA-2	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Prod.+ M.Proxy	0.157
	• % of significant factor beta	1 % level	0 %	10 %	20 %	100 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	0 %	20 %	80 %	100 %	
Panel B: 01/1988 – 12/1990 Subperiod							
PCFA-1	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production	0.110
	• % of significant factor beta	1 % level	0 %	0 %	0 %	0 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	30 %	0 %	0 %	0 %	
PCFA-2	• Explanation of Factors		UE Int. Rate Level+ M.Proxy	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production	0.309
	• % of significant factor beta	1 % level	80 %	0 %	0 %	0 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	100 %	0 %	0 %	10 %	
MLFA-1	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production	0.146
	• % of significant factor beta	1 % level	0 %	0 %	0 %	0 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	20 %	0 %	0 %	10 %	
MLFA-2	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation + Production	UE Frg.Ex. Level + M.Proxy	0.240
	• % of significant factor beta	1 % level	0 %	0 %	0 %	20 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	0 %	10 %	0 %	100 %	
Panel C: 01/1991 – 06/2002 Subperiod							
PCFA-1	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production	0.122
	• % of significant factor beta	1 % level	0 %	60 %	10 %	10 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	10 %	100 %	40 %	50 %	
PCFA-2	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Prod.+ M.Proxy	0.311
	• % of significant factor beta	1 % level	0 %	100 %	10 %	100 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	40 %	100 %	70 %	100 %	
MLFA-1	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Production	0.113
	• % of significant factor beta	1 % level	0 %	60 %	0 %	50 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	10 %	90 %	0 %	80 %	
MLFA-2	• Explanation of Factors		UE Interest Rate Level	UE Foreign Trade	UE Inflation	UE Prod.+ M.Proxy	0.250
	• % of significant factor beta	1 % level	0 %	60 %	10 %	100 %	
	• % of significant coefficients	5 % level	0 %	100 %	40 %	100 %	

* PCFA-1 : Principle Components Factor Analysis - only macro economic variables are employed,
 PCFA-2 : Principle Components Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed,
 MLFA-1 : Maximum Likelihood Factor Analysis - only macro economic variables are employed,
 MLFA-2 : Maximum Likelihood Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed.

^a UE = Unexpected

Table.A2. Time Series Regression Estimations for the Factor Beta Coefficients of the Turkish Stock Market

$$R_{it} - \bar{R}_i = b_1\delta_{1t} + b_2\delta_{2t} + b_3\delta_{3t} + \varepsilon_{it} \quad i = 1, \dots, 10$$

Factor Analysis Type*	Factor Beta Coefficients			% of significant F-test values	Average R ²		
	b ₁	b ₂	b ₃				
PCFA-1	• Explanation of Factors	UE ^a Inflation	UE Forg.Trade + Production	UE Interest Rate Level		0.029	
	• % of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	0 % 10 % 40 %	0 % 0 % 0 %	0 % 0 % 0 %		
	• Explanation of Factors	UE Inflation + Market Proxy	UE Forg.Trade + Production	UE Interest Rate Level			
	• % of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	100 % 100 % 100 %	100 % 100 % 100 %	100 % 100 % 100 %		
MLFA-1	• Explanation of Factors	UE Inflation	UE Forg.Trade + Production	UE Interest Rate Level		0.074	
	• % of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	20 % 40 % 50 %	10 % 50 % 90 %	0 % 0 % 0 %		10 % 60 % 80 %
	• Explanation of Factors	UE Inflation + Market Proxy	UE Forg.Trade + Production + Market Proxy	UE Interest Rate Level			
	• % of significant factor beta coefficients	1 % level 5 % level 10 % level	10 % 30 % 50 %	10 % 50 % 90 %	0 % 0 % 0 %		10 % 60 % 80 %

* PCFA-1 : Principle Components Factor Analysis - only macro economic variables are employed.

PCFA-2 : Principle Components Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed.

MLFA-1 : Maximum Likelihood Factor Analysis - only macro economic variables are employed.

MLFA-2 : Maximum Likelihood Factor Analysis - market proxy and macroeconomic variables are employed.

^a UE = Unexpeceted

Table.A3. Cross Sectional Regression Results of the German Stock Market

$$\bar{R}_i = \bar{\lambda}_0 + b_{i1}\bar{\lambda}_1 + b_{i2}\bar{\lambda}_2 + b_{i3}\bar{\lambda}_3 + b_{i4}\bar{\lambda}_4 + \varepsilon_i, i = 1, \dots, 10$$

		Factor Risk Premia					Average R ²
		$\bar{\lambda}_0$	$\bar{\lambda}_1$	$\bar{\lambda}_2$	$\bar{\lambda}_3$	$\bar{\lambda}_4$	
Panel A: 01/1988 – 06/2002 Subperiod							
PCFA-1	Average	0.002	0.195	-0.606	0.526	0.248	0.505
	Std.dev.	0.068	6.772	4.018	9.195	4.627	
	t-stat	0.290	0.380	-1.989**	0.758	0.708	
	Adj.t-stat ^a	0.220	0.288	-1.506	0.572	0.536	
PCFA-2	Average	-0.007	-0.805	0.757	1.177	-0.082	0.482
	Std.dev.	0.164	4.386	11.958	13.166	4.880	
	t-stat	-0.571	-2.422**	0.835	1.179	-0.221	
	Adj.t-stat ^b	-0.300	-1.274	0.439	0.620	-0.116	
MLFA-1	Average	0.002	-0.550	0.275	0.721	-0.136	0.484
	Std.dev.	-0.064	6.375	7.811	6.459	7.688	
	t-stat	0.422	-1.137	0.465	1.472	-0.233	
	Adj.t-stat ^c	0.303	-0.816	0.334	1.057	-0.167	
MLFA-2	Average	-0.004	-0.764	0.733	1.044	0.114	0.471
	Std.dev.	0.120	4.446	10.091	8.395	4.706	
	t-stat	-0.404	-2.268**	0.959	1.641	0.319	
	Adj.t-stat ^d	-0.218	-1.224	0.517	0.885	0.172	

* Significant at 10% level, ** Significant at 5% level, *** Significant at 1% level

^a EIV adjustment term (c) = 0.743

^b EIV adjustment term (c) = 2.613

^c EIV adjustment term (c) = 0.758

^d EIV adjustment term (c) = 1.032

Table.A3. Cross Sectional Regression Results of the German Stock Market (continued)

$$\bar{R}_i = \bar{\lambda}_0 + b_{i1}\bar{\lambda}_1 + b_{i2}\bar{\lambda}_2 + b_{i3}\bar{\lambda}_3 + b_{i4}\bar{\lambda}_4 + \varepsilon_i \quad i = 1, \dots, 10$$

		Factor Risk Premia					Average R ²
		$\bar{\lambda}_0$	$\bar{\lambda}_1$	$\bar{\lambda}_2$	$\bar{\lambda}_3$	$\bar{\lambda}_4$	
Panel B: 01/1988 – 12/1990 Subperiod							
PCFA-1	Average	0.018	0.066	-0.790	-0.254	0.230	0.536
	Std.dev.	0.071	2.497	3.258	2.775	1.619	
	t-stat	1.535	0.157	-1.455	-0.548	0.855	
	Adj.t-stat ^c	1.162	0.119	-1.101	-0.415	0.647	
PCFA-2	Average	0.027	0.178	-0.897	-0.288	0.228	0.538
	Std.dev.	0.092	2.444	3.221	2.759	1.620	
	t-stat	1.726*	0.437	-1.671	-0.627	0.845	
	Adj.t-stat ^f	1.230	0.311	-1.190	-0.447	0.602	
MLFA-1	Average	0.019	0.029	-0.459	0.080	0.016	0.560
	Std.dev.	0.072	2.480	2.154	1.785	1.696	
	t-stat	1.592	0.071	-1.280	0.269	0.055	
	Adj.t-stat ^g	1.421	0.063	-1.143	0.241	0.049	
MLFA-2	Average	0.023	0.092	-0.437	0.091	0.092	0.553
	Std.dev.	0.098	2.623	2.439	1.782	2.307	
	t-stat	1.383	0.211	-1.075	0.308	0.240	
	Adj.t-stat ^h	1.244	0.189	-0.967	0.277	0.216	
Panel C: 01/1991 – 06/2002 Subperiod							
PCFA-1	Average	-0.005	-0.682	0.568	0.819	-0.492	0.501
	Std.dev.	0.053	3.891	4.246	6.748	6.048	
	t-stat	-1.118	-2.058**	1.571	1.426	-0.955	
	Adj.t-stat ⁱ	-0.680	-1.253	0.956	0.868	-0.581	
PCFA-2	Average	-0.006	-0.670	0.491	0.579	-0.246	0.494
	Std.dev.	0.057	3.958	3.956	6.647	3.806	
	t-stat	-1.319	-1.989**	1.459	1.023	-0.760	
	Adj.t-stat ⁱ	-0.913	-1.377	1.010	0.709	-0.526	
MLFA-1	Average	-0.010	-1.089	0.586	1.098	0.707	0.505
	Std.dev.	0.067	5.191	4.786	6.752	7.353	
	t-stat	-1.655	-2.466**	1.438	1.910*	1.130	
	Adj.t-stat ^k	-0.772	-1.149	0.670	0.891	0.523	
MLFA-2	Average	-0.006	-0.745	0.326	0.687	0.120	0.492
	Std.dev.	0.056	3.886	3.531	5.551	2.731	
	t-stat	-1.193	-2.252**	1.083	1.453	0.517	
	Adj.t-stat ^l	-0.799	-1.509	0.726	0.974	0.346	

* Significant at 10% level, ** Significant at 5% level, *** Significant at 1% level

^c EIV adjustment term (c) = 0.746, ^f EIV adjustment term (c) = 0.972, ^g EIV adjustment term (c) = 0.254, ^h EIV adjustment term (c) = 0.237ⁱ EIV adjustment term (c) = 1.086, ^j EIV adjustment term (c) = 1.700, ^k EIV adjustment term (c) = 3.601, ^l EIV adjustment term (c) = 1.226

Table.A4. Cross Sectional Regression Results of the Turkish Stock Market

$$\bar{R}_i = \bar{\lambda}_0 + b_{i1}\bar{\lambda}_1 + b_{i2}\bar{\lambda}_2 + b_{i3}\bar{\lambda}_3 + \varepsilon_i \quad i = 1, \dots, 10$$

		Factor Risk Premia				Average R ²
		$\bar{\lambda}_0$	$\bar{\lambda}_1$	$\bar{\lambda}_2$	$\bar{\lambda}_3$	
PCFA-1	Average	0.047	0.061	0.016	-0.189	0.365
	Std.dev.	0.181	2.184	3.018	4.667	
	t-stat	2.786***	0.298	0.057	-0.432	
	Adj.t-stat ^a	2.732***	0.292	0.056	-0.424	
PCFA-2	Average	0.036	0.098	0.048	-0.104	0.347
	Std.dev.	0.229	2.252	2.869	3.042	
	t-stat	1.701*	0.464	0.178	-0.363	
	Adj.t-stat ^b	0.036	0.097	0.047	-0.103	
MLFA-1	Average	0.047	0.060	0.032	0.008	0.341
	Std.dev.	0.195	2.448	3.004	4.306	
	t-stat	2.549**	0.262	0.115	0.020	
	Adj.t-stat ^c	2.543**	0.261	0.115	0.020	
MLFA-2	Average	0.047	0.060	0.033	0.009	0.341
	Std.dev.	0.195	2.473	3.001	4.291	
	t-stat	2.547**	0.260	0.116	0.021	
	Adj.t-stat ^d	2.449**	0.250	0.112	0.202	

* Significant at 10% level, ** Significant at 5% level, *** Significant at 1% level

^a EIV adjustment term (c) = 0.040, ^b EIV adjustment term (c) = 0.023, ^c EIV adjustment term (c) = 0.005, ^d EIV adjustment term (c) = 0.082



THE CAUSAL RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENT AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY: COINTEGRATION AND ERROR-CORRECTION MODELS

İhsan GÜNAYDIN

Karadeniz Teknik Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Doçent Dr.

THE CAUSAL RELATIONSHIP BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENT AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY: COINTEGRATION AND ERROR-CORRECTION MODELS

Abstract: This paper examines the causal relationships between foreign direct investment (FDI) and economic growth using Turkish annual data for the period 1976-2002, by means of cointegration and error-correction models. The (Augmented) Dickey-Fuller (A) DF and Phillips-Perron (PP) unit root tests are performed and all time series become stationary after first differencing. Since all time series data are stationary in first difference, cointegration tests are necessary. Engle-Granger bivariate cointegration test results indicate these two variables are cointegrated. The results from Granger causality tests based on error-correction models show that there exists bidirectional Granger causality between FDI and economic growth, supporting the feedback hypothesis for Turkey. The diagnostic tests for adequacy of the model also performed and passed.

Keywords: Foreign Direct Investment, Economic Growth, Turkey

I. INTRODUCTION

Foreign direct investment(FDI) is one of the most striking features of the world economy, and many countries see attracting FDI as an important element in their strategy for economic development. Increasingly, foreign direct investment recognised as a powerful engine and major catalyst for development, poverty-reducing growth and the global integration process. Recognizing that FDI can contribute to economic development, all countries want to attract more foreign direct investment. Indeed, the world market for FDI is highly competitive, and in particular, developing countries seek FDI to accelerate their development efforts. However, many countries have not benefited enough from FDI. Many developing and least developed countries had received only small amounts of FDI. This situation highlights the need for host countries to have a broader set of policies and institutions in order to attract investment and to maximise the benefits of FDI [1-3].

TÜRKİYE'DE YABANCI DOĞRUDAN YATIRIM VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ NEDENSEL İLİŞKİ: KOENTEGRESYON VE HATA DÜZELTME MODELLERİ

Özet: Bu çalışma, koentegrasyon ve hata düzeltme modelleri yolu ile Türkiye'de 1976-2002 dönemine ilişkin yıllık veriler kullanılarak yabancı doğrudan yatırımlar ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkilerini incelemektedir. (Augmented) Dickey-Fuller(A)DF ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri yapılmakta ve bütün zaman serileri birinci fark alındıktan sonra durağan hale gelmektedir. Bütün zaman serileri verisi birinci farkında durağan olduğu için, koentegrasyon testlerinin yapılması gerekmektedir. Yapılan Engle-Granger koentegrasyon testinin sonuçları iki değişkenin koentegre olduğunu göstermektedir. Hata düzeltme modellerine dayalı Granger nedensellik testlerinin sonuçları ise, yabancı doğrudan yatırım ve ekonomik büyüme arasında iki yönlü Granger nedenselliğin varlığını göstermektedir. Nedensellik testlerinden elde edilen bu sonuçlar, Türkiye'de iki yönlülük hipotezi desteklemektedir. Ayrıca, modelin yeterliliği için diagnostik testler yapılmış ve bu testler geçilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yabancı Doğrudan Yatırım, Ekonomik Büyüme, Türkiye

As mentioned earlier, given the potential role of FDI can play in accelerating economic growth, countries are strongly interested in attracting it. They are taking steps to improve the principal determinants influencing the locational choices of foreign direct investors. There are numerous factors determining the inflow of FDI in developing countries. One of the most important factors determining the surge of FDI inflows into the developing countries in recent years have been the privatization and globalization of protection [2,4]. In addition, political and economic stability, the openness of the host country, infrastructure quality, market demand and market size, labor cost and quality, the level of scientific research, taxes and tariffs, incentive system, build-operate projects [5-9] bureaucratic red tape, fair and predictable tax system, corruption and legal environment, competition policy, property rights, contract enforcement, protection of intellectual property [10-11]. With the advent of liberalization, which was generally beneficial, removing many inefficient and uneconomic interventions, FDI is

assuming more prominent role in developing countries in the recent years [6]. However, with liberal policy frameworks becoming commonplace and losing some of their traditional power to attract FDI, governments are paying more attention to measures that actively facilitate FDI. Still, the economic determinants remain key. What is likely to be more critical in the future is the distinctive combination of locational advantages and, especially, created assets that a country or region can offer potential investors [2].

FDI has been of growing importance to the economics of both developed and developing countries. Countries are making efforts to attract more foreign direct investment. FDI has been growing rapidly and is acting as a major force shaping globalisation. According to the World Investment Report prepared by the UNCTAD in 2001, FDI continues to expand rapidly, enlarging the role of the international production in the world economy. FDI grew by 18.2 (from 1.075 in 1999 to 1.270.8 in 2000) percent in 2000. FDI grew faster than other economic aggregates like world production, capital formation and trade, reaching a record \$1.270.764 million. Developed countries remain the prime destination of FDI. The value of FDI inflows to developed countries increased by 21 percent and amounted to \$1.005.178 million in 2000. FDI inflows to developing countries also rose. The role of FDI in developing countries has grown over the 1980s and 1990s. The past decade has witnessed a dramatic increase in FDI to developing countries, with increasing from \$24 billion in 1990 to \$240.2 billion in 2000. FDI flows to developing countries increased ten fold between 1990-2000 [12].

However, FDI flows declined sharply in 2001. This was mainly the result of the weakening of the global economy, notably in the world's three largest economies which all fell into recession, and a consequent drop in the value of cross-border mergers and acquisitions. As a result, the decline in FDI was mainly concentrated in developed economies. World inflows of FDI amounted to \$735 billion. Of the \$735 billion worth of FDI, \$503 billion flowed into developed countries, \$205 billion worth went to developing countries and the remaining \$27 billion to the transition economies of Central and Eastern Europe (CEE). The economic slowdown has intensified competitive pressures, accentuating the need to search for lower-cost locations. This may result in increased FDI in activities that benefit from relocation to, or expansion in, low-wage economies [13].

In a global economy countries, whatever their development level, must attract FDI in order to stay competitive. Empirical evidence suggests that the fastest growing countries are the biggest FDI host countries [14]. Nevertheless, the causality between FDI and economic growth is not obvious. The causality between FDI and economic growth has been the subject of considerable

research for many decades. FDI by multinational enterprises can effect economic growth of host countries through several channels, such as enhancing capital formation, technology transfer, positive effect on total factor productivity, export promotion, the establishment of foreign funded enterprises, positive spillover effects to domestic enterprises, creating employment opportunities and competition and demonstration effects. To sum, FDI not only brings financial resources for capital formation to host countries but also expands their production, employment and foreign trade, and therefore it accelerates growth and development [5,15].

Investigation of the causality between FDI and economic growth has important implications for development strategies [16]. If the causality runs from FDI to growth, it would lend credence to the FDI-led growth hypothesis. In this hypothesis, FDI not only leads capital formation and employment augmentation but also promotes growth in host countries. If the causality runs from growth to FDI, it would imply that growth may be a prerequisite for developing countries to attract FDI and the amount of FDI flows into a country depends on the country's absorptive capacity. If the causality is bidirectional, FDI and growth would have a reinforcing causal relationships.

II. ALTERNATIVE HYPOTHESIS AND PRIOR EMPIRICAL RESEARCH

Three main hypotheses regarding the intertemporal relationships between FDI and economic growth have been put forth: (i) the growth-driven FDI hypothesis, (ii) the FDI-led growth hypothesis, and (iii) the feedback hypothesis, which is a combination of (i) and (ii).

(i) *Hypothesis of Growth-Driven FDI.* The growth-driven FDI hypothesis suggests that economic growth effects FDI. This hypothesis emphasizes the necessity of growing market size and improving conditions in human capital and infrastructures for attracting FDI. Other things being constant, a country market size (measured by GNP) rises with economic growth, encouraging foreign firms to increase their investment [16]. The market demand and market size has positive impact on the FDI because it directly affects the expected revenue of investment. In fact, one major motivation for FDI is to look for new markets [7]. In other words, growing market is bound to be extremely attractive to foreign investors. The larger the market size, the more the FDI likely to be attracted. Some empirical studies find such positive relationship [17]. Blomström and Lipsey [18] show a significant size threshold effect for firms' decision to invest abroad.

Rapid economic growth leads to high level of aggregate demand that stimulates greater demand for

investments including FDI. Rapid economic growth could induce more inflow of FDI. Because, rapid economic growth will usually create a high level of capital requirement in the host country and hence the host country will demand more FDI by offering concessional terms for FDI to attract overseas investors. In addition, rapid economic growth in the host country will build confidence of overseas investors for investing in the host country. More importantly, rapid economic growth will create huge opportunities for FDI to invest in industrial sectors, consumer durable goods and infrastructure sectors in the recipient countries [19]. In sum, other things being equal, better economic performance in recipient countries provides foreign investors with a better investment environment and greater opportunities for making profits and so greater incentive for FDI [16,20].

(ii) Hypothesis of FDI-led Growth. The FDI-led growth hypothesis suggest that FDI effects economic growth. FDI has been able to enhance the economic growth of host country through capital accumulation, employment augmentation, knowledge transfers, export promotion and spillover efficiency and technology transfer. FDI is expected to increase economic growth because it increases the domestic stock of real capital. To the extent that FDI adds to the existing capital stock, FDI may have growth effects that are similar to that of domestic investment, along with alleviating partly or totally the balance of payments deficits in the current account [16]. In addition to employment augmentation, through knowledge transfers, FDI is expected to augment the existing stock of knowledge and to update the skill of the labor force in the recipient economy through labor training and skill acquisition, the introduction of alternative management practices and organizational arrangements [19]. FDI may promote exports by setting up assembling plants and helping host firms access international markets for exports [16]. In addition, FDI may ease the exploitation and distribution of raw materials that are produced in the host country, by means of helping improve the network of transport and communication.

Finally, FDI might also be able to enhance economic growth of host countries through spillover efficiency and technology transfer. The spillover efficiency occurs when advanced technologies and managerial skills embodied in FDI are transmitted to domestic plants simply because of the presence of multinational firms [16]. FDI is one of the main transmission vehicles of advanced technology from leaders to developing countries [21]. FDI may improve the technology and productivity of host country firms as FDI creates backward and forward linkages and foreign firms provide technical assistance to their local suppliers and customers. In addition, the competitive pressure exerted by the foreign affiliates may force local firms to operate more efficiently and introduce new technologies earlier than what would otherwise have been the case

[16]. However, the spillover efficiency and technology transfers depends on host countries' absorptive capability that is largely determined by human capital in host countries. Thus, FDI contributes to economic growth only when a sufficient absorptive capability of the advanced technologies is available in the host economy [21].

(iii) Hypothesis of Feedback. The feedback hypothesis suggests two-way link between FDI and economic growth. This two-way link between FDI and growth has short run and long run dimensions. Over the short run, an outward oriented government policy of the host country as well as lower unit labor cost may attract FDI and thus FDI may have effect on growth via knowledge spillover. On the other hand, technology transfer brought by FDI could have permanent effect on the infrastructure of the home country and thus could impact the recipient country's long run growth favourably [22]. In this hypothesis, countries with fast economic growth, not only generating more demand for FDI but also providing better opportunities for making profits, attract greater FDI. On the other hand, FDI inflows may foster economic growth of host countries through positive direct effects and indirectly spillover effects [16]. Emprically, this hypothesis is characterized by bidirectional causality between FDI and economic growth.

Numerous empirical studies have examined the validity of the hypotheses but with remerkably mixed results. Several factors may have been responsible for such mixed results from prior empirical research, including the use of different time periods, different model specifications, and different methodologies. The bulk of the empirical literature has focused on the FDI in China with the exception of some papers. The growth-driven FDI hypothesis has been supported by the following empirical studies: Zhang [23], Tsai [24], Wheeler and Mody[25], Gypong and Karikari [26], Merlevede[27] and Chowdhury and Mavrotas[28]. The FDI-led growth hypothesis has been supported by the following empirical studies: Blomström, Libsey and Zejan [29], De Gregorio[30], Lee [31], Wei [32], Rodriguez-Clare [33], Blasubramanyam, Salisu and Sapsford [34], Dees [35], Borensztein et al. [21], Sun [36], Thomsen [37], De Melo [38], Gypong and Karikari [26], Markusen and Venables [39], Shatz and Venables [40], Chan [22], Kim and Hwang [41], Wei, Liu, Song, H. And Ramilly [42], Zhang [16], Zhang[43], and Bengoa and Sanchez-Robles[44]. The feedback hypothesis has been supported by the following empirical studies: Liu *et al.* [45], Shan *et.al.* [19], Zhang [20], Zhang [16], Cheng and Kwan [1], Chakraborty and Basu [6], Shan [19] and Chowdhury and Mavrotas[28]. These studies have found evidence of a bi-directional causality between the two variables.

Although there is considerable evidence on the

relationship between FDI and economic growth in both industrial and developing countries, insofar as this author is aware, the relationship between the two variables has not been yet systematically investigated for Turkey. While previous studies focus most on the industrial and developing countries, this paper attempts to make some contributions to this line of research by using recent time series econometric techniques to test the the "Growth-Driven FDI, FDI-led Growth or Feedback" hypothesis in the case of Turkey.

III. TRENDS OF FDI IN TURKEY

FDI in Turkey was minimal until 1980. Prior to 1980, in spite of a liberal legislation dating back to 1954, foreign direct investment has for various reasons played a minor role. In particular the restrictive application of the law by the Turkish administration and lengthy bureaucratic procedures finally led in the 1970s to a situation in which there was no new investment and even the necessary increases of capital could no longer be made [46].

Since 1980 this trend has significantly changed. FDI in Turkey accelerated in the early 1980s within the framework of export-oriented trade policy. Government policies in Turkey, those implemented since the early 1980s, have been targeted at developing a free market economy in Turkey, and have involved adopting a more outward-oriented export-led growth strategy. Significant progress has been recorded in the liberalisation of trade and investment policies and the pursuit of macro-economic stability and economic growth. This policy approach has increased the confidence of foreign investors and contributed to a substantial increase in FDI in the Turkish economy.

After 1980, steps were taken to replace the import substitution growth strategy with an outward-oriented export-led growth strategy. The new strategy is backed up by deregulation concerning exchange rates, interest rates, and product prices of state enterprises. In 1986, a new Foreign Direct Investment Department has been established for foreign investment permissions. There were; the removal of minimum export requirements, the introduction of %100 foreign ownership for all foreign investors in all sectors, more favorable tax legislation for foreign investment and an increased use of the build operate transfer program [47].

FDI inflow to Turkey increased at a very high rate, following the new legal arrangements sanctioned by the government. While foreign direct investments between 1954 and 1979 were realized at a cumulative total of US\$228.1 million, 1986 proved to be the turning point, securing a higher level of investments than previously. The total inflow was US\$170 million in 1986 and reached

a peak level of US\$3.288 billion in 2001 including the privatization revenues. After the peak level of 2001, FDI inflows to Turkey fell from US\$3.288 billion in 2001 to US\$1042 billion in 2002. Turkey's investment inflow increased steadily subsequent to the liberalization of the foreign investment regime. The increase in research on the privatisation of state-owned enterprises, providing foreign investors opportunities to participate in such enterprises, and at length, by decreasing the formalities in dealing with foreign investment applications, were also vital factors that led to the increase in investment in Turkey. Since the mid-1980s, the FDI flows have been playing increasingly prominent role in the economy. The share of FDI in gross domestic investment (GDI) in Turkey over the period 1976-2002 increased significantly from a meagre 0.07% in 1976 and 0.23% in 1980 to 3.77% in 2000. This share with the privatization revenues increased 11.98% in 2001. This share fell from 11.98% in 2001 to 3.3% in 2002. Over the same period the share gross domestic investment in gross national product (GNP) showed little variation and it roughly remained stable around 22.8%. When the proportion of gross domestic investment in GNP is not too high and shows little variation, a sharp increase in FDI flows may have important effect on the national economy despite the fact that FDI is still a small proportion of gross domestic investment [6]. This increase in FDI in Turkey during the 1976-2002 period raises important research questions about the possible cause and effect relationship between FDI and growth in Turkey. As mentioned earlier, this paper focuses on the relationship between FDI and economic growth in Turkey.

IV. DATA AND METHODOLOGY

Our examination of the causal relationship between net FDI inflow and economic growth is based on annual time series data for the period 1976-2002. Net FDI is inflows in the Turkish economy less outflows from the Turkish economy of investments to acquire a lasting management interest in an enterprise operating within the economy. For testing purposes, all series are expressed in real terms using a GNP deflator (1987=100) and in logarithms. Examination of the individual data series make it clear that the logarithmic transformations were required to achieve stationarity in variance; therefore, all the data series were transformed to logarithmic form. The data sources are Central Bank, State Planning Organization and Undersecretariat of Treasury [48]. The rest of the section is devoted to the discussion of methodological issues

To make an empirical assessment of the link between FDI and economic growth, a three step procedure is adopted to investigate possible causal relationship between the two variable. In step 1, the stationarity properties of the data are examined to

determine the order of integration of the series. Step 2 tests for cointegration of the series identified as I(1) in step 1 using the Engle and Granger [49] residual based approach. Finally, step 3 carries out Granger-type causality tests augmented with the error-correction term derived from the appropriate cointegrating relationship.

Unit root tests. To provide a valid empirical evidence to the issue of FDI and economic growth or economic growth and FDI, it is important to address the time-series properties of FDI and economic growth because any empirical analysis from which valid inferences could be drawn must ensure that all series are of the same order of integration in order to avoid the problem of spurious relationships and erroneous conclusions. To avoid spurious relationships and misleading results with respect to the causal relationship between FDI and economic growth, this study employs the cointegration and error-correction models (see [50] and [51]).

This study begins by testing for unit root using (Augmented) Dickey-Fuller's (A)DF and Phillips and Perron's (PP) unit root test. To test the unit root property of the series X_t , we use the following regression equation:

$$\Delta X_t = a_0 + a_1 T + \beta X_{t-1} + \sum_{i=1}^N \theta_i \Delta X_{t-i} + \epsilon_t \quad (1)$$

where Δ is the difference operator, T is the time trend, ϵ_t is a stationary random error and X_t is the series under consideration (either FDI or GNP). The constant and the trend term are retained only if significantly different from zero. $i = 1, 2, \dots, N$ is the number of lag terms. The optimal number of lags, N , is determined by minimizing the Akaike Information Criterion (AIC). Unit root tests of this type are referred to as Augmented Dickey-Fuller (ADF). The difference between DF test and ADF test is that in the former, $\sum_{\theta_i} = 0$.

A problem with the ADF test is that it involves the inclusion of extra differences terms in the testing equation. This results in a loss of degrees of freedom and a resultant reduction in the power of the testing procedure [52]. Alternatively, the Phillips-Perron approach allows for the presence of unknown forms of autocorrelation and conditional heteroscedasticity in the error term, and is based on testing regression (1), expect that $N=0$. In other words, one of the differences between the alternative unit root test by Phillips and Perron is the ADF test without lagged difference terms (see [52] and [53]). This method uses a nonparametric correction for serial correlation. The statistics are then transformed to remove the effects of serial correlation on the asymptotic distribution of the test statistics. For both tests, the null hypothesis is that X_t is a nonstationary series, and it is rejected when β is negative

and significantly different from zero.

Cointegration tests. If the respective time series are difference stationary, I(1), then cointegration regressions can be undertaken to determine whether or not linear combinations of the series are stationary. Given the bivariate nature of our study, the Engle-Granger cointegration procedure is used next to test for the presence of cointegration between the two time series. If both time series are integrated of the same order then one can proceed with the estimation of the following cointegration regressions.

$$\text{LRGNP}_t = \alpha_1 + \beta_1 \text{LRFDI}_t + \eta_t \quad (2)$$

$$\text{LRFDI}_t = \alpha_2 + \beta_2 \text{LRGNP}_t + \mu_t \quad (3)$$

where LRGNP is the log of the real gross national product, LRFDI is the log of the real net foreign direct investment and η_t and μ_t are the residuals to be tested for stationarity. Granger [54] and Engle and Granger [49] have shown that if variables such as LRGNP and LRFDI are integrated of order one, $I(1)$, and η_t and μ_t are both $I(0)$, that is, if a long-run relationship exists between these two variables, then LRGNP_t and LRFDI_t are said to be cointegrated.

Causality test. Granger [55] points out that if there exists a cointegration between any two or more variables, there must be causality between these variables at least in one direction. Granger [54] and Engle and Granger [49] provide a test of causality that takes into account the information provided by the cointegrated properties of the variables. The model can be expressed as an error correction model (ECM) as follows:

$$\Delta \text{LRGNP}_t = \alpha + \sum_{i=1}^m \beta_i \Delta \text{LRGNP}_{t-i} + \sum_{j=1}^n \gamma_j \Delta \text{LRFDI}_{t-j} + \delta \eta_{t-1} + u_t \quad (4)$$

$$\Delta \text{LRFDI}_t = a + \sum_{i=1}^q b_i \Delta \text{LRFDI}_{t-i} + \sum_{j=1}^r c_j \Delta \text{LRGNP}_{t-j} + d \mu_{t-1} + v_t \quad (5)$$

here ΔLRGNP_t and ΔLRFDI_t are first-difference stationary and cointegrated with η_{t-1} and μ_{t-1} representing the lagged values of the error terms from the cointegrating regressions given by (2) and (3). The absence of this error correction term can cause a bias in the estimation. From Equation (4) the null hypothesis that $\Delta \text{LRFDI}_{t-j}$ does not Granger cause ΔLRGNP_t is rejected either if the

coefficients γ_j 's are jointly significant, or if the coefficient on the error correction term is significant. If the coefficient δ is significant, then the null hypothesis of no long-run equilibrium relationship can be rejected. Likewise, from equation (5) the null hypothesis that $\Delta LRGNP_{t-j}$ does not Granger cause $\Delta LRFDI_t$ is rejected either if the coefficients c_j 's are jointly significant, or if the coefficient on the error correction term is significant. If the coefficient d is significant, then the null hypothesis of no long-run equilibrium relationship can be rejected. The error-correction coefficients, δ and d , are expected to capture the adjustments of $\Delta LRGNP_t$ in Equation 4 and $\Delta LRFDI_t$ in Equation 5 towards long-run equilibrium, while $\Delta LRFDI_{t-j}$ in Equation 4 and $\Delta LRGNP_{t-j}$ in Equation 5 are expected to capture the short-run dynamics of the model.

As the Granger-causality tests are known to be very sensitive to the order of lags in the autoregressive process, some care must be taken when making this choice. An inadequate choice of the lag length would lead to inconsistent model estimates, so the inferences drawn from them would likely be misleading. In this study, we will identify the order of lags for each variable (m,n) and (q,r) by means of Hsiao's [56] sequential procedure. This procedure is based on the Granger's concept of causality and Akaike's minimum final prediction error (FPE) criterion,(see [54], [57], [58]) and avoids imposing often false or spurious restrictions on the model [59]. Hsiao [56] points out that "the FPE criterion balances the risk due to the bias when a lower order is selected and the risk due to the increase of variance when a higher order is selected, and choosing the order of the lags by minimum FPE is equivalent to applying an approximate F-test with varying significance levels". This method is superior to both arbitrary lag length selection and several other systematic procedures for determining lag length [60].

V. EMPIRICAL RESULTS

Unit root tests. At first, it is necessary to examine the stationary/nonstationarity property of time series data to determine the most appropriate econometric technique in order to avoid incorrect conclusions. To accomplish that, the two variables (LRFDI and LRGNP) are tested using the (A)DF and PP procedures. The unit root test results in levels and first differences are reported in Table 1. A constant is included but no time trend in these tests. Given the critical importance of ensuring stationarity, a given variable is judged stationary only if it passes both the ADF and PP tests [61]. The results show that we could not reject the null hypothesis of unit roots for both variables in level forms. However, the null hypothesis was rejected when the ADF and PP tests were applied to the first differences of each variable. Based on the results from ADF and PP unit root tests, it is concluded that all the data series are integrated of order one, (or I(1)). We

can thus conclude that the standard regression model is not appropriate in examining the causal relationship between LRFDI and LRGNP. Instead, we have to use the cointegration techniques to uncover the relationships.

Table.1. Results of Unit Root Tests

Variables	DF/ADF	PP
A.Levels		
LRGNP	-0.5505(1)	-0.5397
LRFDI	-2.3161(0)	-2.5279
B.First Differences		
Δ LRGNP	-6.0891(0)***	-6.0746***
Δ LRFDI	-7.8926(0)***	-9.0915***

*Note: ***, ** and * indicate significance at the 1%, 5% and 10% levels, respectively. MacKinnon critical values for rejection of hypothesis of unit root at significance of 1%, 5% and 10% are -3.72, -2.98 and -2.63, respectively. The optimal lag length for the ADF test are chosen on the basis of the AIC and are reported in brackets.*

Cointegration test. Given the respective LRGNP and LRFDI variables are integrated of the same order, we proceed to test for cointegration using the engle-Granger bivariate methodology. Equations 2 and 3 were estimated by ordinary least squares and the respective residuals were tested for stationarity via DF/ADF unit root tests given by equation 1 excluding the constant term. Banerjee et al. [62] point out that cointegration tests of this type either include a constant in the cointegrating regression model, or include a constant in the DF/ADF test model, and both strategies are equivalent [62]. To eliminate any autocorrelation in the residuals ϵ_t , the same lag selection criteria as employed in Section 4 have been applied to choose N.

The long-run cointegrating relationships given by the theoretical models(Equation 2 and 3) are estimated in linear form by the OLS method and are presented in table 2. The DF/ADF and the PP unit root tests were applied on the residuals from this long-run regression in order to examine whether or not the residual series is stationary. The results from both tests suggest that the residuals are strongly stationary. The null hypotheses of no cointegration between LRGNP and LRFDI, and LRFDI and LRGNP are rejected at 5% and 1% levels of significance respectively. Based on this result, we can conclude that the LRGNP and LRFDI variable are strongly cointegrated.

Table.2. Results of Cointegrating Equations (The Engle-Granger Method)

Dependent Variable	Independent Variable	ADF	PP	DW	Adj. R ²
LRGNP	LRFDI	-3.39 ^b	-3.41 ^b	1.11	0.79
LRFDI	LRGNP	-4.43 ^a	-4.43 ^a	1.29	0.79

Notes: The Engle-Yoo critical values for cointegration tests are -4.07, -3.37 and -3.03 for 1%, 5% and 10% respectively. a, b and c imply that the statistics are significant at the 1%, 5% and 10%, respectively.

Causality tests results. Engle and Granger [41] show that if nonstationary variables are cointegrated, then a vector autoregression(VAR) in the first differences is misspecified. Since a cointegration relationship is found among LRGNP and LRFDI, an error correction model(ECM) is used (as inticated in Equations 4 and 5) to test for intertemporal causality between these variables. The empirical results of the estimated error correction models are presented in Table 3. The results show that bi-directional causality exists between foreign direct investment and economic growth. This is based on the statistical significance of the coefficients of the error correction terms.

The results of this Granger causality test presented in Table 3 provide evidence on long-run impact from foreign direct investment to economic growth as well as from economic growth to foreign direct investment. Thus, feedback hypothesis appears to be supported. In addition, this paper finds that the coefficients of the ECT in model are negative. This suggests that the ECT acts as a force which causes the integrated variables to return to their long run relation when they deviate from it. Thus, the larger the deviation, the greater the force tending to correct the deviation.

As reported in Table.4, a number of conventional diagnostic test statistics indicate the robustness of the adopted models: all two equations pass the Jarque-Bera test of non-normality, LM residual correlation test and ARCH heteroscedasticity test. Ramsey RESET misspecification tests suggest that the models have no misspecification problems. Thus, the specification of our model is an adequate representation of the data.

VI. CONCLUSION

This paper investigated the causal relationship between net FDI flows and economic growth for Turkey using annual data for the period 1976-2002. We applied the(Augmented) Dickey-Fuller and Phillips-Perron tests to examine for the non-stationarity of data. Both tests indicate that the real FDI and the real GNP are non-stationary in their levels but stationary in their first differences. The study then applied the Engle-Granger bivariate cointegration approach in order to test several hypothesis concerning the causal relationship between FDI and GNP. Engle-Granger cointegration test results indicate that FDI flows and GNP are cointegrated and that the relationship between both variables is positive and statistically significant. The results from Granger causality tests based on error-correction models suggest a feedback exists between FDI flows and GNP growth, supporting the feedback hypothesis for Turkey over this sample period.

In sum, the causality between the two variables runs in both directions: FDI has been attracted by the GNP growth, and has at the same time contributed to GNP growth through various channels, such as technology transfer, enhancing capital formation, positive effect on total factor productivity, export promotion, the establishment of foreign funded enterprises, positive spillover effects to domestic enterprises, creating employment opportunities and competition and demonstration effects.

Table.3. Causality Tests Based On Error Correction Terms

Dependent Variable	Independent variables		Coefficient of ECT	Causal inference
	Δ LRFDI	Δ LRGNP		
Δ LRFDI	-----	0.023 (0.878)	-0.516 ^a (0.026)	GNP→FDI
Δ LRGNP	1.761 (0.198)	-----	-0.188 ^a (0.032)	FDI→GNP

Note: Numbers in parentheses are p values. a denotes significance at 5% level. The symbol → represents unidirectional causality in the long run. The lag length was determined by using the Akaike final prediction error criterion(FPE). In no case were more than one lag used.

Table.4. Diagnostic Test Results

Equation	J-B	LM(1)	ARCH	Ramsey
LRFDI	2.109 (0.35)	0.008 (0.93)	0.062 (0.81)	0.142 (0.71)
LRGNP	0.921 (0.63)	0.048 (0.82)	0.166 (0.68)	0.732 (0.40)

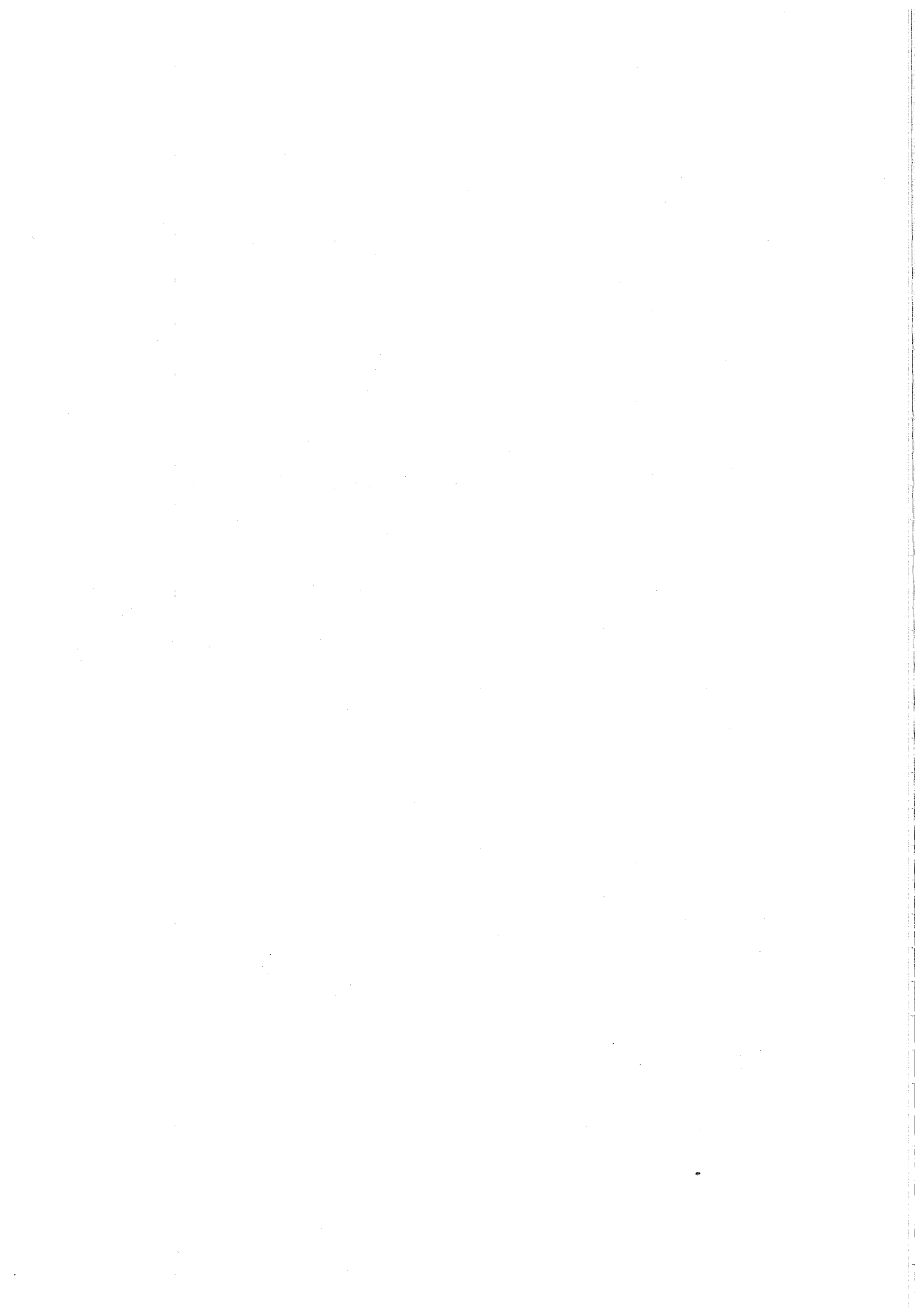
REFERENCES

- [1] Cheng, L.K., & Kwan, Y.K. (2000). The location of foreign direct investment in Chinese regions, further analysis of labor quality. *The Role of foreign direct investment in East Asian economic development*, NBER, pp.213-238.
- [2] Mallampally, P.,& Sauvant, K.P. (1999). Foreign direct investment in developing countries. *Finance &Development*, 36(1), pp.35-37.
- [3] Witherell, W. (2002). OECD Global forum on international investment. New Horizons For Foreign Direct Investment, OECD, pp.4-6.
- [4] De Mello, L.R.Jr. (1997). Foreign direct investment in developing countries and growth: a selective survey. *Journal of Development Studies*, 34, pp.1-34.
- [5] Asiedu, E. (2002). On the determinants of foreign direct investment to developing countries: is Africa different? *World Development*, 30(1), pp.107-119.
- [6] Chakraborty, C., & Basu, P. (2002). Foreign direct investment and growth in India: a cointegration approach. *Applied Economics*, 34, pp.1061-1073.

- [7] Sun, Q., Tong, W., & Yu, Q. (2002). Determinants of foreign direct investment across China. *Journal of International Money and Finance*, 21, pp.79-113.
- [8] Tseng, W., & Zebregs, H. (2002). Foreign direct investment in China: Some lessons for other countries. *IMF Policy Discussion Paper*, IMF, pp.1-25.
- [9] Zhang, K.H. (2000). Why is U.S. direct investment in China so small? *Contemporary Economic Policy*, 18(1), pp.82-94.
- [10] Gastanaga, V.M., Nugent, J.B., & Pashamova, B. (1998). Host country Reforms and FDI inflows: How much difference do they make? *World Development*, 26(7), pp.1299-1314.
- [11] OECD. (2002). *New Horizons for foreign direct investment*.
- [12] World Investment Report. (2001). *World investment report 2001: Promoting linkages, Overview*.
- [13] World Investment Report. (2002). *Transnational Corporations and Export Competitiveness, Overview*.
- [14] Fabry, N., & Zeghni, S. (2002). Foreign direct investment in Russia: how the investment climate matters. *Communist and Post-Communist Studies*, 35, pp.289-303.
- [15] Urata, S., & Kawai, H. (2000). Intrafirm technology transfer by Japanese manufacturing firms in Asia. *The Role of Foreign Direct Investment in East Asian Economic Development*, Chicago and London: Chicago University Press, pp.49-74.
- [16] Zhang, K.H. (2001). Does foreign direct investment promote economic growth? Evidence from East Asia and Latin America. *Contemporary Economic Policy*, 19(2), pp.175-185.
- [17] Kravis, I., & Lipsey, R. (1982). The location of overseas production and production for exports by U.S. multinational firms. *Journal of International Economics*, 12(3/4), pp.201-223.
- [18] Blomström, M., & Libsey, R.E. (1991). Firm size and foreign operations of multinationals. *Scandinavian Journal of Economics*, 93(1), pp.101-107.
- [19] Shan, J. (2002). A VAR approach to the economics of FDI in China. *Applied Economics*, 34, pp.885-893.
- [20] Zhang, K.H. (1999). How does FDI interact with economic growth in a large developing country? The case of China. *Economic Systems*, 23(4), pp.291-303.
- [21] Borensztein, E., Gregorio, J.De, & Lee, J-W.(1998). How does foreign direct investment affect economic growth? *Journal of International Economics*, 45, pp.115-135.
- [22] Chan, V.L. (2000). FDI and economic growth in Taiwan's manufacturing industries. *The Role of Foreign Direct Investment in East Asian Economic Development*, Chicago and London: Chicago University Press, pp.349-366.
- [23] Zhang, K.H. (1995). International trade and foreign investment: further evidence from China. *Asian Economic Journal*, 23, pp.23-56.
- [24] Tsai, P.L. (1991). Determinants of direct foreign investment in Taiwan: An alternative approach with time-series data. *World Development*, 19(2-3), pp.275-285.
- [25] Wheeler, D. & Mody, A. (1993) International investment location decisions: The case of U.S. firms, *Journal of International Economics*, 33, 57-76.
- [26] Gyapong, A.O, & Karikari, S.A. (1999). Direct foreign investment strategies and economic performance in Ghana and Ivory Coast. *Journal of Economic Development*, 24(1), pp.133-146.
- [27] Merlevede, B. (2000) Growth in transition economies. A review of the literature. *Working Paper*, University of Antwerp, Department of Economics.
- [28] Chowdhury, A., & Mavrotas, G. (2003) FDI & growth: What causes what? *WIDER Conference on "Sharing Global Prosperity"* WIDER, Helsinki, 6-7 September, pp.1-18.
- [29] Blomström, M., Libsey, R.E. & Zejan, M. (1992). What explains developing country growth? *NBER Working Paper* 4132.
- [30] De Gregorio, J. (1992). Economic growth in Latin America. *Journal of Development Economics*, 39, pp.58-84.
- [31] Lee, J.W. (1994). Capital goods imports and long run growth. *NBER Working Paper*, 4725, National Bureau of Economic Research.
- [32] Wei, S.J. (1995). The open door policy and China's rapid growth: evidence from city-level data. In *Growth Theories in Light of the East Asian Experience*. London and Chicago: The University of Chicago Press.
- [33] Rodriguez-C., A. (1996) Multinationals, linkages and economic development. *American Economic Review*, 86(4), pp.852-73.
- [34] Balasubramanyam, V.N., Salisu, M, & Sapsford, D. (1996). Foreign direct investment and growth in EP and IS countries. *Economic Journal*, 106, pp.92-105.
- [35] Dees, S. (1998). Foreign direct investment in China: Determinants and effects. *Economics of Planning*, 31, pp.175-194.
- [36] Sun, H. (1998). Macroeconomic impacts of direct foreign investment in China: 1979-96. *The World Economy*, 21, pp.675-94.
- [37] Thomsen, S. (1999) Southeast Asia: The role of foreign direct investment policies in development. *Working Papers on International Investment*. Paris: OECD.
- [38] De Mello, L.R.Jr. (1999). Foreign direct investment-led growth: evidence from time series and panel data. *Oxford Economic Papers*, 51(1).
- [39] Markusen, J.R., & Venables, A. (1999). Foreign direct investment as a catalyst for industrial development. *European Economic Review*, 43, pp.335-356.
- [40] Shatz, H.J. & Venables, A.J. (2000) The geography of international investment. (Eds.: Clark, G.L., Feldman, M.,

- & Gertler, M.S.). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press.
- [41] Kim, J.D., & Hwang, S.I. (2000). The Role of FDI in Korea's Economic Development. *The Role of Foreign Direct Investment in East Asian Economic Development*, Chicago and London: Chicago University Press, pp.267-294.
- [42] Wei, Y., Liu, X, Song, H., & Ramilly, P. (2001). Endogenous innovation growth theory and regional income convergence in China. *Journal of International Development*, 13, pp.153-168.
- [43] Zhang, K.H. (2001b) How does foreign direct investment affect economic growth in China? *Economics of Transition*, 9(3), pp.679-693.
- [44] Bengoa, M. & Sanchez-Robles, B. (2003) Does foreign direct investment promote growth? Recent evidence from Latin America, *Universidad de Cantabria*, pp.1-19.
- [45] Liu, X., Song, H., Wei, Y. & Romilly, P. (1997). Country characteristics and foreign direct investment in China: a panel data analysis. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 133, pp.313-329.
- [46] OECD. (1983). *Foreign investment in Turkey*.
- [47] Mercül, A.K. (2001). Foreign direct investment in Turkey in the framework of candidacy to the EU. *Marmara Journal of European Studies*, 9(2), pp.155-173.
- [48] Undersecretariat of Treasury, General Directorate of Foreign Investment. (2001). *Foreign Investment Report*, February.
- [49] Engle, R.F., & Granger, C.W.J. (1987). Co-integration and error-correction representation, estimation and testing. *Econometrica*, 55, pp.251-276.
- [50] Tano, D.K. (1993). The added worker effect: a causality test. *Economic Letters*, 43, pp.111-117.
- [51] Oweye, O. (1995). The causal relationship between taxes and expenditures in the G7 countries: cointegration and error-correction models. *Applied Economics Letters*, 2, pp.19-22.
- [52] Biswal, B., Dhawan, U., & Lee, H.Y. (1999). Testing Wagner versus Keynes using disaggregated public expenditure data for Canada. *Applied Economics*, 31, pp.1283-1291.
- [53] Okunade, A.A., & Karakus, M.C. (2001). Unit root and cointegration tests: time-series versus panel estimates for international health expenditure models. *Applied Economics*, 33, pp.1131-1137.
- [54] Granger, C.W.J. (1986). Developments in the study of cointegrated economic variables. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 48, pp.213-228.
- [55] Granger, C.W.J. (1988). Some recent developments in a concept of causality. *Journal of Econometrics*, 2, pp.199-211.
- [56] Hsiao, C. (1981). Autoregressive modeling and money-income causality detection. *Journal of Monetary Economics*, 7, pp.85-106.
- [57] Cheng, B.S. (1999). Cointegration and causality between financial development and economic growth in south Korea and Taiwan. *Journal of Economic Development*, 24(1), pp.23-38.
- [58] Chang, T., Fang, W., Wen, L.F., & Liu, C. (2001) Defence spending, economic growth and temporal causality: evidence from Taiwan and mainland China, 1952-1995. *Applied Economics*, 33, pp.1289-1299.
- [59] Rubio, O.B., & Munoz, M.M. (2001). Foreign direct investment and trade: A causality analysis. *Open Economic Review*, 12, pp.305-323.
- [60] Thornton, D.L., & Batten, D.S. (1985). Lag-length selection and tests of Granger causality between money and income. *Journal of Money, Credit and Banking*, 17, pp.164-177.
- [61] Darrat, A.F. (2002). Budget balance through spending cuts or tax adjustments? *Contemporary Economic Policy*, 20(3), pp.221-233.
- [62] Banarjee, A., Dolado, J., Galbraith, J.W., & Hendry, D.F. (1993). *Co-integration, Error-Correction, and the Econometric Analysis of Non-Stationary Data: Advanced Texts in Econometrics*. New York: Oxford University Press.

