

ENSTİTÜ ADINA SAHİBİ : Prof.Dr. Şadi Can SARUHAN (Enstitü Müdürü)

DERGİ YÖNETİM KURULU

Prof.Dr.Şadi Can SARUHAN (Yönetim Kurulu Başkanı)
Prof.Dr.Şahamet BÜLBÜL (Üye) Doç.Dr.Cemal İBİŞ (Üye)
Prof.Dr.Mustafa FAYDA (Üye) Prof.Dr.Feryal İREZ (Üye)
Prof.Dr.Haluk SUMER (Üye) Prof.Dr. Uğur YOZGAT (Editör)

YAYIN KURULU :

Enstitü Müdür Yardımcıları

Prof.Dr. Şahamet BÜLBÜL (Müdür Yrd.)
Doç.Dr. Cemal İBİŞ (Müdür Yrd.)

Anabilim Dalı Başkanları

Prof.Dr. Mücteba İLGÜREL
Prof.Dr. Müjdat ŞAKAR
Prof.Dr. Tuncay KOCAMAZ
Prof.Dr. Cengiz OKMAN
Prof.Dr. Emin ARTUK
Prof.Dr. Rona TURANLI
Prof.Dr. Ömer Faruk BATİREL
Prof.Dr. Celal ERBAY
Prof.Dr. Mustafa UZUN
Prof.Dr. Filiz Balta PELTEKOĞLU

Prof.Dr. Acar SEVİM
Prof.Dr. Osman ALTUĞ
Prof.Dr. Haluk SÜMER
Prof.Dr. Jale CİVELEK
Prof.Dr. Cevdet YAVUZ
Prof.Dr. Nazım ENGİN
Prof.Dr. Şahamet BÜLBÜL
Prof.Dr. Bekir KARLIĞA
Prof.Dr. Yasemin İNCEOĞLU
Prof.Dr. Nurçay TÜRKÖĞLU

SBE ile Koordineli Çalışan Enstitülerin Müdürleri

Prof.Dr. İlhan ULUDAĞ
Prof.Dr. Nurten GÜNAL
Prof.Dr. Feryal İREZ

Prof.Dr. Muzaffer DARTAN
Prof.Dr. Ayla OKTAY
Prof.Dr. Emine GÜRSOY NASKALI

DANIŞMA KURULU:

Prof.Dr. Hayri ÜLGEN (İstanbul Üniversitesi, İşletme Fak. Dekanı)
Prof.Dr. Erol EREN (Doğuş Üniversitesi, İİBF)
Prof.Dr. Tamer KOÇEL (Kültür Üniversitesi, İİBF Dekanı)
Prof.Dr. İsmail EFİL (Uludağ Üniversitesi, İİBF Dekanı)
Prof.Dr. Taner BERKSOY (Bilgi Üniversitesi, İİBF Dekanı)

EDİTÖR

YAYINA HAZIRLAYANLAR

REKLAM ve HALKLA İLİŞKİLER

BASIM YERİ

İLETİŞİM BİLGİLERİ

: Prof.Dr. Uğur YOZGAT
: Prof.Dr. Uğur YOZGAT - Arş.Gör. Hande GÜRSOY
: Arş.Gör. Esra DİNÇ
: Golden Print Ofset Basım & Yayın Hizmetleri

ADRES : Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Ressam Namık İsmail Sok. No:1 34290 Bahçelievler - İSTANBUL

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

FAX : (212) 506 88 61

WEB : <http://sbe.marmara.edu.tr>

E-POSTA : sbe@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.

HAKEMLERİMİZ

Yalçın ACAR	Uludağ Üniversitesi	A. Ümit BERKMAN	Bilkent Üniversitesi	Tunç EREM	Marmara Üniversitesi
Zeki ADAL	İstanbul Üniversitesi	Sevda BERKMAN	Boğaziçi Üniversitesi	Erol EREN	Doğuş Üniversitesi
Gülsüm AKALIN	Marmara Üniversitesi	Taner BERKSOY	Bilgi Üniversitesi	Esin ERGİN	İstanbul Üniversitesi
Uğur Selçuk AKALIN	Marmara Üniversitesi	Turgay BERKSOY	Marmara Üniversitesi	Mustafa ERKAL	İstanbul Üniversitesi
Güneri AKALIN	Hacettepe Üniversitesi	Nuri BİLGİN	Ege Üniversitesi	Hüsnü ERKAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Ömer AKAT	Uludağ Üniversitesi	Zeynep BİLGİN	Marmara Üniversitesi	Haluk ERLAT	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Ali AKDEMİR	Kocaeli Üniversitesi	Fahir BİLGİNOĞLU	İstanbul Üniversitesi	İbrahim EROL	Celal Bayar Üniversitesi
Şükrü AKDOĞAN	Erciyes Üniversitesi	Cemil BOYACI	Akdeniz Üniversitesi	Halis ERTÜRK	Uludağ Üniversitesi
İşıl AKGÜL	Marmara Üniversitesi	Tülay BOZKURT	Marmara Üniversitesi	Mümin ERTÜRK	Erciyes Üniversitesi
Fahamet AKIN	Uludağ Üniversitesi	Ünal BOZKURT	İstanbul Üniversitesi	Ali ERYILMAZ	Atılım Üniversitesi
H. Besim AKIN	Marmara Üniversitesi	Veysel BOZKURT	Uludağ Üniversitesi	Bilal ERYILMAZ	Sakarya Üniversitesi
Özdemir AKMUT	Ankara Üniversitesi	Gönül BUDAK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Öner ESEN	İstanbul Üniversitesi
Haldun AKPINAR	Marmara Üniversitesi	Birel BUMİN	Gazi Üniversitesi	Murat FERMAN	İşık Üniversitesi
A.Şinasi AKSOY	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Emre BURÇKIN	Marmara Üniversitesi	Ergun GEDİZLIOĞLU	İstanbul Teknik Üniversitesi
Ahmet AKSOY	Selçuk Üniversitesi	Nuri BURHAN	Uludağ Üniversitesi	Mehmet GENÇELİ	İstanbul Üniversitesi
Ekrem AKSOY	Hacettepe Üniversitesi	Şahamet BÜLBÜL	Marmara Üniversitesi	Nurullah GENÇ	Atatürk Üniversitesi
İkbal AKSÜLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Serpil CANBAŞ	Çukurova Üniversitesi	Güneş GENÇYILMAZ	Kültür Üniversitesi
Sina AKŞİN	Ankara Üniversitesi	Ayşe Özgül CEMALCILAR	Anadolu Üniversitesi	Semra GERMANER	Mimar Sinan Üniversitesi
Müfit AKYÜZ	Marmara Üniversitesi	Tankut CENTEL	İstanbul Üniversitesi	Ramazan GEYLAN	Anadolu Üniversitesi
Halil ALACAKLI	Marmara Üniversitesi	Ali CEYLAN	Uludağ Üniversitesi	Ahmet GÖKÇEN	İstanbul Üniversitesi
Hilmi ALACAKLI	Marmara Üniversitesi	Nalan CİNEMRE	Mimar Sinan Üniversitesi	Gürbüz GÖKÇEN	Marmara Üniversitesi
Mehmet C. ALDEMİR	Dokuz Eylül Üniversitesi	Jale CİVELEK	Marmara Üniversitesi	Mübeccel GÖNEN	Hacettepe Üniversitesi
Emre ALKIN	Kültür Üniversitesi	Adem ÇABUK	Balıkesir Üniversitesi	Selami GÖZENÇ	İstanbul Üniversitesi
Erdoğan ALKIN	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Serap ÇABUK	Çukurova Üniversitesi	Ümit GÜCENME	Mimar Sinan Üniversitesi
Nuray ALTUĞ	Marmara Üniversitesi	Adil ÇAĞLAR	Kültür Üniversitesi	Uğur GÜLLÜLÜ	Atatürk Üniversitesi
Osman ALTUĞ	Marmara Üniversitesi	Uğur ÇAĞLI	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Şefkati GÜLTEN	Atatürk Üniversitesi
Doğan ALTUNER	Yeditepe Üniversitesi	İsmail Lütfi ÇAKAN	İstanbul Üniversitesi	Hüseyin GÜMÜŞ	Marmara Üniversitesi
İbrahim ANIL	Marmara Üniversitesi	Ahmet ÇAKMAK	Marmara Üniversitesi	Ayşe GÜNER	Marmara Üniversitesi
Sudi APAK	Trakya Üniversitesi	Yurdakul ÇALDAĞ	Gazi Üniversitesi	Orhan GÜNER	İstanbul Üniversitesi
İ. Hakkı ARMUTLULU	Marmara Üniversitesi	Bengü ÇAPAR	Başkent Üniversitesi	Hurşit GÜNEŞ	Marmara Üniversitesi
Tamer ARPACI	Gazi Üniversitesi	Peyami Sefa ÇARIKÇIOĞLU	Kültür Üniversitesi	Sahavet GÜRDAL	Marmara Üniversitesi
Hüsnü ARSLAN	Marmara Üniversitesi	Huriye ÇATALCA	İstanbul Üniversitesi	Yaşar GÜRGEN	Çukurova Üniversitesi