İhsan GÜNAYDIN (gunaydin61@yahoo.com) has Ph.D. of Economics at Karadeniz Technical University Social Sciences Institute. He is Associate Professor in the Department of Public Finance at Karadeniz Technical University. His research interest areas are public finance, applied economics and budget



DEVLETİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ VE REGÜLASYON TEORİLERİ

Savaş ÇEVİK¹, Murat DEMİR²

¹Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Araştırma Görevlisi

²Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Araştırma Görevlisi, Dr.

THE REGULATIVE ROLE OF GOVERNMENT AND THE THEORIES OF REGULATION

Abstract: *The aspect which gives an interventionist role to the government is exposed to serious criticism since 1970's. In this process it is taken place the transform in role of government in which economic structure. Besides, it is especially discussed the traditional theoretical and practical causes of the government intervention in this period and is adopted a government pattern in which government have only certain regulation and control duties which will orientate economic and political sections. In addition, here it is devolved to private sector some activities that government have by public sector. According to this recent view, traditional government intelligence which is known as the public enterprises subjects to a transform toward the regulation government.*

Keywords: *Regulation, Regulation Theories, Regulative Government*

DEVLETİN DÜZENLEYİCİ ROLÜ VE REGÜLASYON TEORİLERİ

Özet: *Devletin ekonomik hayatta müdahaleci bir rol üstlenmesini kabul ve teşvik eden anlayış 1970'lerden itibaren ciddi bir şekilde eleştirilmeye başlanırken, bu süreçte devletin ekonomik yapı içerisindeki rolünde de bir dönüşüm söz konusu olmuştur. Söz konusu süreçte devlet müdahalesinin geleneksel teorik ve pratik nedenleri üzerinde önemli tartışmalar olmuş, devletin aktif rol aldığı bir takım sektörleri özel kesime devrederek ekonomik ve siyasal yaşamda oyunun kurallarını koyan ve denetleyen bir yapı içerisinde devletin düzenleyici bir rol üstlenmesini kabul eden bir yapılanma ve devlet anlayışı benimsenmiştir. Bu doğrultuda, ekonomik alana kamu girişimciliği biçimindeki geleneksel devlet müdahaleciliği kısmen biçim değiştirmiş ve regülasyon uygulamaları devlet müdahalelerini şekillendirmeye başlamıştır.*

Anahtar Kelimeler: *Regülasyon, Regülasyon Teorileri, Düzenleyici Devlet*

I. GİRİŞ

Tarihsel süreç içerisinde devletin genel ekonomik yapı içerisindeki rolü ve ağırlığına ilişkin gelişmelere bakıldığında gerek teorik düzeyde ve gerekse uygulamada bir dönüşümün söz konusu olduğu görülmektedir. Bu dönüşüm süreci içerisinde bir çok ülkede devlet, özellikle 1970'lerden itibaren yoğun özelleştirme ve serbestleştirme programları ile faaliyette bulunduğu bir takım sektörlerden çekilmiş, yerine özel sektörün daha aktif rol aldığı bir yapı içerisinde ekonomik işleyişin genel kurallarını koyan ve denetleyen bir anlayışla düzenleyici bir rol üstlenmiştir. Bu bağlamda son dönemlerde devletin ekonomik alana müdahalesinin kısmen biçim değiştirerek kamu girişimciliğinden regülasyona doğru bir değişim gösterdiği söylenebilir.

Devletin rolünün büyüklüğüne ve şekline ilişkin böyle bir değişim ne var ki, her ülkede veya her uygulama alanında aynı şekilde ve aynı şartlarda ortaya çıkmadığı gibi böyle bir değişimi ve düzenlemelerin işleyiş biçimini açıklamaya yönelik teorik yaklaşımlar da çeşitlidir. Düzenleyici rolün öznesi devlet ile konusunu teşkil eden bağımsız sosyal aktörler arasındaki karşılıklı etkileşim

süreci içerisinde şekillenen regülasyonu besleyen ve şekillendiren bir çok değişken söz konusudur.

Devlet müdahaleciliğinin yaygın bir biçimi olarak regülasyonu ve regülasyon teorilerinin incelenmeye çalışıldığı bu çalışmada ilk olarak devletin rolüne ilişkin bu dönüşüm ve düzenleyici devlete ilişkin uygulamalar ana hatlarıyla ele alınmaktadır. Daha sonra regülasyon kavramı tanımlanarak kapsamı belirlenmeye çalışılmakta, regülasyonun bir müdahale biçimi olarak nasıl kullanıldığını ve nasıl ortaya çıktığını, nasıl gerekçelendirildiğini ve nasıl şekillendiğini açıklamaya yönelik pozitif teoriler ele alınmaktadır.

II. DEVLETİN ROLÜNDE DÖNÜŞÜM ve DÜZENLEYİCİ DEVLET

Son çeyrek yüzyıl içinde ekonomiye devlet müdahalesi ister gelişmiş ister gelişmekte olsun hemen bütün ülkelerde artmıştır. İlginç olanı bu sonuç özel girişimciliğe dayalı liberal ekonomiye başat bir gelişme göstermiştir. Bir başka ifadeyle, liberal bir ekonomide –ki gelişmiş çoğu ülke için böyle ve gelişmekte olan çoğu ülke için en azından hedefler bu yönde- kaynakların ve kaynakların kullanımına yönelik kararların tamamı piyasa

güçlerinin ellerine bırakılacağına önemli bir bölümü bir şekilde devletin yönlendirmesinde kalmaktadır. Bunun nedenleri teoride geniş tartışmalara yol açsa da, piyasa mekanizmasının bütün ekonomik fonksiyonları tek başına yerine getiremeyeceği gerçeğini de göstermektedir. Kamu politikalarına bunu yönlendirmek, düzeltmek ve belli noktalarda desteklemek için yine bir biçimde ihtiyaç duyulmaktadır [1].

Keynes'çi iktisatla birlikte gelişen devletin iktisadi hayatta müdahaleci bir rol üstlenmesini kabul ve teşvik eden anlayış, 1970'lerden itibaren ciddi bir biçimde eleştirilmeye başlanırken, bu süreçte devletin iktisadi yapı içerisindeki rolünde de bir dönüşüm söz konusu olmuştur. Özellikle Avrupa ülkelerinden başlayarak, devletin aktif rol üstlendiği bir takım sektörleri özel kesime devredip serbestleştirerek ekonomik ve siyasal yaşamda oyunun kurallarını koyan ve denetleyen bir yapı içerisinde düzenleyici bir rol üstlenmesini kabul eden bir yapılanma ve devlet anlayışı gelişmiştir [2].

"Düzenleyici devlet" olarak ifade edilen bu dönüşümle birlikte devletin düzenleyici olarak ifade edilen rolü gerek iktisat, gerek siyaset bilimi gerekse kamu hukuku çalışmalarında ana tartışma konularından biri de olmuştur. Gerçekten devlet organizasyonunun karakterinde mi bir değişim olduğu, geleneksel siyaset bilimi veya iktisat tartışmalarında devletle ilgili çalışmalarda yeni bir düşünme yöntemi mi geliştirildiği yoksa geleneksel devlet çalışmalarına bir "düzenleyici" sıfatı eklemek şeklinde linguistik bir tik mi geliştiği, düzenleyici devlet diye bir şey varsa gerçekten yeni bir şey mi olduğu (Devletin düzenleyici müdahalelerinin aslında bin yıl öncesine kadar uzandığı ileri sürülmektedir. Ortaçağda bir bakıma iktisadi koordinasyonun sağlanması doğrultusunda girişimlerde bulunulduğu, örneğin tüccarlara bir takım lisanslar verildiği ve idarelerin piyasayı ve genel ekonomik işleyişi düzenleyici bir rol doğrultusunda kontrol etmeye çalışıldığı ifade edilmektedir. Yine merkantilist dönemde de modern devlet daha ayrıntıya inip, ithalat ve ihracatta düzenleyici çabalara girişilmiştir [3]. Bu açıdan regülasyon, belki devlet girişimciliğinden de eski ve yaygın bir müdahale biçimidir.) ve tüm dünya da bu yeniliğin gözlemlenebilir bir şey mi olduğu [4] soruları hala tartışmaların etrafında şekillendiği sorulardır.

Devletin ekonomik alana müdahale formlarını, kamu girişimciliği ve fiyat ve piyasaya giriş kurallarının düzenlenmesi veya bir sektörde sadece bir firmanın faaliyet göstermesine izin verilmesi (doğal tekel) gibi regülasyonlar [5] olarak ikiye ayıracak olursak devlet müdahalesinin gittikçe daha çok regülasyon biçiminde olduğunu söyleyebiliriz. Hatta önümüzdeki yüzyıl için de işletmeciler rolünü tamamen bir kenara bırakıp genel iktisadi yapıda düzenleyici bir profil çizip buna uygun görevler üstleneceğini öne sürebiliriz [6].

Her ne kadar bu yönde bir eğilim kabul edilse de devletin ekonomi içindeki rolü çeşitli gerekçelerle açıklanmakta ve bu rol değişik ülke veya zamanlarda değişik formlarda görülmektedir. Ekonominin düzenlenmesinde kamu sahipliği veya regülasyon ya da self-regülasyon (Self-regülasyon, dar anlamda bir meslek grubunun veya ticari faaliyetlerin özel kurumlar tarafından yönetilmesini ifade eder. Yani regülasyonlarla devlet tarafından düzenlenecek alanların o sektörün kendisi tarafından yönetilmesidir. Bu konuda iktisadi açıdan giriş engelleri yaratılabileceği ve piyasanın arz yanı açısından rekabete engel olabileceği eleştirileri yapılmaktadır [7]) biçimlerinden hangisinin kullanılacağı noktasında da -her ne kadar ana hatlarıyla bir sınıflama yapılabilirse de- farklı ülke deneyimleri farklı sonuçlar ortaya koymaktadır. Örneğin ABD kamu sahipliği tekniğinden ziyade uzmanlaşmış kurumlar aracılığıyla ekonominin kontrol edilmesi idari teknolojisinin öncüsü olmuştur ve Amerika, düzenleyici devletin genişleme tutkusunun yarattığı problemlerle ve düzenleyici başarısızlıklarla uğraşmış, ağır bir şekilde devlet kontrolünde olan özel sektörün deregülasyonu ile ilgiliyen (Düzenleyici devlet başarısızlığı konusunda geniş bir literatür mevcuttur. ABD'de konu bu yönde tartışılmakla birlikte Avrupa'da da nispeten kısa bir düzenleyici devlet deneyiminden bile bir çok başarısızlık örneği gösterilmekte, yeni düzenleyici devlet tartışmaları dile getirilmektedir. Lodge İngiltere ve Almanya'da demiryolu sektöründe düzenleyici rol konusunda yaşanan başarısızlıkların en iyi örnekleri olduğunu ifade etmektedir [8]. Kimi yerde düzenleyici devletin genişlemesinin yol açtığı "politik felaketler", "devlet içinde bir düzenleyici devlet" olarak nitelenmektedir Bkz.[9]. Yani devletin rolünde, önce piyasa başarısızlıkları ardından devlet başarısızlıkları ve sonra düzenleyici başarısızlıklar gibi bir evrilmeden bahsedilebilir.) Avrupa'da regülasyon -özellikle 1970'lerden sonra- kamu girişimciliğine bir alternatif olarak ortaya çıkmıştır. İlginç olan farklı piyasa geleneklerine sahip İngiltere ve Kıta Avrupasının bu açıdan benzer bir eğilim takip etmesidir [10]. Diğer yandan kronolojik olarak da düzenleme biçimlerinde bir değişiklik olduğu ifade edilebilir. 1930'lardaki regülasyon amaç ve biçimlerinden 1970'ler örneğin farklıdır. Daha önce birincil olarak ekonomiyi stabilize etmek, fiyat ve giriş kontrolleri şeklindeki 1970'lerde kamu sağlığını ve güvenliğini korumak gibi -iktisadi regülasyonlardan sosyal regülasyon biçimlerine bir kayma söz konusu olmuştur [4].

O halde devletin ekonomi içerisindeki rolüyle ilgili olarak farklı ülkelerde ve farklı zamanlarda ortaya çıkan iki genel eğilimden söz edilebilir. İlki "deregülasyon" olarak isimlendirilebilecek, daha önce düzenlenmiş piyasalarda ekonomik etkinliği artırılması, kırtasiyeciliğin azaltılması, rekabetçilik üzerindeki kanuni ve yarı kanuni sınırlandırmaların yani regülasyonların kaldırılması çabalarıdır. Regülasyonları ve düzenleyici

kurumları ekonomiye müdahalede yoğun bir şekilde kullanan ABD’de arz yanlı politikalar sonrasında ve “düzenleyici başarısızlık” söylemi ile tartışmaların bu yönde olduğu söylenebilir. Diğer kamu girişimciliğinin etkisizliğinden yola çıkarak devlet mülkiyetindeki sektörlerin özelleştirilmesi çalışmalarına paralel olarak – ekonomik, sosyal, siyasi vs. güdülerle- özel sektör faaliyetlerini düzenleyen kurallar ve bunları denetleyen kurul ve kurumlarla ekonominin yönetilmesi yani “regülasyon”dur. Bu iki eğilim günümüzde serbestleştirme çalışmaları doğrultusunda birlikte ve yer yer birbirine karıştırılarak dillendirilmektedir.

Nihayetinde regülasyonun gerek kronolojik, gerek ülkeler arasında ve gerekse sektörel –ki bir ülkede çeşitli sektörler için de farklı regülasyon biçimleri benimsenebilmektedir- açıdan heterojen bir yapı gösterdiği söylenebilir. Bir düzenleyici değişimden bahsedilecek ve açıklanacaksa –ki böyle bir değişim genelde krizlerle, ideolojik değişimlerle, teknolojik değişimlerle, küreselleşme ile politik öğrenme ile vb. açıklanmaktadır- konuya bu üç boyutuyla bakılmalıdır.

III. BİR DEVLET MÜDAHALESİ BİÇİMİ OLARAK REGÜLASYON: TANIM ve KAPSAM

Deneyimlerdeki çeşitlilik ve regülasyonun kompleks yapısı, onu açıklamaya yönelik teorilerin de çeşitliliğini doğurmaktadır. Konunun değişik bilimsel disiplinlerle ilişkili olması da bu açıklamaları çeşitlendirmekte, regülasyona verilen anlamı da farklılaştırmaktadır.

Politik iktisat çalışmalarında regülasyon kamu politikasının ya da geniş anlamda devlet-toplum ve özellikle devlet-ekonomi ilişkilerinin bir formu olarak düşünülür. Regülasyon bu anlamda, çoğunlukla devlet-sanayi alanında cereyan eden bir ilişkidir ve devlet aktörlerinin (yani düzenleyiciler, regülatörler (Bakanlıklar gibi devlet departmanları, bağımsız idari kurullar veya diğer yönetim birimleri şeklinde olabilir. Düzenleyici kurumların çalışmasında, görev ve yetkilerinin belirlenmesinde hangi devlet yönetimi seviyesinde olacakları, diğer idari ve siyasi kurumlarla ilişkilerinin ne olacağı ve yönetim ve karar alma biçimlerinin ne olacağı (örneğin hiyerarşik, jüri halinde –collegial- veya oybirliği ile çalışan bir yuvarlak masa –consensual- şeklinde) düzenleyici sistemin belirlenmesinde önemli hususlardır)) piyasa sürecine müdahalesi ve bu süreci biçimlendirmesi yönüyle tanımlanır [10]. O halde regülasyon düzenleyici rolün öznesi olan devletle düzenleyici rolün konusu olan bağımsız sosyal aktörler arasındaki karşılıklı etkileşim süreci içinde şekillenmektedir.

Devlet-ekonomi-toplum üçgeninde daha doğru olarak devlet-toplum/piyasa arasında gerçekleşen bu ilişki, böyle geniş anlamda düşünüldüğünde bir yandan

hukuk disiplini (mülkiyet hakları ve sözleşme hukuku açısından sivil hukuk ve bir kamu yararı doğrultusunda devlet-toplum ilişkisi ve idari sonuçları açısından kamu hukukunu (Hukuki açıdan bir düzenleyici rejim, gerek devlet gerek sivil tarafların hak ve yükümlülükleri doğrultusunda anayasal açıdan işleyişi şekillendirilen bir piyasa mekanizmasında, etkinlik, eşitlik ve koruma amaçları doğrultusunda bir *meşruiyet* (kamu çıkarı), bunu gerçekleştirecek ve vekalet (agency) ilişkisi içinde çalışacak bir *düzenleyici organizasyon* ve bu kurumların düzenleyici amaçlara uyum sağlamak üzere kullanacağı *düzenleyici kural ve araçlar* ile açıklanmaktadır [10])) bir yandan özel sektör davranışında kamu kontrolü mekanizması olmakla ve devletin rolünü tartışmakla siyaset bilim disiplini ve diğer yandan iktisat disiplini ilgilendirmektedir.

Regülasyon geniş bir politik ve uygulama alanı kapladığından sınırlı ve belirgin bir tanım yapma güçlüğüne göz ardı etmeksizin, bu çalışmanın kapsamı açısından kabul edilen anlamıyla genel olarak, sosyal ve iktisadi politika amaçlarının uygulanması için yasal enstrümanların kullanılması olarak tanımlanabilir. Bu anlamda kullanıldığında, yasal enstrümanların karakteristiği bireyler ya da organizasyonları belirli cezai müeyyideler altında kanun tarafından emredilen davranışa uygun davranmaya zorlamasıdır. Kurumlar sözgelimi, belirli fiyatları sürdürmeye, belirli malları arz etmeye ve belirli piyasalara girmemek, üretim sürecinde belirli teknikleri kullanmak veya zorunlu bir asgari ücret ödemek gibi uygulamalara zorlanabilir. Müeyyideler ise, para cezası, ihlallerin kamuoyuna duyurulması, hapis cezası, belirli anlaşmaları yapma emri, belirli faaliyetlerin yapılmasının yasaklanması veya işyerinin kapatılması şeklinde olabilir [11].

Regülasyon iktisat literatüründe genelde *iktisadi ve sosyal* regülasyonlar olarak ikiye ayrılarak incelenmektedir. İktisadi regülasyon, *yapısal (structural)* ve *davranışsal (conduct)* regülasyonlar olarak ikiye ayrılır. Yapısal regülasyonlar, mesleki hizmetlerde mesleği uygulayacak kişilerde aranacak nitelikleri belirlemeye, söz konusu hizmeti sunan bireylere ve piyasaya giriş ve çıkışın düzenlemesi gibi piyasaların yapısını belirlemeye yönelik düzenlemelerdir. Davranış regülasyonu ise fiyat kontrolleri, reklamlara ve asgari kalite standartlarının uygulanmasına ilişkin kurallar gibi piyasada firmaların davranışlarının düzenlenmesine yöneliktir. İktisadi regülasyon esas olarak doğal tekellere ve sınırlı veya aşırı rekabetin söz konusu olduğu piyasa yapılarına uygulanır. Sosyal regülasyon çevre, iş ve işçi sorunları (mesleki sağlık ve güvenlik, fırsat eşitliği vb.) ve tüketicinin korunmasına yönelik düzenlemelerdir [11]. Bu çalışmada esas olarak iktisadi regülasyon ele alınacaktır.

IV. İKTİSADİ REGÜLASYON TEORİLERİ

Regülasyon devletin piyasalara bir müdahale biçimi ve devletin ekonomideki rolüyle bağlantılı bir husus olarak alındığında, regülasyonu açıklayan teorilerin devletin rolüne ilişkin farklı tutumlar benimseyen çeşitli iktisadi ekollere göre de farklılaştığı söylenebilir. İktisadi regülasyonu ele alan teorileri incelerken daha başta *pozitif* ve *normatif* teoriler olarak bir ayırım yapılabilir. Pozitif teoriler regülasyonun iktisadi açıklamasına ve regülasyonun sonuçlarını incelemeye yöneliktir. Normatif teoriler ise en etkin regülasyon tipinin ne olacağını inceler ve etkin regülasyonun arzulanır da olduğuna dair bir zımnı varsayım taşıdıklarından normatif olarak nitelenirler [11]. Bu kısımda regülasyona iktisadi bir açıklama getirmeye çalışan teoriler üç grupta ele alınarak incelenmeye çalışılacaktır.

İlk yaklaşım neo-klasik iktisat teorisi çerçevesinde regülasyonu, piyasa başarısızlıkları ve bunların telafi edilmesi ekseninde açıklamaktadır. Kimi yerde bu yaklaşım iktisat teorisi geleneğine uyularak aynen “neo-klasik yaklaşım” olarak adlandırılmakla birlikte bunlara “kamu çıkarı teorileri” denilecektir. İkinci yaklaşım esasında Chicago okulu ve kamu tercihi iktisadi çerçevesinde regülasyonu incelemekte ve çıkarlarını takip eden bireylerin ve baskı gruplarının siyasal karar alma sürecindeki etkinliği ve rant kollama faaliyetleri ekseninde açıklamaktadır. Bu yaklaşım da “özel çıkar teorileri” olarak nitelenmektedir. Üçüncü başlık altında ise, neo-klasik teori ve kamu tercihi iktisadına alternatif öneriler sunan ve yer yer iki yaklaşımdan da yararlanan, yeni kurumsalcı okul etrafında şekillenen yaklaşımlar ele alınacaktır.

IV.1. Kamu Çıkarı Yaklaşımı

Kökleri Marshall’a kadar uzanan neo-klasik refah iktisadına göre teoride belirli şartlar altında piyasa mekanizması optimal kaynak tahsisi sağlarsa da bu uygulamada pek görülmez ve kaynak tahsisinin iyileştirilmesi gereği ortaya çıkar. İşte kaynak tahsisinde etkinliği sağlamanın en önemli yolu devletçe yapılan regülasyonlardır. Pigou ile birlikte marjinal sosyal hasıla ile marjinal özel hasıla arasında yapılan ayırım (yani dışsallık sorunu) da, ekonominin optimal çıktı seviyesine ulaşabilmesi için vergiler ve diğer regülasyon biçimleri ile devlet müdahalesinin gerekliliğini ve devletin rolünü açıklayan argümanlar olmuştur. Keynes’den sonraki dönemde de tam istihdam ve makul bir enflasyon ve büyüme oranı sağlanıp sürdürülebilmesi için devletin sorumluluğa sahip olduğu kabulü ve Samuelson, Bowen ve Lindhal’ın kısmi denge analizi ile kamu mallarına ilişkin açıklamaları devletin iktisadi faaliyetler içindeki rolünü yeniden biçimlendirmiştir [12]. Böylece kamu çıkarı teorisine göre regülasyon, eksik rekabet, dengesiz piyasa işlemleri, dışsallıklar, kamu malları, tekeller gibi refah kayıplarına yol açan piyasa aksaklıkları ve

arzulanmayan piyasa sonuçları gibi sorunları telafi etmenin bir aracı olarak görülmektedir [11].

İlk olarak, regülasyon piyasa işlemlerinin kolaylaştırılması, sürdürülmesi ve piyasanın iyi işleminin sağlanması ile kaynak tahsisini iyileştireceği söylenebilir. Mülkiyet haklarının korunması ve sözleşmelere uyulmasının sağlanması kolektif olarak daha etkin bir şekilde koordine edilebilir hatta piyasa işlemlerinin maliyeti mülkiyet ve sözleşme hukuku ile azaltılabilir de. Diğer yandan piyasalarda gerek üreticilerin aralarında anlaşması ile gerek üretim sürecinin yapısından dolayı (doğal tekeller) fiyatların marjinal maliyetten sapıp, üretim miktarında etkinsizliklere yol açabileceği durumlarda regülasyonlar gereklidir. Özellikle üretim miktarı arttıkça sabit maliyetlerin azaldığı, birkaç firma aynı mal miktarını ürettiği takdirde birim maliyetlerin arttığı ve üretim sürecinin çok büyük miktarlarda sermaye gerektirdiği, kaynak tahsisinde etkinsizliğe neden olacak doğal tekellerin (demiryolları, elektrik dağıtımı, gaz ve petrol boru hatları, telekomünikasyon ağları ve içme suyu dağıtım şebekeleri gibi) ya kamu işletmeciliğine alınması (çoğu Avrupa ülkesinde olduğu gibi) veya etkin kaynak tahsisini sağlayacak fiyat kurallarının koyulması ve piyasaya girişin engellenmesi gibi tedbirlerle yoğun olarak düzenlenmesi (ABD’de olduğu gibi) söz konusudur (Doğal tekellerin düzenlenmesiyle ilgili neo-klasik görüşlere ek olarak farklı bir yaklaşımla, tahsis etkinsizliği, X-etkinsizliği, teknolojik süreçte ortaya çıkan etkinsizliklerle ilgili açıklamalar ve doğal tekelin regülasyonunda kullanılacak fiyatlama politikalarıyla ilgili olarak Bkz.[13]).

Bu yaklaşıma göre regülasyon bu nedenlerin yanı sıra, aşırı rekabet gibi dengesiz piyasa işlemleri, bilginin asimetric dağılımı ve bunun sonucunda yine etkinsizliğe yol açan ters seçim ve ortaya çıkacak ahlaki tehlike sorunları, üretim maliyetlerine ve fiyatlara yansımaya dışsallık sorunları, fiyatlandırılmayan kamusal mallar problemi ve piyasanın özellikle sosyal veya iktisadi olarak arzulanmayan ve yeniden dağıtım gerektirecek sorunlar ortaya çıkarması problemlerini telafi etmek için yapılmaktadır. Ama yaklaşımın temelinde regülasyonun varlığı neo-klasik iktisat yaklaşımının “piyasa aksaklıkları”nın düzeltilmesi gereği ile açıklanmaktadır.

Kamu çıkarı yaklaşımına karşı eleştiriler de evvela piyasa başarısızlıkları varsayımına yönelik olarak ortaya çıkmaktadır. Piyasa mekanizmasının kendisinin herhangi bir etkinsizliği telafi etmede yeterli olabileceği ileri sürülmektedir. Diğer yandan devletin gerçekten sadece ortak çıkarlara yönelik faydalar ürettiğine ilişkin şüpheler belirtilmektedir ve bir kez devletin bu hayırsever karakterinden şüphe edildiğinde de devletin sadece piyasa başarısızlıkları olduğunda müdahale edeceğinden veya müdahale için yeterli gerekçeler olmadan da piyasa başarısızlığı bahanesiyle müdahale etmeyeceğinden emin

olunamayacaktır [14]. Chicago okulunun öne sürdüğü gibi, madem ki piyasa aksaklıkları tekelci ve fırsatçı karlar sağlar ve bir piyasada regülasyonun ortaya çıkması için gerekçe oluşturur, kendi çıkarlarını kollayan aktörler tekel veya başka tür piyasa başarısızlıkları yaratmak için harekete geçip regülasyonları delmeyecekler mi?

İkinci bir itiraz; devlet tarafından yapılacak regülasyonların etkinliği ve çok fazla bir maliyet ortaya çıkarmaksızın uygulanabileceği zımni varsayımına yöneliktir. Ortaya konan teorik ve uygulamalı çalışmalar bir defa kaçınılmayacak etkinsizliklerin her zaman varolacağını ve ancak ikinci en iyi çözümlerin bulunabileceğini ve ayrıca regülasyonların düzenlenen sektörlerde üretim faktörlerinin istihdamında etkinsizliklere yol açabileceğini göstermektedir. Diğer yandan kamu çıkarı yaklaşımının regülasyonu ekonomik etkinlik açısından ele aldığı ve sosyal etkinlik, adalet ve yeniden dağıtım gibi diğer amaçları açıklayamayacağı belirtilmektedir [11].

Son olarak bu yaklaşımın siyasal karar alma sürecini dikkate almadığından dolayı düzenlenecek sektörlerin, regülasyon biçimlerinin seçimini ve ortaya çıkışını açıklamada eksik ve yetersiz olduğu ileri sürülmektedir. Kurumsal iktisat ekolünden kaynaklanan bir eleştiri ile de uygulama sürecini de dikkate almamaktadır. Bir politikanın uygulanmasında “amaç” ile “sonuç” arasında bir ayırım yapmak gerekir ve bu iki unsur arasında *ex ante* olarak algılanandan daha az sosyal refah ve daha az etkin çözümlere yol açabilecek bir uygulama süreci söz konusudur. Ve bu süreç, refahın ve etkinliğin başta varsayılandan çok daha düşük seviyede gerçekleşmesine neden olabilir [14].

IV.2. Özel Çıkar Yaklaşımı

Regülasyonla ilgili tamamen farklı bir yaklaşım ortaya koyan ve regülasyonu Chicago Okulu ve kamu tercihi iktisadı temelinde inceleme konusu yapan özel çıkar yaklaşımı devleti kendi çıkarlarını takip eden, rasyonel ve faydasını maksimize etmeye çalışan bireylerin bir uzantısı olarak görmektedir. Bu açıdan çıkar grupları arasındaki mücadele bir politikanın seçilmesi sürecinin ana eksenini ve değişik çıkar gruplarının yürüttüğü rant kollama davranışları ise düzenleyici sistemlerin oluşturulmasının ana unsurudur. Dolayısıyla temelde regülasyonu negatif dışsallıklar ve tekelleri düzenleyici, kamu yararına bir sistem olarak açıklayan kamu çıkarı teorisine alternatif bir tez olarak ortaya çıkmıştır [15].

Bu yaklaşım, belli bir zaman sonra regülasyonun içerdiği sanayi dalının çıkarlarına hizmet eder hale geleceğini varsaymaktadır. Sözgelimi, eğer bir iktisadi iktidar konumunun suistimali ortaya çıkarsa yasa koyucu söz konusu sektörü bir kurum tarafından ek düzenlemelere konu eder. Zamanla diğer politik öncelikler gündemi işgal ettiğinde düzenleyici kurumun

yasa koyucular tarafından denetimi zayıflayacaktır. Kurum ise düzenlemeye konu firmalarla mücadeleden kaçınma eğiliminde olacaktır. Ayrıca düzenleyici kurum çalışanları açısından düzenlenen firmalarda kariyer fırsatları da söz konusudur. Bu da zamanla düzenleyici kurumu ilgili sektörün çıkarlarını temsil eder hale gelmesine yol açacaktır [11].

Chicago Okulu teorisi veya *ele geçirme (capture) teorisi* olarak adlandırılan bu yaklaşımın öncülerinden Stigler'a göre, kural olarak regülasyon söz konusu sektör tarafından ele geçirilir, biçimlendirilir ve esas olarak onun faydasına işler. Siyasal karar alma sürecinde sanayi kollarının kendi amaçları açısından sözkonusu politikayı sömürmeleri mümkün hale gelmektedir. Baskı grupları çıkarları için siyasal nüfuz kullanacaklardır. Yani düzenlenen sektörün satıcıları ile alıcıları arasında bir rekabet sözkonusu olacaktır ve yüksek teklif veren kazanacaktır. Bu süreçte kimin etkin olacağı azınlık ve çoğunluk grupların organizasyon maliyetiyle ilgilidir. Küçük gruplar, işlem maliyetlerinin daha az ve bedava yolcu (free rider) probleminin geniş gruplara göre daha küçük olduğundan avantajlıdır. Düzenlemeye konu büyük firmalar böyle küçük bir grup gibi çalışacaklardır. Tekrar seçilmeyi amaçlayan politikacılar bu gruplarca oyları ile ve daha önemlisi seçim kampanyalarının finansmanı, parti üyelerinin istihdamı gibi yöntemlerle destekleneceklerdir. Sonuçta düzenlenecek rantlar için sürdürülen siyasal rekabet, etkinlik kayıplarına yol açacaktır [16]. Bu bağlamda regülasyon, devlet açısından bir rant dağıtım aracı olarak da ele alınabilirken bireyler ve baskı grupları için de yeni rant yaratmanın bir aracı (Bu yaklaşımın öncüsü Stigler olmakla birlikte bir çok katkıyla şekillenmiştir. Örneğin McChesney regülasyona ilişkin tüketiciler aleyhine düzenlenmiş sektörde politikacıların da bir kısmını aldığı bir “rant yaratma” faaliyeti şeklindeki Stiglercı açıklamanın ancak genel modelin bir parçası ve yasama sürecinden politikacıların faydalarını maksimize etmelerinin özel bir durumu olduğunu belirtmektedir. Esasen politikacıların tüketici veya üreticilerin ellerinde var olan rantı almak yönünde bir tehdide ve güce sahip olduklarında rant kollanacak alanların genişletilmesi şeklinde bir model ortaya koymaktadır [17]) olmaktadır [18].

Tüketici ve üreticiler arasında çıkar temelinde ters yönlü bir ilişki olduğunu varsayan Peltzman, bazı tüketici gruplarının da organize olup regülasyondan faydalanabileceklerini ileri sürmektedir. Doğalgaz, elektrik, su, demiryolu, telekomünikasyon ve posta dağıtım gibi hizmetlerin maliyeti bazı tüketici grupları için önemli derecede farklıdır. Örneğin, ev ve okullara içme suyu arzı, itfaiye hizmetleri marjinal maliyetten çok düşük veya ücretsiz arz edilir; kamu çalışanları ve askeri personel bazı hizmetlerden yine bedava veya çok düşük bedelle faydalanır; hastanelere elektrik hizmeti marjinal maliyetten düşük bedelle sunulur. Bu durumda politikacılar, siyasal desteği maksimize edecek bir

regülasyon politikası belirleyeceklerdir. Düşük fiyatlar tüketiciler, yüksek fiyatlar söz konusu sektör lehinedir ve fiyat seviyesi fiyatlarda artıktan kaynaklanacak oy kaybının gelir transferinden sağlanacak oy artışı ile dengelendiği noktada etkin regülasyon sağlanacaktır. Ancak az sayıda olan ve yeterli ekonomik güce sahip üreticiler çok daha düşük organizasyon maliyetiyle bir araya gelerek ortak amaç yönünde hareket edebilmektedirler [19].

Çıkar grupları arası rekabet teorisi ile Becker, Chicago regülasyon teorisine daha ileri bir katkı sağlamıştır. Becker'in teorisine göre; politik baskılar arttığında politik nüfuz da artacak ve baskı kullanmanın getirisi yükselecektir. Bazı gruplar politik baskı kullanmada diğer gruplardan daha etkindirler. Bu baskı kullanımında bir ölçek ekonomisinin sonucu olabilir; gelir transferleri ve sübvansiyonlar az etkin gruplardan daha etkin gruplara doğru olur. Ancak bu transferlerin de bir sınırı vardır; transferler etkinlik kaybı olarak bilinen ekonomik refah kayıpları doğurur. Bu refah kayıplarının sonucunda, daha az etkin baskı gruplarının kaybı daha etkin baskı gruplarının kazancından daha çok olacaktır. Refah kayıpları daha önemli hale gelirken daha etkin grupların baskısı da, baskı kullanmanın hasılası düştüğünden azalacaktır. Aynı zamanda daha az etkin grupların baskısı, baskı kullanmanın potansiyel hasılası artacağından refah kayıpları ölçeğinde artacaktır. Bu karşı baskı daha etkin baskı gruplarına gelir transferi imkanını sınırlayacaktır. Bu analizden politik olarak başarılı grupların transferlerin yükünü üstlenen gruba oranla daha küçük olduğu sonucuna varılabilir. Daha geniş yüklenici grup, daha küçük grup üyesi başına yük, daha az etkinlik kaybı; daha küçük alıcı grup, baskı kullanımını artırmaya yarayacak daha büyük üye başı potansiyel hasıla. Bu analiz sözgelimi, neden ziraat sektörünün küçük olduğu ülkelerde desteklendiğini ve büyük zirai sektöre sahip başka yerlerde ağır bir şekilde vergilendiğini de açıklamaktadır.

Chicago yaklaşımı en başta bir totoloji riski taşıdığı gerekçesiyle eleştirilmektedir. Yeniden dağılım regülasyonunun nedeni olarak görülmekte ancak regülasyon uygulamada daima yeniden dağılıma bağlı olmaktadır. Regülasyondan faydalananlar ve maliyeti yüklenenler incelenirken regülasyonunun nedeni gözardı edilmiştir. Diğer bir zayıf nokta politik olarak daha etkin olan ve gelir transferlerini elde eden grupların tahmin edilememesidir. Araştırmalar örneğin regülasyonun avantajlarından işçilerin üreticilerden daha çok yararlandığını ortaya koymaktadır. Chicago teorisi bu sonucu açıklayamaz. Ayrıca, değişik politik aktörlerin (seçmen, yasama üyesi, kamu çalışanı, kurumlar gibi) davranış ve güdülerine; düzenleyici süreçte değişik aktörler arasındaki etkileşime; ve yasamanın ve düzenleyicilerin organize olmuş kısmi çıkarların isteklerine uyması mekanizmasını iyi açıklamamakla veya

hiç değinmemekle de bu teoremin eksik olduğu ileri sürülmektedir [11].

Bu teoriye bir eleştiri de Virginia Kamu Tercih Okulundan gelmiştir (Aslında bu eleştiri ekol içinden bir eleştiri olarak değerlendirilmelidir. Nihayetinde gerek Chicago gerek Virginia okulu aynı yaklaşımı benimsemektedirler). Bu yaklaşımın temelinde Anne Krueger tarafından geliştirilen *rant kollama* kavramı bulunmaktadır. Virginia Okulu, Chicago yaklaşımını regülasyonun etkinsizliklerini önemsememekle eleştirmektedir. Tekelci piyasanın bilinen etkinsizliği yanında tekeli haklar için potansiyel tekeller arasında yaşanan rekabet, etkinsizliği daha da artırabilir. Ayrıca, potansiyel olarak dezavantajlı tüketiciler mümkünse, tekel yaratılmasını önlemek için kısıt kaynakları kullanacaklardır. Bir tekel yaratıldıktan sonra da kısıt kaynaklar tekeli tarafından, tekel haklarını muhtemel tehditlerden (potansiyel rakiplerden ve dezavantajlı tüketicilerden) korumak için ziyan edilecektir. Sonuçta tekeli haklar x-etkinsizliklere (tekeli firmanın rekabet yokluğuna bağlı olarak dolaylı maliyetleri kontrol etmek hususunda daha az baskı altında bulunması nedeniyle, olması gerekenden yüksek maliyetlerle çalışması) yol açabilecektir. Rant kollama yaklaşımı da genel olarak refah kayıplarını abartmakla eleştirilmiştir. Tekeller, tekellerini elde tutmak için öngörülen kaynakların tümünü kullanmaya mecbur bırakılmazlar muhtemelen ve ayrıca rant kollama giderleri refah üzerinde pozitif bir etkiye de sahip olabilir [20].

Özel çıkar yaklaşımına birçok sosyolog ve siyaset bilimci ve gerek iktisatçı tarafından dillendirilen daha genel bir eleştiri çıkar gruplarını durağan tercihlere sahip rasyonel aktörler olarak görmesine yöneliktir. Bu görüşün temelinde, şiddetli bir şekilde eleştirilen, çıkar gruplarındaki aktörlerin kendi çıkarlarını anlamış ve farkında olduğu varsayımı yatmaktadır. Ancak sözgelimi Krueger'in Amerikan Şeker Şirketiyle ilgili yaptığı bir çalışmada devlet müdahalesini ve regülasyonu açıklamada kamu çıkarı ve özel çıkar yaklaşımından da unsurlar bulunmakla birlikte ikisi de devletin nasıl ve niçin müdahale ettiğini tam olarak açıklamamaktadır. Baskı gruplarının faaliyetleri ise kamu tercihi perspektifine dayanan teorik tahminleri tamamen yanlışlamaktadır [21].

Her iki teoriye özellikle yeni kurumcu ve tarihçi yaklaşımlardan yöneltilen bir eleştiri bu iki yaklaşımda niçin devlet müdahalesinin (ve tabii regülasyonun) farklı dönemlerde farklı ülkelerde farklı biçimlerde ortaya çıktığını tam olarak açıklayamamasıdır (örneğin ABD'de devlet müdahalesi regülasyonlar şeklinde ortaya çıkmışken Avrupa'da kamu girişimciliği biçiminde olmuştur).

IV.3. Kurumcu Yaklaşımlar

Bu iki yaklaşım dışında ortodoks iktisat teorisine çeşitli eleştirilerle yeni ekonomik modeller ortaya koyan özellikle yeni kurumcu iktisat çerçevesinde şekillenen iktisat okullarının devlet müdahalesi ve regülasyon modellerine değinmek yerinde olacaktır.

Kurumcu yaklaşım neoklasik iktisadın temel analiz mantığını kullanırken ilgi alanında ve inceleme nesnelerinde bir takım değişiklikler yapmaktadır yeni kurumcular eski kurumcu anlayış ile yerleşik iktisat kuramı arasında bir uzlaşma arayışı eğilimindedirler [22].

İktisadi alanda açıklayıcı faktör olarak bireylerden ziyade kurumları esas alan yeni kurumcu iktisat, Coase'ın işlem maliyetlerine ilişkin açıklamalarından hareketle işlem maliyetlerini reel iktisadi dünyanın önemli bir unsuru olarak görmekte ve bu durumda rasyonel aktörleri belirsiz ve kompleks bir siyasal dünya ile başa çıkmaya uğraşmak noktasına sınırlamaktadır. Bu yaklaşımın öncülerinden Dixit, belirsizlik, karmaşıklık, bilgi etkileşimi (information impactedness) ve varlık niteliği (asset specificity) şeklindeki ünlü "işlem maliyetleri" kavramlarını dinamik bağlamda siyasal karar alma alanına uygulamıştır. Böylece bu verili kısıtlar ile, ekonomik politikalar analiz edilirken bu politikaların amacı ile sonuçları arasında siyasal işlem maliyetleri temelinde ortaya çıkacak farkların dikkate alınması gerekecektir [23]. Bu farkın gerekçesini ise "sözleşmelerin tamamlanmamışlığı" oluşturmaktadır. Bu bağlamda regülasyonlar açısından ana tema, anayasa tarafından açıklanan siyasal sözleşmelerin kompleksliğidir. Bu sözleşmelerin, siyasal çevredeki yüksek işlem maliyetlerinden dolayı ekonomik sözleşmelerden daha kusurlu olduğu söylenmektedir. Bu gibi tamamlanmamış sözleşmelerin sonucu, ekonomik işlemlerle karşılaştırıldığında siyasal alanda daha önemli sorunlar ortaya çıktığı ileri sürülmektedir. Bunun anayasal düzenlemelerin uzun dönemli karakterinden kaynaklandığı ve tamamlanmamış anayasanın kendi amaçlarına hizmet eden katılımcılar tarafından manipüle edilebileceği belirtilebilir. Diğer yandan, ekonomik ve siyasal alanlardaki karar alma farklılıklarından dolayı politik reformları gerçekleştirmek daha maliyetlidir ve denetleme sürecine bağlı olarak siyasal alanda kullanılan sözleşmeler daha karmaşıktır.

Değişik politik kararların uygulanmasında devlet kurumlarında daha karmaşık bir asil-vekil (principal-agent) ilişkisi ortaya çıkmaktadır. Kamu yönetimindeki kurum ilişkilerinin çeşitliliğinden dolayı bu, ahlaki bozulma tehlikesi (moral hazard) problemini karmaşıklştırmaktadır. Bu bakış açısının can alıcı noktası uygulamanın yönünün seçimiyle ilgilidir. Bu anlamda uygulama geniş bir politik önlemler dizisi olarak görülür. Uygulamanın çok önemli yönlerinden biri çok sayıda merkezi devlet kurumunun bulunması ve bunların çoklu-

amaç fonksiyonlarına sahip olmasıdır. İktisadi dünyadaki asil-vekil ilişkisine karşın siyasal dünyadaki tarafların hangisi vekil hangisi asil pek açık değildir. Aksine kamu kurumları, genelde ayrı çıkarılara sahip bir kaç asile karşın sorumludur ki bu yetki alanlarının belirsizliğine ve belirgin bir biçimde eksik sözleşmelerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır [14].

Bu yaklaşım temelinde, işlem maliyetleri ve söz konusu asil vekil ilişkisi çerçevesinde düzenleyici kurumların ve baskı gruplarının rolüne ilişkin daha sofistike tartışmalara da girilmektedir. Yeni kurumcular Chicago teorisini, düzenleyici kurumların nasıl ele geçirildiğini, baskı gruplarının nüfuzunun zamanla nasıl geliştiğini, bu nüfuz kısıtı altında düzenleyici kurumların rolünün ne olduğunu ve eğer bu kurumların baskı gruplarının nüfuzuna bir kısıtlama getirmesi isteniyorsa bunların nasıl dizayn edilmesi gerektiği hususlarına açık bir cevap veremediğinden hareketle eleştirmektedirler. Buna karşın dinamik bir analizle *ele geçirmenin* işlem maliyetleri ve düzenleyici kurumların yaşam sürecini açıklamaya çalışmaktadırlar. Kurumsal analizle, düzenleyici kurumlar kamu çıkarına hizmet etmek üzere kurulurken zamanla değişim geçirerek, bürokratikleşme eğilimlerinin de artması ile birlikte gittikçe daha etkisiz hale gelirler. Bu bağlamda düzenleyici kurumların özel çıkarlara hizmet etmeye daha elverişli bir yapıya dönüştükleri ifade edilmektedir [24].

Yeni kurumcu analiz çerçevesinde ele alınabilecek bir diğer analiz ise güzergah-bağımlılık *path-dependency* (Bu yaklaşıma göre *path-dependence* kavramı, gelecekte bulunacağımız noktanın sadece bugün bulunduğumuz yere değil aynı zamanda geçmişte bulunduğumuz konuma da bağlı olduğunu ifade eder. Yani tarih önemli bir husustur $t+1$ zamanında sürecin olasılık dağılım t zamanındaki konumundan çok sistemin tarihine bağlıdır. İktisadi açıdan denge kaynak tahsisi tarihe bağlıdır. İktisadi dağılımlar güzergah bağımlı olduğundan etkin kaynak tahsisi veya etkin tahsisi belirleyen şartlar tahmin edilemez. Yaklaşım esasında fizik ve matematikteki *kaos teorisinin* iktisat alanına yansımalarıdır [25]. Yani önce olmuş gelişmeler daha sonrakiler üzerinde etkilidir ve oransız etkiye sahiptir. Fiili sonuçlar büyük ölçüde görece küçük değişimlere bağlıdır [26]) kavramı ekseninde geliştirilen değerlendirmelerdir. Regülasyonun tarihsel boyutlarının ihmal edildiğini ileri sürerek eleştirilerini bu yönde yoğunlaştıran [27] bu yaklaşım zaman içinde ortaya çıkan düzenlemelere tarihsel bir olgu olarak muamele etmekte, ekonomiye devlet müdahalesinin büyük ölçüde tarihsel ve güzergah bağımlı faktörler tarafından belirleneceğini ileri sürmektedir [21]. Böyle bir anlayış, düzenleyici sistemler neden zaman içinde istikrara sahip görünüyor veya neden değişiyor ve dönüşüyorlar, neden farklı ulusal regülasyon biçimleri ortaya çıkıyor sorunlarıyla ilgilenildiğinde özellikle yerinde olacaktır [27]. Yer yer özel çıkar teorilerinin ve yeni kurumsalcı yaklaşımın önermelerinden yararlanan bu

yaklaşım refah maksimizasyonu ve kamu tercihi teorilerinin devlet piyasa etkileşimini ancak kısmen açıklayabileceğini ileri sürmektedir [28]. Sonuç olarak, değişik çıkar gruplarının kendileri ve/veya çıkar grupları ve devlet arasındaki güç dengesinde bir kayma olduğunda, bu muhtemelen temel olarak ekonomik değişim ve gelişme tarafından sevk edilen dışsal baskılardan dolayı olduğu ifade edilmektedir – ki bu “eski” düzenleme biçimlerinin kalkıp yenilerinin ortaya çıktığı anlamına gelir- [14].

Düzenlemeler tarihi açıdan değerlendirildiğinde iki faktör inkar edilemeyecek derecede önemli görünmektedir. İlk olarak düzenleyici rejimler piyasa ekonomisinin var olduğu ve sınırlı kaynaklar için bir rekabetin söz konusu olduğu her yerde ortaya çıkmaktadır. İkincisi ise, bu düzenleyici rejimlerde bir değişim kadar istikrar da zamanla var olmaktadır. Ancak düzenleyici rejimlerde bu gibi dengelere veya değişimlere neden olan mekanizmalar kadar piyasalar için kamu düzenlemelerinin gerekçeleri de iyi anlaşılabilmiş değildir. İktisat teorisi de ister normatif ister pozitif açıdan olsun bu hususu açıklamada da yeterince ikna edici değildir.

V. SONUÇ

Son yıllarda yaşanan yoğun özelleştirme ve serbestleştirme uygulamaları ile devletin genel ekonomik yapı içerisindeki rolü, ekonomik alana müdahale biçimi, özelleştirilen ve serbestleştirilen sektörlerle ilişkin ortaya çıkacak yeni görev ve sorumlulukların ne olacağı gibi sorular giderek önem kazanmıştır. Özelleştirme ve serbestleştirme uygulamalarının yön verdiği dönüşüm süreciyle birlikte devletin ekonomik alana artık girişimci olarak değil düzenleyici ve denetleyici olarak müdahale etmesini kabul eden bir anlayış benimsenmiştir. Regülasyon temelinde inceleme konusu yapılan devletin düzenleyici rolü hemen her ülkede ve her dönemde gerek hukuki, gerek siyasal ve gerekse ekonomik açıdan üzerinde en çok tartışılan konulardan birisi olmuştur.

Devletin düzenleyici rolünün tayini konusunda en rasyonel hareket tarzını ve politika biçimini belirleyebilmek oldukça güçtür. Hangi yöntemin nasıl ve neye göre rasyonel olduğunu önceden belirleyebilmek ve buna göre devletin bir rol üstlenmesini kabul etmek konunun hukuki, ekonomik ve teknik boyutunun olması ve bu süreçte ortaya çıkan türlü sorunlar nedeniyle son derece zordur. Zira regülasyon süreci birbiriyle ilişkili ve/veya yer yer çatışan bir çok konuda birden karar almayı gerekli kılmaktadır. Sözgelimi ilgili süreçte, bir yandan mülkiyet hakkının devri ve benzeri bir takım teknik değerlendirmelerin yapılması söz konusu olurken, diğer yandan bu düzenlemelerin gelir ve servet dağılımına ilişkin muhtemel etkilerinin de dikkate alınması gerekecektir. Bu bağlamda regülasyonun politik,

ekonomik ve hukuki yönleriyle disiplinler arası çalışmayı gerektirdiği söylenebilir.

Regülasyonun kapsamının ve niteliğinin ne olması ve nasıl uygulanması gerektiği konusunda uygun standartların belirlenmesindeki görüş ayrılıkları ve -kamu veya özel- çatışmalar bizatihi bu sürecin içinde ve işleyişinde var olan olgular olarak değerlendirilirken bunların regülasyon ile öngörülen hedeflerin gerçekleştirilmesini engellediği ve başarısızlık için de çoğu zaman potansiyel nedenler olarak ele alındığı görülmektedir.

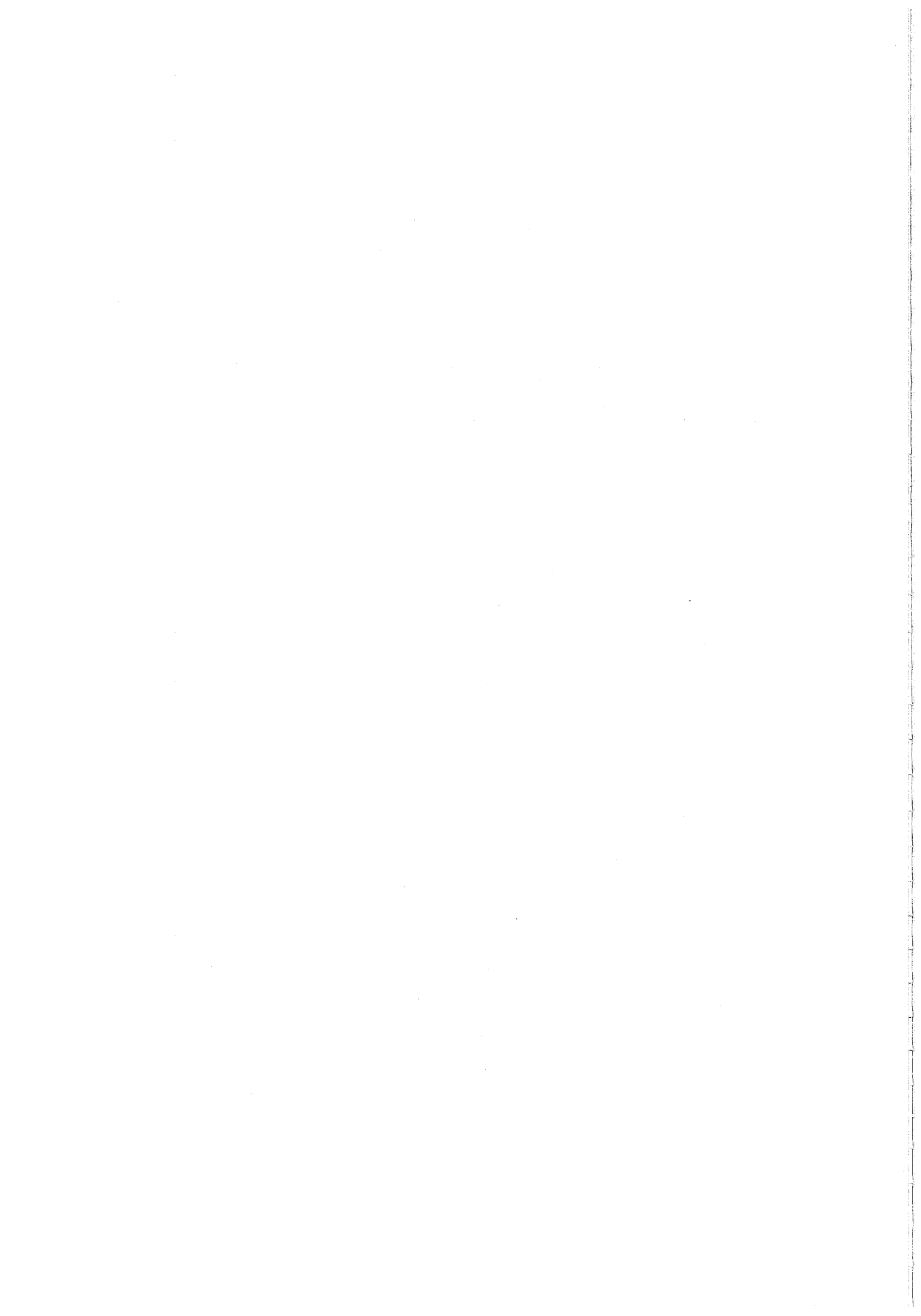
YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Musgrave, R., & Musgrave, P. (1989). *Public Finance in Theory and Practice*. Fifth Edition. New York: McGraw-Hill.
- [2] Tanzi, V., & Ludger, S. (2000). *Public Spending in the 20th Century: A Global Perspective*. (The Role of State ve Government Reform). Cambridge: Cambridge University Pres.
- [3] Schneider, V. (2002). Regulatory Governance and the Modern Organizational State: The Place of Regulation in Contemporary State Theory, Paper to be presented at the *Workshop on The Politics of Regulation*, 29-30 November, Barcelona: Univesitat Pompeu Fabra, s.21.
- [4] Moran, M. (2002). Understanding the Regulatory State. *British Journal of Political Science*, 32. ss.391-413.
- [5] Hahn, R.W. (1990). Regulation: Past, Present and Future. *Harvard Journal of Law & Public Policy*, 13(1), Winter, ss.2-4.
- [6] Nikomborirak, D. (1997). A Government's Role in Regulation in the 21st Century Economy, Belinde Fuller (Ed.). *TDRİ Quartely Review*, 12(1), March.
- [7] Ogus, A. (2000). "Self-Regulation", Bouckaert, B., & De Geest, G. (Eds). *Encyclopedia of Law and Economics*. Clentenham: Edward Elgar Publishing.
- [8] Lodge, M. (2002). Regulatory Failure and the Railways in Britain and Germany. *Journal of Public Policy*, 22(3), s.271.
- [9] Moran, M. (2001). Not Steering but Drowning: Policy Catastrophes and the Regulatory State. *The Political Quartely*, ss.414-427.
- [10] Müller, M. (2001). Reconstructing the New Regulatory Sate in Germany: Telecommunications, Broadcasting and Banking, *German Politics*, 10(3), December, ss.37-64.
- [11] Den Hertog, J. (2000). "General Theories of Regulation", Bouckaert, B., & De Geest, D. (Eds). *Encyclopedia of Law and Economics*. Clentenham: Edward Elgar Publishing.
- [12] Yu, T.F.L. (2000). A New Perspective on the Role of the Government in Economic Development: Coordination Under Uncertainty. *International Journal of Social Economics*, 27(7/8/9/10), ss.994-1012.

- [13] Depoorter, B.W.F. (2000). "Regulation of Natural Monopoly". Bouckaert, B., & De Geest, G. (Eds). *Encyclopedia of Law and Economics*, Clontenham: Edward Elgar Publishing.
- [14] Magnusson, L., & Ottosson, J. (2001). "Private Actors, Policy Regulation and The Role of History: An Introduction", Magnusson, L., & Ottosson, J. (Eds.). *The State, Regulation and the Economy: An Historical Perspective*. Cheltenham: Edward Elgar.
- [15] Mitchell, W.C., & Munger, M.C. (1993). "Economics Models of Interest Groups: An Introductory Survey". Rowley, C.K. (Ed.). *Public Choice Theory Volume I*. Vermont: Edward Elgar Publishing Ltd.
- [16] Peltzman, S. (1993). George Stigler's Contribution to the Economic Analysis of Regulation. *The Journal of Political Economy*, 101(5), ss.818-831.
- [17] Ginsburg, D. (1999). A New Economic Theory of Regulation: Rent Extraction Rather Than Rent Creation. *Michigan Law Review*, 97, ss.1771-1779.
- [18] McChesney, F.S. (1988). "Rent Extraction and Rent Creation in the Economic Theory of Regulation". Rowley, C., Tollison, R., & Tullock, G. (Eds.). *The Political Economy of Rent Seeking*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- [19] Weingast, B.W. (1993). "Regulation, Reregulation and Deregulation: The Political Foundations of Agency Clientele Relations". Rowley, C.K. (Ed.). *Public Choice Theory Volume III*, Vermont: Edward Elgar Publishing Ltd.
- [20] Tullock, G. (1993). *Rent Seeking*. Vermont: Edward Elgar Publishing Ltd.
- [21] Magnusson, L., & Ottosson J. (2000). State Intervention and the Role of History –State and Private Actors in Swedish Network Industries. *Review of Political Economy*, 12(2), ss.191-205.
- [22] Demir, Ö. (1996). *Kurumcu İktisat*. Ankara: Vadi Yayınları.
- [23] Klein, P.G. (2000). "New Institutional Economics". Bouckaert, B., & De Geest, G. (Eds). *Encyclopedia of Law and Economics*, Clontenham: Edward Elgar Publishing.
- [24] Martimort, D. (1999). The Life Cycle of Regulatory Agencies: Dynamic Capture and Transaction Costs. *Review of Economic Studies*, 66(229), ss.929-947.
- [25] Liebowitz, S.J., & Margolis, S.E. (2000). "Path Dependence", Bouckaert, B., & De Geest, G. (Eds). *Encyclopedia of Law and Economics*, Clontenham: Edward Elgar Publishing.
- [26] Arrow, K.J. (2000). Increasing Returns: Historiographic Issues and Path Dependence. *European Journal History of Economic Thought*, 7(2), s.175.
- [27] Magnusson, L. (2001). "The Role of Path Dependence in the History of Regulation". Magnusson, L., & Ottosson, J. (Eds.). *The State, Regulation and the Economy: An Historical Perspective*. Cheltenham: Edward Elgar.
- [28] Ottosson, J. (2001). "The State and Regulatory Orders in Early European Civil Aviation". Magnusson, L., & Ottosson, J. (Eds.). *The State, Regulation and the Economy: An Historical Perspective*. Cheltenham: Edward Elgar.

Savaş ÇEVİK (scevik@marmara.edu.tr) is research assistant in Public Finance Theory at Marmara University. His research areas are theory of public finance, public economics and taxation.

Murat DEMİR (mdemir@marmara.edu.tr) is research assistant in Public Finance Theory at Marmara University. His research areas are theory of public finance, public economics.



MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNDE İSTATİSTİKSEL YÖNTEMLER VE BİR UYGULAMA

H. Besim AKIN¹, Esra Tolunay ÇÖREK²

¹Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Ana Bilim Dalı, İstatistik Bölümü, Profesör Dr.

²Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Ana Bilim Dalı, İstatistik Bölümü, Yüksek Lisans Öğrencisi

STATISTICAL METHODS IN CUSTOMER SATISFACTION AND AN APPLICATION

Abstract: Contemporary conditions in organizations have started the process of inquiring expectancies, needs and wants of customers who are using their goods/ services, and of providing a sustainable customer satisfaction. The organizations which are not in compliance with this process have lost some of their customers and market shares. It has been more significant to analyze the organization's performance criteria, in measuring the customer satisfaction. Applying multivariate statistical methods in the analysis of the performance criteria helps the organization to comprehend the customer expectancies and to develop its service process. Principal components analysis, factor analysis, regression analysis, cluster analysis, multidimensional scaling, F tests, t tests and tests of significance applying.

Keywords: Customer Satisfaction, Statistical Methods

I. GİRİŞ

Bu araştırmanın amacı, kuruluşun sunduğu hizmet/ürün performans kriterlerinin analizinde yararlanılabilecek çok değişkenli istatistiksel yöntemlerdir. Önce müşteri hakkında temel bazı kavramlar üzerinde durulacak ve müşteri memnuniyetinin önemi toplam kalite yönetimi esas alınarak anlatılacaktır. Daha sonra Faktör Analizi ile müşterilerin hizmeti değerlendirmede yararlandığı boyutların yani esas performans değişkenlerinin belirlenmesi, Regresyon Analizi ile genel memnuniyet düzeyine katkı sağlayan en yüksek değere sahip n sayıda performans özelliklerinin belirlenmesi, Kümeleme Analizi ile performans özelliklerine eşdeğer biçimde önem veren müşteri profilinin /tiplerinin saptanması, Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi ile kuruluşun müşterilerine sunduğu ürünlerin değerlendirmelerinin uzaysal görüntüsünün saptanması ve tercih sıralamasının elde edilmesi sağlanacaktır.

İstatistiksel analizlerin uygulanmasına yönelik olarak "Müşteri Memnuniyet Anketi" çalışması

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİNDE İSTATİSTİKSEL YÖNTEMLER VE BİR UYGULAMA

Günümüz koşulları kuruluşlarda ürün/hizmetlerinden yararlanan müşterilerinin beklentilerini, ihtiyaçlarını, isteklerini araştırma ve müşteri memnuniyetinin devamlılığını sağlama sürecini başlatmıştır. Bu sürece uymayan kuruluşlar müşteri ve pazar kaybetmişlerdir. Müşterinin memnuniyetini ölçmede kuruluşun performans kriterlerinin analiz edilmesi önem kazanmaktadır. Çok değişkenli istatistiksel yöntemlerin performans kriterlerinin incelenmesinde uygulanması, kuruluşun hizmet sürecini iyileştirmesine ve müşteri beklentilerini anlamasına yardımcı olmaktadır. Çok değişkenli analiz tekniklerinden faktör analizi, regresyon analizi, kümeleme analizi, çok boyutlu ölçekleme, çoklu belirlilik katsayısının anlamlılık analizi ve t testi ile ilgili analizler yapılmıştır. Müşteri istek ve beklentilerinin sağlanması prensibine dayalı olarak müşteri memnuniyetinin ölçülmesi giderek günümüzde önem kazanmaktadır. Müşterinin ürün ve hizmet hakkındaki düşüncelerinin öğrenilmesi yöntemlerinden en çok kullanılan anket çalışmalarıdır. Bu çalışmamızda da anket yöntemi uygulanarak gerekli bilgiler toplanmış ve çok değişkenli analiz teknikleriyle istatistiksel incelemeleri yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Memnuniyeti, İstatistik Metotlar

yapılmıştır. Uygulama için, sermaye piyasası sektöründe müşterilerine hizmet sağlayan "XYZ" aracı kurumu seçilmiştir. Seçimde öncelikli etkisi olan faktörler kuruluşun ISO 9001 belgesine sahip olması, pazar öncelikli ve müşteri odaklı bir temel strateji ile kalite yönetim sistemi faaliyetlerini sürdürmesi ve bu çerçevede müşteri beklentilerinin tanımlanması, müşteri ihtiyaçlarının dinlenmesi ve müşterileri ile ilişkilerinin geliştirilmesi amacıyla hizmet performansını sürekli iyileştirmeyi hedef alması olmuştur.

II. MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ – TEMEL KAVRAMLAR

Müşteri, ödediği fiyat karşılığında bir ürün yada hizmet satın alan yada almak isteyen kimse yada kurum/kuruluşlar, bir şeye (ürün/hizmet) karşı istekli olan, onu almak isteyen kimsedir [1].

Müşteri memnuniyeti beklentilerinin üzerinde ürün/hizmet vermektir [2].

Müşteri odaklılık, müşteri istek ve beklentilerini sağlamak prensibi ile hareket ederek firma içindeki çalışanların bu prensip doğrultusunda çalışmaları ve yine bu prensip doğrultusunda ürün kalitesini sağlamayı hedeflemektir [3].

Müşterinin sesi, müşterinin, ürün/hizmet hakkındaki düşüncelerinin öğrenilmesi ve bu bilgilerin ürün ve hizmet geliştirilmesinde kullanılmasıdır [4].

Müşteri beklentisi, müşterinin, bir ürün/hizmet özellikleriyle ilgili yada gelecekte o ürün yada hizmetin tekrar seçilmesi hususundaki yargılarıdır.

Müşteri gereksinimleri, ürün/hizmetin derinliğini anlatan özellikleridir.

Müşteri tatmini, müşterinin, bir ürün/hizmet özellikleriyle ilgili satın alma eylemi öncesi beklenti sınırlarında satın alma eyleminden sonraki yaşanan deneyimin memnuniyet edici olarak gerçekleşmesidir.

Müşteri memnuniyeti ölçümü kişilere nasıl yaklaştığınız burada hem müşteriler hem de çalışanlara yönelik bir karşılaştırmaya yarayan kalıp, tarafsız bir vasıta. Memnuniyet derecesi daha fazla olan müşteriler bir kuruluşun kaliteye yönelmiş olduğunu gösterir ve bu pozitif izlenimi hayatları süresince hissederler ve kurumu tanıdıklarına da övmek isterler [5].

Müşteri memnuniyetini yükseltmek, karlılığı ve pazar payını da yükseltir. Bu anlayış da kuruluşların müşteri memnuniyetini göstergelerini sistematik olarak takip etmeye ve iyileştirme çalışmasına yönelir. Yapılan bir araştırmaya göre bir sorun yaşayan müşterilerin % 50'si hiçbir zaman şikayette bulunmadıkları ve kalan diğer % 50'lik gurubun ise şikayetlerini ilk temasta buldukları çalışanlara aktardıkları fakat bu çalışanlarda durumu üst yönetime ifade edemediği yada doğru bir şekilde sorunu çözemedikleridir. Mutsuz müşterilerin sadece % 5'lik bölümü ise sorununu üst yönetime aktarabilmektedir. Bu sonuçlar neticesinde müşterilerden şikayetleri beklemek etkili bir müşteri memnuniyeti izlemek yöntemi olmamaktadır.

Müşteri memnuniyet ölçümünde amaçlanan;

- Müşterilere en iyi hizmetin sağlanması için müşterilerin gereksinimlerini öğrenmek,
- Müşterinin ilettiği sorunlar hakkında ürün ve süreçlerde iyileştirme yapmak,
- Müşterinin bakış açısından rakip performansını anlamak,

• Müşteriye sunulan değerlerin müşterilerce nasıl algılandığı konusunda bilgi edinmek,

• Müşteri önceliklerini belirlemek,

• Müşterilerden yeni ürünlerin yaratılmasında çarpıcı görüşler sağlamaktır.

Müşteri memnuniyeti araştırmasının hedefleri baz alınarak müşteri gurubu belirlenebilir. Çünkü tüm müşteriler birbirleriyle uyumlu değildir. Çeşitli kriterlerde değerlendirilen mevcut müşterileri istatistiksel olarak güvenilir bir şekilde değerlendirmek için uygun sayıda her müşteri gurubundan seçim yapılmalıdır. Bu seçimde müşteri gurupları, mevcut müşteriler (Değeri yüksek Özel müşteriler, Sesli göze çarpan müşteriler) rakip müşteriler, eski müşteriler olmak üzere ayrılabilir. Rakip müşterilerin araştırılması kuruluşun pazardaki durumu ve bir benchmarking yani kuruluşu diğer kuruluşlarla kıyaslamayı imkan kılar.

İstatistiksel olarak rastlantısal bir örnek grup oluşturmak için kuruluşun tüm müşterilerinin bilinmesi ve her bir müşteri için kayıt tutulması gerekir. Bunun için seçilme şansı eşit olarak verilen müşterilerin özelliklerini bilinmesi vazgeçilmezdir. Müşteri memnuniyetin düzenli periyotlarla ölçen bir kuruluşun müşteri özelliklerini içeren bir veri tabanını olması gerekir. Bu veri tabanı müşterilerle ilgili bilgilerin guruplara ayıran bir yapıda olmalıdır. Bu bilgi gurupları yıllık bazda satın alma miktarları, satın alınan hizmet/ürün çeşitleri, özel siparişlere ait bilgiler vb. olabilir.

Müşteri ihtiyaçlarını belirlerken kuruluş kendi içinde gerçekleşen yani iç ölçümlerden ve dış ölçümlerden yararlanır;

İç Ölçümler:

- Ürün tasarlama ve geliştirme hızı
- Ürün ömrü (üretim kuruluşları için)
- Pazar payları
- Hatalı sevkiyat (üretim) yada hatalı işlem (hizmet) oranları
- Depo, reddedilme, hata oranları, yada hizmet kusurları
- Şikayet oran ve adetleri
- Şikayete cevap verme hızı
- Müşterinin öneri, şikayet ve benzeri durumlarında yanıt verme hızı

- Çalışanlar müşteri ilişkileri, ürün/hizmet bazlı Eğitim süreleri

Dış Ölçümler:

- Müşteri Dinleme Gurupları
- Saha Ziyaretleri
- Mektup ve Telefon Görüşmeleri
- Yöneticilerin Sesi
- Gerçeklik Dakikaları
- Hayalet Alışverişçiler
- Kaybedilmiş Müşteri Analizi
- Kıyaslama(Benchmarking-Kesin İşaretleme)
- Çalışanlarla Görüşme
- Pazar Araştırma
- Anket Düzenleme

Toplam kalite yönetiminde müşteri memnuniyetini izlemek için periyotlarla izleme ve rakiplerin performansını ve ürün kalitesini değerlendirme süreçleri geliştirilir. Müşteri tercihleri doğrultusunda elde edilen açıklamalar şirket içi karar mekanizmaları ile bütünleştirilmesi yapılır. Şirketin uzun veya kısa dönemli stratejiler oluşturmasında dış ve iç ölçümlerden yararlanır.

Böylece şirket politikası, misyon ve vizyonu müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda şekillendirilir. Dış ve iç ölçümler birbirleriyle tutarlı olmalıdır. Tutarsızlık şirketin stratejilerinde revizyonu yada yeniden yapılanmayı, süreçlerin belki de en baştan gerçekleştirilmesini gerekli kılar. (Tablo.1)

Tablo.1. İç Ölçüm ve Dış Ölçümlerin Karşılaştırılması

İÇ OLUMLU-DIŞ OLUMSUZ	İÇ-DIŞ ÖLÇÜMLER OLUMLU
-Müşterinin karşılanamayan ihtiyacı var	-Müşteri Odaklı Çalışma
-Kuruluşun imaj sorunu mevcut	-Proseslerin iyileştirilmesi yapılıyor
-Pekip karşılaştırmaları (Benchmarking) yapılmıyor	-Önleyici yaklaşımlar uygulanıyor
-Pekiplerin performansı yüksek	-Pazar edinme
-Kuruluş müşteri ihtiyaçlarını ön plana almamakta	-Geçmişteki olumlu imaj etkisi
-Pazar kaybı söz konusu	-Proseslerin gözden geçirilmemesi
-Önleyici faaliyetlerin olmaması	-Pekiplerin performansının kuruluşta kötü olması
-Kuruluşta radikal değişiklik ihtiyacı	
İÇ-DIŞ ÖLÇÜMLER OLUMSUZ	İÇ OLUMLU-DIŞ OLUMLU

III. HİZMET SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN BİR ARACI KURULUŞUN MÜŞTERİLERİNE SUNDUĞU HİZMET/SERVİS PERFORMANS ÖZELLİKLERİNİN ÇOK DEĞİŞKENLİ İSTATİSTİK TEKNİKLERİ İLE İNCELENMESİ

“XYZ” A.Ş. sermaye piyasası sektöründe lider aracı kurum olma felsefesi ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Türkiye de ISO 9001 belgesine sahip bir aracı kurumdur. Pazar öncelikli ve müşteri odaklı bir temel strateji ile Kalite yönetim sistemi faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu çerçevede müşteri beklentilerinin tanımlanması, müşteri ihtiyaçlarının dinlenmesi ve müşterileri ile ilişkilerinin geliştirilmesi amacıyla hizmet performansını sürekli iyileştirmeyi hedef almıştır. Hizmet süreç çevrimi müşterilerine en iyi servisi verebilmek amacıyla birbiriyle devamlı ilişki içerisinde olan faaliyetlerden oluşmaktadır.

Bu çalışmada müşteri memnuniyetine konu olan, performans kriterleri/değişkenleri olduğu için bir aracı kurumun faaliyetlerinin neler olduğu, kuruluş yapısı aşağıda verilerek araştırmanın içeriği hakkında ön bilgi sağlanmaya çalışılmıştır. Örneklem olarak Aracı kurumun hizmetlerinden yararlanan 30 aktif- devamlı işlem yapan-müşterisi anketi doldurmuştur. Yüz yüze anket doldurma tekniğinden yararlanılmıştır.

III.1. Aracı Kurum Kuruluş Yapısı

Kuruluş Yapısı, Teftiş, Finansman ve Takas İşleri, Vadeli İşlemleri, Muhasebe, Borsa İşlemler, Bilgi İşlem, Araştırma ve Portföy Yönetimi, Sabit Getirili Menkul Değerler Yatırım Danışmanlığı, Fon Yönetimi, Kurumsal Finansman, Hisse Senetleri departmanlarından oluşmaktadır.

Tasarlanan müşteri memnuniyet anketi aracı kurum faaliyetlerine yönelik hazırlanmıştır.

III.2. Araştırmada Kullanılan Çok Değişkenli Analiz Teknikleri ve Sonuçları

III.2.1. Faktör Analizi

XYZ Aracı kurum müşterilerinden, sunulan hizmetin farklı operasyonel yönlerini kapsayan 12 performans özelliğini değerlendirmeleri istenmiştir. Tablo.2’de değişkenlerin içerikleri hakkında bilgi verilmektedir. Bu analizde amaç, performans değişkenlerinin müşterilerin hizmet hakkındaki gerçek duygularını yansıtıp yansıtmadığı hakkında bilgi toplamaktır. Kurumun hizmetlerini yansıtan 12 özelliğin değerlendirmelerinin faktör analizi yapılması, bunlar arasındaki korelasyon düzeyinin saptanmasına yardımcı olur. Böylece müşterilerin ortak olarak karar verdikleri

performans özelliklerinin hangileri olduğu ve kaç esas değerlendirme yapıldığı anlaşılabilir.

Tablo.2. Hizmet Memnuniyet Verileri

Soru No	İçerik	Kısaltma
1	Kurum Güvenirliliği	Güvenirlilik
2	Teknoloji Takibi	Teknoloji
4	Yurt Çapında Yaygınlık	Yaygınlık
5	İşlemlerde Hızlılık	Hızlılık
6	Kaliteli Hizmet Sunma	Kalite
7	Ekstre-Mal Faturalama	Ekstre
9	Çalışanlarla İletişim	İletişim
10	Çalışan Hizmet Bilgisi	Hizmet Bilgisi
11	Nezakete Gösterme	Nezakete
20	Para Transferi	P. Transferi
21	Bilgi-Hesap Takibi	Bilgi
22	Araştırma Desteği	Arge

Tablo.3 ve Tablo.4'de verilen çıktılardan sırasıyla "Communalities" ve "Total Variance Explained" tabloları incelendiğinde, analize dahil edilen 12 değişkenin öz değeri (eigenValue) 1'den büyük olan 4 faktör altında toplandığı anlaşılmaktadır. Faktör sayısını belirlemek için "eigen değeri =1" kriteri kullanılmıştır. Eigen değerleri yada kökler 3,658 ile başlamaktadır ve toplam varyansın 20,801'ini meydana getirmektedir; dördüncü kök değer 1,208'dedir. Bu dört faktörün açıkladıkları varyans %73.022'dir.

Tablo.3. Communalities

Kriter	Initial	Extraction
Güvenirlilik	1,000	.689
Teknoloji	1,000	.655
Yaygınlık	1,000	.724
Hızlılık	1,000	.679
Kalite	1,000	.871
Ekstre	1,000	.637
İletişim	1,000	.789
Hizmet Bilgisi	1,000	.784
Nezakete	1,000	.599
P. Transferi	1,000	.804
Bilgi	1,000	.907
Arge	1,000	.614

Değişkenlerle ilgili olarak tanımlanan dört faktörün ortak varyansları (communalities) ise 0,599 ile 0,917 arasında değişmektedir.

Buna göre, analizde başlıca faktör olarak meydana çıkan dört faktörün beraber, değişkenlerdeki toplam varyansın ve ölçüğe ilişkin varyansın çoğunluğunu açıkladıkları anlaşılmaktadır.

(Rotated Component Matrix) Değişkenlere varimax uygulaması ile dönüştürülmüştür. Bu dönüştürmenin amacı faktör "yüklemelerini" daha elverişli duruma getirmektir. Tablo.5'de Faktör

yüklemeleri, yani her bir performans özelliğinin dört faktör ile olan korelasyonu yer almaktadır. Bu tabloda ölçüğün birinci faktörünün dört (performans değişkeni) değişkenden (yaygınlık, güvenirlilik, hızlılık, kaliteli hizmet), ikinci faktörün üç performans değişkeninden (çalışanlarla iletişim, çalışan hizmet bilgisi, çalışan nezakete), üçüncü faktörün iki performans değişkeninden (para transferi, teknoloji), son olarak da dördüncü faktörün 3 performans değişkeninden (bilgi, ekstre, arge) oluştuğu saptanmıştır.

Tablo.4 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,65789439	30,4823941	30,4823941	3,6578943	30,4823941	30,4823941	2,4861408	20,80117347	20,80117347
2	2,10141759	17,51181316	47,9942072	2,1014176	17,51181316	47,9942072	2,4184733	20,15394415	40,95511761
3	1,785034461	14,9603718	62,9545790	1,7850345	14,9603718	62,9545790	1,825192	16,0433327	56,99851038
4	1,20214782	10,0394666	73,02167634	1,202148	10,0394666	73,02167634	1,8227651	16,0233246	73,02167634
5	0,88372402	7,35406992	80,38574626						
6	0,57191421	4,7665434	85,15228967						
7	0,46395117	3,86625911	89,01854878						
8	0,40661071	3,38825823	92,3815159						
9	0,37382822	3,114940187	95,49645607						
10	0,247106658	2,058221654	97,55467774						
11	0,17463382	1,455448101	99,01012584						
12	0,118934815	0,988973458	100						

Tablo.5 Faktör Analiz Sonuçlarının Özeti

Dönüştürülmüş Faktör Matrisi

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4
Yaygınlık	0,814	-0,119	0,056	0,209
Hızlılık	0,795	0,052	0,196	0,079
Güvenirlilik	0,688	0,198	0,217	-0,361
Kaliteli	0,630	0,583	0,213	0,299
İletişim	0,187	0,864	0,045	-0,075
Hizmet Bilgisi	-0,303	0,772	0,223	0,215
Nezakete	0,160	0,606	0,350	-0,29
Para Transferi	0,185	0,140	0,866	0,008
Teknoloji	0,183	0,265	0,742	-0,02
Bilgi	0,041	-0,258	0,550	0,739
Ekstre-Faturalama	0,311	-0,093	-0,055	0,727
Araştırma Des	-0,120	0,383	-0,101	0,665

Açıklanan Varyans

Toplam : % 73,022

Faktör 1: % 20,801

Faktör 2: % 20,154

Faktör 3: % 16,043

Faktör 4: % 16,023

Faktörler performans değişkenlerinin içerikleri göz önüne alınarak adlandırılmaya çalışılmıştır. Tablo 6'de anlamlandırılmış faktör yüklemeleri tablosu yer almaktadır. Bu dört faktör değerlendirme boyutları olarak sayılabilir. 30 müşterinin XYZ aracı kurumunun hizmetini değerlendirmekte veya bunlar hakkında yargıya varmakta kullandıkları temel yolları özetler. Bu faktörleri daha iyi açıklamak için her bir faktör isimlendirilmiştir. İsimlendirme; her faktörü oluşturan özelliklere bakıp ve o özellikler kümesini anlamlandırabilecek bir kelime yada bir anlam yüklemektir.

Tablo.6. Anlamlandırılmış Faktör Yüklemeleri

Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4
Yaygınlık	Kolay İletişim	Para Transferi	Bilgi Des. (Hesap Takibi)
Hızlılık	Çalışan	Teknoloji Takibi	Ekstre (Faturalama Des.)
Güvenirlilik	Hizmet Bilgisi		Arge Desteği
Kaliteli Hizmet	Nezakat Gösterme		
Hizmet Kapasitesi	Çalışan Hizmet Performansı	Banka Hizmeti Verilme	Satış Desteği

III.2.2. Regresyon Analizi

Çok değişkenli regresyonda, “XYZ” Aracı kurum müşterilerinin değerlendirdiği 13 performans değişkeninden yararlanılmıştır. Bu analizde amaç, performans değişkenleri müşterilerin memnuniyetini anlamlı bir şekilde açıklamakta mıdır? sorusuna yanıt aramaktır. Araştırmanın başlangıç bölümünde tüm performans değişkenleri çoklu doğrusal regresyon analizine alınmıştır. Memnuniyet duyma bağımlı değişkeni ile bu değişkeni açıklayan güvenirlilik, teknoloji, komisyon, yaygınlık, hızlılık, kaliteli, ekstre, iletişim, hizmet bilgisi, nezaket, para transferi, bilgi, arge bağımlı değişkenleri arasındaki bağıntıyı açıklayan β katsayıları her bir değişken için teker teker test edilmiştir. t - testi ve aynı zamanda $P < .05$ durumuna uygun olarak yaygınlık, hızlılık ve ekstre performans değişkenleri anlamlı gözükmemektedir. Yani; on üç performans değişkeninin yer aldığı regresyon modelinde sadece üç değişkenin katsayısı anlamlı sonuçlanmıştır. Diğer değişkenler model için anlamlı değildir.

Sonuç olarak, Çoklu doğrusallığa izin vermemek için sadece üç performans değişkeni seçilerek modelde kullanılmıştır. Modeldeki bu üç değişken komisyon, arge, hızlılık'tır. Bu üç değişkene göre regresyon analizi yapılmıştır.

Komisyon, arge, hızlılık performans değişkenlerine göre müşteri memnuniyetinin açıklanmasına ilişkin regresyon analiz sonuçları Tablo.7'de verilmiştir.

Tablo.7. Özet Regresyon Analiz Sonucu

Değişken	B	S.Hata	b	t	Sigma	İkili Korelasyon	Kısmi Korelasyon
SABİT	1,564	0,338	-	4,635	.000	-	-
KOMİSYON	0,168	0,066	0,316	2,564	.016	0,473	0,449
ARGE	0,164	0,061	0,313	2,677	.013	0,247	0,465
HIZLILIK	0,287	0,058	0,608	4,955	0,000	0,695	0,697

Bağımsız değişkenlerle, bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlara bakıldığında; Komisyon ile müşteri memnuniyeti arasında pozitif ve orta düzeyde ($r=0,473$) bir ilişki vardır ve diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki kısmi korelasyon pozitif ve orta düzeyde yani $0,449$ 'dur.

Arge ile müşteri memnuniyeti arasında pozitif ve düşük düzeyde ($r=0,247$) bir ilişki vardır. Ancak diğer

değişkenler kontrol edildiğinde, kısmi korelasyonun pozitif ve orta düzeyde ($r=0,465$) hesaplandığı görülmektedir.

Hızlılık değişkeni ile müşteri memnuniyeti arasında hesaplanan korelasyon pozitif ve orta düzeyde ($r=0,695$)'dir. Diğer değişkenler kontrol edildiğinde de hızlılık pozitif ve orta düzeyde ($r=0,697$) bir korelasyona sahiptir.

R^2 determinasyon katsayısı modelin (yani analize dahil edilen performans özelliklerinin bir fonksiyonu olarak müşteri memnuniyetinin) ne kadar anlamlı ve etkin olduğunun ölçüsüdür. Buna göre R^2 'yi seçilen bağımsız değişkenlerin (performans özelliklerinin), bağımlı değişken (müşteri memnuniyeti) varyasyonu içinde sorumlu olduğu oran şeklinde yorumlarız. $R^2 = 0,65$ analiz sonuçlarına göre $0,5$ ' in üzerinde çıkmıştır. Üç değişken ile birlikte, müşteri memnuniyetindeki toplam varyansın yaklaşık %65'ini açıklamaktadır.

Grup olarak bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken ile aralarında anlamlı bir ilişki olup olmadığı açıklamak için yani R^2 çoklu belirlilik katsayısının anlamlı olup olmadığını anlamak için F testi yapılmıştır.

F Testi

Hipotez

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_1: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$$

$$B_1: \text{Komisyon}, \quad B_2: \text{Arge}, \quad B_3: \text{Hızlılık}$$

Tablo Değeri ve Anlamlılık Düzeyi

$$F(\alpha, n-k-1) = F(0,05; 30-3-1=26)$$

$$F_{\text{tablo}}(0,05; 3, 26) = 2,98$$

Analiz Sonucu

Analiz sonucunda $F = 16,045$ olarak bulunmuştur. Tablo değeri ile karşılaştırıldığında, $F=16,045 > F_{\text{tablo}} = 2,98$ olarak elde edilmiştir. Test sonucunda H_0 hipotezi reddedilerek, regresyon katsayılarının önemli olduğu ve belirlenen regresyon denkleminin kullanılabileceği sonucuna varılır.

t- Testi

Regresyon katsayılarının bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki önem sırası; hızlılık, komisyon ve arge'dir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına yani sıfırdan farklı olup olmadığına ilişkin t

test sonuçları aşağıdaki gibidir. Uygulamada her bir regresyon katsayısı için t-testi yapılmıştır.

Hipotez

$H_0: \beta_j=0$

$H_1: \beta_j \neq 0$

Tablo Değeri ve Anlamlılık Düzeyi

$t(\alpha, n-k-1) = t(0,05; 26) = 1,706$

Analiz Sonucu

$B_1 =$ "komisyon" parametresiyle ilgili hipotez;

$H_0: \beta_1=0$

$H_1: \beta_1 \neq 0$

$t_{\text{tablo}}=2,045 \quad t_{\text{statistik}}= 2,564 \quad \text{sig}= .016$

$t > 2,045$ aynı zamanda sig değeri $P < .05$ durumunda H_0 Red. H_1 kabul.

Sonuç: "komisyon" değişkeni önemli derecede anlamlıdır.

$B_2 =$ "Arge" parametresiyle ilgili hipotez;

$H_0: \beta_2=0$

$H_1: \beta_2 \neq 0$

$t_{\text{tablo}}=2,045 \quad t_{\text{statistik}}= 2,677 \quad \text{sig}= .013$

$t > 2,045$ aynı zamanda sig değeri $P < .05$ durumunda H_0 Red. H_1 kabul.

Sonuç: "arge" değişkeni önemli derecede anlamlıdır.

$B_3 =$ "Hızlılık" parametresiyle ilgili hipotez;

$H_0: \beta_3=0 \quad H_1: \beta_3 \neq 0$

$t_{\text{tablo}}=2,045 \quad t_{\text{statistik}}= 4,955 \quad \text{sig}= .000$

$t > 2,045$ aynı zamanda sig değeri $P < .05$ durumunda H_0 Red. H_1 kabul.

Sonuç: "Hızlılık" değişkeni önemli derecede anlamlıdır.

Sonuç olarak analize dahil edilen her bir performans değişkeninin müşteri memnuniyeti üzerinde

etkisi vardır. Regresyon analiz sonuçlarına göre regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıdaki gibidir.

Müşteri memnuniyeti= 1,594+0,0168 komisyon+0,0164 arge+0,287 hızlılık

III.2.3. Kümeleme Analizi

Performans özelliklerine benzer biçimde önem veren müşteri kümelerinin belirlenmesi amacıyla kümeleme analizinden yararlanılmıştır. Bu şekilde müşteri popülasyonu içerisinde kaç adet benzer düşüncede olan ve performans özelliklerini aynı şekilde değerlendiren müşteri gurubunu görebiliriz. "XYZ" aracı kurum müşterilerinden ankette 13 performans özelliğini 5'li ölçekte değerlendirmeleri istenmişti. İşte bu soru da 13 performans özelliklerinin 6 guruba indirgenmesi yoluyla oluşturulmuştur. Müşterilerden 100 puanı altı performans özelliği -Tablo.8 bakınız - arasında bölmeleri istenmiştir. Bu altı özellik 30 müşteri arasında olayları benzer biçimde gören müşterilerin bir araya getirilmesi amacıyla kullanılacaktır.

Tablo.8. Performans Özelliği Gruplaması

ALTI ÖZELLİK (13 PERFORMANS DEĞİŞKENİNİN GURUPLANMASI)	
İçerik	Kısaltma
Komisyon oranının Uygun olması	Komisyon
Verilen Emirlerin Hızlı Gerçekleşmesi	Hızlılık
Hizmet Sonrası Destek Süreci	Hizmet Son. Des.
Araştırma Desteği	Arge Des.
Ürün Çeşitliliği (Hisse senedi Alış/Satış, Repo, Tahvil-bono)	Urun Çeş.
Kuruluş Çalışanlarının Piyasa Hakkında Bilgi ve Hizmeti Verme Yeteneği	Personel Bilgi.

Benzer müşterileri bularak tüm müşterilerin değerlendirme profilleri hakkında bilgi edinilebilir. Müşteri profilini belirlemek için SPSS programında Kümeleme analizi 2 kümeli, 3 kümeli ve 4 kümeli çözümler düşünülerek yapılmıştır. En anlamlı kümeleme müşteri profilini 3'lü grupta ifade eden kümelemedir. "Sonuç Küme Merkezleri" tablosu (Tablo-34) üç kümeden her birini meydana getiren müşterilerin altı özellik grubuna verdikleri önem değerlendirmelerini ifade etmektedir.

Tablo.9 da her bir guruba kaç müşterinin girdiği gösterilmektedir. Birinci kümeye 4 müşteri, ikinci kümeye 18 müşteri ve üçüncü kümeye de 8 müşteri girmiştir. Müşteri değerlendirmelerine uygun olarak grupları şu şekilde isimlendirebiliriz.

Tablo.9. Müşteri Profili

1. KÜME		2. KÜME		3. KÜME	
Komisyon	52,5	Hızlılık	37,2	Araştırma Des.	38,8
Hızlılık	15	Personel Bilgi	16,6	Urun Çeşitliliği	19,7
Araştırma Des.	12,5	Komisyon	15,4	Personel Bilgi	14,1
Ürün Çeşitliliği	12,3	Ürün Çeşitliliği	12,3	Hızlılık	10,6
Personel Bilgi	5	Araştırma Des.	10,1	Komisyon	8,8
Hizmet Sonrası Destek	2,8	Hizmet Sonrası Destek	8,3	Hizmet Sonrası Destek	8,1
YÜKSEK HACIMLI MÜŞTERİLER		GÜNLÜK İŞLEM YAPAN MÜŞTERİLER		BİLGİYE DAYALI İŞLEM YAPAN MÜŞTERİLER	
4 müşteri		18 müşteri		8 müşteri	
30					

Birinci küme komisyon oranına tümüyle önem vermektedir. Bu müşteri kümesi yüksek hacimli işlem yapan yani overall'u büyük olan müşteriler şeklinde değerlendirilebilir. Bu nedenle bu küme yüksek hacimli müşteriler olarak adlandırılmıştır.

İkinci küme de hızlılık özelliği önem kazanmaktadır. Bu müşteri kümesi günlük işlem yapan ve seans yada telefonla emirlerini ileten müşteriler şeklinde değerlendirilebilir. Bu nedenle bu küme günlük işlem yapan müşteriler olarak adlandırılmıştır.

Üçüncü kümede araştırma desteği ön plandadır. Bu müşteri kümesinin işlemlerinde sayısal verilere önem verdiği ve yatırımlarını birden farklı ürünlerde değerlendirdiğini düşünebiliriz. Bu nedenle bu küme bilgiye dayalı işlem yapan müşteriler olarak adlandırılmıştır.

3 küme için elde edilen SPSS çıktılarından yandaki özetleyici istatistik tablosunu oluşturabiliriz. Bu tablodaki bulgular ışığında 3 küme olması durumunda en etkili değişkenler sırasıyla; Komisyon, Hızlılık, Arge olup, öteki değişkenlerin kümelemede önemli etkilerinin olmadıkları söylenebilir.

Tablo.10. Özetleyici İstatistik Tablosu

Değişkenler	F.O oranları	Olasılıklar
Komisyon	23,414	0,000*
Hızlılık	17,397	0,000*
Hizmet Sonrası Destek	1,074	0,356
Arge	23,555	0,000*
Ürün Çeşitliliği	1,486	0,244
Personel Bilgi	1,387	0,267

III.2.4. Çok Boyutlu Ölçekleme

Bu analizi uygulamak için müşterilere yatırım tercihlerini belirleyen bir sıralama sorusu sorulmuştur. Bu

sıralamayı risk ve getiri faktörlerini göz önüne alarak yapmaları istenmiştir. Buna göre müşteriler yatırımlarında kullandıkları Hisse Senedi, Tahvil/Bono, Vadeli Mevduat, Yatırım Fonu, Repo, Döviz'i yani bu altı ürünü en çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru (Bir en çok tercih edilen, altı en az tercih edilen şeklinde) sıralamıştır. Çok boyutlu bir uzayda aldıkları konumlar yardımıyla müşteriler ve ürünler hakkında yorumlar yapılmıştır.

Metrik olmayan ölçekleme ile uzaklıklar arası matrixsin hesaplanmasında veri olarak kurumun sunduğu ürünler alınmıştır. Çünkü Metrik olmayan ölçekleme yönteminde Program boyut sayısı bir alındığında hesaplama yapılmıştır. Bu nedenle uyarıcılar olarak ifade edilen ürünlere metrik ölçekleme yöntemi uygulanmıştır. Metrik ölçekleme yönteminde gözlem sayımız 30 olduğu için boyut sayısı başlangıçta bir'e ve iki'ye eşit olarak alınmış ve uygun görünümün kaç boyutlu uzayda sağlandığı bilgisayar çıktıları incelenerek saptanmıştır.

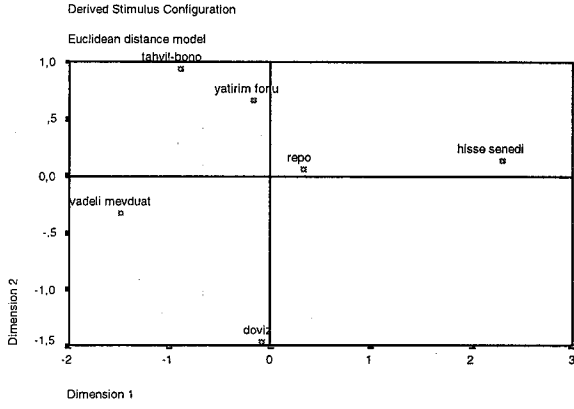
SPSS Alscal programının çıktısında daha önce tayin edilen boyutlandırma uyarınca Stress ve Kareli Korelasyon değerleri, ürünlerin (uyarıcılarının) koordinatlarını ve görünümdeki simgelerini veren tablo ile uzaysal görünüm, Stress ve kareli korelasyon değerlerinin hesaplanmasında kullanılan veriler, dönüştürülmüş veriler ve uzaysal görünümdeki noktalar arası uzaklık değerlerinin yatay ve dikey eksenlerde kullanıldığı, serpilme grafikleri ayrı ayrı yer almaktadır.

Boyut sayısına bağlı çözümlere ilişkin Kruskal'ın birinci Stress fonksiyonu ile kareli korelasyon katsayısı değerleri aşağıdaki Tablo.11'de yer almaktadır. Tablodaki bilgiler incelendiğinde, bir boyutlu çözümde "uyumsuz gösterim", iki boyutlu çözümde Stress değeri düşerek "iyi uyum" durumunda olduğu, sonuç olarak iki boyutlu çözümün en uygun çözüm olduğu anlaşılır.

Tablo.11. Stress ve Kareli Korelasyon Değerleri

Boyut Sayısı	Stress	Kareli Korelasyon Katsayısı
Bir	0,367	0,618
İki	0,069	0,966

Şekil.1'de uyarıcı koordinatları matrisinin uzaysal görünümü yer almaktadır. Ürünleri uzaklıklarına göre inceldiğimizde en çok tercih edilenden en az tercih edilene göre Hisse Senedi>Repo>Yatırım Fonu> Tahvil ve Bono>Vadeli Mevduat>Döviz şeklinde ifade edebiliriz.



Şekil.1 Uyarıcı Koordinat Matrisi

Not: Ankette yer alan Likert Ölçeğinde değerlendirilmiş 13 sorunun tümünün müşteri memnuniyetini değerlendirme yeteneğine sahip olup olmadığını anlamak için "Cronbach Alfa" katsayısı hesaplanmıştır. Ölçekte güvenilirlik katsayısı $\alpha = 0,7926$ ($\alpha_{DIZ} = 0,8092$) olarak bulunmuştur. Bu güvenilirlik $0,60 \leq \alpha < 0,80$ arasında olduğundan ölçek oldukça güvenilirdir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] "Müşteri", Büyük Larousse Sözlük Ve Ansiklopedisi, Cilt 16.
- [2] *Müşteri Memnuniyet Yönetimi Eğitim Notları*. KALDER.
- [3] Kotler, P. (2000). *Pazarlama Yönetimi*. (Çev.: Muallimoğlu, N.) Millennium Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
- [4] Soylu, K., Soylu, F., Süer, A., & Süer, E. (1998). *Toplam Kalite Yönetimi Sözlüğü*. İstanbul: Beyaz Yayınları.
- [5] Vavra, T.G. (1999). *Improving Your Measurement Of Customer Satisfaction*. (Çev.: Günay, G.). İstanbul: Rota Yayıncılık.

H. Besim AKIN (bakin@marmara.edu.tr) is Professor of Econometrics and Statistic at Marmara University. His research areas are statistical data analysis, applied statistics and decision making, quality control, total quality, sampling, statistic quality control, probability, multivariate statistical analysis techniques, analysis input-output, experimental design and econometrics.

ÇOK AMAÇLI DOĞRUSAL OLMAYAN ULAŞTIRMA MODELİ VE HEDEF PROGRAMLAMA BÜTÜNLEŞİMİ: SINAVLAR İÇİN GÖZETMENLERİN BELİRLENMESİ

Mustafa M. ÖZKAN

Uludağ Üniversitesi, İ. İ. B. F., Ekonometri Bölümü, Dr.

MULTI-OBJECTIVE NONLINEAR TRANSPORTATION MODEL AND GOAL PROGRAMMING INTEGRATION: DETERMINATION OF ASSISTANTS FOR EXAMINATIONS

Abstract: The aim of this paper is to develop a model, which is under the assumption that the days and hours of examinations are being predetermined, for solving the problem of determination of assistants who will be charged classrooms in which the exams will be made. In the direction of this aim, problem of determination of classrooms is formulated as based on a multi-objective nonlinear transportation model. For the problem of determination of assistants, a multidimensional transportation model which is formulated as based on the problem of determination of classrooms is developed. This model is enlarged as far as include the state of the separation of two sub-groups as senior and junior assistants according to duration of service. The goal programming method is used for the solution of the developing models. In addition, the applicability of the developing models are revealed by a case problem.

Keywords: School Timetabling, Transportation Model, Nonlinear Programming, Goal Programming.

ÇOK AMAÇLI DOĞRUSAL OLMAYAN ULAŞTIRMA MODELİ VE HEDEF PROGRAMLAMA BÜTÜNLEŞİMİ: SINAVLAR İÇİN GÖZETMENLERİN BELİRLENMESİ

Özet: Bu makalenin amacı sınavların yapılacağı gün ve saatlerin önceden belirlenmiş olduğu varsayımı altında, sınavların yapılacağı sınıflarda görevlendirilecek gözetmenlerin belirlenmesi problemini çözecek bir model geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda yazılan makalede, sınıfların belirlenmesi problemi çok amaçlı doğrusal olmayan bir ulaştırma modeline dayanarak formüle edilmiştir. Gözetmenlerin belirlenmesi problemi için, sınıfların belirlenmesi problemi temelinde formüle edilen çok boyutlu bir ulaştırma modeli geliştirilmiştir. Bu model gözetmenlerin kıdemli ve kıdemsiz olarak iki alt gruba ayrılması durumuna genişletilmiştir. Geliştirilen modellerin çözümü için hedef programlama yöntemi kullanılmıştır. Ayrıca, örnek bir problemle geliştirilen modellerin uygulanabilirliği gösterilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sınav Programları Problemleri, Ulaştırma Modeli, Doğrusal Olmayan Programlama, Hedef Programlama.

I. GİRİŞ

Bir fakültede yapılan sınavların hangi gün ve saatte, hangi sınıflarda ve kimlerin gözetmenliğinde yapılacağını belirlenmesine *sınav programları problemleri* denir. Sınavların farklı gün ve saatlerde, farklı sınıflarda ve farklı gözetmenlerle nasıl yapılacağını planlanması oldukça karmaşık bir süreçtir. Sınav programları problemleri sınavların yapılacağı gün ve saatlerin belirlenmesi, sınavların yapılacağı sınıfların belirlenmesi ve sınavları yürütecek gözetmenlerin belirlenmesi şeklinde birbirini tamamlayan üç adet alt problemden oluşur.

1950'li yıllardan günümüze dek sınav programları problemleri üzerinde yoğun bir şekilde çalışılmış olmasına rağmen, sınav programları problemlerinin tamamını çözen bir yaklaşım geliştirilmemiştir [1]. Bu durum, eğitim yöntemlerinin ve sınav yönetmeliklerinin ülkeden ülkeye ve hatta okuldan okula farklılık göstermesinden kaynaklanmaktadır [2]. Dolayısıyla, oluşturulan bir

modelin ve/veya önerilen bir sistemin farklı şekillerde ortaya çıkan sınav programları problemlerinin tamamını çözmesi beklenemez.

Sınav programları problemlerini çözmek için literatürde atama modeli, ulaştırma modeli, tamsayılı doğrusal programlama yöntemi, dal ve sınır yöntemi, şebeke analizine dayanan yöntemler ve tabu search gibi sezgisel yöntemler geliştirilmiştir. Johnson [3] gibi bazı araştırmacılar ise problemin optimal bir çözümünün belirlenmesi yerine uygun bir çözümünün belirlenmesinin yeterli olacağını düşünerek, veri tabanı yöntemlerinin kullanılmasını önermişlerdir.

Bu makalenin birinci bölümünde, sınavların yapılacağı sınıfların belirlenmesini sağlayan çok amaçlı doğrusal olmayan bir ulaştırma modeli formüle edilmiştir. İkinci bölümde, gözetmenlerin belirlenmesi probleminin sınıfların belirlenmesi problemi ile ilişkilendirildiği bir model geliştirilmiştir. Üçüncü bölümde, gözetmenlerin eşit sayıda sınava girmesi durumunun gözetmenlerin

kıdemli ve kıdemsiz olarak iki alt kümeye ayrılması durumu ile birlikte ele alındığı bir hedef programlama modeli oluşturulmuştur. Dördüncü bölümde, geliştirilen çok amaçlı modellerin çözümü için hedef programlama yönteminin nasıl kullanılabileceği gösterilmiştir. Beşinci bölümde ise, gün ve saatleri önceden kararlaştırılmış olan bir sınav programı problemi çözülerek, oluşturulan modellerin uygulanabilirliği gösterilmiştir.

II. SINIFLARIN BELİRLENMESİ

Sınav programları problemlerini çözmek için geliştirilen yaklaşımların bir çoğu atama modeline dayanmaktadır [4]. Bilindiği üzere, atama modeli doğrusal ulaştırma modellerinin özel bir halidir. Doğrusal ulaştırma modellerinde bir kaynaktan birden çok hedefe dağıtım yapılabilen ve bir hedefin ihtiyacı birden çok kaynaktan karşılanabilmektedir. Sınav programları problemlerini doğrusal ulaştırma modeli olarak ifade etmek için, sınıfların kaynaklar sınavların da hedefler olduğu kabul edilebilir. Bu durum, bir sınavın birden çok sınıfta yapılabilmesi ve bir sınıfta da birden çok sınavın yürütülmesi anlamına gelir. Bununla birlikte, gerçek hayatta bir dersin sınavı birden çok sınıfta yapılabilmesine rağmen, bir sınıfta aynı gün ve saatte sadece bir dersin sınavının yapılması gerekmektedir. Bir sınıfta birden fazla sınavın yapılması halinde, her bir dersin sınav süresinin ve sınav şeklinin (test, klasik, v.b.) farklı olmasından kaynaklanan bir karmaşayla karşılaşılması kaçınılmazdır. Dolayısıyla, öğrencilerin ve öğretmenlerin dikkatinin dağılmaması, bir sınıfta aynı gün ve saatte sadece bir dersten sınav yapılmasını zorunluluk haline getirmektedir. Böyle bir zorunluluk, sınavların yapılacağı sınıfların belirlenmesi probleminin

doğrusal bir ulaştırma modeliyle ifade edilemeyeceği anlamına gelir.

Sınavların yapılacağı sınıfların belirlenmesi problemi için karar değişkenlerini,

$$\begin{aligned} X_{ijt} &= 0, 1, 2, \dots, \text{tamsayı} \\ Y_{ijt} &= 0 \text{ veya } 1 \end{aligned} \quad (1)$$

şeklinde tanımlayalım. Burada, i indisi sınavların yapılacağı sınıfları, j indisi sınavları ve t indisi sınavların yapılacağı dönemleri göstermektedir. Sınıflar, sınavlar ve dönemler sırasıyla $ie[I=\{1,2,\dots,m\}]$, $je[J=\{1,2,\dots,n\}]$ ve $te[T=\{1,2,\dots,k\}]$ kümeleri ile tanımlanmıştır. Ayrıca, T kümesinde yer alan elemanların birbirine eşit uzunlukta olduğu, yani sınavlar için ayrılan sürenin önceden belirlenen sabit bir değeri aşamayacağı kabul edilmiştir.

Buna göre, X_{ijt} değişkeni t döneminde j dersinden i sınıfında sınava girecek öğrenci sayısını, Y_{ijt} değişkeni ise t döneminde j dersinin sınavının i sınıfında yapılıp ($Y_{ijt}=1$ ise) yapılmayacağını ($Y_{ijt}=0$ ise) gösterir. Burada, $t=1$ değeri sınavların yapılacağı birinci gündeki ilk sınavı, $t=k$ değeri ise sınavların yapılacağı son gündeki en son sınavı ifade etmektedir.

Sınavların yapılacağı sınıfların sınav kapasitesinin a_i olduğu ve t döneminde j dersinden sınava girecek öğrenci sayısının b_{jt} olduğu kabul edilirse, sınavların yapılacağı sınıfların belirlenmesi problemi için doğrusal olmayan bir ulaştırma tablosu Tablo.1'deki gibi düzenlenebilir.