Sinan ARTAN	Marmara Üniversitesi	Hasan Fuat ÇELEBİOĞLU	Galatasaray Üniversitesi	Selahattin GÜRİŞ	Marmara Üniversitesi
Nurdan ASLAN	Marmara Üniversitesi	Canan ÇETİN	Marmara Üniversitesi	Tanju GÜRKAN	Ankara Üniversitesi
Salih Sabri ASTARLIOĞLU	Uludağ Üniversitesi	Mustafa ÇIKRIKÇI	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Necmi GÜRSAKAL	Uludağ Üniversitesi
Nezvat AŞIK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Recai ÇINAR	Atatürk Üniversitesi	Cudi Tuncer GÜRSOY	Doğuş Üniversitesi
Hasan Rıza AŞIKOĞLU	Afyon Üniversitesi	Sadık ÇÖKELEZ	Pamukkale Üniversitesi	Ali GÜZEL	Marmara Üniversitesi
İnal Cem AŞKUN	Anadolu Üniversitesi	Nevin DENİZ	Marmara Üniversitesi	Rüstem HACİRÜSTEMOĞLU	Galatasaray Üniversitesi
İbrahim ATALAY	Dokuz Eylül Üniversitesi	Güney DEVREZ	Ankara Üniversitesi	Nevin HADDAD	Gazi Üniversitesi
Mansur ATALAY	Erciyes Üniversitesi	Hilal DICLE	Marmara Üniversitesi	Vasfi HAFTACI	Kocaeli Üniversitesi
Göksel ATAMAN	Marmara Üniversitesi	Mustafa DILBER	Boğaziçi Üniversitesi	Fethi HEPER	Anadolu Üniversitesi
Ümit ATAMAN	Marmara Üniversitesi	Şener DİLEK	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Bülent HİMMETOĞLU	Boğaziçi Üniversitesi
Nurhan AYDIN	Anadolu Üniversitesi	M.Zeki DİNÇER	İstanbul Üniversitesi	Orhan İÇÖZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Ramiz AYDIN	Marmara Üniversitesi	Ömer DİNÇER	Marmara Üniversitesi	Zeynep İNANKUR	Mimar Sinan Üniversitesi
A. Kürşat AYDOĞAN	Bilkent Üniversitesi	Binali DOĞAN	Marmara Üniversitesi	Ahmet İNCEKARA	İstanbul Üniversitesi
Doğan Yaşar AYHAN	Hacettepe Üniversitesi	İbrahim DOĞAN	Marmara Üniversitesi	Aysu INSEL	Marmara Üniversitesi
Mustafa AYTAÇ	Uludağ Üniversitesi	Muammer DOĞAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Ahmet Hamdi İSLAMOĞLU	Kocaeli Üniversitesi
Semra AYTUĞ	Dokuz Eylül Üniversitesi	Suat DOĞRUEL	Marmara Üniversitesi	Tamer İŞGÜDEN	Doğuş Üniversitesi
Ömür BABAOĞLU	Kocaeli Üniversitesi	Hatice DOĞUKANLI	Çukurova Üniversitesi	Yüksel İŞYAR	Uludağ Üniversitesi
Şemsettin BAĞIRKAN	Marmara Üniversitesi	Nuran DOYRANGÖL	Marmara Üniversitesi	M.Erol İYİBOZKURT	Uludağ Üniversitesi
Atilla BAĞRIÇIK	Marmara Üniversitesi	Lale DURUIZ	Bilgi Üniversitesi	İbrahim KAPLAN	Anadolu Üniversitesi
Erdal BALABAN	İstanbul Üniversitesi	Durmuş DÜNDAR	Kültür Üniversitesi	Kaptan KAPTANGİL	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Gülsün BASKAN	Hacettepe Üniversitesi	İsmail EFİL	Uludağ Üniversitesi	Ali İhsan KARAALP	Pamukkale Üniversitesi
Koray BAŞOL	Dokuz Eylül Üniversitesi	Nazım EKREN	Marmara Üniversitesi	Taner KARAHASANOĞLU	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Ömer Faruk BATIREL	Marmara Üniversitesi	Nazım ENGİN	Marmara Üniversitesi	Nihat KARAKOÇ	Balıkesir Üniversitesi
Doğan BAYAR	Anadolu Üniversitesi	Aysel ERÇİŞ	Atatürk Üniversitesi	Rıdvan KARALAR	Anadolu Üniversitesi
Ferit H. BAYKAL	Marmara Üniversitesi	İnci ERDEM ARTAN	Marmara Üniversitesi	İlkay KASATURA	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Ayşecan BAYSAL	Haliç Üniversitesi	Deniz ERDEN	Boğaziçi Üniversitesi	Erol KATIRCIOĞLU	Bilgi Üniversitesi
Selim BEKÇIOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi	Sema ERDER	Marmara Üniversitesi	İsmail KAYA	İstanbul Üniversitesi
Aziz BENER	Yıldız Teknik Üniversitesi	İlhan ERDOĞAN	İstanbul Üniversitesi	Tuğray KAYNAK	İstanbul Üniversitesi
Güneş Nazire BERBEROĞLU	Anadolu Üniversitesi	Muammer ERDOĞAN	Atatürk Üniversitesi	Metin KAZANCI	Ankara Üniversitesi
Niyazi BERK	Marmara Üniversitesi	Cevdet ERDOST	Hacettepe Üniversitesi	Handan KEPİR SINANGİL	Marmara Üniversitesi