Tablo.1. Sınıfların Belirlenmesi Problemine İlişkin Doğrusal Olmayan Ulaştırma Tablosu

	Dönem ($t=1$)			.	Dönem ($t=k$)		Sınıf Kapasiteleri	
	Ders 1	Ders 2	Ders d		Ders f	Ders n		
Sınıf 1	$X_{111} \times Y_{111}$	$X_{121} \times Y_{121}$...	$X_{1d1} \times Y_{1d1}$...	$X_{1fk} \times Y_{1fk}$	$X_{1nk} \times Y_{1nk}$	a_1
Sınıf 2	$X_{211} \times Y_{211}$	$X_{221} \times Y_{221}$...	$X_{2d1} \times Y_{2d1}$...	$X_{2fk} \times Y_{2fk}$	$X_{2nk} \times Y_{2nk}$	a_2
.....
Sınıf m	$X_{m11} \times Y_{m11}$	$X_{m21} \times Y_{m21}$...	$X_{md1} \times Y_{md1}$...	$X_{mfk} \times Y_{mfk}$	$X_{mnk} \times Y_{mnk}$	a_m
Öğrenci Sayıları	b_{11}	b_{21}	...	b_{d1}	...	b_{fk}	b_{nk}	

Buradan, sınıfların belirlenmesi problemi için aşağıda verilen kısıtlayıcılar oluşturulabilir.

Kısıtlayıcı Kümesi 1: i sınıfında yapılan bir sınava en fazla a_i kadar öğrenci girebilir.

$$\begin{cases} X_{ijt} \times Y_{ijt} \leq a_i \\ \forall (i, j, t) \in [(I \times J \times T) = \{(1,1,1), \dots, (m,n,k)\}] \end{cases} \quad (2)$$

Burada, sınıfların tam kapasite ile kullanılmasının bir zorunluluk olmadığı açıktır.

Kısıtlayıcı Kümesi 2: t döneminde i sınıfında yapılan sınava en fazla a_i kadar öğrenci girebilir.

$$\begin{cases} \sum_{j \in J} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) \leq a_i \\ \forall (i, t) \in [(I \times T) = \{(1,1), \dots, (m,k)\}] \end{cases} \quad (3)$$

Kısıtlayıcı Kümesi 3: t döneminde j dersinden sınava girmesi gereken öğrenci sayısı b_{jt} kadardır.

$$\begin{cases} \sum_{i \in I} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) = b_{jt} \\ \forall (j, t) \in [(J \times T) = \{(1,1), \dots, (n,k)\}] \end{cases} \quad (4)$$

Burada, öğrencilerin tamamının sınava gireceğinin kabul edilmesi gerekmektedir.

Kısıtlayıcı Kümesi 4: t döneminde i sınıfında sadece ve sadece bir dersin sınavı yapılabilir.

$$\left(\begin{array}{l} \prod_{j \in J} Y_{ijt} = 0 \\ \forall (i,t) \in [(I \times T) = \{(I,1), \dots, (m,k)\}] \end{array} \right) \quad (5)$$

Kısıtlayıcı Kümesi 5: t döneminde en az k en fazla $m-1$ adet sınıfta sınav yapılabilir.

$$\left(\begin{array}{l} k \leq \sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \leq m-1 \\ \forall t \in [T = \{1, 2, \dots, k\}] \end{array} \right) \quad (6)$$

Sınav programları problemlerinin amaç fonksiyonları literatürde genellikle ceza maliyeti kavramına veya sübjektif tercihleri gösteren fayda fonksiyonuna dayanarak tanımlanmıştır. Bu konuda Gosselin ve Truchon [5], Birbas ve diğerleri [6], Mc Clure ve Wells [7] ve Akkoyunlu'nun [8] çalışmaları referans olarak alınabilir. Bununla birlikte, oluşturulan ceza maliyetlerinin veya fayda fonksiyonunun ele alınan probleme ve/veya karar vericiye göre yeniden tanımlanması gerekebilir [9]. Bu durum, karar vericinin sınıf ve gözetmenlerin belirlenmesi probleminin çözüm sürecindeki rolünün azaltılabileceği şeklinde yorumlanabilir (Bilindiği üzere, fayda fonksiyonunun oluşturulması için karar verici ile bir etkileşim sürecine girilmesi gerekir. Gerçek hayatta karar verici ile etkileşime girilip girilmeyeceği ve bu etkileşim sürecinin ne kadar sürdürülebileceği belirsizdir. Ayrıca, karar vericilerin düşünce biçimindeki algılama farklılıkları, onların sübjektif davranışları ve hedeflerindeki belirsizlikler farklı fayda fonksiyonlarının oluşturulmasını gerekli kılar). Bu bakış açısından hareketle, çalışmamızda sınıflar ve/veya gözetmenler arasındaki bir ceza maliyetinin veya fayda fonksiyonunun oluşturulması yoluna gitmeyeceğiz. Çalışmamızda, bir dersin sınavının herhangi bir sınıfta ve herhangi bir gözetmen tarafından yapılabileceği kabul edilmiştir. Dolayısıyla, sınavı yapılan derse yardımcı olan gözetmenin o dersin sınavında görevlendirilmesinin ve bir dersin sınavının dersin anlatıldığı sınıfta yapılmasının bir zorunluluk olmadığı düşünülmüştür. Bu nedenlerle, sınavların yapılacağı sınıfların belirlenmesi problemi için sınavlara girecek öğrenci sayısının belirlenmesi ve sınavların en az sayıda sınıfta yapılması şeklinde iki adet amaç fonksiyonunun oluşturulmasını önermekteyiz. Söz konusu amaç fonksiyonları matematiksel olarak aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

Amaç Fonksiyonu 1: Sınavlara girecek öğrenci sayısının belirlenmesi.

$$\text{Min } Z_1 = \sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} X_{ijt} \quad (7)$$

Amaç Fonksiyonu 2: Sınavların en az sayıda sınıfta yapılması.

$$\text{Min } Z_2 = \sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} Y_{ijt} \quad (8)$$

Buna göre, sınavların yapılacağı sınıfların belirlenmesi problemi çok amaçlı doğrusal olmayan bir programlama modeli olarak aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

$$\text{Min} \left[\left(\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} X_{ijt} \right), \left(\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} Y_{ijt} \right) \right]$$

Kısıtlayıcılar

$$X_{ijt} \times Y_{ijt} \leq a, \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$\sum_{j \in J} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) \leq a_i \quad ; \quad \forall (i, t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) = b_{jt} \quad ; \quad \forall (j, t) \in (J \times T)$$

$$\prod_{j \in J} Y_{ijt} = 0 \quad ; \quad \forall (i, t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \leq m-1 \quad ; \quad \forall t \in T$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \geq k \quad ; \quad \forall t \in T$$

ve

$$X_{ijt} = 0, 1, 2, \dots, \text{tamsayı} \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$Y_{ijt} = 0 \text{ veya } 1 \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

III. GÖZETMENLERİN BELİRLENMESİ

Sınavları yürütecek gözetmenlerin belirlenmesi problemi ilk bakışta kaynakların hedeflere bire-bir olarak dağıtılmasını gerektiren çok boyutlu bir atama problemi olarak görülebilir. Sınavları yürütecek gözetmenlerin belirlenmesi problemi, bir atama problemi olarak ele alındığı zaman, problemde bir kardinalite (bir kümenin eleman sayısı) sorunu ile karşılaşılması kaçınılmazdır. Çünkü, sınıf sayısı gözetmen sayısından çoğu zaman farklıdır. Sınavları yürütecek gözetmenlerin belirlenmesi probleminde herhangi bir gözetmen aynı gün ve saatte tek bir sınıfta görevlendirilebilir. Bununla birlikte, sınıflarda tek bir gözetmenin görevlendirilmesi bir zorunluluk değildir. Çünkü, sınıfların gözetmen ihtiyacı birden fazla olabilir. Bu durum, sınıfların sınav kapasitelerinin birbirinden farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer taraftan, sınavların hangi sınıflarda yapılacağı belirlenmeden gözetmenlerin sınıflara dağıtımı

yapılamaz. Bu nedenlerle, gözetmenlerin belirlenmesi probleminin sınıfların belirlenmesi problemi temelinde çok boyutlu bir ulaştırma modeli olarak ele alınması gerekir. Bunun için sınavları yürütecek gözetmenler,

$$W_{igt} = 0 \text{ veya } 1 \quad (10)$$

şeklinde tanımlanabilir. Burada, i indisi sınavların yapılacağı sınıfları, g indisi gözetmenleri ve t indisi sınav dönemlerini göstermektedir. Ayrıca, sınıflar, gözetmenler ve dönemler sırasıyla $ic[I=\{1,2,\dots,m\}]$, $gc[G=\{1,2,\dots,s\}]$

ve $tc[T=\{1,2,\dots,k\}]$ kümeleri ile tanımlanmıştır. Buna göre, W_{igt} değişkeni t döneminde i sınıfında yapılacak bir sınavda g . gözetmenin görevlendirilip ($W_{igt}=1$ ise) görevlendirilmeyeceğini ($W_{igt}=0$ ise) gösterir.

t döneminde i sınıfındaki bir sınavın yapılması için gerekli olan gözetmen sayısı e_i olarak tanımlanır, gözetmenlerin belirlenmesi problemi için sınıfların belirlenmesi problemine bağlı olan doğrusal bir ulaştırma tablosu Tablo.2. düzenlenebilir.

Tablo.2. Gözetmenlerin Belirlenmesi Problemi İlişkin Doğrusal Ulaştırma Tablosu

		Gözetmen 1	Gözetmen 2	Gözetmen s	Gözetmen İhtiyacı
$t=1$	Sınıf 1	W_{111}	W_{121}	W_{1s1}	$e_1 \times (Y_{111} + \dots + Y_{1d1})$
	Sınıf 2	W_{211}	W_{221}	W_{2s1}	$e_2 \times (Y_{211} + \dots + Y_{2d1})$

	Sınıf m	W_{m11}	W_{m21}	W_{ms1}	$e_m \times (Y_{m11} + \dots + Y_{md1})$
	Kapasite	1	1	1	
....
		Gözetmen 1	Gözetmen 2	Gözetmen s	Gözetmen İhtiyacı
$t=k$	Sınıf 1	W_{11k}	W_{12k}	W_{1sk}	$e_1 \times (Y_{1fk} + \dots + Y_{1nk})$
	Sınıf 2	W_{21k}	W_{22k}	W_{2sk}	$e_2 \times (Y_{2fk} + \dots + Y_{2nk})$

	Sınıf m	W_{m1k}	W_{m2k}	W_{msk}	$e_m \times (Y_{mfk} + \dots + Y_{mnk})$
	Kapasite	1	1	1	

Buradan, gözetmenlerin belirlenmesi problemi için oluşturulan kısıtlayıcılar aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

Kısıtlayıcı Kümesi 6: Bir gözetmen t döneminde sadece bir sınıfta görevlendirilebilir.

$$\left(\sum_{i \in I} W_{igt} \leq 1 \right) \quad (11)$$

$$\forall (g,t) \in [(G \times T) = \{(1,1), \dots, (s,k)\}]$$

Bu kısıtlayıcılar aynı zamanda bir gözetmenin sınav dönemi boyunca en fazla k adet sınavda görevlendirilmesini de garantiler.

Kısıtlayıcı Kümesi 7: t döneminde i sınıfında yapılan bir sınavda görevlendirilen gözetmen sayısının, t döneminde i sınıfında bir sınavın yapılması için gerekli olan gözetmen sayısına eşit olması gerekir.

$$\left(\sum_{g \in G} W_{igt} = \sum_{j \in J} (e_i \times Y_{ijt}) \right) \quad (12)$$

$$\forall (i,t) \in [(I \times T) = \{(1,1), \dots, (m,k)\}]$$

Burada, e_i 'nin her bir sınav dönemi için sabit olduğu kabul edilmektedir.

Kısıtlayıcı Kümesi 8: Gözetmenlerin toplam görev yükünün, sınavların yürütülmesi için gerekli olan gözetmen görevi sayısına eşit olması gerekir.

$$\sum_{i \in I} \sum_{g \in G} \sum_{t \in T} W_{igt} = \sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (e_i \times Y_{ijt}) \quad (13)$$

Gözetmenlerin belirlenmesi problemi için, sınavların en az sayıda gözetmenle yürütülmesi, sınavların yapılması için gerekli olan gözetmen sayısının en küçüklenmesi ve sınavların yapılacağı sınıflarda gözetmen başına düşen öğrenci sayısının en büyüklenmesi şeklinde üç adet amaç fonksiyonu oluşturulabilir. Bu amaç fonksiyonları matematiksel olarak aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

Amaç Fonksiyonu 3: Sınavların en az sayıda gözetmenle yürütülmesi.

$$\text{Min } Z_3 = \sum_{i \in I} \sum_{g \in G} \sum_{t \in T} W_{igt} \quad (14)$$

Amaç Fonksiyonu 4: Sınavların yapılması için gerekli olan gözetmen sayısının en küçüklenmesi.

$$\text{Min } Z_4 = \sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (e_i \times Y_{ijt}) \quad (15)$$

Amaç Fonksiyonu Kümesi 5: Gözetmen başına düşen öğrenci sayısının en çoklanması.

$$\left[\begin{array}{l} \text{Maks } Z_5 = \sum_{i \in I} (X_{ij} \times Y_{ij}) - \left(f_{jt} \times \sum_{i \in I} \sum_{g \in G} W_{igt} \right) \\ \forall (j,t) \in [(J \times T) = \{(1,1), \dots, (n,k)\}] \end{array} \right] \quad (16)$$

Burada, gözetmen başına hedeflenen öğrenci sayısı f_{jt} ile gösterilmiştir. Gözetmen başına hedeflenen öğrenci sayısı, sınıfların sınav kapasitesine, sınıflarda gereksinim duyulan gözetmen sayısına ve derslerden sınava girecek öğrenci sayısına bağlıdır. Gözetmenlerin toplam görev yükünün azaltılması için gözetmen başına düşen öğrenci sayısının artırılması gerekir. Gözetmen başına hedeflenen öğrenci sayısı belirlenirken, birden fazla sınıfta yapılması gereken sınavlar ve tek bir sınıfta yapılabilecek sınavlar şeklindeki olası iki durumun dikkate alınması gerekir. Burada, bir dersten sınava girecek öğrenci sayısının her bir sınıfın sınav kapasitesinden büyük olması, sınavın tek bir sınıfta yapılamayacağını gösterir. Diğer taraftan, bir dersin sınavının tek bir sınıfta yapılabilmesi, ilgili dersten sınava girecek öğrenci sayısının en büyük sınıfın sınav kapasitesinden daha küçük olmasını gerektirir. Buna göre, sınavların yapılması için gerekli olan gözetmen sayısı, birden fazla sınıfta yapılması gereken sınavlarda,

$$b_{jt} \geq \max(a_i) \Rightarrow f_{jt} = \max_{i \in I} \left[\frac{a_i}{e_i} \right] \quad (17)$$

formülüyle, tek bir sınıfta yapılabilecek sınavlarda ise,

$$b_{jt} < \max(a_i) \Rightarrow f_{jt} = \max_{i \in I_j} \left[\frac{b_{jt}}{e_i} \right] \quad (18)$$

formülüyle belirlenebilir. Burada, sınavların yapılacağı sınıfları gösteren I kümesinin alt kümeleri olan I_j kümeleri, tek bir sınıfta yapılabilecek sınavları nitelemektedir. Eşitlik 17 ve 18'de sınıfların sınav kapasiteleri arttıkça (azaldıkça) sınavların yapılması için gerekli olan gözetmen sayısının da artacağı (azalacağı) kabul edilmiştir.

Yukarıdaki kısıtlayıcılar ve amaç fonksiyonları sınıfların belirlenmesi problemi (eşitlik 9) ile birleştirildiğinde, gözetmenlerin belirlenmesi problemi çok amaçlı doğrusal olmayan bir programlama modeli olarak ifade edilebilir.

$$\text{Min} \left[\begin{array}{l} \left(\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} X_{ijt} \right), \left(\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} Y_{ijt} \right), \\ \left(\sum_{i \in I} \sum_{g \in G} \sum_{t \in T} W_{igt} \right), \left(\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (e_i \times Y_{ijt}) \right), \\ - \left(\sum_{i \in I} (X_{ij} \times Y_{ij}) - \left(f_{jt} \times \sum_{i \in I} \sum_{g \in G} W_{igt} \right) \right) \end{array} \right]$$

Kısıtlayıcılar

(19)

$$X_{ijt} \times Y_{ijt} \leq a_i \quad ; \quad \forall (i,j,t) \in (I \times J \times T)$$

$$\sum_{j \in J} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) \leq a_i \quad ; \quad \forall (i,t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) = b_{jt} \quad ; \quad \forall (j,t) \in (J \times T)$$

$$\prod_{j \in J} Y_{ijt} = 0 \quad ; \quad \forall (i,t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \leq m-1 \quad ; \quad \forall t \in T$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \geq k \quad ; \quad \forall t \in T$$

$$\sum_{i \in I} W_{igt} \leq 1 \quad ; \quad \forall (g,t) \in (G \times T)$$

$$\sum_{g \in G} W_{igt} - \sum_{j \in J} (e_i \times Y_{ijt}) = 0 \quad ; \quad \forall (i,t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{g \in G} \sum_{t \in T} W_{igt} - \sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (e_i \times Y_{ijt}) = 0$$

ve

$$X_{ijt} = 0, 1, 2, \dots, \text{tamsayı} \quad ; \quad \forall (i,j,t) \in (I \times J \times T)$$

$$Y_{ijt} = 0 \text{ veya } 1 \quad ; \quad \forall (i,j,t) \in (I \times J \times T)$$

$$W_{igt} = 0 \text{ veya } 1 \quad ; \quad \forall (i,g,t) \in (I \times G \times T)$$

IV. HEDEF PROGRAMLAMA MODELİ

Optimizasyon düşüncesine dayanan çok amaçlı programlama modellerinde, birbiriyle çelişen amaçların kısıtlayıcı kümesine göre eşanlı olarak doyurulması amaçlanır. Çok amaçlı programlama modellerini çözmek için kullanılan yaygın bir yöntem, söz konusu modelin bir hedef programlama modeline dönüştürülmesidir. Hedef programlama yönteminde karar vericinin ve/veya analistin doyurucu bulduğu bir çözümün belirlenmesine çalışılır. Bu nedenle, hedef programlama yönteminin optimizasyon düşüncesinden daha çok bir doyum düşüncesine dayandığı söylenir [10]. Söz konusu doyum düşüncesi hedef programlamada baskın çözümlere (Pareto optimal) karşılık gelir [11].

Eşitlik 9'da verilen sınıfların belirlenmesi problemine ilişkin hedef programlama modeli aşağıdaki gibi düzenlenebilir (Hedef programlama yöntemine getirilen eleştirilerden en önemlisi, elde edilen çözümün baskın bir çözümü garantileyememesidir. Literatürde hedef programlama ile elde edilen çözümün baskınlığını inceleyen yöntemler geliştirilmiş olmasına rağmen, önerilen modelin Pareto optimal bir çözümü verip vermediğinin belirlenmesi çalışmamızın amacı nedeniyle ele alınmamıştır).

$$\text{Min} \left[\left(\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} n_{ijt} \right) + \left(\sum_{r=1}^{r=2} \beta_r \right) \right]$$

Kısıtlayıcılar

(20)

$$X_{ijt} \times Y_{ijt} + n_{ijt} = a_i \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$\sum_{j \in J} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) \leq a_i \quad ; \quad \forall (i, t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) = b_{jt} \quad ; \quad \forall (j, t) \in (J \times T)$$

$$\prod_{j \in J} Y_{ijt} = 0 \quad ; \quad \forall (i, t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \leq m - 1 \quad ; \quad \forall t \in T$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \geq k \quad ; \quad \forall t \in T$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} X_{ijt} - \beta_r = 0 \quad ; \quad r = 1$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} Y_{ijt} - \beta_r = 0 \quad ; \quad r = 2$$

ve

$$X_{ijt} = 0, 1, 2, \dots, \text{tamsayı} \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$Y_{ijt} = 0 \text{ veya } 1 \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$n_{ijt} \geq 0 \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$\beta_r \geq 0 \quad ; \quad r = 1, 2$$

Burada, n_{ijt} değişkeni i . sınıfta t döneminde kullanılmayan kapasiteyi gösteren negatif sapma değişkenidir. Bu modelde, bir sınıfta sınav kapasitesinden daha fazla sayıda öğrenci sınava giremeyeceği için, sınav kapasitesinin aşıldığını gösteren pozitif sapma değişkenine yer verilmemiştir. Sınavlara girecek öğrenci sayısı ve sınavların yapılacağı sınıf sayısı amaçlarından oluşan pozitif sapma miktarları ise β_r değişkeni ile gösterilmiştir. Bu amaç fonksiyonlarının erişim değerleri sıfır olarak kabul edilerek, ilgili negatif sapma değişkenlerinin modellenen atılması sağlanmıştır. Buna göre, hedef programlama modelinin erişim fonksiyonu, kullanılmayan (boş) sınıf kapasitelerinin en küçüklenmesine, sınavlara girecek öğrenci sayısının belirlenmesine ve sınavların yapılacağı sınıf sayısının en küçüklenmesine yöneliktir.

Diğer taraftan, gözetmenlerin belirlenmesi problemine ilişkin (eşitlik 19) hedef programlama modeli aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

$$\text{Min} \left[\left(\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} n_{ijt} \right) + \left(\sum_{r=1}^{r=4} \beta_r \right) + \left(\sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (\lambda_{5jt} - \beta_{5jt}) \right) \right]$$

Kısıtlayıcılar

(21)

$$X_{ijt} \times Y_{ijt} + n_{ijt} = a_i \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$\sum_{j \in J} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) \leq a_i \quad ; \quad \forall (i, t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) = b_{jt} \quad ; \quad \forall (j, t) \in (J \times T)$$

$$\prod_{j \in J} Y_{ijt} = 0 \quad ; \quad \forall (i, t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \leq m - 1 \quad ; \quad \forall t \in T$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \geq k \quad ; \quad \forall t \in T$$

$$\sum_{i \in I} W_{igt} \leq 1 \quad ; \quad \forall (g, t) \in (G \times T)$$

$$\sum_{g \in G} W_{igt} - \sum_{j \in J} (e_i \times Y_{ijt}) = 0 \quad ; \quad \forall (i, t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{g \in G} \sum_{t \in T} W_{igt} - \sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (e_i \times Y_{ijt}) = 0$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} X_{ijt} - \beta_r = 0 \quad ; \quad r = 1$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} Y_{ijt} - \beta_r = 0 \quad ; \quad r = 2$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{g \in G} \sum_{t \in T} W_{igt} - \beta_r = 0 \quad ; \quad r = 3$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (e_i \times Y_{ijt}) - \beta_r = 0 \quad ; \quad r = 4$$

$$\left(\sum_{i \in I} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) - \left(f_{jt} \times \sum_{i \in I} \sum_{g \in G} W_{igt} \right) + \lambda_{5jt} - \beta_{5jt} = 0 \right) \quad ; \quad \forall (j, t) \in (J \times T)$$

$$\lambda_{5jt} \times \beta_{5jt} = 0 \quad ; \quad \forall (j, t) \in (J \times T)$$

ve

$$X_{ijt} = 0, 1, 2, \dots, \text{tamsayı} \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$Y_{ijt} = 0 \text{ veya } 1 \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$W_{igt} = 0 \text{ veya } 1 \quad ; \quad \forall (i, g, t) \in (I \times G \times T)$$

$$n_{ijt} \geq 0 \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$\beta_r \geq 0 \quad ; \quad r = 1, 2, 3, 4$$

$$\beta_{5jt}, \lambda_{5jt} \geq 0 \quad ; \quad \forall (j, t) \in (J \times T)$$

Burada, n_{ijt} , β_1 ve β_2 değişkenleri yukarıda açıklandığı gibidir. Sınavları yürütecek gözetmen sayısı ve sınavların yapılması için gerekli olan gözetmen sayısı amaçlarından oluşan pozitif sapma miktarları sırasıyla β_3 ve β_4 değişkenleri ile gösterilmiştir. Bu amaç fonksiyonlarının erişim değerleri sıfır olarak kabul edilerek, negatif sapma değişkenlerinin modellenen atılması sağlanmıştır. Gözetmen başına düşen öğrenci sayısının en büyüklenmesi şeklindeki amaç fonksiyonunda ise, negatif ve pozitif sapma değişkenleri sırasıyla λ_{5jt} ve β_{5jt}

değişkenleri ile nitelenmiştir. Burada, negatif sapma değişkenlerinin en küçüklenmesi, pozitif sapma değişkenlerinin ise en büyüklenmesi hedeflenmektedir [12]. Bu modelin erişim fonksiyonu, kullanılmayan sınıf kapasitelerinin en küçüklenmesine, sınavlara girecek öğrenci sayısının belirlenmesine, sınavların yapılacağı sınıf sayısının en küçüklenmesine, sınavları yürütecek gözetmen sayısının en küçüklenmesine, sınavların yapılması için gerekli olan gözetmen sayısının en küçüklenmesine ve gözetmen başına düşen öğrenci sayısının en büyüklenmesine yöneliktir.

V. GÖZETMENLERİN EŞİT SAYIDA SINAVA GİRMESİ

Bu kısımda, gözetmenlerin kıdemli ve kıdemsiz olarak iki alt gruba ayrılması ve gözetmenlerin toplam sınav yükünün kıdemli ve kıdemsiz gözetmenler arasında farklı oranlarda paylaşılması durumu ele alınacaktır. Bunun için kıdemli ve kıdemsiz gözetmenleri sırasıyla $g \in \{G_1 = \{1, 2, \dots, s_1\}\}$ ve $g \in \{G_2 = \{(s_1 + 1), \dots, s_2\}\}$ kümeleriyle niteleyelim. Burada, kıdemli ve kıdemsiz gözetmenler arasında $G = G_1 \cup G_2$ ilişkisi geçerlidir. Ayrıca, sınavların yüzde kaçında kıdemli gözetmenlerin görevlendirileceğini sırasıyla Ψ_1 ve Ψ_2 parametreleri ile gösterelim. Burada, subjektif olarak belirlenen Ψ_1 ve Ψ_2 parametrelerinin $0 \leq \Psi_1, \Psi_2 \leq 1$ ve $\Psi_1 + \Psi_2 = 1$ koşullarını doyumması gerekir. Bu durumda, aşağıda verilen kısıtlayıcılar oluşturabilir.

Kıdemli gözetmenler için:

$$\sum_{i \in I} \sum_{g \in G_1} \sum_{t \in T} W_{igt} = \Psi_1 \times \beta_4 \quad (22)$$

Kıdemsiz gözetmenler için:

$$\sum_{i \in I} \sum_{g \in G_2} \sum_{t \in T} W_{igt} = \Psi_2 \times \beta_4 \quad (23)$$

Burada, β_4 değişkeni sınavların yapılması için gerekli olan toplam gözetmen görevini göstermektedir. Eşitlik 21'deki modelin kısıtlayıcı kümesine eşitlik 22 ve 23'ün eklenmesi halinde, uygun olmayan bir çözüme ulaşılabılır. Bunu önlemek için, eşitlik 22 ve 23 birer hedef fonksiyonu olarak aşağıdaki gibi düzenlenebilir.

$$\left(\sum_{i \in I} \sum_{g \in G_1} \sum_{t \in T} W_{igt} \right) - (\Psi_1 \times \beta_4) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h = s_2 - 1 \quad (24)$$

$$\left(\sum_{i \in I} \sum_{g \in G_2} \sum_{t \in T} W_{igt} \right) - (\Psi_2 \times \beta_4) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h = s_2 \quad (25)$$

Diğer taraftan, kıdemli ve kıdemsiz gözetmenlerin kendi aralarında eşit sayıda sınava girebilmeleri, aşağıda verilen kısıtlayıcıların doyumulmasını gerektirir.

Kıdemli gözetmenler için:

$$\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,1,t} = \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,2,t} = \dots = \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1,t} \quad (26)$$

Kıdemsiz gözetmenler için:

$$\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1+1,t} = \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1+2,t} = \dots = \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_2,t} \quad (27)$$

Burada, kıdemli ve kıdemsiz bir gözetmen başına düşen sınav yükü sırasıyla $(\Psi_1 \times \beta_4 \div s_1)$ ve $(\Psi_2 \times \beta_4 \div s_2)$ ifadeleriyle hesaplanabilir. G_1 ve G_2 kümelerindeki gözetmenlerin kendi aralarında eşit sayıda sınava girebilmeleri, $(\Psi_1 \times \beta_4 \div s_1)$ ve $(\Psi_2 \times \beta_4 \div s_2)$ ifadelerinin sıfırdan farklı pozitif tamsayılar olmasına bağlıdır. Bu nedenle, eşitlik 21'de verilen modele eşitlik 26 ve 27'nin eklenmesi halinde, model uygun olmayan bir çözümle sonuçlanabilir. Bunu önlemek için, eşitlik 26 ve 27 erişim değerleri sıfır olan hedef fonksiyonları şeklinde düzenlenebilir.

$$\left[\begin{array}{l} \text{Kıdemli gözetmenler için} \\ \left(\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,1,t} - \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,2,t} \right) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h = 1 \\ \vdots \\ \left(\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,1,t} - \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1,t} \right) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h = s_1 - 1 \end{array} \right] \quad (28)$$

$$\left[\begin{array}{l} \text{Kıdemsiz gözetmenler için} \\ \left(\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1+1,t} - \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1+2,t} \right) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h = s_1 \\ \vdots \\ \left(\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1+1,t} - \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_2,t} \right) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h = s_2 - 2 \end{array} \right] \quad (29)$$

Burada, d_h^- ve d_h^+ değişkenleri sırasıyla negatif ve pozitif sapma değişkenlerini gösterir. Gözetmenlerin kıdemli ve kıdemsiz olarak iki alt kümeye ayrılması durumunda, bu kümelerdeki elemanların kendi aralarında eşit sınava girmelerini temin eden hedef programlama modeli aşağıdaki gibi düzenlenebilir.

$$\text{Min} \left[\left(\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} n_{ijt} \right) + \left(\sum_{r=1}^{r=d} \beta_r \right) + \left(\sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (\lambda_{5jt} - \beta_{5jt}) \right) + \left(\sum_{h=1}^{h=s_2} (d_h^- + d_h^+) \right) \right]$$

Kısıtlayıcılar (30)

$$X_{ijt} \times Y_{ijt} + n_{ijt} = a_i \quad ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$\sum_{j \in J} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) \leq a_i \quad ; \quad \forall (i, t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) = b_{jt} \quad ; \quad \forall (j,t) \in (J \times T)$$

$$\prod_{j \in J} Y_{ijt} = 0 \quad ; \quad \forall (i,t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \leq m-1 \quad ; \quad \forall t \in T$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} Y_{ijt} \geq k \quad ; \quad \forall t \in T$$

$$\sum_{i \in I} W_{igt} \leq 1 \quad ; \quad \forall (g,t) \in (G \times T)$$

$$\sum_{g \in G} W_{igt} - \sum_{j \in J} (e_i \times Y_{ijt}) = 0 \quad ; \quad \forall (i,t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{g \in G} \sum_{t \in T} W_{igt} - \sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (e_i \times Y_{ijt}) = 0$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} X_{ijt} - \beta_r = 0 \quad ; \quad r=1$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} Y_{ijt} - \beta_r = 0 \quad ; \quad r=2$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{g \in G} \sum_{t \in T} W_{igt} - \beta_r = 0 \quad ; \quad r=3$$

$$\sum_{i \in I} \sum_{j \in J} \sum_{t \in T} (e_i \times Y_{ijt}) - \beta_r = 0 \quad ; \quad r=4$$

$$\left(\sum_{i \in I} (X_{ijt} \times Y_{ijt}) - \left(f_{jt} \times \sum_{i \in I} \sum_{g \in L} W_{igt} \right) + \lambda_{5jt} - \beta_{5jt} = 0 \right)$$

$$\forall (j,t) \in (J \times T)$$

$$\left[\left(\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,1,t} - \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,2,t} \right) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h=1 \right.$$

$$\left. \begin{array}{l} \vdots \\ \left(\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,1,t} - \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1,t} \right) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h=s_1-1 \end{array} \right]$$

$$\left[\left(\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1+1,t} - \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1+2,t} \right) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h=s_1 \right.$$

$$\left. \begin{array}{l} \vdots \\ \left(\sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_1+1,t} - \sum_{i \in I} \sum_{t \in T} W_{i,s_2,t} \right) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h=s_2-2 \end{array} \right]$$

$$\left(\sum_{i \in I} \sum_{g \in G_1} \sum_{t \in T} W_{igt} \right) - (\Psi_1 \times \beta_4) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h=s_2-1$$

$$\left(\sum_{i \in I} \sum_{g \in G_2} \sum_{t \in T} W_{igt} \right) - (\Psi_2 \times \beta_4) + d_h^- - d_h^+ = 0 \quad ; \quad h=s_2$$

$$\lambda_{5jt} \times \beta_{5jt} = 0 \quad ; \quad \forall (j,t) \in (J \times T)$$

$$d_h^- \times d_h^+ = 0 \quad ; \quad h=1,2,\dots,s_1,\dots,s_2,s_2+1,s_2+2$$

ve

$$X_{ijt} = 0,1,2,\dots,tamsayı \quad ; \quad \forall (i,j,t) \in (I \times J \times T)$$

$$Y_{ijt} = 0 \text{ veya } 1 \quad ; \quad \forall (i,j,t) \in (I \times J \times T)$$

$$W_{igt} = 0 \text{ veya } 1 \quad ; \quad \forall (i,g,t) \in (I \times G \times T)$$

$$n_{ijt} \geq 0 \quad ; \quad \forall (i,j,t) \in (I \times J \times T)$$

$$\beta_r, \lambda_r \geq 0 \quad ; \quad r=1,2,3,4$$

$$\beta_{5jt}, \lambda_{5jt} \geq 0 \quad ; \quad \forall (j,t) \in (J \times T)$$

$$d_h^-, d_h^+ \geq 0 \quad ; \quad h=1,2,\dots,s_1,\dots,s_2$$

VI. UYGULAMA

Önceki bölümlerde geliştirilen hedef programlama modellerinin uygun çözümler verdiğini göstermek için, aşağıda açıklanan örnek bir problemi ele alalım. Bir fakültede dört adet dersten sınav yapılacağını ve bu sınavların ikisinin $t=1$ döneminde geriye kalanların ise $t=2$ döneminde yapılmasının kararlaştırıldığını düşünelim. Söz konusu sınavları gerçekleştirmek için kullanılabilir durumda olan yedi adet sınıf olduğunu ve sınavlarda görevlendirilebilecek dokuz adet gözetmen bulunduğunu kabul edelim. Ayrıca, farklı büyüklüklerde olan sınıflarda sınavların yürütülmesi için farklı sayıda gözetmene ihtiyaç duyulduğunu düşünelim. Sınavların yapılacağı sınıflar, sınıfların sınav kapasitesi, sınıflarda herhangi bir sınavın yapılması için gerekli olan gözetmen sayısı, derslerin hangi dönemde sınavının yapılacağı ve her bir dersten sınava girmesi gereken öğrenci sayıları Tablo.3 ve Tablo.4' de özetlenmiştir.

Karar değişkenlerini aşağıdaki gibi tanımlayalım.

$$X_{ijt} = 0,1,2,\dots,tamsayı$$

$$Y_{ijt} = 0 \text{ veya } 1$$

$$W_{igt} = 0 \text{ veya } 1$$
(31)

Burada, sınıflar, sınav dönemleri, sınavlar ve gözetmenler sırasıyla $ie \in I = \{1,2,3,4,5,6,7\}$, $je \in J = \{1,2\}$, $te \in T = \{1,2\}$ ve $ge \in G = \{1,2,3,4,5,6,7,8,9\}$ kümeleriyle ifade edilmiştir. Buna göre, düzenlenen ulaştırma tabloları Tablo.5 ve Tablo.6'da verilmiştir. Ayrıca, gözetmen başına hedeflenen öğrenci sayısının her bir ders için nasıl hesaplandığı Tablo.7'de gösterilmiştir.

Tablo.3.Sınıfların Sınav Kapasiteleri ve Gerekli Olan Gözetmen Sayıları

Sınıflar	Sınıf 1	Sınıf 2	Sınıf 3	Sınıf 4	Sınıf 5	Sınıf 6	Sınıf 7
Sınav Kapasiteleri (a_i)	144	144	72	84	72	66	72
Gerekli Olan Gözetmen Sayıları (e_i)	3	3	2	2	2	2	2

Tablo.4. Sınava Girecek Öğrenci Sayıları ve Sınavların Yapılacağı Dönemler

	Ders 1	Ders 2	Ders 3	Ders 4
Sınava Girecek Öğrenci Sayıları	200	100	40	80
Sınavların Yapılacağı Dönemler	t=1	t=1	t=2	t=2

Tablo.5. Örnek Problem İçin Doğrusal Olmayan Ulaştırma Tablosu

Sınıflar	t=1		t=2		Sınav Kapasiteleri
	Ders 1	Ders 2	Ders 3	Ders 4	
Sınıf 1	$X_{111} \times Y_{111}$	$X_{121} \times Y_{121}$	$X_{112} \times Y_{112}$	$X_{122} \times Y_{122}$	$a_1 = 144$
Sınıf 2	$X_{211} \times Y_{211}$	$X_{221} \times Y_{221}$	$X_{212} \times Y_{212}$	$X_{222} \times Y_{222}$	$a_2 = 144$
Sınıf 3	$X_{311} \times Y_{311}$	$X_{321} \times Y_{321}$	$X_{312} \times Y_{312}$	$X_{322} \times Y_{322}$	$a_3 = 72$
Sınıf 4	$X_{411} \times Y_{411}$	$X_{421} \times Y_{421}$	$X_{412} \times Y_{412}$	$X_{422} \times Y_{422}$	$a_4 = 84$
Sınıf 5	$X_{511} \times Y_{511}$	$X_{521} \times Y_{521}$	$X_{512} \times Y_{512}$	$X_{522} \times Y_{522}$	$a_5 = 72$
Sınıf 6	$X_{611} \times Y_{611}$	$X_{621} \times Y_{621}$	$X_{612} \times Y_{612}$	$X_{622} \times Y_{622}$	$a_6 = 66$
Sınıf 7	$X_{711} \times Y_{711}$	$X_{721} \times Y_{721}$	$X_{712} \times Y_{712}$	$X_{722} \times Y_{722}$	$a_7 = 72$
Sınava Girecek Öğrenci Sayıları	$b_{11} = 200$	$b_{21} = 100$	$B_{12} = 40$	$b_{22} = 80$	

Tablo.6. Örnek Problem İçin Doğrusal Ulaştırma Tablosu

		Gözetmenler									Gözetmen ihtiyacı	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		
t=1	Sınıflar	Sınıf 1	W_{111}	W_{121}	W_{131}	W_{141}	W_{151}	W_{161}	W_{171}	W_{181}	W_{191}	$3 \times (Y_{111} + Y_{121})$
		Sınıf 2	W_{211}	W_{221}	W_{231}	W_{241}	W_{251}	W_{261}	W_{271}	W_{281}	W_{291}	$3 \times (Y_{211} + Y_{221})$
		Sınıf 3	W_{311}	W_{321}	W_{331}	W_{341}	W_{351}	W_{361}	W_{371}	W_{381}	W_{391}	$2 \times (Y_{311} + Y_{321})$
		Sınıf 4	W_{411}	W_{421}	W_{431}	W_{441}	W_{451}	W_{461}	W_{471}	W_{481}	W_{491}	$2 \times (Y_{411} + Y_{421})$
		Sınıf 5	W_{511}	W_{521}	W_{531}	W_{541}	W_{551}	W_{561}	W_{571}	W_{581}	W_{591}	$2 \times (Y_{511} + Y_{521})$
		Sınıf 6	W_{611}	W_{621}	W_{631}	W_{641}	W_{651}	W_{661}	W_{671}	W_{681}	W_{691}	$2 \times (Y_{611} + Y_{621})$
		Sınıf 7	W_{711}	W_{721}	W_{731}	W_{741}	W_{751}	W_{761}	W_{771}	W_{781}	W_{791}	$2 \times (Y_{711} + Y_{721})$
		Kapasite	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Gözetmenler									Gözetmen ihtiyacı	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		
t=2	Sınıflar	Sınıf 1	W_{112}	W_{122}	W_{132}	W_{142}	W_{152}	W_{162}	W_{172}	W_{182}	W_{192}	$3 \times (Y_{112} + Y_{122})$
		Sınıf 2	W_{212}	W_{222}	W_{232}	W_{242}	W_{252}	W_{262}	W_{272}	W_{282}	W_{292}	$3 \times (Y_{212} + Y_{222})$
		Sınıf 3	W_{312}	W_{322}	W_{332}	W_{342}	W_{352}	W_{362}	W_{372}	W_{382}	W_{392}	$2 \times (Y_{312} + Y_{322})$
		Sınıf 4	W_{412}	W_{422}	W_{432}	W_{442}	W_{452}	W_{462}	W_{472}	W_{482}	W_{492}	$2 \times (Y_{412} + Y_{422})$
		Sınıf 5	W_{512}	W_{522}	W_{532}	W_{542}	W_{552}	W_{562}	W_{572}	W_{582}	W_{592}	$2 \times (Y_{512} + Y_{522})$
		Sınıf 6	W_{612}	W_{622}	W_{632}	W_{642}	W_{652}	W_{662}	W_{672}	W_{682}	W_{692}	$2 \times (Y_{612} + Y_{622})$
		Sınıf 7	W_{712}	W_{722}	W_{732}	W_{742}	W_{752}	W_{762}	W_{772}	W_{782}	W_{792}	$2 \times (Y_{712} + Y_{722})$
		Kapasite	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Tablo.7. Gözetmen Başına Hedeflenen Öğrenci Sayısı

Dersler	$b_{ji} \{ \geq, < \} \max(a_i)$	f_{ji}
Ders 1	$\{b_{11} = 200\} \geq \{\max(a_i) = 144\}$	$f_{11} = \max_{i \in I_1} (a_i/e_i) = \max[144/3, 144/3, 72/2, 84/2, 72/2, 66/2, 72/2] = 48$; $i \in [I_1 = \{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7\}]$
Ders 2	$\{b_{21} = 100\} < \{\max(a_i) = 144\}$	$f_{21} = \max_{i \in I_{21}} (b_{21}/e_i) = \max[100/3, 100/3] = 33.3$; $i \in [I_{21} = \{1, 2\}]$
Ders 3	$\{b_{12} = 40\} < \{\max(a_i) = 144\}$	$f_{12} = \max_{i \in I_{12}} (b_{12}/e_i) = \max[40/3, 40/3, 40/2, 40/2, 40/2, 40/2, 40/2] = 20$; $i \in [I_{12} = \{1, 2, 3, 4, 5, 6, 7\}]$
Ders 4	$\{b_{22} = 80\} < \{\max(a_i) = 144\}$	$f_{22} = \max_{i \in I_{22}} (b_{22}/e_i) = \max[80/3, 80/3, 80/2] = 40$; $i \in [I_{22} = \{1, 2, 4\}]$

Bu bilgilere göre düzenlenen sınıfların belirlenmesi, gözetmenlerin belirlenmesi ve gözetmenlerin eşit sayıda sınava girmesi durumunda gözetmenlerin belirlenmesi problemlerine ilişkin hedef programlama modelleri sırasıyla Ek.1, Ek.2 ve Ek.3'de verilmiştir. Ek.3'de verilen modelde, kıdemli ve kıdemsiz gözetmenler sırasıyla $ge[G_1=\{2,4,5,6,7\}]$ ve $ge[G_2=\{1,3,8,9\}]$ kümeleriyle nitelenmiştir. Ayrıca, gözetmenlerin toplam görev yükünün kıdemli ve kıdemsiz gözetmenler arasında eşit olarak dağıtılacağı (yani, $\Psi_1=\Psi_2=0,50$ olduğu) kabul edilmiştir. Söz konusu hedef programlama modellerinin LINGO paket programında çözülmesiyle elde edilen çözüm değerleri (sıfırdan farklı olanlar), Ek.4'de bir tablo olarak özetlenmiştir. Bu çözüm değerleri, üç modelde de sınavların yapılması için açılması gereken sınıf sayısının 5 olduğunu göstermektedir. Ek.2 ve Ek.3'deki modellerin çözüm değerleri ise, sınıflarda görevlendirilen gözetmenlerin toplam sınav yükünün 12 olduğunu göstermektedir. Ek.2'de verilen modelin çözüm değerlerine göre, sınıf 1 ve 4'te yapılacak olan ders 1'in sınavında 1., 4., 5., 6. ve 9. gözetmenler, sınıf 2'de yapılacak olan ders 2'nin sınavında 2., 3. ve 8. gözetmenler, sınıf 6'da yapılacak olan ders 3'ün sınavında 3. ve 7. gözetmenler, sınıf 4'te yapılacak olan ders 4'ün sınavında ise 8. ve 9. gözetmenler görevlendirilmiştir. Bu çözüm değerlerine göre, 3., 8. ve 9. gözetmenlerin ikişer sınav görevi, diğer gözetmenlerin ise birer sınav görevi vardır. Elde edilen çözüm değerleri, sınavların hangi sınıflarda ve kimlerin gözetmenliğinde yapılacağına ilişkin çok sayıda seçenekli çözüm bulunduğunu göstermesine rağmen, bu çözümlerden herhangi birisinin belirlenmesinin yeterli olduğu düşünülmüştür.

VIII. SONUÇ

Bu makalede sınav programları problemlerine ilişkin üç adet çok amaçlı doğrusal olmayan programlama modeli geliştirilmiştir. Bu modellerden ilki sınavların sınıflara, ikincisi sınavlar ve gözetmenlerin sınıflara, üçüncüsü ise sınavlar, kıdemli gözetmenler ve kıdemsiz gözetmenlerin sınıflara uygun bir şekilde atanmasını sağlamaktadır. Geliştirilen modellerin çözümü için hedef programlama yöntemi kullanılmış olmasına rağmen, ilk iki modelde karar verici tercihlerine ihtiyaç duyulmamıştır. Üçüncü model, kıdemli ve kıdemsiz gözetmen ayırımının nasıl yapılacağı ve toplam görev yükünün bu gözetmenler arasında hangi oranlarda paylaşılacağı sorularının karar verici tarafından yanıtlanmasını gerektirmektedir.

Oluşturulan modellere, sınavı yapılan derse yardımcı olan gözetmenin ilgili dersin sınavında görevlendirilmesi, her bir sınav için yedek gözetmenlerin belirlenmesi, birden fazla gözetmen gerektiren sınıflarda en az bir kıdemli gözetmenin görevlendirilmesi, idari görevi olan gözetmenlerin sınav yükünün azaltılması ve

bir dersin sınavının dersin anlatıldığı sınıfta yapılması gibi bazı kısıtlayıcıların eklenmesi mümkündür.

Sonuç olarak, sınıf ve gözetmenlerin belirlenmesi problemlerinin ceza maliyeti veya fayda fonksiyonuna dayanan yöntemler yerine önerilen modellerle çözülmesi, bu problemlerin çözüm sürecinde karar verici rolünün azaltulmasını sağlayabilecektir.