HAKEMLERİMİZ

Zafer KESEBİR	Marmara Üniversitesi	Bilal M. ÖZGÜVEN	Süleyman Demirel	Müjgan TEZ	Marmara Üniversitesi
Tanıl KILINÇ	İstanbul Üniversitesi	Ömür ÖZMEN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Necdet TİMUR	Anadolu Üniversitesi
Gülşay KIROĞLU	Mimar Sinan Üniversitesi	Şule ÖZMEN	Marmara Üniversitesi	Tuncer TOKOL	Uludağ Üniversitesi
Tuncay KOÇAMAZ	Marmara Üniversitesi	Ali ÖZTEKİN	Akdeniz Üniversitesi	Mehmet TOMANBAY	Gazi Üniversitesi
Tamer KOÇEL	Kültür Üniversitesi	Ahmet ÖZTÜRK	Uludağ Üniversitesi	Aykut TOP	Marmara Üniversitesi
Gürel KONURALP	Marmara Üniversitesi	Mahmut PAKSOY	İstanbul Üniversitesi	Nuri TORTOP	Başkent Üniversitesi
Celil KOPARAL	Anadolu Üniversitesi	İşıl PEKDEMİR	İstanbul Üniversitesi	Yusuf TUNA	İstanbul Üniversitesi
Esfender KORKMAZ	İstanbul Üniversitesi	Recep PEKDEMİR	İstanbul Üniversitesi	Cudi TUNCER	Doğuş Üniversitesi
Serdar KURT	Dokuz Eylül Üniversitesi	Gütekin RODOPLU	Kocaeli Üniversitesi	Nihal TUNCER	İstanbul Üniversitesi
Kemal KURTULUŞ	İstanbul Üniversitesi	Zeyyat SABUNCUOĞLU	Uludağ Üniversitesi	Münevver TURANLI	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Ayşe KURUÖZÜM	Akdeniz Üniversitesi	Bedriye SARAÇOĞLU	Kırıkkale Üniversitesi	Rona TURANLI	Marmara Üniversitesi
Şule KUT		A. Selami SARGUT	Başkent Üniversitesi	Hasan TÜREDİ	Karadeniz Teknik Üniversitesi
Osman KÜÇÜKAHMETOĞLU	Marmara Üniversitesi	Fulya SARVAN	Akdeniz Üniversitesi	Aydın TÜRKBAL	Dicle Üniversitesi
Ömer LALIK	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Kemal SAYBAŞILI	Yıldız Teknik Üniversitesi	Asuman TÜRKEL	Marmara Üniversitesi
Banş MATER	İstanbul Üniversitesi	Hikmet SEÇİM	Akdeniz Üniversitesi	Nurçay TÜRKÖĞLU	Marmara Üniversitesi
Fermani MAVIŞ	Anadolu Üniversitesi	Ahmet SERPİL	Yeditepe Üniversitesi	İlhan ULUDAĞ	Marmara Üniversitesi
Mustafa MAZLUM	Çağ Üniversitesi	Mustafa SEVÖKTEKİN	Uludağ Üniversitesi	Cafer UNAY	Uludağ Üniversitesi
Nilgün MORALI	Dokuz Eylül Üniversitesi	Halil SEYİDOĞLU	Doğuş Üniversitesi	Oğuz URAS	Marmara Üniversitesi
İsmet MUCUK	İstanbul Üniversitesi	Zeki SEZER	Dicle Üniversitesi	Alpaslan USAL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Naci Birol MUTER	Çal Bayar Üniversitesi	Selime SEZGİN	İstanbul Bilgi Üniversitesi	Aypar USLU	Marmara Üniversitesi
Mahir NAKİP	Erciyes Üniversitesi	Muhan SOYSAL	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Cavide UYARGIL	İstanbul Üniversitesi
Niüfer NARLI	Marmara Üniversitesi	İsmail Hakkı SÖNMEZ	Erciyes Üniversitesi	Erol ÜÇDAL	Kadir Has Üniversitesi
Rauf NIŞEL	Marmara Üniversitesi	Halim SÖZBİLİR	Afyon Üniversitesi	Hayri ÜLGEN	İstanbul Üniversitesi
Bozta OBA	Bilgi Üniversitesi	Metin SÖZEN	İstanbul Teknik Üniversitesi	H. İbrahim ÜLKER	Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sedefhan OĞUZ	Yeditepe Üniversitesi	Fevzi SÜRMELE	Anadolu Üniversitesi	H. Targan ÜNAL	İstanbul Üniversitesi
Neslihan OKAKIN	Marmara Üniversitesi	Hüseyin ŞAHİN	Uludağ Üniversitesi	Çağatay ÜNÜSAN	Selçuk Üniversitesi
Osman OKKA	Gazi Üniversitesi	Fevzi ŞAHLANAN	İstanbul Üniversitesi	Behlül ÜSDİKEN	Sabancı Üniversitesi
Cengiz OKMAN	Marmara Üniversitesi	Münir ŞAKRAK	Marmara Üniversitesi	Füsun ÜSTEL	Marmara Üniversitesi
Suat OKTAR	Marmara Üniversitesi	Cemal ŞANLI	İstanbul Üniversitesi	Ateş VURAN	İstanbul Ticaret Üniversitesi
Mete OKTAV	Dokuz Eylül Üniversitesi	Hünel ŞENCAN	İstanbul Üniversitesi	Erol YARIZ	Marmara Üniversitesi
Ertan OKTAY	Maltepe Üniversitesi	Levent ŞENYAY	Dokuz Eylül Üniversitesi	Duygun YARSUVAT	Galatasaray Üniversitesi
Ali Rıza OKUR	Marmara Üniversitesi	Emel ŞIKLAR	Anadolu Üniversitesi	M. Fuat YAŞAR	İstanbul Üniversitesi
Güngör ONAL	Marmara Üniversitesi	Şerif ŞİMŞEK	Selçuk Üniversitesi	Kemal YILDIRIM	Anadolu Üniversitesi
Oğuz ONARAN	Ankara Üniversitesi	Necatî TAŞKIRAN	Dokuz Eylül Üniversitesi	Oya YILDIRIM	Dokuz Eylül Üniversitesi
Osman Z. ORHAN	Marmara Üniversitesi	Rezzan TATLIDİL	Ege Üniversitesi	Turan YILDIRIM	Marmara Üniversitesi
Neyran ORHUNBİLGE	İstanbul Üniversitesi	Ömer Baybars TEK	Dokuz Eylül Üniversitesi	Ekrem YILDIZ	Kırıkkale Üniversitesi
Suat ÖKSÜZ	Ege Üniversitesi	Erdal TEKARSLAN	İstanbul Üniversitesi	Gültekin YILDIZ	Sakarya Üniversitesi
Günel ÖNCE	Dokuz Eylül Üniversitesi	Mehmet Şükrü TEKBAŞ	İstanbul Üniversitesi	Dilek YILMAZCAN	Marmara Üniversitesi
Türkan ÖNCEL	İstanbul Üniversitesi	Hasan TEKELİ	Akdeniz Üniversitesi	M. Kemal YÖĞÜRTÇÜGİL	Mimar Sinan Üniversitesi
İnan ÖZALP	Anadolu Üniversitesi	Edip TEKER	Dokuz Eylül Üniversitesi	Ahmet YÖRÜK	Kadir Has Üniversitesi
Mahmut ÖZDEMİR	Kırıkkale Üniversitesi	Suat TEKER	İstanbul Teknik Üniversitesi	Konca YUMU	Ege Üniversitesi
Mehmet ÖZER	Marmara Üniversitesi	Birol TENEKECİOĞLU	Anadolu Üniversitesi	Öznur YÜKSEL	Çankaya Üniversitesi
Mina ÖZEVREN	Marmara Üniversitesi	Suna TEVRUZ	Marmara Üniversitesi	Cemal YÜKSELEN	Mustafa Kemal Üniversitesi
Murat ÖZGEN	İstanbul Üniversitesi				

Kamu Hizmeti ve Kamuda Performans Değerleme Ölçütleri

Kamu hizmeti genel bir ifadeyle; *“toplumun ortak gereksinimlerini karşılamak ve toplumsal yaşamı düzenlemek üzere, yetki verilen kamu otoriteleri tarafından yürütülen faaliyetler”* olarak tanımlanabilir.