Ek.1. Sınıfların Belirlenmesi Problemine İlişkin Hedef Programlama Modeli

$$\text{Min} \left[\left(\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} \sum_{l=1}^{l=2} n_{i,j,l} \right) + \beta_1 + \beta_2 \right]$$

Kısıtlayıcılar

(32)

$$X_{111} \times Y_{111} + n_{111} = 144$$

$$X_{211} \times Y_{211} + n_{211} = 144$$

$$X_{311} \times Y_{311} + n_{311} = 72$$

$$X_{411} \times Y_{411} + n_{411} = 84$$

$$X_{511} \times Y_{511} + n_{511} = 72$$

$$X_{611} \times Y_{611} + n_{611} = 66$$

$$X_{711} \times Y_{711} + n_{711} = 72$$

$$X_{121} \times Y_{121} + n_{121} = 144$$

$$X_{221} \times Y_{221} + n_{221} = 144$$

$$X_{321} \times Y_{321} + n_{321} = 72$$

$$X_{421} \times Y_{421} + n_{421} = 84$$

$$X_{521} \times Y_{521} + n_{521} = 72$$

$$X_{621} \times Y_{621} + n_{621} = 66$$

$$X_{721} \times Y_{721} + n_{721} = 72$$

$$X_{112} \times Y_{112} + n_{112} = 144$$

$$X_{212} \times Y_{212} + n_{212} = 144$$

$$X_{312} \times Y_{312} + n_{312} = 72$$

$$X_{412} \times Y_{412} + n_{412} = 84$$

$$X_{512} \times Y_{512} + n_{512} = 72$$

$$X_{612} \times Y_{612} + n_{612} = 66$$

$$X_{712} \times Y_{712} + n_{712} = 72$$

$$X_{122} \times Y_{122} + n_{122} = 144$$

$$X_{222} \times Y_{222} + n_{222} = 144$$

$$X_{322} \times Y_{322} + n_{322} = 72$$

$$X_{422} \times Y_{422} + n_{422} = 84$$

$$X_{522} \times Y_{522} + n_{522} = 72$$

$$X_{622} \times Y_{622} + n_{622} = 66$$

$$X_{722} \times Y_{722} + n_{722} = 72$$

$$X_{111} \times Y_{111} + X_{121} \times Y_{121} \leq 144$$

$$X_{112} \times Y_{112} + X_{122} \times Y_{122} \leq 144$$

$$X_{211} \times Y_{211} + X_{221} \times Y_{221} \leq 144$$

$$X_{212} \times Y_{212} + X_{222} \times Y_{222} \leq 144$$

$$X_{311} \times Y_{311} + X_{321} \times Y_{321} \leq 72$$

$$X_{312} \times Y_{312} + X_{322} \times Y_{322} \leq 72$$

$$X_{411} \times Y_{411} + X_{421} \times Y_{421} \leq 84$$

$$X_{412} \times Y_{412} + X_{422} \times Y_{422} \leq 84$$

$$X_{511} \times Y_{511} + X_{521} \times Y_{521} \leq 72$$

$$X_{512} \times Y_{512} + X_{522} \times Y_{522} \leq 72$$

$$X_{611} \times Y_{611} + X_{621} \times Y_{621} \leq 66$$

$$X_{612} \times Y_{612} + X_{622} \times Y_{622} \leq 66$$

$$X_{711} \times Y_{711} + X_{721} \times Y_{721} \leq 72$$

$$X_{712} \times Y_{712} + X_{722} \times Y_{722} \leq 72$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i11} \times Y_{i11}) = 200$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i21} \times Y_{i21}) = 100$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i12} \times Y_{i12}) = 40$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i22} \times Y_{i22}) = 80$$

$$\prod_{j=1}^{j=2} Y_{ijt} = 0 ; \quad \forall (i,t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} Y_{ijt} \leq 6$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} Y_{ijt} \leq 6$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} Y_{ijt} \geq 2$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} Y_{ijt} \geq 2$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} \sum_{t=1}^{t=2} X_{ijt} - \beta_1 = 0$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} \sum_{t=1}^{t=2} Y_{ijt} - \beta_2 = 0$$

$$X_{ijt} = 0, 1, 2, \dots, \text{tamsayı} ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$Y_{ijt} = 0 \text{ veya } 1 ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$n_{ijt} \geq 0 ; \quad \forall (i, j, t) \in (I \times J \times T)$$

$$\beta_r \geq 0 ; \quad r = 1, 2$$

Ek.2. Gözetmenlerin Belirlenmesi Problemine İlişkin Hedef Programlama Modeli

$$\text{Min} \left[\left(\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} \sum_{t=1}^{t=2} n_{ijt} \right) + \left(\sum_{r=1}^{r=4} \beta_r \right) + \left(\sum_{j=1}^{j=2} \sum_{t=1}^{t=2} (\lambda_{5jt} - \beta_{5jt}) \right) \right]$$

Kısıtlayıcılar (33)

$$X_{111} \times Y_{111} + n_{111} = 144$$

$$X_{211} \times Y_{211} + n_{211} = 144$$

$$X_{311} \times Y_{311} + n_{311} = 72$$

$$X_{411} \times Y_{411} + n_{411} = 84$$

$$X_{511} \times Y_{511} + n_{511} = 72$$

$$X_{611} \times Y_{611} + n_{611} = 66$$

$$X_{711} \times Y_{711} + n_{711} = 72$$

$$X_{121} \times Y_{121} + n_{121} = 144$$

$$X_{221} \times Y_{221} + n_{221} = 144$$

$$X_{321} \times Y_{321} + n_{321} = 72$$

$$X_{421} \times Y_{421} + n_{421} = 84$$

$$X_{521} \times Y_{521} + n_{521} = 72$$

$$X_{621} \times Y_{621} + n_{621} = 66$$

$$X_{721} \times Y_{721} + n_{721} = 72$$

$$X_{112} \times Y_{112} + n_{112} = 144$$

$$X_{212} \times Y_{212} + n_{212} = 144$$

$$X_{312} \times Y_{312} + n_{312} = 72$$

$$X_{412} \times Y_{412} + n_{412} = 84$$

$$X_{512} \times Y_{512} + n_{512} = 72$$

$$X_{612} \times Y_{612} + n_{612} = 66$$

$$X_{712} \times Y_{712} + n_{712} = 72$$

$$X_{122} \times Y_{122} + n_{122} = 144$$

$$X_{222} \times Y_{222} + n_{222} = 144$$

$$X_{322} \times Y_{322} + n_{322} = 72$$

$$X_{422} \times Y_{422} + n_{422} = 84$$

$$X_{522} \times Y_{522} + n_{522} = 72$$

$$X_{622} \times Y_{622} + n_{622} = 66$$

$$X_{722} \times Y_{722} + n_{722} = 72$$

$$X_{111} \times Y_{111} + X_{121} \times Y_{121} \leq 144$$

$$X_{112} \times Y_{112} + X_{122} \times Y_{122} \leq 144$$

$$X_{211} \times Y_{211} + X_{221} \times Y_{221} \leq 144$$

$$X_{212} \times Y_{212} + X_{222} \times Y_{222} \leq 144$$

$$X_{311} \times Y_{311} + X_{321} \times Y_{321} \leq 72$$

$$X_{312} \times Y_{312} + X_{322} \times Y_{322} \leq 72$$

$$X_{411} \times Y_{411} + X_{421} \times Y_{421} \leq 84$$

$$X_{412} \times Y_{412} + X_{422} \times Y_{422} \leq 84$$

$$X_{511} \times Y_{511} + X_{521} \times Y_{521} \leq 72$$

$$X_{512} \times Y_{512} + X_{522} \times Y_{522} \leq 72$$

$$X_{611} \times Y_{611} + X_{621} \times Y_{621} \leq 66$$

$$X_{612} \times Y_{612} + X_{622} \times Y_{622} \leq 66$$

$$X_{711} \times Y_{711} + X_{721} \times Y_{721} \leq 72$$

$$X_{712} \times Y_{712} + X_{722} \times Y_{722} \leq 72$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i11} \times Y_{i11}) = 200$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i21} \times Y_{i21}) = 100$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i12} \times Y_{i12}) = 40$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i22} \times Y_{i22}) = 80$$

$$\prod_{j=1}^{j=2} Y_{ijt} = 0 ; \forall (i,t) \in (I \times T)$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} Y_{ij1} \leq 6$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} Y_{ij2} \leq 6$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} Y_{ij1} \geq 2$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} Y_{ij2} \geq 2$$

$$W_{111} + W_{211} + W_{311} + W_{411} + W_{511} + W_{611} + W_{711} \leq I$$

$$W_{121} + W_{221} + W_{321} + W_{421} + W_{521} + W_{621} + W_{721} \leq I$$

$$W_{131} + W_{231} + W_{331} + W_{431} + W_{531} + W_{631} + W_{731} \leq I$$

$$W_{141} + W_{241} + W_{341} + W_{441} + W_{541} + W_{641} + W_{741} \leq I$$

$$W_{151} + W_{251} + W_{351} + W_{451} + W_{551} + W_{651} + W_{751} \leq I$$

$$W_{161} + W_{261} + W_{361} + W_{461} + W_{561} + W_{661} + W_{761} \leq I$$

$$W_{171} + W_{271} + W_{371} + W_{471} + W_{571} + W_{671} + W_{771} \leq I$$

$$W_{181} + W_{281} + W_{381} + W_{481} + W_{581} + W_{681} + W_{781} \leq I$$

$$W_{191} + W_{291} + W_{391} + W_{491} + W_{591} + W_{691} + W_{791} \leq I$$

$$W_{112} + W_{212} + W_{312} + W_{412} + W_{512} + W_{612} + W_{712} \leq I$$

$$W_{122} + W_{222} + W_{322} + W_{422} + W_{522} + W_{622} + W_{722} \leq I$$

$$W_{132} + W_{232} + W_{332} + W_{432} + W_{532} + W_{632} + W_{732} \leq I$$

$$W_{142} + W_{242} + W_{342} + W_{442} + W_{542} + W_{642} + W_{742} \leq I$$

$$W_{152} + W_{252} + W_{352} + W_{452} + W_{552} + W_{652} + W_{752} \leq I$$

$$W_{162} + W_{262} + W_{362} + W_{462} + W_{562} + W_{662} + W_{762} \leq I$$

$$W_{172} + W_{272} + W_{372} + W_{472} + W_{572} + W_{672} + W_{772} \leq I$$

$$W_{182} + W_{282} + W_{382} + W_{482} + W_{582} + W_{682} + W_{782} \leq I$$

$$W_{192} + W_{292} + W_{392} + W_{492} + W_{592} + W_{692} + W_{792} \leq I$$

$$W_{111} + W_{121} + W_{131} + W_{141} + W_{151} + W_{161} + W_{171} +$$

$$W_{181} + W_{191} - 3 \times Y_{111} - 3 \times Y_{121} = 0$$

$$W_{211} + W_{221} + W_{231} + W_{241} + W_{251} + W_{261} + W_{271} +$$

$$W_{281} + W_{291} - 3 \times Y_{211} - 3 \times Y_{221} = 0$$

$$W_{311} + W_{321} + W_{331} + W_{341} + W_{351} + W_{361} + W_{371} +$$

$$W_{381} + W_{391} - 2 \times Y_{311} - 2 \times Y_{321} = 0$$

$$W_{411} + W_{421} + W_{431} + W_{441} + W_{451} + W_{461} + W_{471} +$$

$$W_{481} + W_{491} - 2 \times Y_{411} - 2 \times Y_{421} = 0$$

$$W_{511} + W_{521} + W_{531} + W_{541} + W_{551} + W_{561} + W_{571} +$$

$$W_{581} + W_{591} - 2 \times Y_{511} - 2 \times Y_{521} = 0$$

$$W_{611} + W_{621} + W_{631} + W_{641} + W_{651} + W_{661} + W_{671} +$$

$$W_{681} + W_{691} - 2 \times Y_{611} - 2 \times Y_{621} = 0$$

$$W_{711} + W_{721} + W_{731} + W_{741} + W_{751} + W_{761} + W_{771} +$$

$$W_{781} + W_{791} - 2 \times Y_{711} - 2 \times Y_{721} = 0$$

$$W_{112} + W_{122} + W_{132} + W_{142} + W_{152} + W_{162} + W_{172} +$$

$$W_{182} + W_{192} - 3 \times Y_{112} - 3 \times Y_{122} = 0$$

$$W_{212} + W_{222} + W_{232} + W_{242} + W_{252} + W_{262} + W_{272} +$$

$$W_{282} + W_{292} - 3 \times Y_{212} - 3 \times Y_{222} = 0$$

$$W_{312} + W_{322} + W_{332} + W_{342} + W_{352} + W_{362} + W_{372} +$$

$$W_{382} + W_{392} - 2 \times Y_{312} - 2 \times Y_{322} = 0$$

$$W_{412} + W_{422} + W_{432} + W_{442} + W_{452} + W_{462} + W_{472} +$$

$$W_{482} + W_{492} - 2 \times Y_{412} - 2 \times Y_{422} = 0$$

$$W_{512} + W_{522} + W_{532} + W_{542} + W_{552} + W_{562} + W_{572} +$$

$$W_{582} + W_{592} - 2 \times Y_{512} - 2 \times Y_{522} = 0$$

$$W_{612} + W_{622} + W_{632} + W_{642} + W_{652} + W_{662} + W_{672} +$$

$$W_{682} + W_{692} - 2 \times Y_{612} - 2 \times Y_{622} = 0$$

$$W_{712} + W_{722} + W_{732} + W_{742} + W_{752} + W_{762} + W_{772} +$$

$$W_{782} + W_{792} - 2 \times Y_{712} - 2 \times Y_{722} = 0$$

$$\left(\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{g=1}^{g=9} \sum_{l=1}^{l=2} W_{igl} \right) - 3 \times Y_{111} - 3 \times Y_{121} - 3 \times Y_{211} - 3 \times Y_{221} - 2 \times Y_{311} -$$

$$2 \times Y_{321} - 2 \times Y_{411} - 2 \times Y_{421} - 2 \times Y_{511} - 2 \times Y_{521} - 2 \times Y_{611} - 2 \times Y_{621} -$$

$$2 \times Y_{711} - 2 \times Y_{721} - 3 \times Y_{112} - 3 \times Y_{122} - 3 \times Y_{212} - 3 \times Y_{222} - 2 \times Y_{312} -$$

$$2 \times Y_{322} - 2 \times Y_{412} - 2 \times Y_{422} - 2 \times Y_{512} - 2 \times Y_{522} - 2 \times Y_{612} - 2 \times Y_{622} -$$

$$2 \times Y_{712} - 2 \times Y_{722} = 0$$

$$\left(\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} \sum_{l=1}^{l=2} X_{ijl} \right) - \beta_l = 0$$

$$\left(\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} \sum_{l=1}^{l=2} Y_{ijl} \right) - \beta_2 = 0$$

$$\left(\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{g=1}^{g=9} \sum_{l=1}^{l=2} W_{igt} \right) - \beta_3 = 0$$

$$3 \times Y_{111} + 3 \times Y_{121} + 3 \times Y_{211} + 3 \times Y_{221} + 2 \times Y_{311} + 2 \times Y_{321} + 2 \times Y_{411} + 2 \times Y_{421} + 2 \times Y_{511} + 2 \times Y_{521} + 2 \times Y_{611} + 2 \times Y_{621} + 2 \times Y_{711} + 2 \times Y_{721} + 2 \times Y_{112} + 2 \times Y_{122} + 2 \times Y_{212} + 2 \times Y_{222} + 2 \times Y_{312} + 2 \times Y_{322} + 2 \times Y_{412} + 2 \times Y_{422} + 2 \times Y_{512} + 2 \times Y_{522} + 2 \times Y_{612} + 2 \times Y_{622} + 2 \times Y_{712} + 2 \times Y_{722} - \beta_4 = 0$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i11} \times Y_{i11}) - \left(48 \times \sum_{i=1}^{i=7} \sum_{g=1}^{g=9} W_{i11} \right) + \lambda_{511} - \beta_{511} = 0$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i21} \times Y_{i21}) - \left(33,3 \times \sum_{i=1}^{i=7} \sum_{g=1}^{g=9} W_{i21} \right) + \lambda_{521} - \beta_{521} = 0$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i12} \times Y_{i12}) - \left(20 \times \sum_{i=1}^{i=7} \sum_{g=1}^{g=9} W_{i12} \right) + \lambda_{512} - \beta_{512} = 0$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i22} \times Y_{i22}) - \left(40 \times \sum_{i=1}^{i=7} \sum_{g=1}^{g=9} W_{i22} \right) + \lambda_{522} - \beta_{522} = 0$$

$$\lambda_{511} \times \beta_{511} = 0$$

$$\lambda_{521} \times \beta_{521} = 0$$

$$\lambda_{512} \times \beta_{512} = 0$$

$$\lambda_{522} \times \beta_{522} = 0$$

$$X_{ijl} = 0, 1, 2, \dots, \text{tamsayı} ; \forall i \in I, j \in J, l \in T$$

$$Y_{ijl} = 0 \text{ veya } 1 ; \forall i \in I, j \in J, l \in T$$

$$W_{igt} = 0 \text{ veya } 1 ; \forall i \in I, g \in G, t \in T$$

$$n_{ijt} \geq 0 ; \forall (i, j, t) \in [I \times J \times T]$$

$$\beta_r, \lambda_r \geq 0 ; r = [1, 2, 3, 4]$$

$$\beta_{5j1}, \lambda_{5j1} \geq 0 ; \forall (j, t) \in [J \times T]$$

Ek.3. Gözetmenlerin Eşit Sayıda Sınava Girmesi Problemine İlişkin Hedef Programlama Modeli

$$\text{Min} \left[\left(\sum_{i=1}^{i=7} \sum_{j=1}^{j=2} \sum_{l=1}^{l=2} n_{ijl} \right) + \left(\sum_{r=1}^{r=4} \beta_r \right) + \left(\sum_{j=1}^{j=2} \sum_{l=1}^{l=2} (\lambda_{5jl} - \beta_{5jl}) \right) + \left(\sum_{h=1}^{h=9} (d_h^- + d_h^+) \right) \right]$$

Kısıtlayıcılar (34)

$$X_{111} \times Y_{111} + n_{111} = 144$$

$$X_{211} \times Y_{211} + n_{211} = 144$$

$$X_{311} \times Y_{311} + n_{311} = 72$$

$$X_{411} \times Y_{411} + n_{411} = 84$$

$$X_{511} \times Y_{511} + n_{511} = 72$$

$$X_{611} \times Y_{611} + n_{611} = 66$$

$$X_{711} \times Y_{711} + n_{711} = 72$$

$$X_{121} \times Y_{121} + n_{121} = 144$$

$$X_{221} \times Y_{221} + n_{221} = 144$$

$$X_{321} \times Y_{321} + n_{321} = 72$$

$$X_{421} \times Y_{421} + n_{421} = 84$$

$$X_{521} \times Y_{521} + n_{521} = 72$$

$$X_{621} \times Y_{621} + n_{621} = 66$$

$$X_{721} \times Y_{721} + n_{721} = 72$$

$$X_{112} \times Y_{112} + n_{112} = 144$$

$$X_{212} \times Y_{212} + n_{212} = 144$$

$$X_{312} \times Y_{312} + n_{312} = 72$$

$$X_{412} \times Y_{412} + n_{412} = 84$$

$$X_{512} \times Y_{512} + n_{512} = 72$$

$$X_{612} \times Y_{612} + n_{612} = 66$$

$$X_{712} \times Y_{712} + n_{712} = 72$$

$$X_{122} \times Y_{122} + n_{122} = 144$$

$$X_{222} \times Y_{222} + n_{222} = 144$$

$$X_{322} \times Y_{322} + n_{322} = 72$$

$$X_{422} \times Y_{422} + n_{422} = 84$$

$$X_{522} \times Y_{522} + n_{522} = 72$$

$$X_{622} \times Y_{622} + n_{622} = 66$$

$$X_{722} \times Y_{722} + n_{722} = 72$$

$$X_{111} \times Y_{111} + X_{121} \times Y_{121} \leq 144$$

$$X_{112} \times Y_{112} + X_{122} \times Y_{122} \leq 144$$

$$X_{211} \times Y_{211} + X_{221} \times Y_{221} \leq 144$$

$$X_{212} \times Y_{212} + X_{222} \times Y_{222} \leq 144$$

$$X_{311} \times Y_{311} + X_{321} \times Y_{321} \leq 72$$

$$X_{312} \times Y_{312} + X_{322} \times Y_{322} \leq 72$$

$$X_{411} \times Y_{411} + X_{421} \times Y_{421} \leq 84$$

$$X_{412} \times Y_{412} + X_{422} \times Y_{422} \leq 84$$

$$X_{511} \times Y_{511} + X_{521} \times Y_{521} \leq 72$$

$$X_{512} \times Y_{512} + X_{522} \times Y_{522} \leq 72$$

$$X_{611} \times Y_{611} + X_{621} \times Y_{621} \leq 66$$

$$X_{612} \times Y_{612} + X_{622} \times Y_{622} \leq 66$$

$$X_{711} \times Y_{711} + X_{721} \times Y_{721} \leq 72$$

$$X_{712} \times Y_{712} + X_{722} \times Y_{722} \leq 72$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i11} \times Y_{i11}) = 200$$

$$\sum_{i=1}^{i=7} (X_{i21} \times Y_{i21}) = 100$$

edilmesi açısından önem arz etmektedir.

Öncelikle gelir dağılımındaki eşitsizliklerin yoksulluğa neden olduğu söylenebilir. Toplumun bir kesimi zaruri ihtiyaçlarını bile karşılayamazken, başka bir kesim lüks bir hayat sürüyorsa, o toplumda gelir dağılımında dengesizlikler olduğu şüphe götürmez bir gerçektir. Dengesizliklerin doğal sonucu da toplum yapısında yoksulların ortaya çıkmasıdır. Bu iki kavram arasında olumlu bir korelasyon olduğundan söz edilebilir. Yani gelir dağılımındaki eşitsizlikler arttıkça, toplumdaki yoksulluk oranı da artış gösterecektir.

Günümüzün kaçınılmaz bir gerçeği olan küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki etkileri konusunda ise farklı görüşler mevcuttur. Bazı görüş sahiplerine göre küreselleşmenin yoksulluk üzerinde olumsuz etkilerinin olmadığı savunulurken, karşıt görüşe göre dünya çapında gerçekleştirilen teknolojik gelişmelere her toplumun ayak uyduramaması, o toplumun yoksullaşmasına neden olacaktır.

Yoksulluğun başka bir nedeni olarak cinsiyete dayalı bir ayrımcılık yapılması sayılabilir. Bu tür ayrımların yapıldığı toplumlarda, kadınlar hem eğitim hakkını kullanamamakta, hem de toplumsal işbölümü içinde yer alamamaktadırlar. Dolayısıyla belli bir geliri olmayan kadın nüfusun fazla olması, yoksul sayısının da fazla olması anlamına gelmektedir.

Kır-kent ayrımının yoksulluk ile doğrudan bağlantılı olduğu uluslararası kaynaklarca kabul edilmektedir. Kırdaki insanların daha yoksul olması, üretimin az, iş imkanlarının kısıtlı ve dolayısıyla gelir seviyesinin düşük olmasıyla bağlantılıdır.

Göç olgusu, özellikle Türkiye açısından yoksulluğu ortaya çıkaran nedenlerden biridir. Köyden kente göç eden kesim, iş bulmakta zorlanmakta, hatta işsiz kalabilmektedir. İşsizliğin bireyde meydana getirdiği gelir kaybı da bireyin yoksullaşmasına neden olmaktadır. İşsizliğin yaygınlaşması, hem gelir dağılımının bozulmasına, hem de yoksulluğun yaygınlaşmasına ortam hazırlayacaktır. Yoksullukla mücadele konusunda bu aşamada yapılması gereken istihdamın artırılmasıdır.

Uluslararası platformlarda özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler açısından yoksullaşma nedeni olarak tanımlanan bir başka konu ise, Türkiye'yi de yakından ilgilendiren 'yolsuzluklar' olmaktadır. Kayıt dışı ekonominin varlığını sürdürmesine yol açan, ülkenin kısıtlı mali kaynaklarının mevcut gelir dağılımındaki adaletsizlikleri daha da körükleyerek, ülke çapında etik olduğu kadar, ekonomik kayıplara yol açtığı belirlenen yolsuzluklarla mücadelenin, yoksullukla mücadele programları ile ayrılmaz bir bütünlük içinde değerlendirilmesi gerekmektedir [2].

Yoksulluğun nedenleri konusunda Türkiye'de yapılan bir anket sonucuna göre, ankete katılanların yanıtları şu başlıklar altında toplanmaktadır [7]:

- 1-Bozuk düzenin yarattığı olanakları değerlendirememek
- 2- Dürüstlük
- 3- Yönetimde çevresi olmamak
- 4- Yönetimin varlıkların elinde olması ve hep onları kayırması
- 5- Az çalışmak ve tembellik
- 6- Bilgisizlik, eğitimsizlik
- 7- Kader, Allah'ın takdiri
- 8- Diğer nedenler

Yoksulluğun bir başka kaynağı toplumun tüketim toplumu olmasıdır. İnsanların üretim imkanlarını artırıcı yönde yapacağı çalışmalar yerine tüketime yönelmesi yoksulluk olgusunu artırıcı yönde ivme kazanmasına neden olmaktadır. Çünkü tüketim toplumu sürdürebilir bir topluma dönüştürülemez ise, üretim gerek hükümet ve gerekse sivil toplum örgütleri tarafından desteklenmezse toplumsal değerler çöküş sürecine girecek hatta yok olabilecektir.

Yoksulluk kırsal alanlarda kentsel yerlere göre daha şiddetlidir. Çünkü buralarda hem nisbi olarak kişi başına gelir düşüktür, hem tüketim kalıbı dardır, hem de üretim teknolojileri ile iletişimde daha fazla bir geri kalmışlık söz konusudur. Dolayısıyla yoksulluğun buralarda yerleşip yoğunlaşmış olması kaçınılmazdır. Dünya yüzüne yayılmış fakirlerin pek çoğu, toprak bakımından zengin olmayan, tarımsal verimliliğin düşük olduğu, kuraklığın hüküm sürdüğü, her türlü toprak aşınmasına açık ve çevresel bozulmaların yüksek olduğu bölgelerde yaşamaktadır. Kente olan göçler, kentlerin çevresinde yarı kırsal bir yapı oluşturmaktadır. Varoşlar denilen bu bölgeler ne tam kentli, ne tam köylü tanımına girmektedir. Kırsal alandan kentlere olan göçler fakirliği kentlere taşımakta ve kent yaşamını olumsuz yönde etkilemektedir.

Kişi ve grupların kendilerini yoksulluktan kurtarabilme yeteneklerini etkileyen önemli faktörlerden biri de yeterli geliri sağlayan ve yeterli geliri kullanmalarına yol açan kaynaklardan -toprak, orman, balıkçılık- yararlanma haklarıdır. Bazen ulusal iktisadi kalkınmaya büyük ölçüde katkıda bulunan sosyal gruplar bu kalkınmanın yararlarından istifade edememekte zira kaynaklara erişmekten veya kaynakların sahibi olmaktan mahrum bırakılmaktadırlar.

Ayrıca yoksulluğun nedenleri arasına şu faktörleri de ekleyebiliriz:

- Adaletsiz vergi sistemi,
- Yüksek faiz ve rant ekonomisi,
- Doğal afetler,
- Çalışamayacak durumda olan özürli sayısının fazla olması,
- Bireyler arasındaki yetenek farklılıkları,
- Miras yoluyla elde edilen gelirler,
- Piyasada tekelleşmenin olması,
- Devlet teşvikleri,
- Enflasyon,
- İşsizlik vs [8].

Yoksulluk her toplumda veya her ülke ekonomisinde tarihsel ve ekonomik nedenleri bakımından farklılık gösterir. Genel olarak az gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmiş ülke ekonomilerinde yoksulluğun boyutları ve şiddeti arasındaki farklılıklar, bu ülkelerde yoksulluğun nedenleri arasındaki farklılıklara bağlı olarak değişim göstermektedir.

Az gelişmiş ülkelerde yoksulluğun nedenleri;

- Bölgesel, etnik ve siyasal amaçlı savaşlar,
- Hammadde ve malzeme üretimine yönelik üretim yapısından yoksunluk şeklinde maddelendirilebilir.

Gelişmekte olan ülkelerde yoksulluğun nedenleri;

- Yoksulluk kısır döngüsü,
- Sermaye birikim modellerindeki değişim ve IMF programları,

- Bozuk gelir dağılımları,
- Tüketici toplum modeli,

Gelişmiş olan ülkelerde yoksulluğun nedenleri;

- Düşük verimlilik,
- Ayrımcılık olarak sınıflandırabiliriz.

Bu nedenlerin kaynağında gelir dağılımındaki eşitsizlik yatmaktadır. Gelirler arasındaki farkın artması

potansiyel olarak ciddi sosyal ve siyasi yansımaları sahiptir. Yüksek düzeyde bir iktisadi büyümenin ortaya koyduğu faydaların adil bir şekilde dağıtılmasının sağlanması gereklidir.

Bu konuda Birleşmiş Milletler Sosyal Kalkınma Komisyonu, yoksulluğun ortadan kaldırılmasına yönelik strateji ve eylem planları oluşturmuştur. Sosyal kalkınma dünya zirvesi tarafından benimsenen eylem programı ile sosyal kalkınmanın üç temel konu ile bağlantılı olduğu ortaya çıkmıştır. Bunlar:

- 1.Yoksulluğun ortadan kaldırılması,
- 2.Üretken istihdamın artırılması,
- 3.Sosyal entegrasyonun teşvik edilmesidir.

Yoksulluğun ortadan kaldırılmaya yönelik tarihi taahhüt, yoksullukla mücadele etmek açısından uluslararası toplumun her düzeyde faaliyette bulunması ve politika, program ve kurumları güçlendirmesine yönelik ahlaki, siyasi ve iktisadi bir zorunluluğu temsil eder. Bu toplantıda ayrıca yoksullukla mücadeleye yönelik olarak ilave öneriler alınmıştır. Bunlar;

- 1.Yoksulluğun tüm boyutlar ile tanımlanması,
- 2.Yoksulların yoksulluk sınırının ve sosyal kategorilerinin tanımlanması,
- 3.Yoksulluğun ölçümünde kullanılan metot ve yöntemlerin seçilmesi,
- 4.Yoksulluğa yol açan yapısal ve dinamik faktörlerin analiz edilmesi,
- 5.Uygulanacak politika ve programların formüle edilmesi ve seçimidir [9].

Sonuç olarak diyebiliriz ki, yoksulluğun nedenleri konusunda sistemli çalışmalar yapılmalı ve bunlar sayesinde sorunun temelini inilerek, yoksulluğu azaltma ya da ortadan kaldırma yolunda girişimlerde bulunulmalıdır. Öncelikle gelir dağılımındaki eşitsizliklerin giderilerek, daha adil hale getirilmesi gerekmektedir. Bunu yanısıra, yoksullukla mücadele konusunda başarı sağlanabilmesi için yoksulluğun nedenlerinin koşullarında değişimlerin gerçekleştirilmesi kaçınılmaz gözükmektedir.

V. DÜNYADA YOKSULLUKLA MÜCADELE ÇABALARI VE ULUSLARARASI PLATFORMLARDA GELİŞTİRİLEN ÖNLEMLER

Küreselleşen dünyada yoksulluk tüm insanlığın

ortak sorunu haline gelmiştir. Küreselleşme sürecine uyum sağlayamayan toplumların yoksullaştığı, uluslararası kuruluşlar tarafından da kabul edilen bir görüştür.

Küresel ekonomik entegrasyon dünyada yaşayan insanlara fırsatlar yaratır. Ancak ticaretin artması, yatırımların yapılması ve yeni teknolojilerin kullanılması, yabancı yatırım, gelişen medya ve İnternet olanakları sırasında ülkeler arasında uzaklıklar büyüyerek artar. Çünkü küresel fırsatlar insanların birbirine yakınlaşmasını sağlarken rekabeti daha da şiddetlendirmiştir. Bu nedenle küresel fırsatların büyümesiyle yoksul ülkelerin bir çoğu marjinalleşmekte, dolayısıyla en zengin ve en yoksul ülkeler arasındaki gelir farkı artmaktadır. Küresel fırsatlardan yararlanmanın yolu ise daha nitelikli insan gücü ve daha gelişmiş ekonomik yapılarıdır. Bu çerçevede gelişen rekabet ölçüsünde fırsatlardan yararlanılabilir [10].

Küreselleşme sürecinde yoksulluğun arttığı yönündeki görüşler, küreselleşmenin insanlık için olumlu bir güce dönüştürülmesi gerektiği konusunda birleşmişlerdir. Çünkü olumlu ya da olumsuz etkileriyle birlikte, küreselleşme olgusu yaşanmakta olan bir gerçektir. Çözülmesi gereken sorun, yoksul kesimin bu sürece uyumunu sağlayabilmektir. Tüm dünya ülkelerini ilgilendiren yoksulluk sorunu ile mücadele için uluslararası düzeyde politikalar belirlenmelidir. Bu konuda en çok çaba gösteren kuruluş Birleşmiş Milletler bünyesinde kurulan ve bir finansman aracı fonksiyonu olan Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'dır. (UNDP)

UNDP, Birleşmiş Milletler sisteminin kalkınmakta olan ülkeler için hibe desteği sağlayan başlıca kuruluşudur. Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) aksine uluslararası kredilerle değil, hibe destekleri ile yoksul ülkelere kalkınma finansmanı sağlamaktadır. Yapıları itibarıyla Dünya Bankası ve IMF, G-7 ülkelerinin güdümünde kalabilirken, UNDP'nin kredi dönüşü esasına dayanan finansman yaklaşımı, kalkınmakta olan ülkeleri UNDP'nin program ve projelerinde nispeten daha fazla söz sahibi kılabilir. Kalkınma yardımı alan ülkeden esas itibarıyla bir iktisadi geri dönüş beklenmediğinden, hibenin kullanımı da sıkı gelir arttırıcı kriterlere tabi değildir. Bu da UNDP program ve projelerinin yoksul ülkelerin kendi öznel ve ulusal kalkınma hedefleri çerçevesinde şekillenebilmesine imkan tanıyabilmekteydi [11].

UNDP, yoksulluk sorununu en çok ciddiye alan ve yoksullukla en çok mücadele eden uluslararası bir kuruluştur. 1990 yılında yayınladığı İnsani Gelişim Raporuyla 'insani gelişim' (human development), 1997'de sunduğu bir raporla da 'insani yoksulluk' (human poverty) kavramlarını gündeme getirmiştir.

İnsani gelişim kavramını ölçmek için, insani gelişim endeksi (human development index-HDI) hazırlanmıştır. İnsani gelişim kavramını rakamsal olarak somutlaştıran insani gelişim göstergesi, geleneksel gelir ağırlıklı ölçümlerden ayrılmaktadır. Ülkenin gelişmişlik düzeylerini insanlara sağlanan fayda üzerinden belirlemektedir. Bu bağlamda Birleşmiş Milletler sistemi ve UNDP'nin temel önermesi insan yaşam kalitesinin ve dolayısıyla kalkınmanın sadece ekonomik girdilerle sağlanamayacağı şeklindedir. BM'nin dikkat çekmek istediği husus, sadece gayri safi ulusal hasıla, borçlar dengesi vb. ekonomik verilerle, o ülke içinde insanlara sunulan gelişim olanaklarının ölçülemeyeceğidir. Kişisel, toplumsal, ekonomik, siyasi gelişim olanaklarına erişim, ülkelerin ve halkların kalkınması için ön şartlar olarak sunulmaktadır. Bireyin uzun ve sağlıklı yaşam elde edebilmesi ile yaşadığı ülkede toplumsal alana çıkabilmesinin yolu asgari bir gelirin yanı sıra, bilgi ve sağlığa sahip olabilmesinden geçmektedir. Bir başka deyişle, bireyin gelişmesi sadece ulusal ekonomik büyüme ile mümkün olamamaktadır. Asıl olan, ulusal ekonomik varlığın bireyler için gelişim olanakları yaratıp yaratmadığı sorusudur [11].

İnsani gelişim endeksi; yaşam beklentisi, yetişkin okur yazar oranı, ilk, orta, yüksek okul oranı ve kişi başına düşen gayri safi yurt içi hasıla verilerine dayanılarak oluşturulan yaşam beklentisi endeksi, eğitim endeksi ve gelir endeksinin basit aritmetik ortalamasından elde edilen bir endeks değeri olarak oluşturulmaktadır. UNDP Dünya İnsani Gelişim Raporlarındaki saptamalara göre Türkiye 174 ülke arasında 1995 yılında 69. sırada, 1997 yılında 74. sırada iken, 1999 yılında 86. sıraya düşmüştür ve orta insani gelişmişliğe sahip ülkeler arasında yer almaktadır. Bu gösterge açısından bakıldığında Türkiye 124 gelişmekte olan ülke arasında 24. sırada bulunmakta ve gelişmekte olan ülkeler içinde de yüksek insani gelişmişliğe sahip ülkeler arasında değil, orta insani gelişmişlik düzeyindeki ülkeler arasında yer almaktadır [2].

İnsani yoksulluk kavramıyla anlatılmak istenilen, insanın insan olmasından dolayı onurlu bir yaşam sürme hakkına sahip olmasıdır. Sadece beslenme, barınma, giyecek gibi temel ihtiyaçların karşılanması, insanın değeri olduğunu göstermek için yeterli değildir. Her şeyden önce toplumsal bir varlık olan insanın sosyal ve kültürel ihtiyaçları da vardır. İyi bir yaşam standardına sahip olmak istemesi en doğal hakkıdır.

İnsani gelişim ve insani yoksulluk kavramlarıyla hem küreselleşmenin yoksulluk üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekilmek istenmiş, hem de küreselleşmenin olumlu bir değerlendirilmesi yapılarak, sunduğu fırsatlardan yoksulların da yararlanabilmesi sağlanmak istenmiştir.

Birleşmiş Milletlerin yoksulluğu dünya çapında en önemli on iki genel sorun arasında sayması ve 1996 yılını "Uluslararası Yoksulluğun Yok Edilmesi Yılı" olarak ilan etmesi de, yoksulluk sorununa uluslararası düzeyde önem verildiğinin göstergesidir.

Dünya Bankası ve UNDP İnsani Gelişme Raporlarından alınan veriler, yoksulluğun artış hızının kalkınmakta olan ülkelerin nüfus artış oranları (%1,8) ile başa baş olduğunu göstermektedir. Yoksulluğun bu endişe verici göstergeleri sadece az gelişmiş ülkelerle sınırlı değildir. Ekonomik olarak kalkınmış ülkelerde de, hatta zengin ülkelerde, yoksulluk tehlikeli biçimde yayılmaktadır. 1995 yılında toplanan Dünya Sosyal Kalkınma Zirvesi'nin temel konusunu yoksulluğun giderilmesi oluşturmuş ve tüm ülkeler bu zirvede yoksullukla mücadele problemlerini dile getirmişlerdir. Zirvede yoksullukla mücadele "insanlığın ahlaki, sosyal, politik ve ekonomik zorunluluğu" olarak tanımlanmıştır [2].

1996 yılında OECD-DAC (OECD-Development Assistance Committee), Birleşmiş Milletler ve Dünya Bankası yoksulluğun ortadan kaldırılması konusunda küresel hedeflerin belirlenmesi amacıyla dört temel gösterge üzerinde hemfikir olmuşlar ve 1993-2015 yılları için temel hedefleri açıklamışlardır. Buna göre [2];

1-Gelir yoksulluğu: 1993-2015 yılları arasında aşırı yoksullukta yaşayan nüfusun oranını yarıya indirmek. Bunun için temel gösterge günde bir doların altında gelire sahip olma biçiminde tanımlanmıştır. Buna göre temel hedef, %30 olan aşırı yoksulluk oranının %15'e düşürmek, ancak bunu yaparken de diğer %15'in şu anki durumlarından daha kötü duruma düşmemelerini garanti altına almaktır.

2-Görelî yoksulluk: Hedef nüfusun en yoksullarının beşte birinin ulusal tüketimlerini arttırmak.

3-Kötü beslenme: Küresel hedef 1996-2005 yılları arasında kötü beslenen çocukların oranını yarıya ve 2005-2015 yılları arasında bu oranı tekrar yarıya indirmek. Bu konuda temel gösterge beş yaşın altındaki düşük kilolu çocukların oranı olacaktır.

4-Eğitim: 14-24 yaş arası yetişkin okur yazarlığı konusunda temel hedef 1990-2015 yılları arasında okuma yazma bilmeyenlerin oranını kadın ve erkekler için aynı olmak üzere dörtte üç oranında azaltmaktır. Böylece 2015 yılında okur yazar olmayanların oranı %8'e inmiş olacaktır.

VI. ŞİDDET OLGUSU

Her şeyden önce insan toplumsal bir varlıktır. Buna bağlı olarak da insanlar bir arada yaşamak zorundadırlar. Bir arada yaşayan insanların, toplumun

düzenini korumak için uyması gereken kurallar vardır. Yaptırım gücü en yüksek olan hukuk kuralları dışında, ahlak kuralları, görgü kuralları, örf-adet kuralları, din kuralları gibi toplumsal geçerlilik taşıyan kurallar da vardır. Bazı zamanlar bu kurallar göz ardı edilerek, toplum düzenini bozucu davranışlar sergilenebilmektedir.

Toplum halinde yaşamak pek kolay bir şey değildir. Farklı kişilik ve düşünce yapısına sahip insanlar arasında uyumsuzluklar çıkmaktadır ve çıkması da doğaldır. Toplum hayatının en güçlü birimi olan, dayanışmanın en çok gerçekleştiği aile ortamında bile anlaşmazlıklar olmaktadır. Bu anlaşmazlıklar bazen şiddet boyutlu olarak gündeme gelmektedir. Toplumsal hayatın her kesitinde şiddetle karşı karşıya kalabilmekteyiz. Ailede, okulda, iş hayatında, sokakta, şiddete ait görüntüler çok sık karşımıza çıkmaktadır.

Şiddetin kaynağı konusunda uzmanların görüşleri iki ayrı kategoride toplanmaktadır. Birinci görüş taraftarlarına göre şiddet, insanın yapısında bastırılmış olan içgüdüsel bir davranıştır. İkinci görüşe göre ise şiddet, toplum hayatından kaynaklanan bir davranıştır. İki görüşün de etkili olduğu kanaatindeyiz. Toplumda yer alan insanların tahrik edici hareketlerde bulunması, bastırılmış bir dürtü olan şiddetin ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Şiddet, her geçen gün çeşitli şekillerde günlük yaşantımız içindeki yerini genişletmektedir. Bunu somut olarak medyanın yayınları aracılığıyla her gün ve her saat görebilmekteyiz. Yaşantımızın bir parçası olarak lanse edilen şiddete karşı çıktığımız kadar, artan oranda varlığını sürdürmesine de bazen bilinçli, bazen de bilinçsiz olarak katkıda bulunmaya devam ediyoruz. Bu bilinçsizliğin nedeni, şiddet kavramının içeriğinin muğlak olması ve karşımıza değişik kılıflarda çıkmasına bağlı olabildiği gibi, bir yönünün hala bizim tarafımızdan sosyal inşa süreci içerisinde olması da olabilir. Her ne şekilde ve her ne amaçla olursa olsun şiddetin yıkıcılığı yadsınamaz [12].

Şiddetin artmasına bilinçli ya da bilinçsiz olarak katkıda bulunmaktan söz ettik. Buna en basit olarak şöyle bir örnek verilebilir: Toplumun en küçük birimi olan, dayanışma ve sevgi bağlarının en yüksek düzeyde olduğu aile ortamında, eşler arasında ya da ebeveynler ile çocuklar arasında yaşanan şiddet olayları günlük yaşantımızda sıkça karşılaşılan sorunlardan biridir. Çevremizdeki insanlar aile içi şiddeti olağan bir durum gibi karşılıyorsa, bunu yadsımıyorsa ve şiddete maruz kalan kişiye karşı "Ne yaptı kim bilir? Mutlaka bu dayaağı hak etmiştir." gibi yaklaşımlar içerisindeyse dolaylı olarak şiddetin meşrulaşmasına katkıda bulunmuş demektir. Bunu önlemenin yolu ise bireyin eğitilmesi ve bilinçlenmesinin sağlanmasıdır.

Günlük yaşantımızın bir parçası haline gelen ve

tüm toplumların ortak sorunu olan şiddet nedir, özellikleri nelerdir?

Şiddet, sosyal ilişkilerden kaynaklanan, herhangi bir ortamda veya durumda bir kişiye ya da gruba karşı dolaylı ya da doğrudan, fiziksel ya da psikolojik hasar verecek olan veya veren her türlü söz, tavır, tehdit ve davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Riches, şiddetin dört özelliğini şöyle belirlemektedir:

1-Şiddetin uygulanması, meşruluk sorunu üzerindeki mücadeleye bağlıdır.

2- Fiziksel zarar verme niteliğinde olan bir şiddet edimi görüntüsü hakkında izleyenlerin bunun bir şiddet görüntüsü olduğuna dair fikir ayrılığında olmaları muhtemel değildir.

3- Şiddet uygulaması duyular tarafından muhakkak hissedilir niteliktedir.

4- Şiddetin ılımlı bir etki derecesinde kullanımı için özel aletlere gerek yoktur, çünkü insan bedeninin kıvraklığı ve gücü bir başka insana karşı asgari ölçüde başarılı bir incitme eylemi gerçekleştirmek için yeterlidir [12].

Özetlemek gerekirse, şiddet edimi psikolojik ya da fiziksel olarak ortaya çıkabilmektedir. Mutlaka zor kullanarak gerçekleşmemekte, sözle de şiddet uygulanabilmektedir. Şiddet olması için, herhangi bir duyu organı tarafından algılanması yeterlidir.

Şiddet, öncelikle insanın yapısında bastırılmış bir içgüdü olarak yer almaktadır. Bunu ortaya çıkaran nedenler ise toplumsal kaynaklıdır. Bireylerin ve toplumun değerlerinin değişmesi, gelir dağılımındaki eşitsizlik ve dengesizlikler, aile kurumunun eski geleneksel sisteme göre güçsüzleşmesi, çarpık kentleşme sonucu gecekondü kültürünün ortaya çıkması, bireylerde ben duygusunun yoğunlaşması ve hırs, öfke, kin, nefret gibi duyguların ön plana geçmesi, medyanın şiddet eğilimini körüklemesi gibi toplumsal birçok neden insanları şiddete yöneltmektedir. Çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalan insanlar, şiddeti çözüm olarak görmekte ve kendilerini bu şekilde tatmin etmektedirler. Ancak bu saldırgan davranışlar olağan olmayıp, toplum düzenini bozan hukuk dışı davranışlardır.

Özellikle sanayinin gelişmesiyle birlikte kentleşme sürecinin başlaması, toplumsal sorunların artmasına neden olmuştur. Barınma, beslenme gibi temel ihtiyaçlarını karşılamayan bireylerin kente uyum sağlama süreci zorlaşmıştır. İş bulamayan kesim kapıcılık, işportacılık gibi marjinal sektörlere yönelerek çözüm üretmeye çalışmıştır. Birçok sorunla karşı karşıya kalan insanlar tam anlamıyla toplumsallaşamamış ve uyumsuzluk ortamı oluşmuştur. Toplumdaki uyumsuzluk ve dengesizlikler de

bireyleri suça ve şiddete teşvik etmiştir.

Dönmezer'e göre kırdan şehre göç edenler ilk ilişkilerinden kopmakta, hısmılık grubu çekirdek ailelere dönüşmektedir. Bu gelişmelerden özellikle sosyal tabakalaşmada en altta olan ve yukarı tırmanamayanlar etkilenmektedir. Bunlar için geleneklere dayalı sosyal ilişkilerin yok olması, yeni ilişkilerin getirdiği normlara uymadıklarına göre ortaya bir anomi halini çıkarmaktadır. Yaşadıkları teneke mahallelerinde aileler parçalanmaya başlar, babanın iş bulamaması, annenin çalışma mecburiyeti aileyi olumsuz etkiler. Bunlara ek olarak bir de sosyalleşme ve sosyal kültürün ajanları tümüyle ortadan kalkınca sapıcı davranışlar, alkolizm, uyuşturucu madde kullanımı, intihar ve en başta suçluluk geniş ölçüde artar [13].

İnsanlar arası ilişkilerde şiddetin var olduğu toplumların çağdaş bir seviyeye ulaşması oldukça zordur. Bir toplumun medenileşmesi öncelikle şiddetin toplumdaki tasfiyesine bağlıdır. Sürekli olarak bir güvensizlik ortamının oluşması ve kaos sürmesi, toplumların ilerlemesine engel teşkil etmektedir. Toplum düzenini bozmaya yönelik olarak gerçekleştirilen şiddet eylemlerini önlemenin bir yolu da, şiddetin devletin tekeline geçmesidir. Toplumdaki uyuşmazlıkları çözme görevi devlettir. Devlet bu görevini ne kadar iyi bir şekilde gerçekleştirirse, bireyler de şiddet yoluyla çözüme o kadar az başvururlar. Bu aşamada yapılması gereken diğer şeyler de insanları şiddete yönelten etkenlerin yok edilmesi, gelir dağılımındaki eşitsizlik ve dengesizliklerin azaltılması, bireyin eğitim olarak bilinçlendirilmesidir.

VII. YOKSULLUK VE ŞİDDET GERİLİMİNDE İNSAN HAKLARI

İnsan hakları, insan değerini korumayı ve insanın maddi ve manevi varlığının gelişmesini amaçlayan, üstün kurallar bütünüdür. Temel haklar, iç hukukumuz bakımından yerleşik anayasal terimdir. Bu, anayasada düzenlenmiş olan insan hakları anlamına gelmektedir. İnsan hakları salt felsefi bir kavram olmayıp, uluslararası belgelerde düzenlenen pozitif haklar da bu adla anılmaktadır. Sayıları giderek artan bu kurallar, türdeş yapıda olmayıp farklılıklar, değişiklikler ve özellikler içermektedirler. İnsan hakları kuralları, bütün ülkelerde devlet-birey ilişkilerinin belirleyicisi, uluslararası düzeyde dünyada barış ve adaletin temeli niteliğinde sayılan kurallardır [14].

İnsanların doğdukları andan itibaren kazandığı bu haklar, vazgeçilmez ve devredilmez haklardır. 17. ve 18. yüzyıllarda 'insan hakları doktrini' adı altında gelişen akımın uluslararası düzeyde anlam kazanması, İkinci Dünya Savaşı sonrasında olmuştur. Savaşın yarattığı büyük acı ve kayıplar insanın insan olarak değerinin olduğunu ortaya koymuştur. İlk olarak Birleşmiş Milletler, daha sonra da Avrupa Konseyi gibi uluslararası

kuruluşlar insan haklarının korunması konusunda yoğun çaba göstermişlerdir. BM İnsan Hakları Evrensel Bildirisi ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi bu çabaların ürünü olarak ortaya çıkan uluslararası nitelikteki en önemli iki belgedir.

Bu bağlamda uluslararası öneme sahip insan hakları değişik boyutları olan bir kavramdır. Yoksulluk ve şiddet olgusunu en çok ilgilendiren ise insan haklarının ekonomik boyutudur.

Çağımızın yaşanan en büyük gerçekliği ekonomi olduğuna göre, insan hakları ekonomi açısından da yeni boyutlar kazanmakta ve içeriğini zenginleştirmektedir. Her ülkenin ve her toplumun ekonomisi kendine özgü özelliklere sahiptir. Kaynakları zengin ülkelerde ekonomik gelişmeler olumlu çizgilerde olurken, nüfusu kalabalık ve kaynakları sınırlı ülkeler ise yoksulluk çemberini kıramamaktadır. Uygurluğa yetişebilmek için gelişme ve kalkınma yarışına giren az gelişmiş ülkelerin durumları incelendiği zaman, bu ülkelerin toplum olarak hızlı bir yoksullaşma süreci içinde bocaladıkları anlaşılmaktadır. Toplumda üst düzeyde belirli bir azınlığın hızlı zenginleşmesi, çalışan kitlelerin ücretlerinin düşük tutulmasıyla gerçekleşebilirken, büyük sosyal çöküntüler de beraberinde gelmektedir. Ekonomik yoksullaşma toplumun tüm dengesini sarsmakta iç dinamikler yıkılmakta, insan hakları her açıdan tahrip olmaktadır. Ulusal düzeyde yoksullaşma süreci tamamlanırken öte yandan gelir dağılımının çalışanlar aleyhinde bozulması, toplumda onarılamaz yaralar açmaktadır. Yıllar süren enflasyon kasırgasının umutsuzluğa sürüklediği insanların zamanla değer hükümlerini yitirdikleri, kendilerine olan saygılarından kuşkuya düştükleri görülmektedir. Toplumun yerleşik değer hükümlerinin yerini paranın ve maddi çıkar yargılarının alması kısa zamanda sosyal ve ahlaksal soysuzlaşmaya neden olmakta ve toplumların moral değerleri açısından hızlı bir düşüşe yol açmaktadır. Tek düşünce para olunca insanlıklardan eser kalmadığı gibi insan hakları da silinmektedir [15].

Yoksulluk, bütün toplumların ortak sorunu olmakla birlikte az gelişmiş toplumlarda daha çok görülmektedir. Ekonomik kalkınmanın gerçekleşmediği bu toplumlarda insan haklarının uygulanması da zorlaşmaktadır. Ülkelerin kendi çabaları ve Dünya Bankası, IMF, UNDP gibi uluslararası kuruluşların da maddi destekleriyle, ekonomik açıdan belli bir refah düzeyine ulaşmaları öncelikli hedef olmalıdır. Böylece ekonomik gelişmeler sayesinde yoksulluk çemberinin kırılmasıyla birlikte insan hak ve hürriyetlerinin daha geniş bir uygulama alanı oluşacaktır.

Şunu da kesinlikle belirtmek gerekir ki, az gelişmişlik insan haklarının ve temel hürriyetlerinin çiğnenmesinin bir mazereti olamaz, olmamalıdır. Bir ülkenin gelişme düzeyi ve mali kaynakları, o ülkenin

bütün insanlarına ekonomik ve sosyal hakların tümüyle sağlanması bakımından yeterli olmayabilir. (Nitekim uluslararası sözleşmelerde de bu alanda bir esneklik tanınmaktadır.) Fakat başta yaşama hakkı olmak üzere, kişi dokunulmazlığı, işkence yasağı, insanlık dışı ve aşağılatıcı ceza yasağı, keyfi tutuklama yasağı, savunma hakkı gibi birtakım temel insan haklarının tanınmasının ve güvence altına alınmasının toplumun ekonomik gelişme düzeyi ile hiçbir ilgisi yoktur. Az gelişmişlikten kurtulma gerekçesi, bu temel hakların askıya alınmasını veya açıktan açığa çiğnenmesini haklı gösterecek bir gerekçe sayılamaz [16].

Temel hak ve özgürlükler konusunda yaygın olarak kullanılan üçlü bir ayırım yapılmaktadır: Kişi hakları, siyasal haklar, ekonomik ve sosyal haklar. Genel anlamda kişi hakları ve siyasal haklar ülkenin ekonomik düzeyiyle pek bağlantılı olmamakla birlikte, ekonomik ve sosyal hakların uygulanması büyük ölçüde ekonomik açıdan gelişmişlik seviyesiyle ilgilidir ve devletin mali kaynaklarının yeterliliğine bağlıdır. Ekonomik ve sosyal haklar, herkese insan haysiyetine yakışır bir yaşam düzeyi sağlamak ve gelir dağılımındaki eşitsizlikleri azaltmak üzere, sosyal adaleti gerçekleştirmeye yönelik olarak düzenlenmişlerdir. Ekonomik bakımdan zayıf olanları koruma amacı güdülmektedir.

Ekonomik alanla ilgili pek çok faktör her ülkede doğrudan ya da dolaylı olarak insan hakları düzeyini etkiler. Sanayinin durumu, gelişme düzeyi, refahın yaygınlaşma derecesi, işçi- işveren ilişkileri, devletin ekonomik alana müdahale teknikleri, iktisat politikalarının sonuçları vb., insan hakları performansı üzerinde etkili olur. En başta sanayileşmenin yetersizliğinin insan hakları sorunu üzerinde olumsuz etkisi vardır. Tarımsal-kırsal kesimlerin ağırlığını sürdürmesi ve sanayi toplumuna henüz geçilememiş olması gibi olgular, insan hakları alanında yaşanan sancılı temelde yatan faktörlerdir. Sağlıklı bir sanayileşmenin olmayışı modern sınıfların gelişmesini de zorlaştırmakta, kentleşmeyi çarpık hale getirmekte ve bireyleşme yerine yığınlaşma olgusunu peşinden sürüklemektedir [17].

Sanayi toplumuna geçiş sürecinde birtakım yetersizliklerden dolayı ortaya çıkan çarpık kentleşme, beraberinde pek çok sorunu da gündeme getirmektedir. Barınma ihtiyacından doğan gecekondu olgusu başta olmak üzere; işsizlik, yoksulluk, anomi, şiddet gibi olgularla karşı karşıya kalınmaktadır. Bu kavramlar, bir zincirin halkaları gibi birbiriyle bağlantılıdır. Gelir dağılımındaki eşitsizliklerden kaynaklanan yoksulluk olgusu toplumda bireyler arası dengesizlikleri oluşturmakta, bu dengesizlikler de bireylerdeki dışlanma duygusunu şiddete dönüştürebilmektedir.

İnsanın insanca yaşayabilmesi için önde gelen koşullardan biri işinin olması ve bunun karşılığında belirli

bir ücreti hak etmesidir. Çalışma ve ücret hakkı kişinin temel sosyal haklarından. İnsanların bu haklardan tam anlamıyla yararlanması, ülkenin ekonomik durumuna bağlıdır. Mali imkanları kısıtlı olan bir toplumun istihdam olanakları da sınırlı olmakta ve işsizlik sorunu gündeme gelmektedir. İşsiz kalan ve ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli geliri elde edemeyen yoksul kesim, eğitim ve sağlık gibi imkanlardan da yararlanamamaktadır. İnsan haklarından yararlanamayan ve toplum tarafından dışlanan yoksullar topluma karşı kin, nefret gibi duygular beslemekte ve toplum düzenini bozmaya yönelik şiddet boyutu olan tepkiler verebilmektedirler.

Çeşitli nedenlerle ekonomik çöküntü içine sürüklenen toplumlarda halkın geçim derdine düşmesi, kamuoyunu olduğu kadar düşünen ve yöneten kesimleri de fazlasıyla etkilemektedir. Ekonomik ve mali çöküntü içinde yaşamak zorunda kalan toplumlar genelde temel kavramların ne anlama geldiğini de yeterince fark edememektedirler. Artan sıkıntılar ekonomik amaçları ön plana çıkarmakta, hukuk, ahlak ve benzeri toplumsal değerler giderek geri plana doğru kaymaktadır. Bu durumda insan hakları gibi temel hukuk kavramlarının önemi azalmaktadır. Hukukun üstünlüğü bir yana atılmakta, paranın ve maddi değerlerin üstünlüğü ön plana çıkarılmaktadır. Toplumda değer olarak en ön sırayı para alınca, maddi güç ve güçlülük ile beraber ekonomi tüm toplumsal değerleri yıkıp geçmektedir [15].

VIII. SONUÇ

Yoksulluk yeni bir olgu değildir. Bu konuda yapılan ilk araştırmalardan biri, 1899'da Charles Booth tarafından yayınlanmıştır. O dönemlerde dünyanın en zengin ülkesi olan İngiltere'de yoksulluğun bu denli yaygın olduğunu ortaya koyan bu araştırma kamuoyunda şaşkınlık yaratmıştı. Yeni bir olgu olmayan yoksulluk, sadece az gelişmiş ve gelişmekte olan toplumların değil, aynı zamanda gelişmiş toplumların da ortak sorunu olmaya devam etmektedir.

BM ve Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşların da çabalarıyla, yoksulluğu azaltma ya da yok etme yolunda, belli programlar doğrultusunda çeşitli araştırma ve raporlar yayınlanarak önemli adımlar atılmaktadır.

Çağdaş uygarlığa yetişebilmek için gelişme ve kalkınma yarışına giren az gelişmiş ülkelerin durumları incelendiği zaman, bu ülkelerin toplum olarak hızlı bir yoksullaşma süreci içinde bocaladıkları anlaşılmaktadır. Toplumda üst düzeyde belirli bir azınlığın hızlı zenginleşmesi, çalışan kitlelerin ücretlerinin düşük tutulmasıyla gerçekleşebilirken, büyük sosyal çöküntüler de beraberinde gelmektedir. Ekonomik yoksullaşma toplumun tüm dengesini sarsmakta, iç dinamikler yıkılmakta, insan hakları her açıdan tahrip olmaktadır. Ulusal düzeyde yoksullaşma süreci tamamlanırken öte

yandan gelir dağılımının çalışanlar aleyhinde bozulması, toplumda onarılamaz yaralar açmaktadır [15].

Aynı toplum içerisinde yaşamlarını sürdüren insanlar arasında ekonomik açıdan oluşan uçurumlar, yoksul kesimde kin, nefret, öfke, hırs gibi duyguları ön plana çıkarabilmekte ve hatta bunları kolaylıkla şiddete dönüştürebilmektedir. Yoksulluk ve şiddetin bulunduğu ortamlarda ise insan hakları ihlallerine daha sık rastlanmaktadır. Her ne kadar az gelişmişlik insan haklarının çiğnenmesinin bir mazereti olmasa da, yoksulluk içinde yaşayan bir toplumun mali kaynaklarının sınırlı olması nedeniyle, o ülkenin tüm insanlarına ekonomik ve sosyal haklarını tam anlamıyla sağlaması mümkün değildir. Ancak uluslararası sözleşmelerde de yer verilen bu esnekliğin yaşama hakkı, keyfi tutuklama yasağı, kişi dokunulmazlığı gibi temel hak ve hürriyetler açısından geçerliliği yoktur.