Kamu kesiminde performans denetimi, *“denetlenen kurum kaynaklarının verimlilik, etkinlik ve tutumluluk esasları çerçevesinde yönetilip yönetilmediğini anlamak için faaliyetlerin bağımsız bir şekilde değerlendirilmesi”* olarak irdelenmektedir.

Verimlilik; mal, hizmet ve diğer sonuçlarla ifade edilen çıktılarla, bunları üretmekte kullanılan kaynaklar arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir.

Etkinlik; hedeflere ulaşma derecesini ve istenilen etki ile gerçekleşen etki arasındaki ilişkiyi tanımlamaktadır.

Tutumluluk ise; uygun düzeydeki kaliteyi de gözeterek, kullanılan kaynakların maliyetinin en aza indirgenmesini ifade etmektedir.

Bilgi teknolojileri ve internet kullanımıyla etkinlik, verimlilik ve tutumluluk arasında doğrudan bir ilişki bulunmaktadır. Şöyle ki; kamusal hizmet sunan devletin tüm vatandaşlara hızlı ve kolay bir şekilde ulaşmasında ve devletle vatandaş arasındaki uzaklığın azalarak yabancılaşmanın ortadan kalkmasında internet kullanımı önemli bir rol oynamaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kamu alanında kullanılması sonucunda kamu kurum ve kuruluşlarının etkinliği ve verimlilik artmaktadır. Kamu çalışanları daha kısa zamanda daha çok iş yapabilmekte, görev ve öğrenme etkinliğini arttırabilecekleri araçlara sahip olabilmektedir. Tasarruf edilen zaman ve para ise, daha etkin hizmet verebilmek için yatırım amacıyla kullanılmakta ve bu şekilde verimli ve etkin çalışan kamu kurumlarında daha kaliteli hizmet üretilmesi sağlanabilmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojileri, ilk kurma maliyeti yüksek olmasına karşılık zaman boyutunda maliyetlerin azalmasını, verilecek olan hizmetin daha hızlı sunulmasını, kağıt bağımlılığı ve kullanımını azaltarak işletme giderlerinin düşmesini sağlamaktadır. Bilgi teknolojilerinin kamu sektöründe kullanımı bu yönüyle tutumluluğu da desteklemektedir.

Çağdaş Devlet Anlayışı Bağlamında E-Devlet

Günümüzde, vatandaşla devlet arasındaki tüm ilişkilerin zaman ve etkinlik yönünden daha rasyonel bir hale gelebilmesi için tüm işlemler elektronik ortama dayandırılmış ve “geleneksel devlet hizmeti” anlayışından “e-devlet”e doğru bir geçiş başlamıştır.

E-devlet, Türkiye Bilişim Şurası'nın Mayıs 2002 tarihli e-devlet Çalışma Grubu Raporu'nda “**devletin vatandaşlara karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesidir.**” şeklinde tanımlanmıştır.

Çağdaş devlet anlayışı, sorunlara çözüm getiren, vatandaşlarına etkin ve kaliteli hizmet sunan devlet anlayışıdır. Bu anlayışta devlet, kamu hizmetlerini sunarken **vatandaş memnuniyetini** ön planda tutmakta yani “**vatandaş odaklı**” bir yaklaşım benimsemektedir. e-devlet modeliyle gerçekleştirilmesi hedeflenen ana unsurlardan biri de budur. E-devlet modeli devleti saydamlaştırmış ve vatandaş memnuniyetini temel alarak etkin, hızlı ve şeffaf hizmet sunma imkanını sağlamıştır.

E-Kamu Hizmeti

E-kamu hizmetini “**devletin vatandaşa ve iş dünyasına verdiği hizmetler ile kendi kurumları arasındaki iletişimin elektronik ortamda yürütülmesi**” olarak tanımlamak mümkündür.

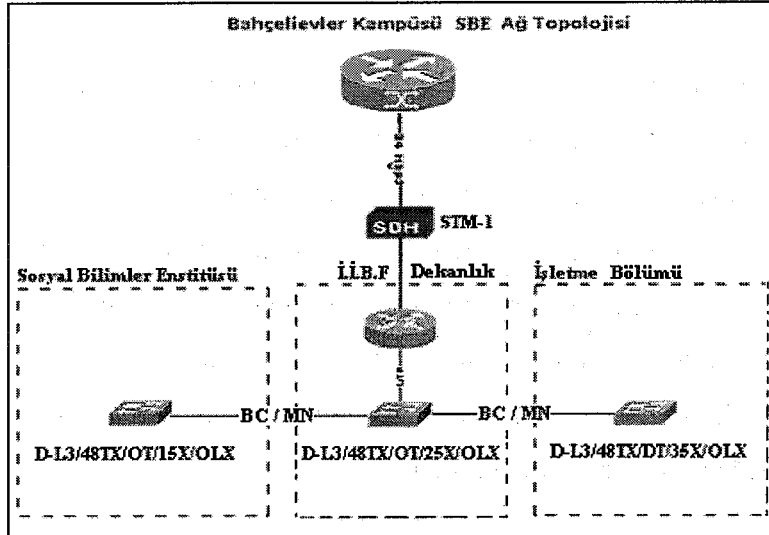
E-hizmet uygulamaları sayesinde kamu kurum ve kuruluşlarından hizmet alan bireyler tüm ilişkilerde, hizmet aldıkları kamu kurum ve kuruluşlarının Internet adreslerinden ihtiyaç duydukları bilgilere ulaşabilmekte ve gerekli tüm işlem ya da başvurularını bu araçla yapabilmektedirler. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı bu olanaklar sayesinde kamu kurumları, kişi ve kuruluşların yakınına gelmekte, standartlaşma, saydamlık ve uzmanlaşma, aracısızlık boyutu ile büyük ölçüde gelişmektedir. Kamu kurumları, elektronik olarak erişim mesafesini arttırma imkanına sahip oldukça, hizmetlerini daha iyi biçimde sunabilmekte ve bu hizmetlerini katma değere dönüştürebilmektedir.

Enstitümüzde E-Hizmet Uygulaması

Kurum ve kişiler arasındaki iletişimsizlik güven ilişkisinin zedelenmesine neden olabilmektedir. Bundan dolayı Enstitümüzün öğrencilere erişiminin yanı sıra öğrencilerimizin de Enstitümüze erişimlerinin sağlanması son derece önemlidir. Öğrencilerimizle aramızdaki iletişimin kesintisiz ve sağlıklı bir şekilde kurulması, bilgi alış-verişini sağlayan araçların etkin çalışmasıyla mümkün olmaktadır. Enstitümüz, öğrencilerimizin ihtiyaç duyduğu bilgiye en kısa sürede ve en etkin biçimde ulaşabilmelerini sağlamak için bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklarla yeni bir yapılanmaya gitmiş ve öğrencilerimize en iyi hizmeti sunabilmek için e-hizmet uygulamalarını hayata geçirmiştir.

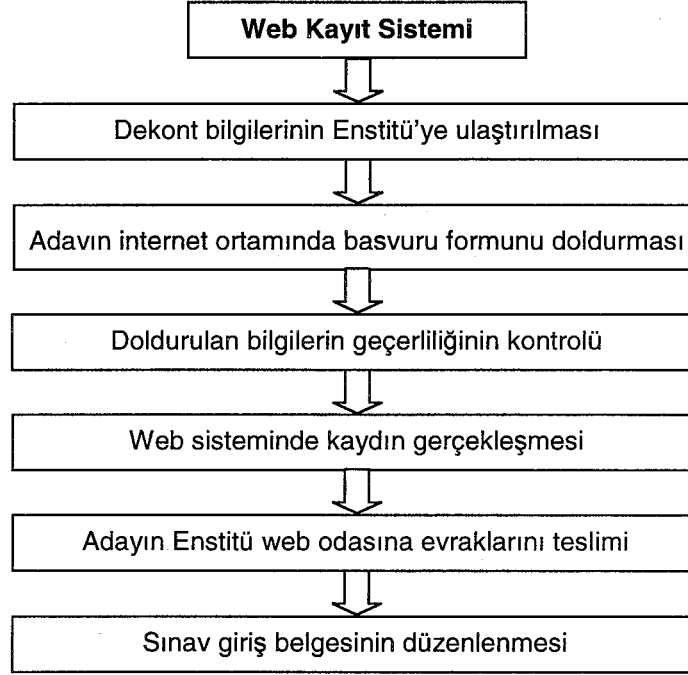
Bu amaçlar doğrultusunda Enstitümüzde bilgi bütünlüğü ve standardının oluşturulması için ortak veri tabanı uygulamasına geçilmiş ve bunun için gerekli alt yapı çalışmaları tamamlanarak network sistemi kurulmuştur. Bu sayede birimler arasındaki bilgi alış verişinin sağlıklı bir şekilde ve kesintisiz olarak yürütülmesi sağlanmıştır.