Ekonomik açıdan çöküntü yaşayan toplumlarda pek çok sorun zincirleme olarak beraberinde gelmektedir. Ekonomik yönünün yanı sıra sosyolojik ve psikolojik boyutları da olan yoksulluk olgusunun temeline inerek ve nedenlerini irdeleyerek, azaltma ya da yok etme konusunda yapılan araştırma ve çalışmalara yoğunluk kazandırarak, bu sorunları çözüme kavuşturmanın, hem şiddetin yok edilmesine hem de insan hakları ihlallerinin önlenmesine büyük katkısı olacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Giddens, A.. (2000). *Sosyoloji*. Ankara: Ayraç Yayınları.
- [2] DPT. (2001). *Gelir Dağılımının İyileştirilmesi ve Yoksullukla Mücadele-Özel İhtisas Komisyonu Raporu-Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*. Ankara: Yayın No: DPT 2599.
- [3] Erdoğan, N. (1991). *Sosyolojik Açıdan Kent İşsizliği ve Anomi*. İzmir: Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, No:62.
- [4] Tekeli, İ. (2002). Kent Yoksulluğu ve Modernite'nin Bu Soruna Yaklaşım Seçenekleri Üzerine. Şubat. http://www.tesev.org.tr/projeler/proje_yoksulluk_kent.php.
- [5] Erdoğan, N. (2001). Garibanların Dünyası: Türkiye'de Yoksulların Kültürel Temsilleri Üzerine İlk Notlar. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 89, ss.7-21.
- [6] İnsel, A. (2001). İki Yoksulluk Tanımı ve Bir Öneri. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 89, ss.62-72.
- [7] Kartal, K. (1978). *Kentleşme ve İnsan*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- [8] Aktan, C.C. (2002). Yoksulluk Sorununun Nedenleri ve Yoksullukla Mücadele Stratejileri. *Yoksullukla Mücadele Stratejileri*, Ankara: Hak-iş Konfederasyonu Yayınları.
- [9] Aktan, C.C. (2002). Yoksullukla Mücadeleye Yönelik Öneriler. *Yoksullukla Mücadele Stratejileri*, Ankara: Hak-iş Konfederasyonu Yayınları, Ankara.

- [10] Bakırtaş, T., & Karbuz, S. (2000). 21.Yüzyılda Küreselleşme, Gelişme ve Yoksulluk. *İşletme ve Finans Dergisi*, Aralık , ss.32-49.
- [11] Oruç, Y.M. (2001). Küresel Yoksulluk ve Birleşmiş Milletler. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 89, ss.73-87.
- [12] Turak, P. (2001). Sosyolojik Açıdan Yoksulluk ve Şiddet. *TODAIE Konferansı*, Ankara, ss.8-14.
- [13] Bal, H.. (1999). *Kent Sosyolojisi*. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- [14] Akıllıoğlu, T. (1995). *İnsan Hakları I*. Ankara: AÜSBF İnsan Hakları Merkezi Yayınları, No:17.
- [15] Çeçen, A. (1995). *İnsan Hakları*. Ankara: Gündoğan Yayınları.
- [16] Kapanı, M. (1993). *Kamu Hürriyetleri*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- [17] Tanör, B. (1994). *Türkiye'nin İnsan Hakları Sorunu*. İstanbul: BDS Yayınları.

Nasır NİRAY (nnasir@iletisim.ege.edu.tr) is a Professor at Faculty of Communication at Journalism Department He got his PhD degree in 1981 on general sociology and methodology. His major areas of research include political development in Middle East, social and political structure of Turkey, human rights, and globalization.

KÜRESELLEŞMENİN DEMOKRATİKLEŞMEYE ETKİLERİ VE TÜRK DEMOKRASİSİ

Abdullah ÖZKAN

İletişim Bilimleri Uzmanı, Dr.

GLOBALIZATION'S EFFECTS ON DEMOCRATIZATION AND TURK DEMOCRACY

Abstract: In globalization process, democracy and demands of human rights comes to the most important place and democratic management understanding takes the basis of international legitimation.

Democracy takes on an important role in globalization process. Without law system, effective management and democracy, its impossible to operate global system in an healthy form. Democratization does constitute substructure of globalization process. Democratization will help global process and global dynamics will demolish presser and ideological political regimes.

In the globalization process, examining the situation of Turk democracy, there can be experienced important deficiencies. Turk democracy has a lot of structural and towards to practice problems. To solve these problems, there is not taken necessary steps. So that, democracy doesn't establish to our community.

Turkey, while does not adopts democracy culture, it will be compelled to live far from global process and will be back from epoch. To fit to the globalization process, first Turkey must solve the democracy problem and must see democracy as a culture.

Keywords: Globalization, Democratization, Turk Democracy,

KÜRESELLEŞMENİN DEMOKRATİKLEŞMEYE ETKİLERİ VE TÜRK DEMOKRASİSİ

Özet: Küreselleşme sürecinde demokrasi ve insan hakları talepleri ön plana çıkmakta, uluslararası meşruiyetin temelini demokratik bir yönetim anlayışı oluşturmaktadır.

Demokrasi, küreselleşme sürecinde çok önemli bir rol üstlenmektedir. Hukuk sistemi, etkin yönetim ve demokrasi olmadan küresel sistemi sağlıklı bir şekilde işletmek mümkün değildir. Küreselleşme sürecinin altyapısını demokratikleşme oluşturmaktadır. Demokratikleşme küresel sürecin önünü açacak, küresel dinamikler baskıcı ve ideolojik siyasal rejimleri yıkacaktır.

Küreselleşme sürecinde Türk demokrasininin durumu incelendiğinde önemli eksikliklerin bulunduğu görülmektedir. Türk demokrasisi hem yapısal hem de uygulamaya dönük olarak pekçok sorun yaşamaktadır. Bu sorunların çözümü için gerekli adımlar atılmadığı için de demokrasi bir kültür olarak toplumumuza yerleşmemektedir.

Türkiye, demokrasi kültürünü içselleştiremediği sürece, küresel süreçten kopuk yaşamaya mahkum olacak, çağın gerisinde kalacaktır. Küreselleşme sürecine ayak uydurmak için öncelikle Türkiye'nin demokrasi sorununu çözmesi, demokrasiyi bir kültür olarak benimsemesi gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Globalleşme, Demokratikleşme, Türk Demokrasisi

I. GİRİŞ

Küreselleşme olgusu, demokrasi ve insan hakları gibi değerleri bütün dünyaya ileten bir işleve sahiptir. İletişim imkanlarının ve kanallarının denetlenemez olduğu küreselleşen dünyada, bireylerin ve halkın düşüncelerini "kontrol" etmeye çalışan yönetimler, etkinliklerini ve meşruiyetlerini kaybetmektedirler. Bilgi toplumunun oluşturduğu iletişim çoğulluğu kitlelerin denetimini imkansız hale getirmekte, özgürlük ve demokrasi küresel bir kimliğin temel referans noktaları olarak ortaya çıkmaktadır [1].

II. KÜRESELLEŞME KAVRAMI

Küreselleşme; ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda bazı ortak değerlerin yerel ve ulusal sınırları aşarak dünya çapında yayılması olarak tanımlanmaktadır [1].

Bu genel tanıma rağmen, küreselleşmenin tanımı üzerinde tam bir ittifak sözkonusu değildir. Küreselleşmeyi ele alan pekçok çalışma, küreselleşme kavramına farklı açılardan yaklaşmakta, kendilerince önemli buldukları unsurları ön plana çıkartmaktadırlar.

Robertson, küreselleşmeyi "hem dünyanın küçülmesini simgeleyen, hem de bir bütün olarak dünyanın bilincinin güçlenmesine gönderme yapan bir kavram" olarak tanımlamaktadır. Robertson, küreselleşmenin modernliğin doğrudan bir sonucu olarak görülemeyeceğine dikkat çekerek, "küreselleşme ile modernleşmeyi bir tutmak da yanlış olacaktır" demektedir [2].

"İnsanların ve metaların dünyanın bir noktasından çok uzaklardaki bir başka noktaya ulaşım süreci giderek azalmakta, mekanın oluşturduğu engeller aşılma ve dünya küçülmektedir" diyen Anderson, küreselleşmeyi

kalkınma için işbirliği politikalarının genel hedefleri; demokrasi ve hukukun üstünlüğünün yanısıra, insan hakları ve temel hak ve özgürlüklere saygıdır. Demokrasi ve insan haklarına saygı, evrensel ortak değerlere bağlılığın da göstergesidir. AB'nin insan hakları, demokrasi ve hukukun üstünlüğüne saygı gösterilmesi ve yüceltilmesi yönünde aldığı bu tavır aynı zamanda Birleşmiş Milletler sözleşmesi ve İnsan hakları evrensel bildirgesi'nin de bir gereğidir..." [10].

VI. EKONOMİK ve SİYASAL İSTİKRARIN ANAHTARI: DEMOKRASİ

1993 yılında gerçekleştirilen Birleşmiş Milletler Dünya insan hakları konferansı'nın sonuç bildirgesinde de, ulusal, kültürel ya da başka herhangi bir gerekçenin insan hakları evrensel bildirgesi'nde en üstün tutulan ilkelerin önüne geçemeyeceği belirtilerek, insan haklarının evrensel niteliği vurgulanmıştır. Yurttaş hakları ve siyasi haklar ile ekonomik, sosyal ve kültürel haklar arasında ayrımı engelleyen bölünmezlik ilkesine vurgu yapılmış ve insan üzerinde odaklaşan yeni bir kalkınma tanımı ortaya konmuştur. Ayrıca insan hakları, demokrasi ve kalkınmanın karşılıklı bağımlılığına da dikkat çekilmiştir. BM'nin insan hakları konferansında ayrıca insan hakları, bireyin eksiksiz gelişmesi için gerekli bir koşul sayılmış, demokratik toplum da bireyin gelişimi ve bu hakların kullanılması için vazgeçilmez unsur olarak kabul edilmiştir [10].

Görüldüğü gibi demokrasi ve insan hakları hem uluslararası metinlerin temel dayanağını oluşturmakta, hem de ülkeler arasındaki diyalog ve işbirliklerin ana unsuru haline gelmektedir.

Küreselleşme sürecinde dünya artık demokrasi ile arasındaki bariyerleri birer birer kaldırmaktadır. Ekonomik ve siyasi ilişkilerin, demokrasiden ve insan haklarından bağımsız gelişmesi mümkün olmamaktadır. Demokrasi, aynı zamanda ekonomik ve siyasi istikrarın ve gelişmenin de en güvenilir dayanağını oluşturmaktadır [11].

VII. KÜRESELLEŞMENİN İŞLETİM SİSTEMİ: "DEMOKRASİ!..."

Küreselleşmeyi "altından yapılmış bir deli gömleği" ne benzeten Thomas Friedman, "küreselleşme sürecine ayak uydurmak isteyen her ülke bu deli gömleğini mutlaka giymek zorundadır!" demektedir [12].

Altından yapılmış deli gömleğini Margaret Thatcher'in imal ettiğini belirten Friedman, "Bu gömlek her mevsimde giyilebilecek tek kıyafettir ve herkesin bedeni de ona uymak zorundadır" diyor. Friedman, deli gömleğini giyip küreselleşme sürecine eklenilebilmek için devlet yönetiminden para piyasalarına, özelleştirmeden düzenleyici kurullara kadar bir dizi reformun mutlaka yapılması gerektiğinin altını çiziyor.

Her ülke bu gömleği giyebilmek için form tutmalı, kendini gömleği giyebilecek hale getirmeli diyen Friedman, "bu gömleği giymeden küreselleşmek mümkün değil, kimse bunu aklından çıkarmamalı" uyarısında bulunuyor.

Ülkelerin devlet ve yönetim sistemlerini bilgisayarların "işletim sistemlerine", bu sistemlerin içeriğini de "yazılımlara" benzeten Friedman, küreselleşme sisteminin işleyişini ve demokrasiyle ilişkisini şöyle tanımlıyor: "Sizin eğer devlet ve hükümet yapınız eskimiş ise küreselleşmenin gerektirdiği yazılım sistemini işletemezsiniz. O zaman sistem kilitlenir. Bugün artık bütün ülkelerin liderleri, uluslararası yatırımcılara "gelin bize yatırım yapın" diye sesleniyor. Ama o ülkelerin çoğunda sözünü ettiğim işletim ve yazılım sistemi, uluslararası sermayenin işleyeceği gibi değil. O yüzden de yüksek voltajlı bir elektrik teli gibi olan sermaye o ülkelere gidince sistem iflas ediyor. Bu yüzden yeni yazılım (küreselleşme) için işletim sisteminizi (devlet/hükümet) değiştirmelisiniz. Geçen yıl en hızlı büyüyen ülke Bostwana, en kötüsü ise Zimbawe idi. İkisi arasındaki fark şuydu: Bostwana'da temel sistem iyiydi, şeffaftı. Ötekinde ise bol miktarda hırsız vardı. Adil yargılama yoktu. Hepsinden önemlisi de demokrasi yoktu!..."

Demokrasiyi, küreselleşme süreci için "olmazsa olmaz" bir gereklilik olarak niteleyen Friedman, "çağdaş hukuk sistemi, iyi kurumlar, etkin yönetim ve demokrasi olmadan küreselleşme sistemini işletmek mümkün değildir" uyarısını yapıyor.

Küreselleşme sürecinde siyasetin de artık "ekonomik ve teknolojik sermayeyi ülkeye çekme ve bu akışı yönetme sanatı" haline geldiğini belirten Friedman, demokrasinin önemine birkez daha dikkat çekiyor: "Yabancı sermayeyi çekebilmek için ülkede demokrasi, hukuk düzeni, hür basın ve düzenleyici kurullara ihtiyaç vardır. Bu temel yapı sağlam oluşturulduktan sonra sermaye de, teknoloji de kendiliğinden geliyor..." [12].

VIII. KÜRESELLEŞMENİN ALTYAPISI: DEMOKRATİKLEŞME

"Küreselleşme nereden geldi?" sorusuna, New York Times Gazetesi'nin dış politika yazarı Thomas Friedman, tek kelimeyle cevap veriyor: "Demokratikleşmeyle..." [12].

Yazdığı "Lexus ve zeytin ağacı" kitabıyla küreselleşmenin geleceğini sorgulayan Friedman, "dijitalleşmeyle teknolojinin demokratikleşmesi, finans piyasalarının oluşmasıyla finansın demokratikleşmesi ve fiberoptik kablolarla bilginin demokratikleşmesi küreselleşmenin altyapısını hazırlamıştır" demektedir [13].

VIII.1. Teknolojinin Demokratikleşmesi

Teknolojinin demokratikleşmesi, bilgisayarlaşma, telekomünikasyon teknolojileri, minyatürleşme, sıkıştırma teknolojisi ve dijitalleşme gibi çeşitli yeniliklerin 1980'lerde biraraya gelmesi sonucu ortaya çıkmıştır.

Öyle ki, mikroçip teknolojisindeki ilerlemeler, son otuz yıl içinde bilgisayarların işlem gücünün yaklaşık her onsekiz ayda bir iki katına çıkmasını, sıkıştırma teknolojisindeki ilerlemeler ise bir inç karelik disk yüzeyinde saklanabilen veri miktarının 1991 yılından beri heryıl yüzde 60 oranında artmasını sağlamıştır. Öte yandan bu saklama kapasitesinin maliyeti megabayt başına 5 dolardan 1 sente düşmüş, böylece bilgisayarları hergün biraz daha güçlü ve daha ulaşılabilir kılmıştır. Telekomünikasyon teknolojisindeki yenilikler de telefon görüşmelerinin ve veri transferlerinin maliyetini sürekli düşürürken, bir telefon hattıyla, kabloyla ya da radyo sinyaliyle aktarılacak enformasyonun miktarını, hızını ve uzaklığını sürekli artırmıştır.

"Teknolojinin demokratikleşmesi, üretimi de küreselleştirmektedir" diyen Friedman, şu değerlendirmeyi yapmaktadır:

"Günümüzün küreselleşmesi, gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere hammadde yollamasından, onların da bunları tamamlanmış ürünlere dönüştürerek geri göndermesinden ibaret değildir. Teknolojinin demokratikleşmesi sayesinde bugün her ülke son derece karmaşık ürün ve hizmetlerin üreticisi veya alt yüklenicisi olmak için gerekli teknolojiye, hammaddeye ve parasal kaynaklara ulaşma şansına sahiptir. Dünyayı giderek birbirine yaklaştıran gizli faktörlerin en önemlilerinden biri de budur. Tayland'ı bir pirinç ülkesi olmaktan çıkarıp dünyanın ikinci büyük pikap üreticisi ve dördüncü büyük motosiklet üreticisi yapan şey, teknolojinin bu demokratikleşme sürecidir..." [13].

VIII.2. Finansın Demokratikleşmesi

Friedman'a göre, teknolojinin demokratikleşmesi, küreselleşmenin ikinci önemli itici gücü olan finansın demokratikleşmesine katkıda bulunmuş, insanların yatırım yapma biçimini değiştirmiştir. Halka hertürlü şirketten ve hertürlü kârdan bir pay sunan hareketli bir tahvil piyasasının ortaya çıkması, insanları finans piyasasında buralara yönelmiş ve daha önce küçük yatırımcının elinin uzanamadığı kârlardan küçük bir parça koparabilme şansını vermiştir.

Uluslararası piyasalarda da büyük bankaların yabancı devletlere ve şirketlere verdikleri borçlar bir anda menkul değerlere çevrildi. İlk defa Latin Amerika'da uygulanan sistemde, Latin Amerika'nın ABD'deki bankalara olan borçları ABD hükümetinin güvencesindeki tahvillere dönüştürüldü. Sonra bu tahviller ya bankalar tarafından varlık hanelerine yazıldı ya da normalden

yüksek faizlerle halka, yatırım fonlarına ve emeklilik fonlarına satıldı. Böylece insanlar birden bire Latin Amerika'nın, Meksika'nın, Brezilya'nın ya da başka bir ülkenin borcunun bir parçasını satın alabilir hale geldi. Bu tahviller hergün el değiştiriyor ve değerleri o ülkenin ekonomik performansına göre alçalıp yükseliyor.

Friedman finansın demokratikleşmesinin sağladığı olanakları şöyle sıralamaktadır:

"Finansın demokratikleşmesi sayesinde; dünya, bir avuç ülkenin ulusal borcunun bir avuç bankacının elinde bulunduğu bir dünya olmaktan çıktı. Önce pekçok ülkenin ulusal borcunun pekçok bankacının elinde bulunduğu bir dünyaya, sonra pekçok ülkenin ulusal borcunun bazı varlıklı bireylerin ve bankacıların elinde bulunduğu bir dünyaya ve en sonunda bugün çok sayıda ülkenin ulusal borçlarının emeklilik ve yatırım fonları aracılığıyla çok sayıda bireyin elinde bulunduğu bir dünyaya geçildi" [13].

VIII.3. Enformasyonun Demokratikleşmesi

Bugün uydu antenleri, internet ve televizyon sayesinde akla gelebilecek her türlü duvarın ötesini görebiliyoruz. Dünyaya bakma biçimimizi değiştiren bu gelişmenin adı Friedman'a göre "enformasyonun demokratikleşmesi"dir.

Enformasyon alanındaki büyük atılım, televizyonun küreselleşmesiyle başladı. Soğuk savaş döneminin büyük bir bölümü boyunca televizyon ve radyo yayıncılığı herkesin girebildiği bir iş değildi. Çünkü yayın için kullanılacak spektrumlar ve teknolojiler kısıtlıydı. Televizyon yayınlarının büyük bir bölümünü doğrudan devletler yönetiyor ya da sıkı şekilde denetliyordu. Bu durum ilk olarak hava yoluyla yapılan yayımlara göre çok daha fazla sayıda kanal taşıyabilen kablolu televizyonun geliştirilmesiyle ABD'de değişmeye başladı. 1980'lerden sonra ise uydu fırlatmanın azalan maliyeti, çok kanallı televizyonun bütün dünyaya yayılmasına neden oldu.

Bu uydu sinyallerini almaya yarayan antenlere ise başlangıçta ancak büyük kablolu sistemlerin gücü yetiyordu. Ama çok geçmeden teknolojinin demokratikleşmesi ve özellikle minyatürleşmesi sayesinde dünyanın dört bir yanındaki insanlar balkonlarına koydukları küçük bir çanak antenle uydu sinyallerini almaya başladılar. Televizyon yayıncılığı üzerindeki sınırlamalar birden kalkınca ortaya devasa bir yeni izleyici kitlesi çıktı.

"Devletlerin ülke sınırları hatta köy sınırları dışındaki hayata ilişkin bilgilerin insanlara ulaşmasını engelleyebildikleri günler artık çok geride kaldı. Dışarıdaki hayatı karalamak ve olduğundan kötü göstermek de artık imkansız hale geldi. İçerideki hayatın propagandasını yapmak ve onu olduğundan iyi göstermek de olanaksız..." diyen Friedman, demokratikleşmenin enformasyon alanında neden olduğu değişiklikleri şöyle

sıralamaktadır:

“Enformasyon alanındaki demokratikleşme, finans piyasalarında da köklü değişikliklere neden oluyor. Bugün yatırımcılar teknolojinin onlara sunduğu imkanlardan yararlanarak dünyanın her yanından hisse senedi ve tahvil alıp satabiliyor, bu işlemi de evlerindeki bilgisayardan kolaylıkla yapabiliyorlar. Enformasyon alanındaki gelişme ve demokratikleşme, finans piyasalarındaki işlemlere hız kazandırırken, herkese de bu piyasalara kolaylıkla ulaşabilme imkanı sunmaktadır...” [13].

Teknolojinin, finansın ve enformasyonun üzerindeki denetim ve baskıların kalkması, Friedman'ın deyimiyle “demokratikleşmesi”, küresel sürecin bugünkü hızına kavuşmasında da çok büyük önem taşımaktadır. Bir anlamda demokratikleşme küreselleşmenin altyapısını oluşturmaktadır.

IX. TÜRKİYE'DE DEMOKRASİNİN GÖRÜNÜMÜ

Demokrasi, özgürlüklerin yok edilmesine engel olan bir sistemdir. Demokrasi, bireysel özgürlüklerin teminatı olmaktan çıktığı anda, totaliter bir rejim haline dönüşmektedir. Totaliter yönetim, değişik adlar altında devam edebilmekte, demokratik yollarla elde edilen iktidar da pekala keyfi uygulamalar yapabilmektedir. Bir iktidarı baskıcı ve keyfi olmaktan alıkoyan şey, bu iktidarın kaynağı değil, sınırları ve kuralları olmaktadır [14].

İktidarın keyfi bir hale gelmesini önlemek için ise demokrasinin ahlaki olarak tanımlanan 'demokratik denetim' yolları öngörülmektedir. Bunu da yeterli bulmayan Hayek, şu tesbiti yapmaktadır:

“Eğer bir demokrasi, belirlenmiş kurallara bağlanamayacak bazı yetkilerin kullanılmasını gerektiren işlere girişirse, iktidar ister istemez keyfi bir hale gelecektir. Demokratik bir yönetim, ancak devletin fonksiyonlarının serbest bir tartışma ile üzerinde anlaşmanın mümkün olduğu zamanlarda ve yerlerde başarılıdır. Yasama ve hükümeti oluşturarak yürütme görevini de üstlenmesi gereken bir meclise birtakım parlamento üstü güçlerin, isteklerinin dayatılmasına rıza göstermek, hangi yüce amaçlarla olursa olsun totalitarizme davetiye çıkarmaktır” [15].

Bir demokrasinin işleyebilmesi için özel bir çevre; buna bağlı olarak sorumlu ve eğitilmiş bir halk; belirli bir iktisadi gelişme düzeyi, sosyal bazı ilişkiler gerekmektedir. Bunların tümünün üstünde ve ötesinde demokratik bir şekilde oyun kurallarına uyulması istenir. Serbest ve samimi seçimler, kaybedenlerin sonuca razı gelerek seçmenlere saygı duyması, çoğunluğun azınlığın muhalefet hakkına saygı göstermesi ve azınlığın ilerdeki bir seçimi kazanması halinde yönetimi devredebilmesi... Demokrasi uygulamasında bu prensiplerin tümünün tam

olarak uygulanması hiçbir zaman başarılammışsa da, bu hedeflere ciddi olarak yönelme ve bu yönde ciddi çaba gösterme halinde de sistem “demokratik” olarak adlandırabilmektedir [16].

Demokrasinin, tam anlamıyla işlerlik kazanabilmesi için şu şartları taşıması gerektiği vurgulanmaktadır:

- Egemenlik halka ait olmalıdır. Temsilcilere yetki sınırlı bir şekilde verilmiş olmalı ve her an geri alınabilmelidir.

- Farklı alternatifler arasından bir seçim yapma imkanı tanınmalıdır.

- Demokrasi ancak bir hukuk devletinde yaşar. Kanunların üstünlüğü sağlanmalıdır.

- Halkta vatandaşlık bilinci geliştirilmelidir.

- Demokrasi sadece seçimden seçime varlığını gösteren bir rejim değildir. Çoğulculuk, gündelik yaşamda da kendini hissettirmelidir.

- Demokrasinin fonksiyonu, sadece siyasi müesseselerle sosyal güçler arasında bir denge sağlamaktan ibaret değildir. Bu ideal, fertlerin yaşantılarının her aşamasında bir ana prensip olarak göz önüne alınmalıdır

- Demokrasi için gelişmiş bir toplum yapısı ve dengeli bir büyüme sağlanmalıdır.

- Kişisel özgürlükler zedelenmeden güvenlik sağlanmalıdır

- Demokrasi, kişiye dayanan bir rejim olduğuna göre, herşeyden önce kişiler rasyonel olmalıdır [16].

Demokrasinin bir ülkede yerleşebilmesi için demokratik bir sürecin yaşanması ve şartların oluşması gerekir. Avrupa'da demokrasinin, ulusal devletlerin kurulmasından ve sanayi devriminden sonra ortaya çıktığı gözönüne alınırsa, demokrasinin gerçekleşebilmesi için milli birlik, iç barış, ekonomik taban ve kültürel birikimin bulunması gerektiği görülür. Bu nedenle de Türkiye'de demokrasi, bu şartlar gözönüne alınmadan düşünülemez [17].

Türkiye'de demokrasi açısından ciddi sıkıntılar yaşandığını belirten Hüsnü Erkan, bu yüzden Türkiye'de demokratikleşmenin stratejik önceliğe sahip bir konu olduğuna dikkat çekmektedir. Türkiye'de demokrasinin görünümüne bakıldığında hiç de içacı bir durumun olmadığını belirten Erkan, Türk demokrasisinde yaşanan sorunları ana başlıklar halinde şöyle sıralamaktadır [18]:

• Demokrasinin temelinde özgür ve bağımsız, yani 'bireyci kişilik modeli' varken, Türk siyasi modelindeki kişi egemenliğinde 'bağımlı ve sosyal kişilik modeli' geçerlidir. Bağımlı kişiliğin "kontrol odağı" kendi içinde değil, başka bir üst otoritededir. Üst otoriteden emir alınarak harekte geçilir ve karar üst otoriteden beklenir. Bu nedenle kişi dokunulmazlığı ile temel özgürlükler anayasamızda yer almasına karşın ülkemizde ciddi bir insan hakları sorunu yaşanmaktadır.

• Kişi egemenliği modeli, kapalı toplum yaratıyor. Türkiye'deki kapalı toplum modeli kişisel güçle sınırlı kaldığı için örgütlenme düzeyi de görece kısmi kalıyor. İnsanlar kendi güç pozisyonlarıyla orantılı olarak kapalı toplum modelleri yaratıyorlar. Açık toplum yerine, kişi egemenliğinin yarattığı, bağımlı insanların kendi inisiyatifini kullanmadığı kapalı devreler, Türk politikasındaki örgütlenmeyi, çoğulculuğu ve katılımı engelliyor. Politikaya da daha çok kişi egemenliği biçiminde güç pozisyonuna sahip kişiler egemen oluyor. Bu kişiler ülke sorunlarını çözmek yerine kendi egemenliklerini daha da pekiştirmek için çaba harcayınca, ülke sorunları da çözümsüz kalıyor.

• Kişi egemenliği modeli demokrasinin temel unsuru olan seçimlere de yansıyor. Kişi egemenliği nedeniyle seçimlerde devamlı olarak egemen pozisyondakiler seçiliyor. Böylece seçimlerden beklenen yenilenme işlevi yerine getirilemiyor. Bu nedenle Türk demokrasisi, "şekli ve seçimlik demokrasi" olmaya devam ediyor.

• Çağdaş çoğulcu demokrasilerde parlamento çoğunlukla örgütlü sosyal grupların temsilcilerinden oluşmaktadır. Oysa Türkiye'de kişisel katılmada herkes kendini temsil ettiği için sosyal kesimler ve onların çıkarları parlamentoya yeterince yansımamaktadır. Bilgi toplumu katılımcı demokrasiye dayanır. Ancak Türkiye'de örgütlerin kişilere bağlılığı, katılma sürecini engellemektedir. Sosyal gruplar ve onların ortak çıkarlarından daha çok, güçlü kişilerin egemenliği, keyfiliğe dayalı politik uygulamalara kaynaklık etmektedir.

• Türkiye'de demokrasinin ayrılmaz parçası olan siyasal partiler de alternatif program ve konseptlere dayalı çözümler sunmak yerine, yalnızca alternatif "egemen kişi" sunmaktadır. Bu kişiler de çözüm üretmeden, popülist politikalarla sadece kendi egemen konumunu düşünmektedir. Bu durum, siyasal partilere olan güveni de zedelemektedir.

• Demokrasilerde iktidarın gücünün yine demokratik yollarla sınırlanma gereklidir. Ancak Türkiye'de örgütlü katılımın yaygın olmaması nedeniyle, demokratik kontrol mekanizmaları yetersiz kalmaktadır. Durum böyle olunca da, yönetenler, iktidar imkanlarını kullanmaları nedeniyle kontrol fonksiyonu yapması

gerekenleri de kendi kontrolleri altına alabilmektedirler.

• Demokrasilerde devletin temelini hukuk, yani ilke ve kurallar oluşturur. Bu sayede keyfilik de ortadan kalkar. Oysa Türkiye'de demokrasi kültürü tam olarak yerleşmediği için, hukuk kuralları çoğu kez uyulması gereken ilkeler değil, aksine etrafından dolaşılması gereken engeller olarak görülmektedir.

• Türkiye'de kişi egemenliğinin varlığı, başarı ilkesini de devre dışı bırakıyor. Bunun yerine "ilişki" ilkesini ikame ediyor. İlişki ilkesi, politik ve sosyal bağımlılıklara dayalı olduğu için, demokrasi ve ekonomik gelişme yönünde değil, kişi egemenliklerini güçlendirici yönde işliyor.

• Türkiye'de toplumsal hayatın her düzeyinde kişi egemenliklerinin ve bağımlı kişilik yapısının yaygınlığı, demokrat insanların ve demokratik davranışların sınırlı kalmasına yol açmaktadır. Bu nedenle Türk demokrasisi, demokratları olmayan bir demokrasi görünümü arzutmekte, şekli olmaktan kurtulamamaktadır.

• Türkiye'de ne yazık ki, özgür ve bu özgürlüğünü sorumluluk bilinci içinde kullanan kamuoyundan söz etmek de mümkün değildir. Kamuoyu oluşturmada ön planda olan işadamları ve medya kuruluşları, hem kendileri egemen konumdadılar hem de politik iktidarla kişisel çıkar ilişkisi içine giriyorlar. Karşılıklı sağlanan destek ve çıkarlar, özgür bir kamuoyunun oluşumunu engellemektedir.

X. SONUÇ

Küreselleşme, ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda ortak değerlerin ulusal sınırları aşarak dünya çapında yaygınlaşmasına olanak tanımakta, pekçok değişimi de beraberinde getirmektedir.

Ortak değerlerin dünya çapında yaygınlaşmasına da yardımcı olan küreselleşme süreci, insanlığın en temel ortak değerlerinden olan demokrasinin de yaygınlaşmasına, bir kültür olarak kurumsallaşmasına katkıda bulunmaktadır.

Küreselleşme sürecinde artık demokrasi ve insan hakları taleplerinden kaçınmanın mümkün olmadığı görülmüş, insan haklarına dayalı demokratik bir yönetim anlayışının, uluslararası meşruiyetin temelini oluşturduğu gerçeği kabul edilmeye başlanmıştır.

Küreselleşme sürecinin demokratikleşmenin önünü açacağı ifade edilmekte, küresel dinamiklerin baskıcı ve ideolojik siyasal rejimlere yıkıcı bir etki yapacağı vurgulanmaktadır. Birey, küreselleşme sürecinde uluslararası kontrol mekanizmalarına kavuşurken; devletin kontrol alanı daralmakta, egemenlik alanı küresel aktörler tarafından paylaşılmaktadır.

Demokrasi, küreselleşme süreci için önemli bir gereklilik arz etmekte, hukuk sistemi, etkin yönetim ve demokrasi olmadan küresel sistemi sağlıklı bir şekilde işletmek mümkün gözükmemektedir. Küresel sistemin "işletim sistemi" olarak demokrasi gösterilmektedir. Thomas Friedman'ın da işaret ettiği gibi, "dijitalleşme" teknolojinin demokratikleşmesini, "finans piyasalarının oluşması" finansın demokratikleşmesini, "fiber optik kablolar" ise bilginin demokratikleşmesini sağlamış, böylece de "demokratikleşme" küreselleşme sürecinin altyapısını hazırlamıştır. Teknoloji, finans ve enformasyonun demokratikleşmesi sağlanmasaydı, küreselleşme süreci bugünkü hızına asla kavuşamaz, bugün yaşadığımız değişim ve dönüşümleri bu boyutta yaşayamazdık.

Küreselleşme sürecinde Türk demokrasisinin nerede yer aldığı sorusuna cevap arandığında ise, Türk demokrasisinin hem yapısal hem de uygulamaya dönük pek çok sorun yaşadığı görülmektedir. Bu sorunların çözümü için kararlı adımlar atılmadığı için de demokrasi bir kültür olarak toplumumuza yerleşmemektedir.

Demokrasinin bir kültür olarak toplumumuza yerleşebilmesi için öncelikle egemenliğin halka ait olduğu kabul edilmeli, halkta vatandaşlık bilinci geliştirilmeli, kanunların üstünlüğü sağlanmalı, çoğulculuk ilkesi hayata geçirilmeli, demokrasi için gerekli olan gelişmiş bir toplum yapısı ve dengeli büyüme sağlanmalı, güvenlik kişisel özgürlükler zedelenmeden sağlanmalı ve kişilere farklı alternatifler arasından seçim yapabilme imkanı tanınmalıdır.

Demokrasi kültürü için gerekli olan bu şartların çoğu Türk demokrasisinde bulunmamakta, özellikle hukuk kuralları, çoğulculuk, özgürlük ve egemenlik gibi temel konularda eksiklikler gözlenmektedir. Türk demokrasisinin mevcut hali için "yaralı demokrasi" tanımlaması yapılmakta, yasalarımızda yer alan pek çok yasakçı ve özgürlükleri kısıtlayıcı maddelere dikkat çekilerek, Türkiye'nin demokratikleşme performansının Kopenhag kriterlerini karşılamaktan uzak olduğu ifade edilmektedir.

Demokrasimizin eksik, yaralı ve çağın gerisinde kalmış halinden yararlanan, egemenliklerini bu köhne yapı üzerine inşa eden kişi ve kurumlar varlığını sürdürdükçe, ne yazık ki, demokrasimizin aksayan yanları için köklü bir çözüm bulmak da mümkün olmayacaktır.

Demokrasi kültürünü ülkemizde yeşertmek ve küreselleşme sürecinin gerisine düşmemek için öncelikle bu köhnemiş yapı düzeltilmeli, gerekli reformlar gecikmeden gerçekleştirilmelidir. Türkiye, demokrasi kültürünü içselleştiremediği sürece, küresel süreçten kopuk yaşamaya mahkum olacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] DPT Özel İhtisas Komisyonu Raporu. (2000). *Küreselleşme*. Ankara.
- [2] Robertson, R. (1999). *Globalization; Social Theory And Global Culture*. (Çev: Ümit Hüsrev Yolsal). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- [3] Tonak, E.A. (2000). *Küreselleşme: Emperyalizm, Yerelcilik, İşçi Sınıfı*. Ankara: İmge Kitabevi.
- [4] Giddens, A. (1994). *Modernliğin Sonuçları*. (Çev: Ersin Kuşdil). Ankara: Ayrintı Yayınları.
- [5] Setzer, M. (1997). *Ekonomik Küreselleşme: Küreselleşmenin Ekonomi ve Teknoloji Üzerindeki Etkileri*. Ankara: SODEV Yayınları.
- [6] Brown, M. (1986). *The Production Of Society A Markian Foundation On For Social Theory*. New Jersey: Rowman/ Littlefield.
- [7] Keyman, E.F. (2000). *Türkiye ve Radikal Demokrasi*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- [8] Dağı, D.İ. (1999). Demokratikleşmenin Ön Şartı: Küreselleşme. *Yeni Türkiye Dergisi*, 29, ss.269-270.
- [9] Altan, M. (1998). Bilgi Toplumu ve Demokrasi. *Yeni Türkiye Dergisi*. 19, s.472.
- [10] Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliğinin Bildirisi. (2001). İnsan Hakları Ve Demokratikleşme, ss.1-2. (info@mazlumder.org.tr).
- [11] Tanör, B. (1997). *Türkiye'de Demokratikleşme Perspektifleri*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- [12] Friedman, T. (2001). Küreselleşmenin Türkiye için anlamı. *İstanbul Bilgi Üniversitesi Konferans Konuşması*. 31 Mayıs.
- [13] Friedman, T. (2000). *Lexus Ve Zeytin Ağacı / Küreselleşmenin Geleceği*. (Çev: Elif Özsayar). İstanbul: Boyner Holding Yayınları.
- [14] Kır, Y. (1997). Sözel Demokrasi Mi? Tam Demokrasi Mi? *Yeni Türkiye Dergisi*, Türk Demokrasi Özel Sayısı, 17.
- [15] Von Hayek, F.A. (1995). *Kölelik Yolu*. (Çev.: T. Fyziyoğlu & Y. Arsan). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- [16] Kuzu, B. (1997). Demokrasi ve Gereklileri, *Yeni Türkiye Dergisi Türk Demokrasi Özel Sayısı*, 17, s.104.
- [17] Aybars, E. (1990). "Türkiye'de Demokrasi ve Fikir Kaynağı". *Türkiye'de Demokrasi Ve Demokrasi Kültürünün Gelişmesi*. İzmir: Türk Demokrasi Vakfı Yayını.

Abdullah ÖZKAN

[18] Erkan, H. (2000). *Bilgi Uygarlığı İçin Yeniden Yapılanma*. Ankara: İmge Kitabevi.

Abdullah ÖZKAN (abdullahozkan@turk.net) has PhD. of Communication Sciences at Marmara University Social Sciences Institute. His research areas are globalization, democracy culture and communication.

TÜRKİYE'DE SİNEMANIN GELİŞİMİ VE ULUSAL SİNEMA TARTIŞMALARI

Bülent VARDAR

Marmara Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema-TV Bölümü, Doçent Dr.

ADVANCEMENT OF CINEMA IN TURKEY AND NATIONALCINEMA DISCUSSIONS

Abstract: The terms like "National" or "Nationalism" took place through history both in our country after foundation of Turkish Republic and the countries like India, Algeria, some African Countries, Balkan countries which have gained their freedoms after having their national freedom wars. At some of this countries cinema was used very effectively for propaganda to build the national identity and collective subconscious. During the cinema's crawling period, at the beginning of the 20th century, the first theatre was opened at Pittsburgh. At that period Pittsburgh was a place where plenty of immigrants lived who did not know English Language and that point cinema was used for Assimilation. The concepts like National Cinema researches which took plays in 1965's in Turkey are not very interesting and noticeable at present. If taken as globalization the reason for this situation is understandable. At the present the whole world economies have to rely on global links, it is unavoidable to have this global economic influence on culture and art.

Keywords: Nationalism Period, Westernization, National Cinema

TÜRKİYE'DE SİNEMANIN GELİŞİMİ VE ULUSAL SİNEMA TARTIŞMALARI

Özet: 'Ulusal' veya 'Ulusalçılık' gibi terimler hem Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan sonra ülkemizde hem de Hindistan, Cezayir, bazı Afrika ülkeleri, Balkan ülkeleri gibi ulusal kurtuluş mücadelelerini verdikten sonra özgürlüklerini elde eden ülkelerde tarih içinde yer almıştır. Bu ülkelerin bazılarında sinema etkin bir biçimde ulusal kimliğin ve kolektif bilinçaltının oluşturulması için kullanılmıştır. Sinemanın emekleme döneminde, 20. yüzyılın başlarında, ilk sinema salonu Pittsburgh'da açıldı. O dönemde Pittsburgh İngilizce bilmeyen göçmenlerin çoğunun yaşadığı bir yerdi ve sinema o noktada asimilasyon amacıyla kullanıldı. Günümüzde, Türkiye'de 1965'lerde ortaya çıkan Ulusal Sinema arayışları gibi oluşumlar dikkat çekmemektedir. Bu duruma küreselleşme olgusu bağlamında bakıldığında, anlaşılır nedenleri göze çarpmaktadır. Ekonomilerin küresel bağlantılarla birlikte hareket ettiği yada etmek zorunda kaldığı bir dönemde, üst yapı kurumu olan kültürün, dolayısıyla sanatın da bu gelişmelerden etkilenmesi kaçınılmazdır.

Anahtar Kelimeler: Uluslaşma Süreci, Batılılaşma, Ulusal Sinema

I. GİRİŞ

Türkiye'de Ulusal kimlik oluşumu, benzeri pek çok ülkede olduğu gibi, ülkemizin ulusal kurtuluş savaşını gerçekleştirmesi sonrasında gelişmeye başlamıştır. Bu gelişmenin bazı saç ayakları vardır. Bunların başında ulusal ekonomi gelmektedir. Osmanlı İmparatorluğu sonrası dönemde, milli mücadelenin kazanılması günün koşulları içinde öncelikli hedef olarak kabul edilmiştir. Bağımsızlık sonrasında kurulan yeni Cumhuriyetin biçimlendirilmesi için gerekli olan pek çok alandaki düzenlemelerin, enine boyuna düşünülmeyeceği yönünde bulgular mevcuttur. Şüphesiz bu durumu, günün dinamikleri içinde düşünmek gerekir. İsmail Cem, Türkiye'de Geri Kalmışlığın Tarihi isimli kapsamlı yapıtında, yeni Cumhuriyet'in izleyeceği "yöntem" in adı "milli iktisat"tır; kendisi "devletçilik görünümündeki liberal politikadır" amacı, kişilerin zenginleşmesiyle memleketi kalkındırmak, yabancı müteşebbisin yerine yerli özel teşebbüsü koymaktır. İktisat kongresinin vaz'ettiği düstür, **devletin ancak hususi sermayenin yetmediği iri müesseseleri kurmak için yatırım yapmasıdır...**[1] görüşünü, yeni kurulan Cumhuriyet'in

ekonomik görüşlerini ve amaçlarını anlatması açısından aktarmaktadır. Ülkemizin kuruluş sürecindeki önemli ikinci sacayağını ise kültürel düzenlemeler oluşturmaktadır. Bilindiği üzere uluslaşmanın temel öğelerinden olan ulusalçı bakış açısı, bu dönemde belirgin olmaya başlamıştır.

II. ULUSLAŞMA SÜRECİ ve TÜRKİYE

Uluslaşma süreci doğal bir gelişimin paralelindeydi. Dünyada egemenliği ele almaya başlayan Burjuvazinin yükselişiyle birlikte, uluslaşma sürecinin de keşiştiği gözlenmektedir. Ortaçağda, Batıda, siyasal unsur olarak imparatorlukların içinde, bağımsız derebeylikler görülmektedir. Büyük imparatorluklar, merkezi bir otoriden de yoksun bulunmakta, yerel kanun ve ölçüler, çeşitli halklar, birbirinden farklı örf ve adetler imparatorluklar içinde kargaşa yaratmaktadırlar. Özellikle 15. ve 16. yüzyıllardan başlayarak, Batı'da İmparatorlukların ve imparatorluk kalıntısı derebeyliklerin yıkıldığı, yerine siyasal birim olarak bir Fransa, bir İspanya, bir İngiltere gibi "ulusal devletler" in kurulduğu görülür [2]. Ulusal devletlerin kurulma

sürecinde milliyetler ilkesinin rolü vardır; her halkın, ırkı, dili ya da gelenekleri bakımından kendine özgü bir varlığı vardır. Bunun sonucu olarak da, her halk, bir “bağımsız devlet” halinde örgütlenebilir...Halkların, kendine özgü bir kültüre sahip canlı varlıklar olduğu düşüncesi, Fransız devriminden önce ortaya çıkmıştır...Fransız Devrimi ise, bu düşüncüyü biçimlendirmiş, ona bir saygınlık ve önem kazandırmış ve bu arada dayandığı temeli de değiştirmiştir. Fransız devrimi sonrasında kral ortadan kaldırılınca, oluşan boşluğu “ulusal egemenlik” düşüncesi doldürmüştü. Bu süreç sonunda, “halkların kendi kaderlerini kendilerinin tayin edebilmesi hakkı” ortaya çıkmıştı [2]. Ulaşma sürecine ilişkin batı kökenli değerlendirmeler, Marks’ın son yıllarında üzerinde çalışmaya başladığı ve toprakta özel mülkiyetin olmadığı ülkelerin düzenini anlamak ve yorumlamak için kullandığı Asya Tipi Üretim Tarzı modeliyle çalışmaktadır. Örneğin Türkiye’de Ulusal Sinema Düşüncesinin mimarı olarak kabul edilen yönetmen ve kuramcı Halit Refiğ, konuya şöyle yaklaşmaktadır: Toprakta, feodal özel mülkiyete dayanan batı toplumlarıyla, miri devlet mülkiyetine dayanan Osmanlı-Türk toplumunun tarihsel evrimleri ayrı ayrı yollardan olmuş, Batı Avrupa’nın tersine Türk toplumunda ticaret ve sanayi sermayesine dayanan bir burjuva sınıfı meydana gelmemiştir. Batı Avrupa sanatlarının bireyci dünya görüşü burjuva sınıfına mahsus özelliktir. Türk halklarının ise, kökü göçebe Türk geleneklerine, İslam hukukuna, ve Osmanlı devlet sistemine dayanan kolektif bir dünya görüşü vardır. Elbetteki bu farklı temel yapılar yüzünden Batıdan rasgele alınma fikirler toplumumuzda yerini bulamayacak, bir fantazi olarak sırtacaktır. Türk halkının kendi bünyesinin gerçeklerinden doğmayan, Batı özentisi içindeki bir medeniyet anlayışıyla kendisine yakıştırılmaya çalışılan devrimlere sürekli olarak karşı koymasının sebebi budur [3]. Refiğ, Türk toplumu ile batı arasındaki karşılıklı yabancılığın Tanzimat’la başlayarak tek yönlü bozulduğunu, batı dünyasının Türk medeniyetine karşı ilgisizliğini sürdürmesine karşın, Türkiye’nin devlet ve yönetici zümreler kanalıyla batının bütün değer yargılarını olduğu gibi benimsemeye çalıştığını ileri sürmüştür [3].

Halit Refiğ’in düşüncelerinden çok etkilendiği yazar ve düşünür Kemal Tahir, yazılarında Batılılaşma kavramına Batılılaşma diyerek yaklaşır. Tahir’e göre Batılılaşmaya karar veren Osmanlı, Osmanlılık denen, bozulmuş fakat temelde gene de tutarlı, gelenekleri sağlam, devlet anlayışı bakımından birleştirici unsura malik bir kategori idi. Kemal Tahir, Osmanlı’nın Batılılaşma yürüyüşünde Osmanlılığı sığınak gibi kullandığını; Batılılaşmayı uzun süre “mümkün olduğu kadar az, mümkün olduğu kadar geç” çizgisinde tutabilmesinin, kendisini, en yetersiz, uygun olmayan dış ve iç şartlar içinde savunabilmesinden kaynaklandığını düşünmektedir. Tahir’e göre Osmanlılık doğu reformunu temsil ettiği için İmparatorluk kurmuştur. Kemal Tahir, Osmanlılığın doğu üzerindeki etkisinin doğunun reform

yapma gücünü göstermesinden kaynaklandığını belirtir. Tahir Batılılaşmayı, bize bu yenileşme gücümüzü unutturmaya çalıştığı için namussuzluk olarak niteler. O’na göre batıda olup bitenleri derinden bilmedikçe onun hakkından gelmek mümkün olmayacağı gibi, onu kopya ederek de kurtulmak kesinlikle mümkün değildir [4]. Nitekim Kemal Tahir, Türkiye’de Batılılaşma hareketinin imkansız oluşunu, günümüzde henüz müspet sonuç vermemesini, bizim bünyemizin, bizim toplumumuzdaki temel şartların o insanı yetiştirmemesine bağlar [5]. Tahir’e göre Batı bugün teknik üstünlüğüne rağmen fikir ve sanatta kendisine yol açmış değildir, büyük bir bunaltı içinde yol aramaktadır. Tahir, batıyı kendi özelliklerimize doğru aşmadan kurtuluşumuzun olanaklı olmadığını savunur. Türk sinemasını da, bugün buna yönelmiş bir iki sanat kolundan biri olarak niteler [6].

Refiğ’in Kemal Tahir’in görüşlerinden de beslenerek oluşturduğu Ulusal Sinema kuramında, Tahir’in Osmanlı Toplum Düzenini anlamaya ve açıklamaya çalışmasında etkilendiği ATÜT (Asya Tipi Üretim Tarzı) kavramının da önemi vardır. “Türkiye’de Ulusal sinema Arayışları: Halk Sineması, Ulusal Sinema ve ATÜT Sineması” başlığı altında ileride değinilen ATÜT sineması kavramıyla ilgili görüşleri özetlenen Sencer Divitçioğlu, Asya üretim tarzı hakkında şunları söylemektedir: Üretim tarzının ilk ögesi emek ve üretim aracından oluşan, üretim etkenleridir. Asya üretim tarzında bunlar emek ve topraktır... Asya üretim tarzında birey toprağın mülksahibi değildir. Fakat, toprağı tasarruf etme hakkı olduğu için emek ile toprak arasındaki birleşmede, kendisinin yeniden-üretimi süreci içinde, üretim aracı olan toprağı, sanki kendisininmiş gibi bakar. Böyle olunca, birey üretimin nesnel şartlarından ayrılmamıştır...Divitçioğlu, Asya üretim tarzında toprağı tasarruf eden bireyin, kölelik üretim tarzının kölesinden farklı olduğu gibi, feodal üretim tarzının serfinden de farklı olduğunu belirtir. O’na göre, köle ve serf, dereceli olarak, üretimin nesnel şartlarına tasarruf edemezler. Üçüncü kişiler için köle ve serf, hem emeğin aracı hem de amacıdır; yani üretim aracının kendisidir. Asya üretim tarzında ise, birey üretim aracı değildir, emek hürdür [7].

Selahattin Hilav ise, Marks’ın yalnız Batı toplumları için ileri sürmüş olduğu toplumların evrim şemasının (İlkel topluluk, kölecilik, derebeylik, kapitalizm) yetersizliğinin sezildiğinde, Türk toplumunun tarihi ekonomik yapısına yeni bir faraziye ile yaklaşmak gereğinin duyulduğunu vurgular. Bu faraziyenin sosyal ve ekonomik olgularla karşılaştırılarak gerçekleştirilmesi ise ikinci dönemi oluşturan bilimsel araştırmalar dönemidir. Hilav, Asya Tipi Üretim Tarzı’nın klasik Türk toplumuna uygulanmaya başlanmasını ve bu konuda incelemelere girişilmesini ikinci dönem olarak tanımlar. Yani bilimsel araştırmalar dönemi. O’na göre ileri sürülen faraziyenin bir teori haline gelip gelmediği ancak bu araştırmalar sonunda anlaşılacaktır. Selahattin Hilav, bir toplumun bütün müesseselerini, ideolojisini ve psikolojisini

belirleyen temel ekonomik yapı, yani üretim tarzı ve bu tarzın gösterdiği ilişkiler ortaya konulmadan, üstyapıyı belirleyen altyapı göz önünde tutulmadan, sanat gibi özel alanlarda fikir ileri sürmenin bilimsel bir davranış olmadığını savunmaktadır [8].

Milliyetler ilkesinde farklı yorumlar söz konusudur. Bunlardan Alman bakış açısı “dil”e dayanırken; Fransız bakış açısı ise, bu ilkeyi “halkların iradesine” dayandırır [2]. Millet olmak ve bu bağlamda örgütlenmek için “anamalcılığı geliştirip feodal bölünmeleri ortadan kaldırmak gerekiyordu” [9]. Millet tarihsel bir olgudur ve kapitalist üretim biçiminin güçlenmeye başlaması ve pazarlar kurmasıyla oluşmaya başlamıştır. Millet fikri iki tarihi olayla dünyaya yayılmıştır. Bunlardan birincisi, Fransız İhtilali ve Napolyon Savaşlarıdır ki bu fikri Avrupa ülkelerine taşımıştır. İkincisi ise, XX.Yüzyılda sömürgelerin bağımsızlıklarına kavuşma hareketidir. Bu hareketle millet fikri, Asya, Afrika ve diğer kıtalara ulaşarak evrensel bir şekil almıştır [10]. Dilimizde ulusun karşılığı olarak kullanılan millet sözcüğü, aslında Arapça kökenli olup din topluluğu, cemaat anlamına gelmektedir. Osmanlı Devleti’nin yönetim şekli din esasına dayandığı için millet kavramı ile din birliği olan toplum kastedilmektedir [11]. Geniş Osmanlı coğrafyası içinde, pek çok gayrimüslim halk gurupları bulunmaktaydı. Osmanlı’da millet kavramı önceleri bu topluluklar için kullanılmıştır. Rumlar, Ermeniler, Yahudiler birer millet sayılmış, Müslüman kesim ise daha çok ümmet olarak anılmıştır...Türkçülük akımının etkisiyle millet, din birliğinden ayrı bir topluluk olarak değerlendirilmiştir. Millete batılı anlamda yer ve değer verme, ırk ve din birliğinden farklı şekilde değerlendirme, Türk Milli Mücadele hareketi ile başlamıştır...Afet İnan’ın imzasını taşıyan *Vatandaş İçin Medeni Bilgiler* kitabının Millet/Ulus bölümünde, Atatürk’ün kaleminden çıkmış olan millet tanımı şöyledir:Türkiye Cumhuriyeti’ni kuran Türkiye halkına Türk Milleti (ulusu) denir [10]. Atatürk’ün ulus tanımı Özer Ozankaya’ya göre toplumsalbilimsel, çağdaş, demokratik bir ulus kavramıdır. Ozankaya, bu ulus anlayışının, ırkı, soyu, dini, mezhebi, dili, cinsiyeti, mesleği ne olursa olsun Türkiye Cumhuriyeti yurttaşı olan her bireyi eşit insan ve yurttaş hak ve ödevleriyle donatan birleştirici, kaynaştırıcı bir nitelik taşıdığını belirtir. Osmanlı Devleti ise, birçok halkı uyrukluğu altında tutan yapısı nedeniyle, asıl dayanağını oluşturan Anadolu ve Rumeli’ndeki Türklere bir Ulusal kimlik bilinci oluşturma olanağı vermemiştir...Değişik alt toplum ögelerinden oluşan birliğin ortak adının Türk olması ise çok açıktır: En azından onbirinci yüzyıldan beri Anadolu ve Rumeli’nde en yaygın konuşulan dil Türkçe’dir; ayrıca Türkçe diğer küçük dil kümelerinin bütün Anadolu’da kaynaşmasına neden olan ortak anlatım kanalı olmuştur. Ozankaya 12. ve 13.yüzyıllardan beri Anadolu’ya “Türkiye” adını verenlerin ise ne Selçuklu, ne de Osmanlı yönetimi

olmadığı, bu nitelemenin doğrudan doğruya Avrupalılar tarafından verildiğini vurgular [12].

Milliyetler ilkesi en büyük darbelerinden birini Osmanlı İmparatorluğuna vurmuştur: 1830’da Yunanistan’ın bağımsızlığını tanıyan Osmanlı Devleti’nden, daha sonraki yıllarda Sırbistan, Romanya, Bulgaristan, Arnavutluk birer birer kopacaktır [2]. Uluslaşma süreci, zincirinden boşanmış bir halka gibi devam eder; Avusturya-Macaristan İmparatorluğu aynı akıbete uğrar. 1830’da Belçika bağımsızlığını kazanır, 1920’de İrlanda İngiltere’den ayrılır. Bu arada iki yeni güç olan İtalya (1870) ve Almanya (1871) ortaya çıkmıştır [2].

III. TÜRKİYE’DE SİNEMANIN ORTAYA ÇIKIŞI ve GELİŞMESİ

Uluslaşma süreci, Fransız veya Alman yorumuna göre ele alınsa da, birbiriyle bir arada yaşamasına uygun kültürel koşulların olduğu insanlardan oluşan “ulusal devletleri” ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda kültürel düzenlemeler, ekonomik koşulların paralelinde daha fazla yapıstırıcı işlevler görmektedir. Kültürün en önemli ögelerinden olan sanat, ulusal oluşumların ortaya çıkması sonrasında, tıpkı halkların kendi kaderlerini tayin etme haklarında olduğu gibi, kendi duyuş, düşünüş ve görüşlerinin bir ifadesi olarak da vücut bulmaya başlamıştır. Diğer yandan Türk sanatı öteden beri bir sentez arayışıyla ele alınmıştır. Bu arayış sanatın mutlaka geçmişe dönük birikimden referans oluşturmaya gerektiğine inanmış ve sanatla ilgili her türlü yorumu belirlemeye başlamıştır [13]. Yurdumuzda özellikle sinema sanatının gelişimi açısından resim sanatı geleneğinin oluşmadığından bahsedilmektedir. Bununla birlikte doğudaki resim dünyasına ait en eski okulların Orta Asya Türk ve Çin okulları olduğu kaydedilmektedir. 12. ve 13. Yüzyıllardaki Mezopotamya resmi ile Orta Asya Uygur Resmi arasında büyük benzerlikler bulunduğu, İran’da yapılan minyatürlerin ilk karakterlerinin de Orta Asya resim karakteri olduğu ve Herat okulunda Türk ustalarının önemli bir yer tuttuğu belirtiliyor. Osmanlı dönemi başında Anadolu’da resim okulları olduğu, buralarda İran’dan gelen sanatçıların etkili olduğu ve Osmanlı Türklerinin yaptığı resimlerdeki hususiyetlerin başka ülkelerde pek görülmediği belirtilir. Osmanlı Türklerinin doğa zenginliği ve güzelliği içinde yaşamakla birlikte bunu resimlerine yansıtmadıkları, asıl anlatmak istedikleri konuya önem verdikleri ifade ediliyor [14]. Türkiye Cumhuriyeti’nin kurucusu Atatürk’ün başlattığı ve devrimleri olarak adlandırılan dönüşümlerin uzantısında, kültürel yapıdaki gelişmelerin de başladığı görülmektedir. Bu süreç içinde kökeni açısından ülkemizde bir geleneği olmayan, daha önce hiç uygulanmamış ya da sarayda temsil edilen (opera, bale, klasik müzik, v.b) sanatlarda yavaş yavaş gelişmeye başlamıştır. Bu bakış açısından hareketle, sinema

sanatının Türkiye’de tamamen Batı kaynaklı sanatların başında geldiğini belirtmek gerekir. Sinema yazarı Nijat Özön, Bülent Vardar’ın 1984 yılında kendisiyle Ulusal Sinemaya ilişkin yapmış olduğu söyleşide şu görüşleri belirtmektedir: sinema doğrudan doğruya batıdan gelen hemen hemen tek sanat. Çünkü öbür sanatlara, örneğin resme ya da tiyatroya baktığımızda, Türk kültüründe daha eskilerde batılı anlamda resim, batılı anlamda tiyatro olmasa da, onların doğulu anlamda bir geçmişi, bir geleneği var. Oysa sinemanın böyle bir geçmişi, geleneği yok bizde. Bütün dünyada gerçekleştirildikten az sonra, önce gösterim olarak, epeyce sonra da yapım olarak batıdan giriyor Türkiye’ye. Üstelik doğrudan doğruya devlet eliyle başlıyor, özel bir girişim olarak bile başlamıyor [15].

Sinema bilimsel çalışmaların ışığında gelişen teknik bir buluş olarak 19.yy’ın sonlarında ortaya çıkmıştır. İnsanoğluna yaşamın aslına uygun bir suretini, fotoğrafla elde etme başarısı yetmemiştir. Hareketin aslına uygun bir şekilde elde edilme isteği ve pek çok araştırmacı ve bilim adamının çalışması, Fransız Lumière Kardeşlerin geliştirdiği Cinematographe aletiyle vücut bulmuştur. 28 Aralık 1895 tarihinde ilk halka açık gösterimin Paris’de “Grand Cafe”de yapılmasıyla sinema bütün dünyada çok kısa sürede tanınan bir buluş haline gelmiştir. Sinema doğduğu ülkelerde yıllar boyu çeşitli aşamalar geçirerek gelişen, kitlesel bir iletişim aracı ve endüstri dalıdır. Sinema endüstrilerinin kurulup, işlenmesi her ülkede önemli mücadeleler zincirinin sonucudur [16].

Ülkemize sinemanın ilk kez girişi ise 1896 yılında olmuştur. Lumiere kardeşlerin dünyanın dört bir yanına gönderdikleri kameramanlarından Alexandre Promio, 1896 tarihinde ülkemize gelmiş ve Cinematographe’la bazı çekimler yapmıştır. Hatta bu çekimlerde sinema tarihinde kaydırma denilen hareket, Venedik’ten sonra ikinci kez İstanbul’da denenmiştir. Sinema ülkemize oldukça erken bir sürede girmesine karşın, ne yazık ki ülkemizdeki gelişimi aynı hızı yakalayamamıştır. 1897 yılında ilk kez Osmanlı sarayında düzenlenen film gösterilerinden sonra, aynı yıl Sigmund Weinberg’in, ilk kez ülkemizde halka açık film gösterimini düzenlediği genel olarak kabul görse de; ilk gösterinin afişlerinde Weinberg ismine rastlanmaktadır. Bu durum, ilk gösterinin Weinberg tarafından yapıldığı bilgisine şüpheyle yaklaşılması gerektiğini düşündürmektedir. Bu gösteriler, Beyoğlu’nda bulunan Sponeck Biraşanesi’yle, Anadolu yakasındaki Fevziye Kiraathanesi’nde düzenlenmiştir. Sinema Türkiye’ye, bulunışundan kısa bir süre sonra girmiş olsa da, sinemanın üretim ve gösterim alanlarında aynı hızla gerçekleşmemiştir. Ülkemizde 1908 yılına kadar düzenli film gösterileri de yapılamamıştır. Bunda devrin Padişahı II.Abdülhamit’in suikast korkusundan dolayı, İstanbul’da elektriği yaygınlaştırmadığı söylenmektedir. Bu yüzden ilk düzenli film gösterileri oldukça gecikerek 1908 yılında gerçekleştirilmiştir. Halkın sinemaya gösterdiği rağbeti

göz önüne alan Weinberg, 1908’de, Türkiye’deki ilk sinema olan Pathé Sineması’nı yaptırdı. Bunu Beyoğlu’nda yapılan “Palas Sineması”, “Majik Sineması” gibi salonlar izledi [17]. Bu tarihten sonra İstanbul’da, İzmir’de yeni sinema salonları açılarak yerleşik film gösterimi ülkemizde hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır. Yerleşik film gösteriminin yayılmasının, ulusal bir sinemanın oluşumu açısından da önemi yadsınamaz.

Ülkemizde ilk film yapımı da oldukça geç başlamıştır. 1914 yılında Osmanlı İmparatorluğu Almanya’yla birlikte I.Dünya Savaşına girmiştir. Savaşa girişi geniş kitleler açısından çöşkulu bir hale getirebilmek için, 1876-1877 Osmanlı-Rus savaşında, Rusların İstanbul’da bugünkü Yeşilköy (Aya Stefanos)’e kadar ilerlemelerinin anısına diktirdikleri anıt yıktırılmıştır. Böylece 14 Kasım 1914 tarihinde, o esnada yedek subaylığını yapmakta olan Fuat Uzkınay’ın kameramanlığını yaptığı “Aya Stefanos’taki Rus Abidesinin Yıkılışı” isimli 150 m.’lik belge film çekilmiştir. Ne yazık ki bu filmin her hangi bir kopyası günümüze kadar ulaşamadığından ya da çekildiğini söyleyenlerin görüşleri somut belgelerle desteklenmediği için, bu filmin varlığı şüphelidir. Bununla birlikte ülkemizdeki pek çok sinema tarihçesine göre bu film ülkemizde çekilmiş ilk film kabul edilmektedir. Diğer yandan süreç içinde, Yunanlı yönetmen Theo Angelopoulos’un “Ulysses’in Bakışı” filminde değindiği Maneki Kardeşlerin, 1907 yılından başlayarak çektikleri belge filmler bulunmuştur. O tarihlerde Osmanlı uyruğunda olan Milton ve Yanni Manaki Kardeşler, Sultan V.Mehmet Reşat’ın bazı gezilerini belge film olarak çekmişlerdir. Sonradan kopyalarının ülkemize getirildiği bu filmlere karşın, ülkemizde sinema henüz “Aya Stefanos’taki Rus Abidesinin Yıkılışı” ile başlatılmaktadır.

1915 yılında Enver Paşa, Almanya’ya yaptığı bir gezide, Alman ordusunda yaptığı incelemeler sırasında, Almanlar’ın sinemayı etkili bir propaganda ve eğitim aracı olarak kullandıklarını farketmiştir. Enver Paşa, ülkeye dönüşünde hemen Osmanlı İmparatorluğu içinde bir sinema dairesinin kurulmasını emretmiştir. 1915 yılında, başında Sigmund Weinberg’in bulunduğu, yardımcılığını ise Fuat Uzkınay’ın yaptığı “Merkez Ordu Sinema Dairesi” kurulmuştur. Böylece ülkemizde ilk kez bir film yapımevi, devlet eliyle kurulmuştur. Bu aynı zamanda ülkemizde sinemanın da Batıdan gelen diğer sanatlar gibi devlet eliyle kurulduğunu göstermektedir. 1923’te yeni Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasıyla birlikte yeni yönetim, Batılı bir ulus-devlet olma projesi amacıyla bale, tiyatro, klasik müzik gibi sanat dallarına tam destek verir. Devlet Tiyatrosu ve Balesi, Cumhurbaşkanlığı Senfoni Orkestrası bu dönemde ortaya çıkarlar. Sinema pahalı ve masrafları tahmin edilemeyen, ayrıca ideolojik kullanımı da kolayca kontrol altına alınamayan bir sanat dalı olduğundan dolayı devletten

destek görmez [18]. Sinemanın başlangıç ve sonraki yıllarında devletten destek görmemesini salt ideolojik tavırlara bağlamak soruna tam anlamıyla doğru bir yaklaşım oluşturmayabilir. Kaldı ki Nizamettin Nazif, 1933 yılında 7 Gün dergisinde yazdığı bir makalede sinema alanında olası devlet rekabetini bir tehlike olarak gördüğünü şu sözlerle belirtmektedir: devletin Ankara'da bütün modern vasıtalarla mücehhez büyük bir stüdyo açmaya karar verdiğine dair olan şayialara inanmak lazım geliyor. Böyle, iki üç stüdyo azami randımanla çalışmış olsa bile mevcut ihtiyaç gene kolay kolay temin edilemez. Binaenaleyh, henüz hiçbir şahsi teşebbüs için tehlikeli bir hükümet rekabeti mevcut değildir [16]. Bu yorum sinemanın ülkemizde gelişmeye başladığı yıllarda, devletin kendince belirlediği ideolojik tehlikeler nedeniyle sinema alanına destek olmadığı görüşünün yanında, kârlılığın yüksek olduğunu fark eden özel girişimcilerin de, devleti sinemadan uzak tutmak için özel ilişkiler geliştirmiş olabileceğini akla getirmektedir.

Ülkemizde film yapımının düzenli bir şekilde sürebilmesi için, sinemanın Türk topraklarına girişi olan 1896'dan sonra uzun zaman geçmesi gerekmiştir. Enver Paşa'nın kurdurduğu Merkez Ordu Sinema Dairesi'nin başında bulunan Weinberg, girişken bir sinema adamı idi. Yurdumuzda başkaca sinema kuruluşu olmadığı için, konulu filmler de çevirerek halka gösterilmesine önayak oldu. Bunun için savaşta, İstanbul'da gösteriler yapan Benliyan'ın "Milli Operet" kumpanyasıyla anlaştı; ve bu kumpanyanın repertuarında bulunan "Leblebici Horhor"la "Himmet Ağanın İzdivacı"nı filme almayı kararlaştırdı [17]. 1916 yılında Weinberg'in çekmeye başladığı "Himmet Ağa'nın İzdivacı" filmi, oyuncularının askere alınması nedeniyle, bir başka girişim olan "Leblebici Horhor" ise, başrol oyuncusunun filmde oynamak istememesi yüzünden yarım kalmıştır. Sonra, 1896 yılında kurulan yarı askeri bir dernek olan Müdafaa-i Milliye Cemiyeti tarafından öykülü film girişimleri devam etmiştir. Bu derneğin çektiği ilk filmler Sedat Simavi'nin yönettiği "Pençe" (1917) ve "Cusus" (1917) dur. Dikkat edilirse, dünyada filmcilik alanında ilk örgütlenmeye başlayan ülkelerden olan Amerika'da, 20.yy'ın başlarında Edwin S.Porter ve David W.Griffith'in ilk öykülü uzun metraj filmlerini çoktan çektiği yıllarda, bizde henüz öykülü film çekme girişimlerinin yeni başladığına tanık olunabilir. Ayrıca film üretimi açısından yaklaşık yirmi yıl boşa geçmiştir. Bu olguda şüphesiz belli faktörlerin rolü vardır. Öncelikle ülkemizde film çekimi açısından bir yatırım yapılmadığı gibi, bu alanda yetişmiş sanatçı (yönetmen, oyuncu, senarist, görüntü yönetmeni) ve teknik elemanlar da yoktu.

Türkiye'de düzenli film üretimi, 1922'den başlayarak Tiyatrocular Dönemi diye bilinen dönem içinde gelişmeye başlamıştır. 17 yıl süren bu dönem içinde, ülkemizde nicel açıdan bir ilerleme söz konusu olsa da, nitel açıdan aynı şeyi söylemek kolay olmayacaktır. Bu dönemde ortama egemen olan kişi,

tiyatrocı olan Muhsin Ertuğrul ve genel sanat yönetmenliğini yaptığı Dar-ül Bedayi' (İstanbul Belediyesi Şehir Tiyatroları) dir. Sinemamızın bu döneminde ki olumlu gelişmelerden biri, iki özel film yapım evinin kurulmasıdır. Önce kurulan Kemal Film, 1922 yılında film yapıcılığına başlamış, daha sonra kurulan İpek film ise 1928'de yapıcılığa başlamıştır. Muhsin Ertuğrul'un tek yönetmen olarak film çektiği bu dönemde, sinemamız da görüntü dili yerine, teatral anlatım egemen olmuştur. Sinemamızın değerli yönetmenlerinden Ö.Lüfi Akad bu durumu şu şekilde açıklamıştır: bir sahneyi filme almakla, bir sahneyi sinema diline göre anlatmak arasında büyük fark var. [19]. Ayrıca Ertuğrul dönemindeki sinemada, bir tiyatro topluluğunun sahne ve dekor tasarımı, oyunculuk ve makyaj anlayışı gibi teatral öğeler sinemaya taşınmıştı.

Bununla birlikte Tiyatrocular döneminde sinemamız için olumlu gelişmeler de olmuştur. Bunların başında 1922'ye kadar düzensiz ve disiplinsiz olan bir ortamda, Muhsin Ertuğrul düzenli ve disiplinli bir ortam yaratarak film yapımının başlamasını ve sürmesini sağlamıştır. İlk kez bu dönemde Batıdaki benzerleri gibi tam donanımlı bir film stüdyosu (İpek Film Stüdyosu) açılmış ve filmlerin çoğu stüdyoda çekilmeye başlanmıştır. Ayrıca gene Muhsin bey döneminde ilk sesli Türk filmi çekildiği gibi, diğer yandan ilk kez Türk kadın oyuncular filmlerde rol almaya (Ateşten Gömlek, 1923) başlamıştır. [20]. Türkiye'de ulusal temaların gündeme geldiği ilk filmler Ertuğrul tarafından çekilmiştir. Bu filmlerin ilki 1923 yılında çektiği Ateşten Gömlek'tir. Ateşten Gömlek, Kurtuluş Savaşı'na da katılmış bir Türk kadını olan Halide Edip Adıvar'ın bir romanıdır. İzmir'de kocası ve çocukları öldürüldükten sonra İstanbul'daki akrabalarının yanına gelen, sonra da Kurtuluş Savaşı sırasında Anadolu'ya geçen Ayşe'nin öyküsünü anlatır film... Filmde Ayşe'nin kişiliğinde vatan sevgisi ile kadın sevgisini birlikte tanıyan üç subayın öyküsü de verilir [17]. Ateşten Gömlek, Türk sinemasında ilk kez milli duyguları coşturan konusu olan bir filmidir. Aslında Ertuğrul döneminde, Cumhuriyetin kuruluşundan sonra Atatürk'ün ulaşmasını hedeflediği amaçlar bağlamında Çağdaşlık ilkesi ve dolayısıyla Batıya yüzümüzü çevirme hedefi, Tiyatrocular Dönemi'nin filmlerinde, dolayısıyla Ertuğrul'un filmlerinde dikkat çeker. Bu filmlerin sinema dilini bir tarafa bırakırsak, genelde hedeflenen modernizm anlayışında Türkiye görüntüleri içerdiği söylenebilir. Ertuğrul, daha önce tanımladığımız ulusal birliği kurulmuş Genç Türkiye Cumhuriyeti'nin, ulusal duyguları pekiştirme bağlamında ki ilk kurmaca sinema örneklerini vermiştir. Bu açıdan ele alınabilecek diğer film ise "Bir Millet Uyanıyor" (1932) dur. Hatta bu filmin içinde Atatürk'ün kısa bir görüntüsüyle yer almayı kabul etmesinin karşın, filmde beklediği sonucu alamayınca sinemadan desteğini çektiği kabul edilir. Asker devşirilerek oluşturulan ulusal mücadele veren ordunun zafere ulaşma çabalarını konu edinen film, Türkiye'de daha sonra çekilecek Kurtuluş Savaşı konulu filmlerin de

en başarılı örneklerinden olmuştur..

IV. 27 MAYIS 1960 İHTİLALİ ve TOPLUMSAL GERÇEKÇİ SİNEMA

Sinemamızda ulusal arayışları salt sanat yapıtı bağlamında değil, aynı zamanda kuramsal zeminde tartışma dönemi, Türk Sineması'nda Sinemacılar Dönemi olarak bilinen dönemde ortaya çıkmıştır. Sinemacılar Dönemi, 1952 yılından itibaren fiilen başlamış olarak kabul edilen bir dönemdir. Bir önceki dönem olan Geçiş Dönemi, Tiyatrocular Dönemi'nden sonra ortaya çıkmış bir dönemdir. 1939'da başlayan bu dönem II.Dünya Savaşı'nın başlangıcına da denk düştüğü için, sinemamızın yapması beklenen atılıma fazla destek olamamıştır. Bu dönemde sesli film çekme alışkanlığı kaybedilmiş ve bir dublaj endüstrisi kurulmuştur. Hatta bazı Mısır filmleri Türkçe'leştirilerek seyirciye Türk filmi diye sunulmuştur.

Türk sinemasında sinema dili açısından radikal denilebilecek değişimler, fiilen 1949 yılında Ö.Lütfi Akad'ın yönettiği "Vurun Kahpeye" filmi ile başlamıştır. Bu dönemde önceki dönemlerin sorunları tümüyle aşılammış bile olsa, sinema açısından en önemli gelişme sayılabilecek sinema dilinin öğrenilmesi süreci başlamıştır. Akad'ın dediği gibi bu dönemdeki filmler bir sahnenin sinema diliyle anlatılması açısından öne çıkmaktaydı. Bu dönemde ayrıca yapımevi sayısındaki artış ve 1948 yılında filmlerden belediye rüsumu olarak alınan oranın azalmaya başlamasıyla, film sayısında gözle görülür bir artışa, hatta 1960'lardan sonra bir film enflasyonuna yol açmıştır. Türk sinemasında toplumsal arayışlar, ona kaynaklık edebilecek toplumsal yapıdaki değişimler ülkemizin toplum hayatında, kültür ve sanat dünyasında 1960'lardan sonra başlamıştır.

Ülkemizde sinemacılar döneminin ikinci döneminde, özellikle 1960'dan sonra Türk sineması artık öykü anlatma problemlerini çözmüştü. Bu dönemde film eleştirmenliğinin ve ciddi sinema yayınlarının da başladığı gözlenmektedir. Bu dönemde irili ufaklı pek çok ülkede ulusal sinemalar ortaya çıkmıştır. Avrupa'da, Latin Amerika'da ve Uzakdoğu'daki birçok ülkede ulusal sinemalar serpilip boy atmaktaydı. Bu ülkelerin ortak özelliği hemen hepsinin doğrudan savaşa katılmasıydı. Savaşın acıları bu ülkelerde ulusal bilinci geliştirmiş, savaştan önceki toptancı düzenlerin değişmesi yolunda değişiklik istekleri yaratmış ve demokrasi düzeni bu ülkelere yerleşmeye başlamıştı [20]. Belirtilen dönemin izdüşümünde Türkiye'de demokrasiyi yerleştirme çabaları sürmekteydi. Bu süreçte sinemaya devlet vergi ve sansür düzenlemesi dışında ilgi göstermemişti. Devletin sinemayı korumaya yönelik yaptığı vergi indirimleri ise olumsuz yönde işleyerek niteliksiz film patlamasına yol açmıştı. Türkiye'de 1962'den itibaren yerli film sayısı artmış, yabancı film sayısı genel olarak yükseldiği halde 1961 yılındaki sayısından düşüş göstermişti. Nüfustaki

yüzde 30'luk artışa karşılık film sayısında yüzde yüze yakın bir artış oluşmuştu...1965'e doğru film sayısındaki artışa paralel olarak film başına seyirci sayısı düşüşe geçmişti. 1960'da 81 yerli film çekilmişken, 1971'e gelindiğinde sayı 265'e ulaşmıştı. Seyirci sayısı arttığı halde film enflasyonu nedeniyle film başına seyirci azalmaktaydı [21].

Türkiye'de Sinema alanında ulusalcı arayışları ele alırken, bir zincirin halkaları gibi birbirini takip eden olgular üzerinde kısaca durmanın gerekli olduğuna inanıyorum. Bu olguların başında toplumsal içerikli sinema gelir. 27 Mayıs 1960 ihtilaliyle, Türkiye'de bir sayfa kapanıp, yeni bir sayfa açıldı. Bu sürecin etkileri toplumsal yaşamımızın değişik boyutlarıyla ele alındığında söylenebilecek, eleştirilebilecek veya onaylanabilecek pek çok olgudan bahsedilebilir. Ama sorunu kültürel atmosfer, dolayısıyla sinema endüstrisi ve sinema sanatı açısından ele aldığımızda, genellikle sinemacılar döneminin ikinci dönemi olarak kabul edilen bu döneme, ihtilal sonrası düzenin yansımaları olumludur. Aslında bir ihtilalin, o ülkenin sineması için olumlu bir sürecin başlangıcını hazırlaması bir paradoks olarak görünse de, 27 Mayıs İhtilali, Türk sineması için olumlu bir ortamın hazırlanmasına katkı sağlamasından dolayı olumlu bir işlev taşımaktadır. Ulusal sinema düşüncesinin kuramcısı Halit Refiğ'in bu konudaki düşünceleri şöyleydi: 27 Mayıs ve 61 Anayasası şartları benim sinemada düşündüklerimi yapmamda yardımcı oldu. O atmosfer içinde, o zamana kadar, Türkiye'de sinema alanında yapılmamış olan bir şeyi yapma imkanı ortaya çıktı.Yani toplumsal gerçeklerimiz nedir? Türk toplumunda sosyal sınıflar var mıdır, yok mudur; aralarındaki ilişki nasıldır? Ekonomik ilişkiler, üretim şartları nedir? Oluşan yeni ortamda biz filmlerimizde bunları anlatmaya gayret ediyorduk [22]. Sinemanın ilk yıllarında Türkiye'de M.Kemal'in ilgisiyle SSCB'den getirilen iki sinemacıya Kurtuluş Savaşı'nı ve Cumhuriyet'i anlatan belgeseller yaptırılmış ama Türk Sineması, Cumhuriyet'in ilk yıllarında, SSCB'de sinemanın üstlendiği rolü oynamak, siyasi bir misyon üstlenmek bir yana, bir sanat dalı olarak dahi gelişme imkanı bulamamış, Cumhuriyet'in kurucu kadroları sinema sanatına gereken önemi vermemiştir.Sinema, daha çok halka yönelik bir eğlence aracı olarak görülür. Buna rağmen, Türk Sineması da, büyük ölçüde Kemalist ideolojiden beslenmiş, filmin hikayesi ne olursa olsun, arka planda Cumhuriyet Halk Partisi'nin "halkçılık" anlayışı ile örtüşen bir toplum modeli resmedilmiştir [23]. 1960 ihtilali ve onu izleyen 1961 Anayasası'yla Türk toplumunda bir umut kapısı aralanmıştı. Yeni anayasayla özellikle düşünce, bilim ve sanat özgürlüğü konularında getirilen düzenlemelerle Türk toplumunun önünde yeni bir yol açılıyordu.1961 Anayasası'nın 20.maddesi Düşünce Hürriyetini içermekteydi. Bu maddeye göre herkes düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir; düşünce kanaatlarını söz, yazı, resim ile veya toplu olarak açıklayabilir ve yayabilir. Kimse düşünce ve kanaatlarını

açıklamaya zorlanamaz [20]. 1961 Anayasası'nın 21.maddesi de Bilim ve Sanat özgürlüklerini içermektedir. Bu maddeye göre de bilim ve sanatı, herkes özgürce öğrenme, öğretme, açıklama, yayma ve bu alanlarda her türlü araştırma hakkına sahiptir.

1961 Anayasası'nın yarattığı umut ortamı içerisinde sinemacılar da işe hevesle sarılmışlardı. Türk Sineması daha önceki dönemlerde olmadığı gibi farklı konulara el atıyor, özellikle toplumsal sorunlara eğilmeye başlıyorlardı. Türk Sineması'nda Toplumsal Gerçekçi Sinema araya Okul olarak nitelendirilen bu dönem 1960-1965 arasında etkinliğini sürdürmüştür. Bu filmlerin yapılmasında sansürün hafiflemesinin de payı büyüktü. Diğer yandan olumlu gibi görüntü veren Toplumsal Gerçekçi Sinema anlayışına ilişkin farklı yorumlarda vardı. Bu dönemdeki başlangıç noktasının Metin Erksan'ın "Yılanların Öcü" filmi olduğunu söyleyen ve Ulusal Sinemanın teorisini olan Halit Refiğ'e göre siyasi hayatımızdaki çatışmaların sinemadaki ilk belirtisi "Yılanların Öcü" olayı oldu...Hiç şüphesiz "Yılanların Öcü"nün film olarak değeri etrafındaki siyasi fırtınalardan çok sinemamıza getirdiği kuvvet aşısından ziyade. "Yılanların Öcü" köy meselelerine, köylünün yaşayışına ve davranışlarına kendinden önceki örneklerde rastlanmayan bir sadelik içinde ve gerçekçi bir açıdan bakmaktaydı. "Yılanların Öcü" olayı vesilesiyle yapılan sansürlü mücadele toplantıları, gene tatbik edilebilir bir formül bulunamamasından dolayı, belli bir sonuca varamamışsa da İnönü'nün fikir hürriyetleri konusundaki titizliği bizlere toplumsal konuları gerçekçi bir açıdan işlemek bakımından cesaret verdi...Türk sineması tarihinde ilk bilinçli sol hareket olan "toplumsal gerçekçilik" hareketi, sağcı basının ve kurumlarının patırtıları ile ilgi toplayıp geliştikten sonra, ölüm darbesini solcu geçinen yazar ve kurumlardan yedi. Sinemamızın 27 Mayıs 1960'ta başlayan bir devresi böylece 10 Ekim 1965'te son buluyordu [3]. Sinema yazarı Nijat Özön ise, olaya şöyle yaklaşıyordu: bu filmleri çevirenlerden bazılarının sonradan taktığı adla bir "toplumsal gerçekçi" akım oluşturduğunu söylemek gerçek dışı bir şey olur. Bunlar ne bir akım oluşturacak ölçüde verimliydi ne de, daha önemlisi, toplumsal gerçekçilik diye adlandırılacak bilinçli, derinlemesine dürüst bir gerçekçilik çabasını yansıtmıyordu. Olsa olsa, sansürün el verdiği ölçüde, toplumsal sorunlara kıyasından köşesinden dokunuyor, hatta çoğunlukla bu da, geleneksel Yeşilçam filminin şurasına burasına birkaç gerçekçi sahne eklemekle yapılmıyordu. Hatta bu işi toplumsal konulu filmler, "moda olduğu için" yapanlar bile vardı [24].

Bu dönemde Toplumsal Gerçekçi niteliği taşıyan bağlamında yapılan filmler arasında Erksan'ın "Gecelerin Ötesi"(1960), "Yılanların Öcü"(1962), "Acı Hayat"(1963) ve "Susuz Yaz"(1963) filmleri sayılabilir. Erksan'ın "Gecelerin Ötesi" filmi, gerçekçilik sürecini başlatması ve sorunları yansıtmaya açısından ilgi çekicidir. Erksan bu filmde, 1950-60 döneminde etkin olan, her mahallede

bir milyoner yetiştirmek felsefesinin yol açtığı büyük ekonomik ve toplumsal sarsıntı içinde suçlu gençlik sorununu ele alıyordu [20]. Erksan'ın "Yılanların Öcü" ve "Susuz Yaz" gibi filmleri Türk köylüsünün ve köyünün sorunlarına gerçekçi açıdan eğiliyordu. 1961 Anayasası'nın sağladığı görece özgürlük ortamında, 1961'de 150 aydının imzası ile yayınlanan Yön Bildirisi'nde Açlığa, işsizliğe çare bulamayan bir rejimin, ne kadar üzerinde titrersek titreyelim, demokrasi olmaktan çıkması ve bir gün çökmesi tabiidir. Türk demokrasisinin yaşatılması, işsizliği ve evsizliği ortadan kaldıracak yüksek bir istihlal seviyesine götüren yolları bulmakla mümkün olabilir denilerek yoksullukla mücadelenin önemi vurgulanmış ve "topraksızlık" sorunu üzerinde durulmuştur [23]. Türk sineması, aynı dönemde köylülerin hikayelerini de benzeri kaygılar/sorunlar üzerine kurarak işliyordu. Bir bakıma Toplumcu Gerçekçi sinemanın önemli bir kısmını köylünün ve köyün sorunları oluşturmaktaydı.

Bu dönemde ilk filmleriyle görsel özelliklere, bireysel üslup denemelerine (Yasak Aşk, 1961), (Seviştığımız Günler, 1961) ağırlık vermiş, sonraki filmlerinde toplumsal sorunları gündeme getiren ve genelde olumlu eleştiri alan sinemacıların bir diğeri ise, sinemaya eleştirmenlikten gelmiş olan Halit Refiğ'di. Refiğ'in, bu bağlamdaki ilk filmi "Şehirdeki Yabancı"(1963)dır. Filmde Refiğ, maden işçilerinin yaşamına, işçiler ile yöneticiler arasındaki çekişmeye değinirken, filmin özünde "yabancılaşma" sorununa değinmektedir. Refiğ açısından filmdeki yabancılaşma dramı üzerine kurulmuştu. Senaryosunu Vedat Türkalî'nin yazdığı filmde, Refiğ ile Türkalî arasında filmin sonuna ilişkin uzlaşmazlık çıkar. Refiğ'in bu bağlamdaki görüşü şöyledir: işçiler için çalışan aydın mühendis bir iftira, bir yanlış anlama yüzünden finalde işçiler tarafından linç ediliyordu. Vedat Türkalî buna şiddetle karşı çıktı. Ve filmin finalinde işçileri bir devrimci güç olarak kullanma eğilimi ağır bastı. Benim içim buna yatmadı, ama itiraz da etmek istemedim. Yani diyelim ki filmin son on dakikası dışında...Neticede benim içime sinmedi o şekilde bitiriş [22].

Bu dönemin gerçekçi bakış açısıyla film yapan yönetmenlerinden Ertem Göreç ise, konut sahibi olma uğrunda varını yoğunu feda eden insanları anlattığı "Otobüs Yolcuları"(1961) ve o dönemlerde yurdumuzda oldukça yeni olan sendikalaşma ve grev konularını ele alan "Karanlıkta Uyananlar"(1965) filmleriyle dikkat çekiyordu. Otobüs Yolcuları, daha çok Yeşilçam kalıpları içinde gerçekçilik ararken, Karanlıkta Uyananlar gerçekçilik bağlamında daha başarılı bulunmuştu.

Bu dönemin gerçekçilik bağlamındaki diğer yönetmenlerinden biri ise Duygu Sağıroğlu'dur."Bitmeyen Yol"(1965) filmiyle köyde ekonomik olarak sömürülen köylünün kentteki durumu

anlatılır. Kente göç yaygın bir hal almıştır. Yeni göç edenler eski göçmenlerin kurduğu mahallelere yerleştirilmektedir [21]. Film yeni bir ortama gelen köylülerin, en azından kendilerinden sonraki kuşağının kurtuluşunun eğitimde olduğu mesajını vermektedir. Diğer yandan "Bitmeyen Yol" filmi de, "yabancılaşma" motifini ele alır. Ancak bunu yaparken, işçilerin dramını mübalağalı bir sefaletle dönüştürerek, açık bir Marksist kasıt taşıdığı için sansürde reddedilir [20].

V. TÜRKİYE'DE ULUSAL SİNEMA ARAYIŞLARI: HALK SİNEMASI, ULUSAL SİNEMA ve ATÜT SİNEMASI

Bu zincirin başlangıç noktasını Halk Sineması kavramı oluşturur. Türkiye'de 27 Mayıs İhtilali sonrası yapılan ilk demokratik seçimler 1965 yılında gerçekleştirildi. AP'nin genel başkanı olarak ilk kez seçimlere katılan Süleyman Demirel, büyük bir destekle AP'yi tek başına iktidara taşımıştı. İnönü'nün görece özgür koalisyon dönemi sonrasında, sinema alanında sansür yeniden Demokles'in kılıcı gibi Türk sinemasının üzerinde sallanmaya başlamıştır. Bu dönemde yaklaşık iki yıl sinemadan uzak kalan Refiğ, uzun süredir üzerinde düşündüğü görüşlerini sonradan bir kuram haline getireceği çalışmalarıyla uğraşmaya başlamıştı. Halk Sineması kuramı ve özellikle Ulusal Sinema kuramı bu süreçte gelişti. Halk Sineması kuramı, Türkiye'de sinemanın, devletin parasal desteğinden uzak, oturmamış yapımculuk kurumu yüzünden filmlere parasal destek sağlayan işletmecilerin, dolayısıyla filmi izlemek için para veren halkın, sinemanın sermayesini yarattığı düşüncesini öne sürer. Refiğ'e göre Halk Sineması kavramı, Türk Sineması'nın hangi şartlar altında meydana geldiğini ve bu kavramın tartışıldığı zamanlara kadar gerek ekonomik açıdan, gerek sosyal açıdan, gerek kültürel açıdan Türk sineması'nın nasıl, hangi temellere dayanan bir sinema olduğunu anlatmaya çalışan bir kavram meselesi idi [3]. Refiğ, Türk Sineması yabancı sermaye tarafından kurulmadığı için Emperyalizmin sineması, milli kapitalizm tarafından kurulmadığı için devlet sineması değildir. Türk sineması doğrudan doğruya Türk halkının film seyretme ihtiyacından doğan ve sermayeye değil emeğe dayanan bir sinema olduğu için Halk Sineması'dır...Halk bu kredisini kestiği anda (Türk filmlerine gitmekten vazgeçtiğinde), Türkiye'de film yapımı kesesine güvenen birkaç babayiğidin yılda yapabileceği iki üç filme iner [3] demektedir. Refiğ, Halk Sineması tanımlamasını yaparken, genelde Türk sinemasının yapım süreçlerini ölçüt olarak ele almaktaydı. Pratikte halk bir filmin yapımıcısı, sermayedarı olmadığı halde ve tıpkı Batı ülkelerinde olduğu gibi filmi seyretmek için bilet alarak sinemaya gidiyorsa da, Refiğ'in üzerinde durduğu gibi Türk sinemasında bu süreçte işler biraz farklı çalışıyordu. Türkiye'de Tiyatrocular ve Geçiş Dönemlerinde kurulan bazı yapım

şirketleri dışında; gelişmiş bir yapımculuk anlayışının oturmadığından bahsedilebilir. Sistem bölge işletmelerinin filmlere vereceği destekle işliyordu. Bu destek de, halktan alınacağı varsayılan paralara ilişkin bono sistemiyle yürüyordu. Yani bir bakıma filmin gerçekleştirilmesi için öncelikle kendi parasını riske eden bir yapımıcıdan bahsedilemezdi. Nitekim Refiğ, Türk sineması, tiyatronun, müziğin, resmin, devletten gördüğü destek ve yardımlardan hiçbiri olmadan, doğrudan doğruya halka dayanarak varolan bir sistemdir. Türk sineması geleneksel halk hikayelerinin, seyirlik gölge ve orta oyunlarının, şenliklerin beyazperdede çağdaş bir yansımasını bulan Türk halkının film seyretme ihtiyacından doğmuştur. Türkiye'de devletin batılama siyasetinin ürünleri olan tiyatro, müzik, resim gibi sanatlar ile, batılasmaya pasif bir direnme gösteren halkın bünyesinden doğan sinema pek tabiidir ki çok ayrı çizgilerde bulunmaktadır [3] diyerek görüşünü ortaya koymaktadır. Refiğ, uzun yıllar önce yazmış olduğu Ulusal Sinema Kavgası adlı kitabında bu yöndeki görüşlerini belirtmiş ve aradan geçen yıllara karşın, zamanın kendisini yanıltmadığını, doğruladığını vurgulamıştır [25].

Refiğ'in bu Halk Sineması kuramına karşılık ise, sinema yazarı Nijat Özön bu bağlamda farklı düşünmekteydi. Özön'e göre: Sinema tarihi göstermiştir ki, belli bir dili konuşan kalabalık yığınlar varsa, bunların gereksinmesini karşılayacak film yapımı da er geç doğar; hatta film sayısı yönünden, çok gelişmiş, aşırı endüstrileşmiş, daha köklü sinema geleneği olan ülkeleri bile aşar. Ama yine bu sinemaların ürünlerinin ezici çoğunluğu, hala Hollywood özentisi ürünlerdir, kimsenin bir "halk sineması"ndan, ulusal sinema'dan söz açmaya dili varmaz...Türk izleyicisinin, sermaye birikimi olmayan yerli sinema endüstrisine kredi sağladığı savıysa, ekonomiden de, sinema endüstrisinin işleyişinden de habersizliğin ta kendisidir. Duyan da sanır ki, yerli film izleyicisi anonim ortaklık, halka açık ortaklık ya da kooperatif kurmuş, tasarı halindeki filmler için yapımıcılara kredi sağlıyor. Oysa bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de İstanbul'da yabancı film izleyicisi olan üç beş yüz "abonman bileti" müşterisinin dışında izleyici, çevrilmiş film için bilet parasını sinemaya giderken öder. Oynatımçıların ya da dağıtımçıların yapımıcıya avans vermesi, kredi açmasıysa bambaşka bir konudur. Bu, dünya sinema endüstrisinde oynatım ve dağıtım kolları ortaya çıktığından beri yapımçıların her vakit başvurduğu kredi sağlama yöntemlerinden biridir. Ama bundan dolayı bir "halk sineması"ndan söz açmak kimsenin aklının ucundan geçmemiştir [15]. Kapalı bir ekonomik yapısı olması ve sermayeye değil emeğe dayanan Türk sinemasının bu özellikleriyle bir "halk sineması" sayılıp sayılmayacağı yönünde Sencer Divitçioğlu ise bu nitelendirmenin mantıken bir anlamı olmadığını vurgularken halk sineması tanımlaması hakkında şu görüşleri belirtmiştir: Eğer Türk sinemasında sermaye-yoğun bir üretim tekniği kullanılsa idi "halk

sineması” yapılmaz mı? Ya da, her emek-yoğun üretim tekniği “halk sineması”nı yaratabilmekte mi [26]?

Halk Sineması kuramının daha çok Türk sinemasının üretim koşullarının oluşumu açısından ele alınması söz konusudur. Refiğ'e göre, büyük sermaye Türk sinemasına neredeyse hiç girmemiş, buna karşın televizyona girmiştir. Büyük sermayenin sinemaya bir kez 1952-53 yıllarında Yapı Kredi Bankası aracılığıyla girdiğini ve Muhsin Ertuğral'a *Halıcı Kız* isimli ilk renkli Türk filmi çektiği zaman göz kırptığını belirten Refiğ, büyük sermayenin sonuçlarını alamayınca sinemadan çekildiğini vurgular. O'na göre bankalar hiçbir zaman Türk sinemasına sermaye desteği vermemişlerdir. Türk sinemasının hep tefecilerle çalıştığını, hiçbir zaman büyük bir sermaye kuruluşunun film yapımına girmediğini vurgulayan Refiğ; bu yüzden Türk sinemasının kendi finansman kaynaklarının dünya görüşünü yansıtır hale geldiğini belirterek, “Halk Sineması” tanımı içinde bu olgunun da olduğunu söyler [22]. Diğer yandan Halk Sineması kavramı Refiğ için halkı eğlendirmek için yapılan sinemadır. Refiğ, bu durumu küçümsemediğini tam tersine böyle bir film yapma yönteminin mesleğini yapabilmesinin olanağını verdiğini söylemektedir: Ben ona düşman değilim, ama ben ondan farklı bir şey yapmaya çalışıyorum, Yani ben insanlara hoşça vakit geçirme gayesiyle film yapmak değil, aynı zamanda kendi toplumları, kendi hayat şartları hakkında gerçeği gösterebilme gayesindeyim [22] demektedir.

Halk Sineması tartışmalarının yapıldığı dönemlerde, sinemamızda eş zamanlı olarak film üretme koşullarını ve seyirciyle olan ilişkisini değerlendirme bağlamında ATÜT sineması tartışmaları da ortaya çıkmıştı. ATÜT sorunu üzerinde çalışan ve “Asya Üretim Tarzı ve Osmanlı Toplumunu” isimli bir kitabı da bulunan Sencer Divitçioğlu, ATÜT ve Türk sinemasını ilişkilendirme yaklaşımını ele alırken, Asya Üretim Tarzı ve Osmanlı Toplumunu adındaki kitabının önemli bir soruyu ortaya atmak için yazıldığını, amacının konuyu çözümlenmek olmadığını belirtmiştir. Divitçioğlu'na göre Türk toplumu klasik Batı derebeyi üretim biçiminden geçmedi ise bunun nedenlerini ortaya koymaya çalışırken,

1- Ekonominin evrimi açısından:

- a) İçsel diyalektik ve
- b) dışsal diyalektik nasıl işler,

2- Üstyapı kurumları, özellikle zihniyet nasıl bir oluşma gösterir;

sorularına yanıt aranması gerektiğini vurgular. O'na göre bu sorulardan hiçbirine henüz yanıt bulunamamıştır. Dolayısıyla, Asya Üretim Tarzı denilen şema ile Türk

sineması arasında derhal ve doğrudan bir ilişki kurmak biraz ivedi olmaktadır. Divitçioğlu yapılması gereken tek şeyin ise kendimize dönmekten, kendimizi aramaktan geçtiğini söyler [26].

Refiğ'in Halk Sineması paralelinde ele almaya başladığı Ulusal Sinema kuramı, onun aynı zamanda Kemal Tahir'le oluşturduğu yakın ilişkinin desteğiyle de şekillenmeye başlamıştı. Ulusal Sinema düşüncesinin temelinde, ülkemizde Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte hızlanan, aslında Osmanlı'nın son dönemlerinde hedeflenmeye başlayan Batılılaşma olgusunun, toplumsal yapıda yarattığı uyumsuzluk problemi yatar. Aslında bu yaklaşım bir bakıma toplumundan kopmuş, yabancılaşmış aydınının sanat anlayışını, eleştirilerini hedef alıyordu.

Kemal Tahir Batılılaşmaya karşı çıkarken, Türk toplumunun batılı toplumlardan ayrı bir yapısı olduğuna, batılılaşmanın toplumumuzu bütünü bir çöküntüye götürdüğü, çıkış yolunu tarihsel özelliklerimizde ve halkımızda aramak gerektiğini savunuyordu. Türk toplumu Batılılaşmadan (ya da onun deyiimiyle 'Batılaşmadan') bu yana, 'çift gerçekli' bir toplumdur; ulusal kültürümüzün 'bütünsel' olarak belirlenmesi ise ancak Türk gerçeğinin, ulusal gerçeğin kavranmasıyla, yani, somut gerçeğin zihinsel olarak yeniden üretilmesiyle sağlanır. Kemal Tahir, ulusal felsefelerin tarihsel oluşumlarını üretim ilişkilerinden soyutlayarak düşünme olanağının bulunmadığını bilmektedir.(...) Kemal Tahir'in Batılılaşmaya karşı çıkması, bürokrat ideolojinin kültür alanında Türk gerçeğini, batı toplumlarındaki alt yapı çatışmalarının belirlediği, batıya özgü kavram ve zihin kategorilerine göre “yeniden üretmeye” kalkışmasını yanlış bulmasındandır [27].

Refiğ, 1965 yılında Sinema 65 dergisinde “Türk Sineması Nedir” başlıklı bir yazı dizisine başlamıştı. Gerçeklik Duygusu adlı ilk yazısında Türk sinemasını eleştirenleri gerçekleri bilmemekle itham etmişti. Refiğ, sinema eserinin sadece estetik ve fikri bir olay olarak değil, ekonomik ve sosyal bir olay olarak da incelenmesi gerektiğini belirtiyordu [21]. Halit Refiğ'in 1966-1967 yıllarında görüşleri özellikle Ulusal Sinema diye tanımlanan bir düşünce biçimini almaya başlamıştı. Refiğ'in bu yönde düşünceler üretmesinde daha önce vurguladığımız gibi Kemal Tahir'in de büyük etkisi vardı. Klasik Marksist kuram çerçevesinde düşündüğü bilinen ve kendisinin de özellikle Marksizm'e ilişkin düşüncelerinde değişimler oluşsa da, Kemal Tahir, “Devlet Ana” romanını yazıncaya kadar düşünsel değişimlerini somut biçimde ortaya vurmamıştı. Refiğ'e göre sinemacının kendini ifade edecek şekilde film yapabilmesi için devletin desteğine ihtiyacı vardır. Aksi takdirde piyasanın koşulları içinde yapılan filmler Halk Sineması tanımlaması içinde kalacaktır. Yani filme yatırılan paranın geri alınabilmesi için halkın hoşuna giden filmler yapılacaktır. Bu yaklaşım eleştirmenler açısından daha önce de vurguladığımız gibi sert

eleştirilene uğrayacak, yüzeysellikte suçlanacaktır. Diğer yandan bu tür bir sinema anlayışını savunmakta, Refiğ ve diğer sinemacılar çok da haksız değillerdir. Çünkü Türkiye de Refiğ'in de sık sık vurguladığı gibi halkın kolektif bilinçaltının oluşmasını temsil eden değerleri tam anlamadan, ideal olarak hedeflenen yaşam tarzlarının, örneğin Batılılaşma, günümüzdeki tezahürüyle AB üyeliği gibi süreçler kolayca gerçekleşmemektedir ve belki de gerçekleşmeyecektir. Şüphesiz bu bakış açısının haklı yanları olduğunu teslim etmek demek, aynı zamanda yaşadığımız ülkede bireyci olmayan, cemaatçi yaşam tarzının aynı zamanda bir geri kalmışlığı temsil ettiği gerçeğini de görmezden gelmek olmamalıdır. Dolayısıyla buradaki ana eksen, özellikle Cumhuriyetle oluşan Türk aydınlanmasının ne ölçüde gerçekleştiği ve ne oranda toplumda bir destek bulduğu yönünde olmalıdır. Refiğ'e göre ulusal bir sinema yapabilmek için Devletin desteğine gereksinim vardır. Nitekim ben "Ulusal Sinema" konusundaki düşüncelerime en uygun konuları devlet finansmanı ile yaptım. Yani *Aşk-ı Memnu* ve *Yorgun Savaşçı* devlet finansmanı ile yapıldı. Halk sektörü bunları ne finanse ederdi ne de bunları seyrederdi. Onun için benim anlayışıma en yakın "Ulusal Sinema", devletin katkısıyla var olabilir. Çünkü ulusallık ancak devlet-halk birlikteliğinde mümkün olabilen bir şey. Yoksa ulusallık olmaz zaten. Tek başına devlet olursa o devlet despotizmi olur. Devletin daha önceki kültür politikasında olduğu gibi. Yani çok sesli müzik alanında, sahne sanatları alanında, devlet tiyatroları, devlet senfoni orkestraları, operalar v.b. Orada bir devlet despotizmi vardı...Öbür taraftan devletin hiçbir desteği, varlığı olmadan, tek başına halk olursa, devletsiz halk olursa, tabii o devletsiz halkın kendine göre başka bir dünya görüşü ortaya çıkıyor. Bir çeşit, devlet tarafından dışlanmışlığın meydana getirdiği, resmi politikaya direnme, karşı koyma meselesi ortaya çıkıyor. Onun için ben, kendi genel siyasi görüşüm itibarıyla devlet-halk karşıtlığından değil devlet-halk bütünleşmesinden yana bir insanım. Kültürde de, ne o şekilde ne öbür şekilde, devletle halkı karşı karşıya getirmemenin, devletle halk arasında bir uyum, bir uzlaşma sağlamanın yararına inanıyorum. Yaptığım işlerde de-becerebildiğim kadar onu tatbik etmeye çalıştım [22] diyerek ulusalcı bakış açısını dolayısıyla Ulusal Sinema'yı oluşturan düşüncelerini açığa vurmaktadır. Ama bu yorumlar arasında şüphesiz itirazı gerektiren yaklaşımlar söz konusudur. Örneğin Cumhuriyetin kurulmasından sonra, ülkemizde Batılı anlamda geleneği olmayan sahne sanatları, klasik müzik, opera v.b gibi evrensel kültürün ürünlerini, çağdaşlaşmayı hedef edinmiş bir toplumda despotizm diye nitelendirmek gibi. Bu sanat alanları ülkemizin kültürel süreçlerinden üretilmemiş olsa bile, bunlarla tanışma gerçekleşince hepsinin reddedileceği, hiç benimsenmeyeceği gibi bir görüşü de akla getirmemelidir. Refiğ, Ulusal Sinema düşünceleri bağlamında, hem başlangıç hem de son dediği ve kuramı için önemli bir örnek olduğuna inandığı "Bir Türke Gönül Verdim" (1967) filmi yapmıştı. Son olmasının nedeni çektiği son

ciddi siyah-beyaz filmi. Başlangıç olması ise Ulusal Sinema düşüncesini ilk kullandığı filmi oluşturdu.

VI. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Türkiye'de tamamen Batı kökenli bir sanat dalı olarak ortaya çıkan ve ülkemizin panoramasını, özellikle kolektif bilinçaltının işlenmesini göstermesi açısından etkili sanatlardan biri olan sinemanın, ülkemizde ulusalcı arayışlara yönelme süreci, 1950'lerden itibaren daha gerçekçi bir görüntü vermeye başlamıştır. Şüphesiz sinemanın Türkiye'de ortaya çıkışından belli bir süre, özellikle Cumhuriyet'in kurulmasından sonra, gerek ulusal sermaye ile oluşturulmuş gösterim düzeneği, gerekse de film yapım süreci, ulusal sinemaya ilişkin bir süreci başlatmıştır. Diğer yandan dikkat çekici bir unsur, Türkiye'de sinemanın düzenli bir üretim sürecine girdiği Tiyatrocular Dönemi'yle, sinema dilini daha başarılı kullanarak film yapan sinemacıların egemen olduğu Sinemacılar Dönemi'nin ikinci yarısında, ulusalcı yaklaşımlardaki farklılıkların göze çarpmasıdır. Tiyatrocular Dönemi'nde, sinemamızda ilk kez milli temalı filmler ve yerel kültürün ilişkilerini yansıtan filmler yapıldıysa da; bu filmlerde öz açısından dikkat çekici öge Cumhuriyeti kuranların hedeflediği ideolojik boyutun, yani batılılaşmaya öykünme boyutunun belirgin olduğudur. Bir başka deyişle daha önce de vurgulandığı gibi, bu dönemde devletin ideolojisiyle çatışmaktan ziyade, uzlaşmak daha öne çıkmaktadır. Halbuki sinemacılar döneminde, gerek bu dönemin ilk kuşak yönetmenlerinden olan Metin Erksan, L.Ömer Akad, Atif Yılmaz gibi yönetmenler, gerekse de ikinci dönemini temsil edenlerden Halit Refiğ, Ertem Göreç ve Duygu Sağıroğlu gibi yönetmenlerin, özellikle 1965'lere kadar resmi ideolojinin sempatiyle yaklaşmayacağı filmler de yaptıkları söylenebilir. Bu filmlerin başlıcaları üzerinde daha önce durmuştuk. Özellikle 1965 sonrası, Türkiye'de sinema alanında bilinçli bir şekilde ulusal arayışların öne çıktığı dönemlerin başlangıcıdır. Şüphesiz bu arayış, Türk sinemasında ki bütün yönetmenleri içine almamaktadır. Ulusal sinema düşüncesi, sinemayı aynı zamanda ülkenin toplumsal koşulları hakkındaki duygu, düşünüş ve anlama çabaları açısından da bir ifade aracı olarak gören yönetmenler açısından savunulagelmıştır. Türkiye'de Ulusal Sinema arayışlarının ortaya attığı esas soru ise Batılılaşma olgusuyla ilgilidir. Yani Türkiye Cumhuriyeti'nin amaçladığı ana hedefin (batılılaşmış, çağdaş Türkiye modeli) kriterleriyle buluşamayan kitlelerin gözüyle dünyaya bakabilmek meselesi. 1950'lerden sonra, ağırlıkla Osmanlı öncesi kültürel referanslara göndermelere tepki olarak ortaya çıkan yeni ve nispeten muhafazakar sayılabilecek bir yaklaşım Osmanlı'yı keşfetti. Bunda, 1960'ların getirdiği "karşı-empyalist" ve "örtülü milliyetçi söylem" in önemli bir payı vardı. Osmanlı'nın ekonomik ve toplumsal düzeydeki anlamının da aynı dönemde keşfedilmesi bu oluşumun bir uzantısıydı [13].

Sanat alanları aynı zamanda bir bilgi üretme sürecidir de. Bu sürecin zaman zaman farklı zeminlere yarattığı katkıdan da bahsedilebilir. Diğer yandan sanat alanları, siyaset alanı gibi günlük yaşamın pragmatizmi içersinde hareket ederek yol alamazlar. Sanatın böyle bir kullanıma da alet edilmesi söz konusu olabilir. Özellikle ülkemizde ve dünyanın pek çok başka ülkesinde de sinema sanatı, üretim koşulları gereği, öncelikle ticari bir nitelik taşımaktadır. Hatta sinema yazarları, düşünürleri filmlere ticari ve sanat sineması diye kategorik yaklaşmaktadırlar. Bu bağlamda geniş kitlelerle ilişki kurma durumu sinemacı açısından her zaman bir gereklilik olarak görünmese de, kimi zaman bir zorunluluğa dönüşebilir. Diğer yandan bir ülkede ulusal nitelikte sanat yapmanın kriterlerinin, salt geniş kitlelerin ilgisini çekmekle bağlantılı olduğunu da düşünmemek gerekir. Ulusal, halkçı bir kimlik arayışının, popülerleştirilmiş bir dünya algısıyla karıştırılmaması gerekir. Şüphesiz günümüzde “Yeni Dünya Düzeni” ve “Küreselleşme” gibi kavramların ortasında klasik ulus devlet olgusu ve bu bağlamda özgün kültürlerin korunması, sürdürülebilirliği daha güçleşmektedir. Bununla birlikte Küreselleşme’nin, özellikle bilgiye ulaşma maliyetlerini neredeyse sıfıra yakın bir seviyeye indirmesi en olumlu yanlarından biridir. Fakat sürecin öteki ucunda ise çokuluslu şirketlerin küresel nemalanma iştahları, dünyamızdaki yerel renklerin her geçen gün solmasına neden olabilecek durumları geliştirmektedir. Avrupa ülkeleri, Avrupa Birliği altında toplanmalarına karşın, kültürel renklerini olabildiği ölçüde koruma reflekslerini canlı tutmaktadırlar. Bu süreçte özellikle sinema sanatı önemli bir işlev taşımaktadır. Bu ülkelerin büyük çoğunluğunda devlet sinemanın ayakta kalması için destek verirken, özellikle bu bilinç, Fransa’da daha gelişmiş ve ulusal bir sinema kurumunun kurulmasına katkı oluşturmuştur. Diğer yandan Avrupa Film Destekleme Fonu (Eurimages) aracılığıyla, Avrupa sinemasının, özellikle Amerikan sineması karşısında varlığını devam ettirebilmesi için katkılar sağlanmaktadır.

Günümüzde, 1965’lerde ortaya çıkan Ulusal Sinema arayışları gibi oluşumlar dikkat çekmemektedir. Bu duruma küreselleşme olgusu bağlamında bakıldığında, anlaşılır nedenleri göze çarpmaktadır. Ekonomilerin küresel bağlantılarla birlikte hareket ettiği ya da etmek zorunda kaldığı bir dönemde, üst yapı kurumu olan kültürün, dolayısıyla sanatın da bu gelişmelerden etkilenmesi kaçınılmazdır. Bugün başta teknolojinin sunduğu olanaklarla dünya, ünlü iletişim kuramcısı Marshall McLuhan’ın küçük köy teorisinin ötesinde, neredeyse küçük bir mahallenin ilişkilerini yaşar durumdadır. Ülkemizin çağın gereksinmelerine paralel olarak üye olduğu (Nato, Avrupa Komisyonu, Gümrük Birliği) ve üye olmak istediği (Avrupa Birliği) savunma, ekonomik ve kültürel örgütlerin, aynı zamanda içişlerine karışmak gibi algılanabilecek değişimleri de gündeme getirmesi kaçınılmaz olmaktadır. Geçmişin kısmi bağımsızlık dönemlerine kıyasla, günümüzün

küreselleşmiş ilişkileri, yerel renklerin, folklorik değerlerin vurgusunu ikincil bir önem sırasına sokmuştur. Günümüzde üretilen Türk filmlerinin neredeyse büyük bölümü gerek “Eurimages”dan, gerekse de ortak yapımcılardan destek alarak çekilebilmektedir. Ortak yapım olanakları sadece günümüzde öne çıkan bir durum değildir. Fakat bugünün koşullarında, endüstrileşme koşullarını halâ daha oluşturamamış sinemamız için de bir filmin çekilebilmesinde neredeyse yaşamsal önem taşımaktadır. Bu bağlamda, bir yapım ortak sermayeli olsa da; yaratıcısının kültürel kimliği ve taşıdığı ulusal özellikler belirleyici olmaktadır. Artık yönetmen Fatih Akın’ın Alman vatandaşı bir Türk olarak film yapması, son filmi “Duvara Karşı”nın Berlin Film Festivali’nde Almanya’yı temsil etmesi önem taşımamaktadır. Önemli olan O’nun öyküsünü hangi duyarlılıkla anlattığıdır. Bireysel ya da topluca yapılan göç dalgaları, bugün dünyanın pek çok ülkesinde birden çok vatandaşlık hakkı olan insan sayısını arttırmıştır. Günümüzde saf bir ulusallık ve onu temsil eden bir kültür anlayışından bahsetmek olanaklı görünmemektedir.

Yönetmen Halit Refiğ’le, 1998 yılında “Ulusal Sinemanın Dünü ve Bugünü” hakkında yaptığımız söyleşide, Sayın Halit Refiğ’in değindiği ve günümüz Türk sinemasını tanımlayan Türkiye’deki sinema kavramı, 1970’lerin ortalarına kadar devam eden ve halkla içiçe geçmiş, sıcak ilişkiler kurmuş Türk sineması döneminin son bulduğunu vurgulamaya yönelik olarak yorumlanabilir. Diğer yandan toplumsal koşulların değişimine paralel olarak ortaya çıkan yeni Türk sinemasının bağımsız karakteri, değişik öykü anlatma şekilleri, sinema dili arayışlarıyla vb. özellikleriyle, Türk sinemasını temsil ettiği yadsınamaz bir gerçeklik olarak görünmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Cem, İ. (1973). *Türkiye’de Geri Kalmışlığın Tarihi*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- [2] Tanilli, S. (1981). *Uygarlık Tarihi*. İstanbul: Say Kitap Pazarlama.
- [3] Refiğ, H. (1971). *Ulusal Sinema Kavgası*. İstanbul: Hareket Yayınları.
- [4] Tahir, K. (1992). *Notlar/Batlaşma*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- [5] Dosdoğru, H. (1974). *Batı Aldatmacılığı ve Putlara Karşı Kemal Tahir*. İstanbul: Tel Yayınları.
- [6] Tahir, K. (1968). Soruşturma. *Ulusal Sinema*, 3/4, ss.28-30
- [7] Divitçioğlu, S. (2003). *Asya Üretim Tarzı ve Osmanlı Toplumu, Marksist Üretim Tarzı Kavramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- [8] Hilav, S. (1968). Soruşturma. *Ulusal Sinema*, 3/4, ss.32-35

- [9] Haçerlioğlu, O. (1986). *Toplumbilim Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- [10] Bileydi, M. (2001). Atatürkçü Düşünce Sisteminde Milliyetçilik Kavramına Yaklaşım. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.
- [11] Eroğlu, H. (1990). *Türk İnkılap Tarihi*. Ankara: Savaş Yayınları.
- [12] Ozankaya, Ö. (2003). *Cumhuriyet Çınarı Mustafa Kemal'i, "Atatürk" Yapan Uygarlık Tasarımı*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- [13] Kahraman, H.B. (05.06.2003). Sanatın Geçmiş Kendisidir. *Radikal Gazetesi*.
- [14] Yanık, B. (1985). *Güzel Sanatlar Dergisi*. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.
- [15] Özön, N. (1995). *Karagözden Sinemaya Türk Sineması ve Sorunları*. I.Cilt. Ankara: Kitle Yayınları.
- [16] Abisel, N. (1994). *Türk Sineması Üzerine Yazılar*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- [17] Onaran, A.Ş. (1994). *Türk Sineması*. I.Cilt. Ankara: Kitle Yayınları.
- [18] Akser, A.M. (2001). Ulusallık Arayışında Bir Yaratıcı: Metin Erksan'ın Sevmek Zamanı (1965). *Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler 1*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- [19] Şekeroğlu, S., (1991). *Türk Sinema Tarihi. 16 Bölümlük Belgesel TV Programı.*, TRT ve Mimar Sinan Üniversitesi Sinema-TV Merkezi.
- [20] Vardar, B. (1985). Halit Refiğ ve Ulusal Sinema Anlayışı. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. T.C.Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sahne ve Görüntü Sanatları Bölümü, Sinema-TV Anasanat Dalı.
- [21] Özdemir, İ. (1999). Ulusal Sinema Düşüncesi'nin Politik, Toplumsal, Bilimsel, Edebi Yönleri ve Bu Düşüncenin Türk Sinemasına Etkileri (1965-1971). *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. T.C. MSÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sinema-TV Ana Sanat Dalı.
- [22] Türk, İ. (2001). *Halit Refiğ Düşlerden Düşüncelere Söyleşiler*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- [23] Maktav, H. (2001). Yoksulluk Sineması. *Toplum ve Bilim*, 89.
- [24] Özön, N. (1975). *Türk Sineması. Arkin Sinema Ansiklopedisi*. İstanbul: Arkin Kitabevi.
- [25] Vardar, B. (1999). Üç Sinemacıyla Ulusal Türk Sineması Üzerine Söyleşiler. *Yayınlanmamış Söyleşiler*. İstanbul.
- [26] Divitçioğlu, S.. (1968). Soruşturma. *Ulusal Sinema*, 3/4, ss.30-32
- [27] Yavuz, H. (1974). Kemal Tahir ve Ulusal Felsefe Sorunu. *Türkiye Defteri*, 6, s.56.

Bülent VARDAR (bvardar@marmara.edu.tr) has "Approved in Arts" from Marmara University Institute of Social Sciences, Department of Cinema-TV with his documentary film named "Return to Tradition". Vardar became Associate Professor in 1999. He is Lecturer of Cinematography at Marmara University. Presently he is the Director of Fine Arts Institute.

EĞİTİM FAKÜLTELERİ RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİNDE DESEN DERSLERİNİN UYGULANMASINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Tamer KAVURAN

Fırat Üniversitesi, Teknik Bilimler M.Y.O., Grafik Program Başkanı, Öğretim Görevlisi Dr.

THE PROBLEMS AND SOLUTIONS FOR THE ART TEACHING DESIGN COURSES IN EDUCATION FACULTIES

Abstract: With this study, it was aimed to determine the opinions of Art teachers about the problems and solutions of the departments of Art Teaching. It was also aimed to determine if there were any differences according to the personal features. Besides it was aimed to stress the importance and necessity of Art teaching in the framework of general education.

The study was conducted in 21 Art teaching departments in Turkey in 2001-2002 academic year and the 323 teachers were included in the study. The data which were accepted valid and useful were obtained from 79.9 % of the population.

According to the views on teaching hours, content and applying content in Art teaching departments in Education faculties it was determined that the class hours for Design Course was insufficient and both the content and the level of applying content were insufficient too.

Keywords: Education Faculties, Department of Art Teaching, Art Education, Art Teaching, Design Course.

EĞİTİM FAKÜLTELERİ RESİM-İŞ ÖĞRETMENLİĞİNDE DESEN DERSLERİNİN UYGULANMASINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Özet: Bu araştırma ile Türkiye’de Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dallarında görev yapan öğretim elemanlarının, Türkiye’de Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dallarında Okutulan Desen Derslerinin Uygulanmasında Karşılaşılan Sorunlara ve bu sorunların çözümüne ilişkin görüşlerinin belirlenmesi; belirlenen sorunlara çözüm önerileri getirilmesi ve öğretim elemanlarının Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dallarında Desen derslerinin Uygulanmasında Karşılaşılan Sorunlara ilişkin görüşlerinin kişisel özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin saptanması amaçlanmıştır.

Tarama modelinde desenlenen araştırma, 2001-2002 Eğitim-Öğretim yılında Türkiye’de 21 Üniversitenin Eğitim Fakültesi Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalında görev yapan 323 öğretim elemanı üzerinde gerçekleştirilmiş olup evrenin % 79.9’undan kullanılabilir veri elde edilmiştir.

Öğretim elemanlarının, Türkiye’de eğitim fakülteleri resim-iş öğretmenliği anabilim dallarında uygulanan branş derslerin saat, içerik ve içeriğin uygulanabilme düzeylerine ilişkin görüşlerinde, Desen dersinin saat olarak çok yetersiz, içerik ve içeriğin uygulanabilme düzeyinin ise yetersiz olduğu sonuçlarına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Eğitim Fakültesi, Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalı, Sanat Eğitimi, Resim-İş Öğretmeni, Desen Dersi.

I. GİRİŞ

Bu bölümde, sırasıyla araştırmanın kuramsal temellerini ve gerekçesini oluşturan problem durumu, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, sınırlılıklar ve araştırmada kullanılan kavramların tanımları açıklanmıştır.

II. PROBLEM

Ülkelerin gelişmesinde eğitim seviyesi yüksek insanlara gereksinim vardır. Bu insanlar da iyi tasarlanmış eğitim programları ile yetişirler. Eğitim sisteminin temel öğelerinden birisi ve en önemlisi kuşkusuz öğretmendir. Eğitim amaçlarının gerçekleşmesi büyük ölçüde öğretmenin nitelikli olarak yetişmesiyle ilişkilidir.

Öğretmenlerin iyi yetişmesi söz konusu olduğunda da ilk sırada incelenen konu, öğretmen yetiştirme programları ve bu programların uygulanmasında karşılaşılan sorunların çözümü olmalıdır.

Değişen dünyada, öğretmen, değişmeden kalmaz. Hızla değişen teknoloji; öğretmeni, televizyon, kaset, radyo, bilgisayar programlarıyla rekabet edip, her geçen gün daha mükemmel ulaşmayı hedeflemek zorunda bırakmaktadır Bunun için eğitici; kişilik özelliklerini ön plana çıkarmalı, hükmetmek yerine demokratik unsurları yerleştirmeli, insanın sahip olduğu iyi nitelikleri ortaya çıkarmalı, yalnızca bilgiyi aktarmak yerine öğrencinin kişilik gelişimine katkıda bulunmalıdır. Unutulmamalıdır ki iyi bir öğretmen olmak için yalnızca iyi eğitim almak yetmez, modern çağın gereklerini de karşılamak zorunluluğu vardır. Modern dünyada kitle iletişim araçları

bazen öğretmenleri daha çok çalışmaya ve mesleki açıdan yenilemeye itmektedir [1]. Hem bireysel hem de mesleki açıdan yenilenme olgusu mevcut öğretmen yetiştirme anlayışına yeni bakış açılarının sorgulanmasına yol açmış, öğretmenlerin rollerini eskisine oranla daha fazla değiştirmiştir. Günümüzdeki hızlı değişiklikler öğretmenlerin görevlerinde de önemli değişik ve gelişimlere yol açmıştır. Bu değişikliklerin yansımalarının eğitim programlarında yer alması ve eğitim programlarının da bu yönde geliştirilmesi gerekir ki sınıfta etkileşim kurulabilsin [2].

Türkiye’de Eğitim Fakültelerine bağlı Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dallarının amacı; temel eğitim ve orta öğretime nitelikli resim-iş öğretmeni yetiştirmektir. Yükseköğretimde sanat eğitimi, hem program hem de yöntem açısından uzman eleman yetiştirilirken farklı düşünülmelidir. Öğretmenlik mesleğinde bulunanların sağlam bir genel kültür ve alan bilgisi yanında sağlıklı bir öğretmenlik bilgisine sahip olmaları gerekmektedir [3]. Bu durum resim-iş öğretmenleri için de geçerlidir.

Eğitim kurumları olarak üniversitemiz pek çok sorunla karşı karşıya bırakılmaktadır. Bunların başında Eğitim Fakültelerine bağlı Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümlerinin Resim-iş Öğretmenliği Anabilim Dallarında gelmektedir.

Öğrenci alım sınavlarından kaynaklanan sorunlar, ekonomik sorunlar, teknolojik sorunlar, nitelik-nicelik bakımından uygun olmama durumu, fiziki ve sosyal çevreden kaynaklanan pek çok sorun, buralarda verilen eğitimi etkilediği gibi ilk ve orta öğretimdeki sanat eğitimi de etkilemektedir. İlk ve orta öğretimde sanat (resim) eğitimi derslerinin diğer derslere göre ikinci planda görülmesi ya da seçmeli olması, bir çok kişi tarafından gereksiz dersler olarak görülmesi sanat eğitimcilerinin yetiştirilmesinden, sanat eğitimi ders programlarının hazırlanmasına kadar bir çok sorunu da beraberinde getirmiştir. Türkiye’de sanat eğitimi sorunları, daha çok öğrenci kaynağı ve seçimine ilişkin problemlerle doludur. Çok fazla öğrencinin üniversite kapılarına yığılması, öğrencinin üniversite düzeyine gelmeden önce iyi bir sanat eğitimi almamış olması Türkiye’deki yüzdeyi çok gerilere götürmüştür.

Sanat eğitimi, okul öncesinden başlayıp öğrencinin yaşamı boyunca sürer. Öğretmenin görevi, bu sürecin her aşamasında en etkili ve en doğru biçimde sanatı öğretmektir. Öğretim, ‘sanat eğitimi’ kavramının ayrılmaz bir bileşenidir. Okul dizgesi içinde, öğretim olmadan geniş anlamda sanat eğitiminin gerçekleşmeyeceği, eğitimin öngördüğü çok yönlü eğitilmiş insan tipine de ulaşamayacağı açıktır. Sanat eğitimi her aşamada verecek eğitimcinin yetiştirilmesi, sanat eğitiminin hedeflerinin gerçekleştirilmesinde en önemli etkidir.

Sanat eğitiminde, öğrencinin yeteneği, psikolojik durumu ve derse hazır olma durumu incelenmeden eğitim verilmez. Öğrencinin ruhsal ve fiziksel durumu onu farklı davranışlara yöneltir. Sanat eğitimcisinin bunlara dikkat etmesi gerekir. Özellikle sanat eğitimcisi yetiştiren Eğitim Fakülteleri Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümlerindeki öğretim elemanlarının yeterli ve becerili olması programların uygulanmasında önemli bir etkidir. Ayrıca resim-iş öğretmenliği ana bilim dallarında; fiziki, teknolojik ve ders programlarındaki sorunların çözümü, nitelikli resim-iş öğretmenlerinin yetiştirilmesini sağlayacaktır.

III. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı, Türkiye’de eğitim fakülteleri resim-iş öğretmenliği ana bilim dallarında okutulan desen derslerinin uygulanmasında karşılaşılan sorunları belirleyip bu sorunlara çözüm önerileri sunmaktır. Bu genel amacı gerçekleştirmek için aşağıda verilen sorulara cevap aranmıştır.

Öğretim elemanlarının, Türkiye’de eğitim fakülteleri resim-iş öğretmenliği ana bilim dalında okutulan desen derslerinin saat, içerik ve içeriğin uygulanabilme düzeylerine ilişkin görüşleri;

Yaşlarına,

Akademik kariyerlerine göre değişmekte midir?

IV. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Sanat; insanın insan olma özelliklerinden biri ve en önemli özelliğidir. İnsanın, hayatı boyunca gördüğü, duyumsadığı pek çok eksiklik, çelişki veya hatalar; sanatın ve sanatın fonksiyonlarının yeterince kavranamayışından ve bunun sonucunda da sanatı hak ettiği yere oturtamayışından kaynaklanmaktadır. Bu eksiklik, çelişki ve hatalar ancak iyi bir sanat eğitimiyle giderilebilir.

Gerçekçi bir okul sistemi yada akademik eğitim, bilim ve sanatın işbirliğine dayandırılmalıdır. Sanatın da, bilimin de amacı yaşama hizmet etmek ve yeniyi keşfetmektir. Sanata ve duyguların eğitimine önem veren okul yada eğitim sistemlerinde, duygular eğitilirken, zihinsel yeteneklerin, düşüncenin, zekanın da geliştiği gözlenmektedir. Sanat duygu ve düşünce arasındaki içice geçmiş bağlantıyı vurgularken öğrenme ve gelişim sürecinin de etkin bir yardımcısıdır [4].

Sanat Eğitimi; dikkat eğitimi, estetik eğitimi ve koordinasyon eğitimiyle birlikte beş duyu organının koordine edilmesini sağlar. Böylece sezgiyi de ön plana çıkararak yaratıcılığın gelişmesini sağlar. Sanat eğitiminin

temel ilkelerinden bir tanesi de görsel okur-yazar yetiştirmektir. Bunun sonucunda da geçmiş ve gelecek arasında bir teknolojik sorgulama ortaya çıkmaktadır. Yani analiz ortaya çıkar ve analizle beraber sentez kendiliğinden gelmiş olur. Bu bakımdan kişinin branşı ne olursa olsun sanat eğitimi olarak görsel okur-yazar olmak durumundadır.

Bireyin duygusunu, düşüncesini ve izlenimlerini anlatabilme yeteneklerini ve yaratıcı gücünü estetik bir düzeye ulaştırmak ancak sanatın eğitim çerçevesi içinde verilmesiyle mümkün olacaktır. Gelişmiş ülkelere baktığımızda sanat eğitimi derslerinin zorunlu dersler olarak yerini almış olması, bu olabirliğin dikkate alınmış olmasından kaynaklanmaktadır. Türkiye’de ise sanat eğitimi dersleri lise iki ve üçüncü sınıflarda, ön lisans ve lisans öğretiminde seçmeli dersler kapsamında yer almakta ayrıca bir çok kişi tarafından gereksiz dersler olarak görülmektedir.

Sanat eğitiminin, bir toplumun gelişmesi ve çağdaşlaşmasında önemi büyüktür. Bu noktada Eğitim Fakültelerinin Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümleri yetiştirdikleri sanat (resim) öğretmenlerinin yeterliklerinden haberdarlar mı? sorusuna cevap aramamız gerekmektedir. Yetiştirilen öğretmenler bu eğitim için yeterlidir mi? Bölümlerdeki ders programı ile orta öğretimdeki sanat eğitimi ders programı arasında uyumsuzluk söz konusu mudur? Hazırlanan ders programları bu amaca hizmet ediyor mu? İyi bir sanat eğitimi için eğitim fakülteleri güzel sanatlar eğitimi bölümlerinin resim-iş öğretmenliği programları konusunda neler yapabilir?

Araştırma, yukarıda belirtilen konularda ilgililerin duyarlılığını geliştirmek açısından önem taşımaktadır.

V. SINIRLILIKLAR

Araştırma literatür taraması sonucu ulaşılan kaynaklar, konu ile ilgili uzman sanat eğitimcilerinin görüşleri, Türkiye’de Eğitim Fakültelerine bağlı Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümlerinin Resim-İş Öğretmenliği Programlarındaki genel durum ile bu programlarda görev yapan öğretim elemanlarının görüşleri ile sınırlıdır.

VI. TANIMLAR

Araştırma Görevlisi: Yükseköğretim kurumlarında yapılan araştırma, inceleme ve deneylerde yardımcı olan ve yetkili organlarca verilen ilgili diğer görevleri yapan öğretim yardımcılardır. Bu çalışmada ise, Türkiye’de Eğitim Fakülteleri Resim-İş Öğretmenliği Ana bilim Dallarında öğretim yardımcılığı olarak görev yapan bireyler için kullanılmıştır.

Okutman: Eğitim-öğretim sürecine çeşitli öğretim programlarında ortak zorunlu ders olarak belirlenen dersleri okutan veya uygulayan öğretim elamanıdır. Bu çalışmada ise, Türkiye’de Eğitim Fakülteleri Resim-İş Öğretmenliği Ana bilim Dallarında ortak zorunlu ders olarak belirlenen dersleri okutan veya uygulayan bireyler için kullanılmıştır.

Öğretim Görevlisi: Ders vermek ve uygulama yaptırmakla yükümlü bir öğretim elamanıdır. Bu çalışmada ise, Türkiye’de Eğitim Fakülteleri Resim-İş Öğretmenliği Ana bilim Dallarında ders vermek ve uygulama yaptırmakla yükümlü bireyler için kullanılmıştır.

Öğretim Üyeleri: Yükseköğretim kurumlarında görevli profesör, doçent ve yardımcı doçentlerdir. Bu çalışmada ise, Türkiye’de Eğitim Fakülteleri Resim-İş Öğretmenliği Ana bilim Dallarında görevli profesör, doçent ve yardımcı doçentler için kullanılmıştır.

Program: Öğrencilerin karşılaştıkları öğrenme durumlarının ve geçirdikleri yaşantıların tümü programı oluşturmaktadır [5].

Sanat Eğitimi: İnsanı özgürleştirip kendini ve dış dünyayı tanımasını sağlayan, yaratıcılığı geliştiren bir eğitim biçimidir. Bu çalışmada resim-iş eğitimi olarak da kullanılmıştır.

VII. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırma modeli, evren ve örneklem, veriler ve toplanması, verilerin çözümü ve yorumlanmasına ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

Araştırmanın Modeli

Türkiye’de Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dallarında Uygulanan Desen Derslerinin Uygulanmasında Karşılaşılan Sorunların tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışmada, “Tarama Modeli” kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlar [6]. Tarama modelindeki araştırmalar ilk ve temel araştırma eylemi niteliğini taşırlar. Eğitim sorunlarının bir çoğu tanımlanabilir nitelikte olması nedeni ile tarama modelindeki araştırmalar bilginin anlaşılması ve artırılmasında kuramcılara ve uygulayıcılara önemli katkılar sağlamaktadır [7].

Araştırma, ankete dayalı verilerden oluşmaktadır. Ayrıca araştırma konusu, ilgili bilimsel yayınların listesini içeren indeks ve özlere taranması, kütüphane koleksiyonlarının taranması, ilgili programların incelenmesi ve bu konuda deneyimli sanat eğitimcilerinin görüşleri ile betimlenmeye çalışılmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırma Türkiye'deki Eğitim Fakültelerine bağlı Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümlerinin Resim-İş Öğretmenliği Programlarının uygulanmasında karşılaşılan sorunların çözümü ve daha nitelikli öğretmen adaylarının yetiştirilmesine dönüktür. Araştırmanın evrenini 2001-2002 Eğitim-Öğretim yılında Türkiye'deki Resim-İş Öğretmenliği Ana bilim Dallarında görev yapan öğretim elemanları (profesör, doçent, yardımcı doçent, öğretim görevlisi, okutman, uzman ve araştırma görevlileri) oluşturmaktadır. Güvenilir verilerin elde edilmesi amacı ile örneklem alma yoluna gidilmemiş, evrenin geneli üzerinde çalışılmış, "kendini örnekleyen evren" [8] araştırmanın çalışma evreni olarak kabul edilmiştir.

Araştırmaya katılan öğretim elemanlarının; yaşı, çalıştığı üniversite ve akademik kariyerlerine ilişkin bilgilere aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir:

Tablo.1. Öğretim Elemanlarının Yaş Grubuna Göre Dağılımı

Yaş	Sayı (N)	Yüzde (%)
30 ve daha aşağı	33	12.8
31-40 arası	103	39.9
41 ve daha yukarı	122	47.3
Toplam	258	100.0

Tablo.1'de görüldüğü gibi öğretim elemanlarının; %12.8'i 30 ve daha aşağı yaş grubuna, %39.9'u 31-40 yaş grubunda, %47.3'ü 41 ve daha yukarı yaş grubunda bulunmaktadır. Bu bulgulara göre öğretim elemanlarının çoğunluğu 41 ve daha yukarı yaş grubunda yer almaktadır.

Tablo.2. Öğretim Elemanlarının Çalıştığı Üniversitelere Göre Dağılımı

Çalıştığı Üniversite	Sayı (N)	Yüzde (%)
Abant İzzet Baysal Üniversitesi	10	3.9
Anadolu Üniversitesi	17	6.6
Atatürk Üniversitesi	13	5.0
Cumhuriyet Üniversitesi	6	2.3
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	5	1.9
Çukurova Üniversitesi	11	4.3
Dicle Üniversitesi	8	3.1
Dokuz Eylül Üniversitesi	17	6.6
Gazi Üniversitesi	33	12.8
İnönü Üniversitesi	11	4.3
Karadeniz Teknik Üniversitesi	10	3.9
Marmara Üniversitesi	12	4.7
Mustafa Kemal Üniversitesi	4	1.6
Niğde Üniversitesi	8	3.1
Ondokuz Mayıs Üniversitesi	21	8.1
Pamukkale Üniversitesi	9	3.5
Selçuk Üniversitesi	13	5.0
Süleyman Demirel Üniversitesi	10	3.9
Trakya Üniversitesi	5	1.9
Uludağ Üniversitesi	26	10.1
Yüzüncü Yıl Üniversitesi	9	3.5
Toplam	258	100.0

Tablo.2'de görüldüğü gibi açık uçlu olan 7. soruda öğretim elemanlarının; % 3.9'u Abant İzzet Baysal Üniversitesi, % 6.6'sı Anadolu Üniversitesi, % 5.0'ı Atatürk Üniversitesi, %2.3'ü Cumhuriyet Üniversitesi, % 1.9'u Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, % 4.3'ü Çukurova Üniversitesi, %3.1'i Dicle Üniversitesi, % 6.6'sı Dokuz Eylül Üniversitesi, % 12.8'i Gazi Üniversitesi, % 4.3'ü İnönü Üniversitesi, % 3.9'u Karadeniz Teknik Üniversitesi, % 4.7'si Marmara Üniversitesi, % 1.6'sı Mustafa Kemal Üniversitesi, % 3.5'i Pamukkale Üniversitesi, % 5.0'ı Selçuk Üniversitesi, % 3.9'u Süleyman Demirel Üniversitesi, % 1.9'u Trakya Üniversitesi, % 10.1'i Uludağ Üniversitesi ve % 3.5'i Yüzüncü Yıl Üniversitesinde çalışmaktadır.

Tablo.3. Öğretim Elemanlarının Akademik Kariyerlerine Göre Dağılımı

Akademik Kariyer	Sayı (N)	Yüzde (%)
Profesör	12	4.7
Doçent	7	2.7
Yardımcı Doçent	90	34.9
Öğretim Görevlisi	96	37.2
Araştırma Görevlisi	29	11.2
Uzman	5	1.9
Okutman	19	7.4
Toplam	258	100.0

Tablo.3'de görüldüğü gibi öğretim elemanlarının; %4.7'si profesör, %2.7'si doçent, %34.9'u yardımcı doçent, %37.2'si öğretim görevlisi, %11.2'si araştırma görevlisi, %1.9'u uzman, %7.4'ü okutman olarak görev yapmaktadır. Bu bulgulara göre öğretim elemanlarının birinci derecede çoğunluğunu öğretim görevlileri, ikinci derecede ise yardımcı doçentler oluşturmaktadır. Profesör ve doçentlerin sayıca az olduğu söylenebilir.

Veriler ve Toplanması

Bu araştırmada, veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Araştırma konusunun detaylı ve kapsamlı incelenmesi, geçerlik ve güvenilirliğinin sağlanması için; İnönü Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesinin Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dallarındaki öğretim elemanları ile deneyimli sanat eğitimcileri ve uzmanların görüşleri alınarak hazırlanmıştır (Prof. Halis Biçer, Prof. Oya Kınıklı, Doç. Dr. Esmahan Ağaoğlu, Doç. Dr. Mehmet Taşpınar, Yrd.Doç. İ. Halil Türker, Yrd.Doç. Mustafa Toprak, Yrd.Doç. Adnan Yalım, Yrd.Doç. Erol Yıldır, Yrd.Doç. Yusuf Güven.).

Anketin birinci bölümü 20, ikinci bölümü 13 maddeden oluşmaktadır. Üçüncü bölümü ise programlarda okutulan branş derslerin sayıları ile ilintilidir. Uzman öğretim üyelerinin görüşleri alındıktan sonra hazırlanan anketin birinci bölümünde kişisel bilgiler yer almaktadır. İkinci bölümde ise programlarda

karşılaşılan sorunlara yönelik genel görüşler yer almaktadır. Üçüncü bölümde ise programlarda okutulan branş derslerinin saat ve içeriklerini yeterli görme düzeyleri ile içeriklerin uygulanabilme düzeylerinin durumları yer almaktadır.

Bu dallarda, programların uygulanmasında karşılaşılan sorunların çözümüne ilişkin anket ile ankete katılan kaynak grupları tanıtan ve performanslarını ölçen anket uygulamaları, eleştiriler ışığında oluşturulup son şekli verilerek gerekli izinler alındıktan sonra, Anadolu Üniversitesi, Cumhuriyet Üniversitesi ve İnönü Üniversitesine elden diğer üniversitelere posta yolu ile uygulanmıştır. Anketlerle birlikte, dönüş için adresli ve pullu zarflar gönderilmiştir. Gönderilen 323 anketten 258 tanenin geri dönüşü sağlanmış ve tümü işleme koyulmuştur. İşleme alınan anketlerin yüzdesi %79.9'dur.

Dönüş oranlarını yükseltmek için, bölüm ve anabilim dalı başkanları ile telefon görüşmeleri yapıp, izlemeler de dahil gerekli tüm çabalar gösterilmiştir.

Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Araştırmada geri dönen 258 anket, alfabetik olarak üniversitelere göre sınıflandırılıp numaralandırılmıştır. Daha sonra anketler tek tek incelendiğinde sorulara verilen cevapların yüzdesinin fazla olması göz önünde bulundurularak tüm anketler değerlendirilmeye alınmıştır. Böylece araştırmanın çalışma evreni 258 öğretim elemanı olmuştur.

Araştırmada veri toplama aracı ile toplanan verilerin çözümlenmesi aşamasında, araştırma amaçları doğrultusunda, frekans, yüzde, non parametrik tekniklerinden kay kare (X^2) den yararlanılmıştır. İstatistiksel çözümlenmelerinde .05 anlamlılık düzeyinin kullanıldığı araştırmada, çözümlenmeler "SPSS 10 for Windows" paket programı ile gerçekleştirilmiştir.

VIII. BULGULAR VE YORUM

Bu bölümde, araştırma probleminin çözümlenmesi amacı ile Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dallarında Desen Derslerinin uygulanmasında karşılaşılan sorunlara ilişkin olarak toplanan verilerin, istatistiksel çözümlenmeleri yapılarak elde edilen bulgulara ve bunların yorumlarına yer verilmiştir.

Türkiye'de Eğitim Fakülteleri Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalında Uygulanan Desen Derslerinin Saat, İçerik ve İçeriğin Uygulanabilme Düzeylerine İlişkin Yaş, ve Akademik Kariyerlerine Göre Öğretim Elemanlarının Görüşleri Sağlıklı kay kare (X^2) sonucu elde etmek için bazı tablolarda çok yeterli ve yeterli cevapları birleştirilerek (yeterli), çok yetersiz ve yetersiz cevapları birleştirilerek (yetersiz) cevap gruplarında toplanmıştır. Akademik kariyer gruplarında

öğretim üyeleri bir grupta diğer öğretim elemanları bir grupta birleştirilmiştir. Yapılan bu uygulamalar sonucu olumsuz etkilememiştir. Ayrıca X^2 çözümlenmesi sırasında ilgili soruya cevap vermeyenler dikkate alınmamıştır. Bu nedenle X^2 ye ilişkin tablolarda toplam öğretim elemanı sayılarında farklılıklar gözlenmiş, ancak söz konusu kısımları boş bırakan kişi sayısının az olması X^2 sonucunu etkilememiştir.

Tablo.4. Yaş Değişkenine Göre Desen Dersinin Saat, İçerik ve İçeriğinin Uygulanabilme Düzeyine İlişkin Görüşlerin Dağılımı

Desen	30 ve daha aşağı		31-40 arası		41 ve daha yukarı		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Saat								
Yetersiz	28	84.8	91	89.2	107	89.2	226	88.6
Yeterli	5	15.2	11	10.8	13	10.8	29	11.4
Toplam	33	100.0	102	100.0	120	100.0	255	100.0
	P>0.05		P= 0.764		X²= 0.537		Sd= 2	
İçerik								
Yetersiz	21	63.6	66	65.3	75	63.0	162	64.0
Yeterli	12	36.4	35	34.7	44	37.0	91	36.0
Toplam	33	100.0	101	100.0	119	100.0	253	100.0
	P>0.05		P= 0.937		X²= 0.130		Sd= 2	
Uygulanabilme Düzeyi								
Yetersiz	21	63.6	71	69.6	82	69.5	174	68.8
Yeterli	12	36.4	31	30.4	36	30.5	79	31.2
Toplam	33	100.0	102	100.0	118	100.0	253	100.0
	P>0.05		P= 0.792		X²= 0.467		Sd= 2	

Tablo.4'de görüldüğü gibi Desen dersini saat olarak 30 ve daha aşağı yaş grubunun %84.8'i, 31-40 arası yaş grubunun %89.2'si, 41 ve daha yukarı yaş grubunun %89.2'si yetersiz görünürken, bu dersin içeriğini 30 ve daha aşağı yaş grubunun %63.6'sı, 31-40 arası yaş grubunun %65.3'ü, 41 ve daha yukarı yaş grubunun %63.0'ı yetersiz görmektedir. Dersin uygulanabilme düzeyini ise 30 ve daha aşağı yaş grubunun %63.6'sı, 31-40 arası yaş grubunun %69.6'sı, 41 ve daha yukarı yaş grubunun %69.5'i yetersiz görmüştür. Ki-kare (X^2) sonuçlarına göre tüm yaş grupları arasında .05 anlamlılık düzeyinde farklılık bulunmamaktadır. Bu bulgulara dayalı olarak Desen dersinin saat, içerik ve uygulanabilme düzeylerini yetersiz gören tüm yaş gruplarının çoğunlukta olduğu söylenebilir. Bulgu, Öztürk'ün [9] Desen dersinin içerik ve saat olarak yetersizliğini saptadığı araştırması tarafından desteklenmektedir. Ayrıca, Atan'ın [10] atölye dersleri ile ilgili yetersizlikleri belirlediği araştırması tarafından da desteklenmektedir. Bu sonuç meslek bilgisi kadar alan bilgisinin ve resmin temelini oluşturan Desen dersinin önemsenmesi gerekliliği ile yorumlanabilir.

Tablo 5. Akademik Kariyer Değişkenine Göre Desen Dersinin Saat, İçerik ve İçeriğinin Uygulanabilme Düzeyine İlişkin Görüşlerin Dağılımı

Desen	Öğretim Üyeleri		Diğer Öğretim Elemanları		Toplam	
	N	%	N	%	N	%
Saat						
Yetersiz	97	91.5	129	86.6	226	88.6
Yeterli	9	8.5	20	13.4	29	11.4
Toplam	106	100.0	149	100.0	255	100.0
	P>0.05	P= 0.221	X²= 1.495		Sd= 1	
İçerik						
Yetersiz	65	61.9	97	65.5	162	64.0
Yeterli	40	38.1	51	34.5	91	36.0
Toplam	105	100.0	148	100.0	253	100.0
	P>0.05	P= 0.553	X²= 0.353		Sd= 1	
Uygulanabilme Düzeyi						
Yetersiz	75	71.4	99	66.9	174	68.8
Yeterli	30	28.6	49	33.1	79	31.2
Toplam	105	100.0	148	100.0	253	100.0
	P>0.05	P= 0.443	X²= 0.589		Sd= 1	

Tablo.5’de görüldüğü gibi Desen dersini saat olarak öğretim üyelerinin %91.5’i, diğer öğretim elemanlarının %86.6’sı yetersiz görürken bu dersin içeriğini öğretim üyelerinin %61.9’u yetersiz, %38.1’i yeterli, diğer öğretim elemanlarının %65.5’i yetersiz, %34.5’i yeterli görmektedir. Dersin uygulanabilme düzeyini ise öğretim üyelerinin %71.4’ü, diğer öğretim elemanlarının %66.9’u yetersiz görmüştür. Ki-kare (X^2) sonuçlarına göre akademik kariyer durumları arasında .05 anlamlılık düzeyinde farklılık bulunmamaktadır. Bu bulgulara dayalı olarak Desen dersinin saat, içerik ve uygulanabilme düzeylerini yetersiz gören öğretim elemanlarının çoğunlukta olduğu söylenebilir. Bulgular, Kurtuluş’un [11] 1998 yılından itibaren uygulanan resim-iş öğretmenliği ders programlarında öğretmenlik formasyonuna ilişkin sorunların giderilmesi için öğretmenlik formasyonu derslerinin saat ve kredilerinin yükseltildiğini ancak bu kez de alan bilgisine yönelik derslerin yetersizliğine ilişkin saptaması tarafından desteklenmektedir. Özellikle de uygulamalı alan derslerinin saat ve içerik olarak yetersiz görüldüğü söylenebilir. Bulgu, Özel’in [12] YÖK’ün yeniden yapılanma programları sonucunda resim-iş öğretmenliği anabilim dallarında uygulanan programlarda genel olarak öğretmenlerin güçlü bir alan bilgisi ile yetişecekleri ifadesine rağmen, alan derslerinin önemli ölçüde azaltıldığını ve alan derslerinde zayıf öğretmenlerin yetiştirileceğini belirlediği araştırma tarafından desteklenmektedir.

IX. SONUÇ ve ÖNERİLER

Resim-iş öğretmenliği anabilim dalı lisans ders programlarında okutulan uygulamalı alan dersi olan Desen Dersleri saat, içerik ve içeriğin uygulanabilme düzeyi olarak öğretim elemanlarının çoğunluğunca yetersiz görülmüştür.

Bu nedenle Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-İş Öğretmenliği Anabilim Dalı lisans ders programları da daha nitelikli resim-iş öğretmenlerinin yetiştirilmesi açısından yeniden düzenlenmesi gerekmektedir. Çünkü ezbere dayalı, pasif eğitim sanat eğitiminin genel amacına ters düşmektedir.

1998 yılından itibaren uygulanmakta olan resim-iş öğretmenliği ders programlarında, haftada I. yarıyılıda 25, II. Yarıyılıda 27, III. Yarıyılıda 21, IV. Yarıyılıda 24, V. Yarıyılıda 25, VI. Yarıyılıda 25, VII. Yarıyılıda 27, ve VIII. Yarıyılıda 21 saat olarak görülmektedir. Oysa haftada değerlendirilmesi gereken 40 saattir. Bu 40 saatin en azından 10 saati uygulamalara eklenmelidir. Dört yıldaki zaman dilimleri de eşit şekilde değerlendirilmelidir. Unutulmamalıdır ki çağdaş bir sanat eğitiminin uygulanabilir, anlatılabilir ve geliştirilebilir olması gereklidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] Musgrave, P. (1973). *The Sociology of Education*. London: Alien and BoconInc.
- [2] Craft, A. (1997). Identity and Creativity: Educating Teachers For Postmodernism. *Teacher Development*, 1(1), ss.77-88.
- [3] Küçükahmet, L. (1986). *Öğretim İlke ve Yöntemleri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.
- [4] Odabaşı, H. (1986). *Yaratıcılık. I. Ulusal Eğitim Sempozyumu*. M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi ve Teknik Eğitim Fakültesi, 24-30 Kasım 1986.
- [5] Fidan, N. (1985). *Okulda Öğrenme ve Öğretme*. Ankara: Alkim Yayınevi.
- [6] Karasar, N. (1991). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd.
- [7] Balcı, Ali. (1997). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. 2. Basım. Ankara: A.Ü. Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- [8] Çilenti, K.. (1984). *Eğitim Teknolojisi ve Öğretim*. Ankara: Kadıoğlu Matbaası.
- [9] Öztürk, M. (2002). YÖK-Dünya Bankası Projesi Resim Öğretmenliği Lisans Programında Desen Dersi Örneğiyle Standart Bilgi Seviyesine Erişimin Önemi ve Gerekliliği. *Sanat Eğitimi Sempozyumu*, G.Ü.Gazi Eğitim Fakültesi Yayınları.
- [10] Atan, A. (2002). Resim Öğretmeni Yetiştirme. *Sanat Eğitimi Sempozyumu*. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Yayınları.
- [11] Kurtuluş, Y. (2002). KARŞILAŞTIRMALI PROGRAM ANALİZİ – 1963 Gazi Eğitim Enstitüsü Resim-İş Bölümü Programı ve 1998 Resim Öğretmenliği Lisans Programı. *Sanat Eğitimi Sempozyumu*, G.Ü.Gazi Eğitim Fakültesi Yayınları.

Tamer KAVURAN

- [12] Özel, A. (2002). Sanat Eğitiminde Yeni Fırsatlar ve Eski Dirençler. *Sanat Eğitimi Sempozyumu*. Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Yayınları.

Tamer KAVURAN (tkavuran@firat.edu.tr) has PhD. of Diltion of Education Science Department of Art Teaching at Anadolu University Institute of Educational Sciences. He is a Lecturer at Fırat University. His research areas are art, education, graphic, picture, sculpture, and art education.

Hakemli “ÖNERİ” Dergisinin 24. sayısı HAZİRAN 2005 tarihinde çıkacaktır. Dergimizde yayınlanacak makalelerde aranılan şekil şartları aşağıda belirtilmiştir. Makalelerin değerlendirme sürecine girebilmeleri için Enstitümüze ulaştırılmış olması gerekmektedir.

ÖZELLİKLER

1-İlk sayfada, Türkçe ve İngilizce olarak düzenlenmiş, 100-150 kelime arasında özet bulunması gerekmektedir.

2-Makalenin adının, anahtar kelimelerin Türkçe ve İngilizce olarak belirtilmesi gerekmektedir.

3-Yazarların özgeçmişlerinin, ilgi alanlarının İngilizce olarak makalenin sonuna eklenmesi gerekmektedir

4-Yazarların iş adreslerinin, iş telefonlarının, *sakıncası yoksa cep telefonlarının* ve e-posta adreslerinin makalenin sonuna eklenmesi gerekmektedir.

5-Makale yazılırken;

- **Kelime İşlem** : Winword 6.0 ve üstü
- **Yazı karakteri** : Times New Roman
- **Sayfa Yapısı: Kenar Boşlukları** : Üst: 3, Alt: 3, Sağ: 2, Sol: 2
- **Satır aralığı** : Tek satır
- **Girinti** : Özel, 1cm
- **Başlık** : 14 punto, sayfa ortası, Koyu. Hepsi büyük harf.
- **Yazar adı** : 11 punto, sayfa ortası, koyu, italik
- **Yazar bağlı olduğu bölüm** : 11 punto, sayfa ortası, italik
- **Özet/Abstract** : 9 punto, koyu, çift sütun, iki yana dayalı
- **Ana makale** : 10 punto, iki sütun, iki yana dayalı. Makalede giriş, gelişme ve sonuç bölümleri bulunmalıdır.
- **Sütun genişliği** : Çift sütun, genişlik 8,25cm, aralık 0,5 cm
- **Yararlanılan Kaynaklar** : 9 punto, makalenin sonunda yer alacaktır.

6-Yukarıdaki özelliklerde yazılar 1 adet printer çıktısı ile birlikte 3 ½ inç'lik PC IBM formatında floppy enstitümüze teslim edilecektir.

7-İstenilen özelliklerde olmayan yazılar değerlendirilmeye alınmayacaktır.

8-Aynı yazara ait tek yazarlı birden fazla yazı bir sayıda yayınlanamaz.

The Institute's Arbitrator Journal of **ÖNERİ**'s 24th issue will be published in June 2005. The Specific rules of writings, in order to be eligible to be published in the journal, are at below. Writings, in order to be taken into consideration must be handed to the Institute of Social Sciences.

SPECIFIC RULES

1. There must be an abstract between 100-150 words, written in both *Turkish and English* on the first page.
2. The name of essay must be written both *Turkish and English*
3. The writings must include the writer's CV and the academic interest areas in English.
4. The writings must include the writers work address, work phone, mobile phone and e-mail address.
5. The writing should be presented in respect of the following criteria:
 - **Word Processor** : Winword 6.0 or higher version
 - **Font** : Times New Roman
 - **Page Setup** : Margin : Top 3, Bottom 3, Right 2, Left 2cm
 - **Line Spacing** : 1
 - **Indentation** : Special, 1cm
 - **Title** : 14 size, center aligned, bold, capital letters.
 - **Writer** : 11 size, center aligned, bold, italic letters.
 - **The University and Department of The Writer** : 11 size, middle of the page, italic letters.
 - **Abstract** : 9 size, bold, 2 columns, justified.
 - **Essay** : 10 size, 2 columns, justified.
 - **Column Width** : Width 8.25 cm., space between columns 0.5 cm.
 - **References** : 9 size, to be written at the end of the essay.
6. All writings are to be handed to the Institute of Social Sciences with a printer output and PC IBM formatted floppy disk.
7. Those essays which do not suit stated above will not be taken into consideration.
8. No more than one essay of a writer is allowed to be published in an issue.

EK: “YARARLANILAN KAYNAKLAR” BÖLÜMÜ
KAYNAK GÖSTERİMİ ÖRNEKLERİ

- [1] Musgrave, R., & Musgrave, P. (1989). *Public Finance in Theory and Practice*. Fifth Edition. New York: McGraw-Hill.
- [2] Kartal, K. (1978). *Kentleşme ve İnsan*. Ankara: TODAİE Yayınları.
- [3] Oğus, A. (2000). “Self-Regulation”, Bouckaert, B., & De Geest, G. (Eds). *Encyclopedia of Law and Economics*, Clentenham: Edward Elgar Publishing.
- [4] Robertson, R. (1999). *Globalization; Social Theory and Global Culture*. (Çev: Ümit Hüsrev Yolsal). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- [5] Akkoyunlu, E.A. (1973). A Linear Algorithm for Computing the Optimum University Timetable. *Computer Journal*, 16(4), ss.347-350.
- [6] Bakoğlu, R. (2000). The Road, the Roadblocks and Diversions on the Way to Today’s Strategy Concept. *Öneri*, 14(3), ss.101-107.
- [7] Demirkan, M. (1997). Türk Endüstri İlişkileri Sisteminde Etik Tavrı ve Sorumluluk Bilinci. *Siyasette ve Yönetimde Etik Sempozyumu*, 24-26 Aralık, Adapazarı, ss.265-272.
- [8] Oral, H. (1999). Menu Planning Through Multiobjective Programming: An Application in Turkish Army. *Sistem Müh. Yüksek Lisans Tezi*, Fen Bilimleri Enstitüsü. Yeditepe Üniversitesi.
- [9] Melemen, M. (1997). Dış Ticaretimizde Türk Modeli Üzerine Düşünceler. *Dünya Gazetesi*, 7 Ekim, s.5.
- [10] Woodbury M. (1994). Freedom Of Information Laws Affect The Autonomy Of American Universities. *E Law - Murdoch University Electronic Journal of Law*, 1(4), December. (<http://www.murdoch.edu.au/elaw/issues/v1n4/woodbury14.html>) [26. 03. 03].
- [11] ILO. (1998). *Proceedings of the International Symposium on Job Retention and Return to Work Strategies for Disabled Workers*, Washington D.C., 20-21 May. (<http://www.gladnet.org/infobase/return%20to%20work/washingt.htm>). [09.01.2003].



MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HAKEMLİ DERGİSİ

Öneri
BAŞVURU FORMU

MAKALENİZİN BAŞLIĞI	
Türkçe:	
İngilizce:	
GEREKLİ BİLGİLER	
Makale Sahibinin; Sahiplerinin Adı-Soyadı, Ünvanı veya Ünvanları, Bağlı bulunduğu/buldukları Üniversite	
Yazışmaların Yapılacağı Adres	
Cep Telefonunuz	
Ofis Telefonunuz (Dahili Telefonunuz)	
E-Mail Adresiniz	
Akademik İlgi Alanlarınız	
Makalenizle İlgili İngilizce ve Türkçe Anahtar Kelimeler	
Ana Bilim Dalınız	
Makalenizin Veriliş Tarihi:	Makalem/ Makalemizin Daha Önce Başka Bir Dergiye Verilmediğini ve Hiçbir Yerde Yayınlanmadığını Taahhüt Ederim
Hakem Veri Tabanımıza Konunuzla İlgili Önerilebileceğiniz İsimler 1)..... 2).....	İMZA

*Makale yazımınızla ilgili şekil şartlarına <http://sbc.marmara.edu.tr/oneridergisi/> - adresinden makale gönderme bölümüne ulaşabilirsiniz. Bu bilgiler ayrıca bütün sayılarımızın en son sayfasında da yer almaktadır.