Üniversitemiz genelinde 2003 Kasım ayında “Yerel ve Geniş Alan Ağları Alt Yapısını Oluşturma ve Geliştirme Projesi” çerçevesinde 2200 adet yapısal kablolama yapılmış, üniversitemizdeki ağ yenilenmiş ve Cisco switchleri kullanılmıştır. Yeni ağımızın, Göztepe Kampüsü Ulak Net bağlantısı 155 Mbps hızındadır. Proje kapsamında Göztepe Kampüsü merkez olmak üzere Haydarpaşa ve Bahçelievler Kampüslerimizde 34 Mbps hızında, diğer kampüslerimizde ise 512-2 Mbps hızlarında merkezi bağlantılar gerçekleştirilmiştir.



Şekil.1: Bahçelievler Kampüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü Ağ Topolojisi

Enstitümüz öğrencilerine sunmuş olduğu hizmetin alanını genişletmek amacıyla 2003 – 2004 Eğitim - Öğretim yılında ilk kez uygulanan “Web Kayıt Sistemi” projesini hayata geçirmiştir. Web Kayıt Sistemi, Enstitümüz bünyesindeki yüksek lisans ve doktora programlarında öğrenim görmek isteyen adayların başvurularını internet üzerinden yapabilmelerini sağlamak amacıyla oluşturulmuş bir sistemdir. Web Kayıt Sistemi aşamalarını şu şekilde sıralayabiliriz.



Şekil.2: Web Kayıt Sistemi

MARMARA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	
Önkayıt Başvuru Formu	
Anabilim Dalı Seçimi	? İLETİŞİM BİLİMLERİ
Bilim Dalı Seçimi	? BİLİŞİM
Eğitim Programı Seçimi	? YÜKSEK LİSANS
Ülke	? TÜRKİYE
T.C Kimlik Numarası	? 65485548755
Adı	? FARUK
Soyadı	? ÇALIKUŞU
Cinsiyet	? Erkek Medeni Halli Evli
Les Giriş Yılı	? Mayıs Ay 2003 Yıl
Les Notu (ör: xx.xxx)	? 55.545 GMAT ve GRE dönüşüm tablosu için TIKLAYINIZ.
Les Puan Türü	? SÖZEL Les Puan Türü için Tıklayınız.
Mezuniyet Yılı (gün,ay,yıl)	? 06 Ay HAZİRAN Yıl 2003
Mezuniyet Notu (ör: xx.xx)	? 65.55 100'lük haricindeki not sistemleri için Lütfen Tıklayınız...
Askerlik Durumu	? Tecilli
Askerlik Tecil Tarihi (gün,ay,yıl)	? 08 Ay TEMMUZ Yıl 2007
Askerlik Şubemiz	? 3711 Askerlik Şubemiz Seçmek İçin Lütfen Tıklayınız.
Sınava Gireceği Yabancı Dil	? Muaf Türü: Notu:
Akademik Göreviniz Var mı?	? Hayır
Akademik Göreviniz	?
Görevli Olduğunuz Üniversite	? Sosyal Bilimler Enstitüsü
Daimi Adres	?
Daimi Adres İl-İlçe	? İSTANBUL İlçe B.ÇEKMECE
Daimi Adres Posta Kodu	? 34985

Şekil.3: Ön Kayıt Başvuru Formu

Enstitümüz bu anlayış çerçevesinde hizmet verdiği tüm alanlarda, bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı olanakları, öğrenci ihtiyaç ve beklentilerini en üst düzeyde karşılamak amacıyla kullanmaktadır.

Bu duygu ve düşünceler içerisinde, Öneri Dergisi'nin 21. sayısını sunmaktan büyük mutluluk duymaktayım.

Saygı ve Sevgilerimle,

Prof.Dr. Şadi Can SARUHAN

Müdür

Değerli Öneri Dergisi Dostları,

Sizlere *“mutluluk ve başarılarla dolu bir yıl”* dilerken, sizlere bir hikaye ile merhaba demek istiyorum:

Bir zamanlar oldukça kırıcı karaktere sahip bir çocuk vardı. Bir gün babası çocuğa bir çuval dolusu çivi vererek, her sinirlendiğinde yada birisiyle münakaşa etmek durumuna geldiğinde bahçe kapısına bir çivi çakmasını söyledi.

Birinci gün çocuk bahçe kapısına tam otuz yedi çivi çaktı. İlerleyen haftalar içinde çocuk, kendisini kontrol etmeyi öğrenmeye başladı ve bahçe çitine çaktığı çivi sayısı her gün azalmaya başladı. Sonunda çocuk, bahçe kapısına çivi çakmanın onu rahatlattığını ve kendisini kontrol etmesini kolaylaştırdığını fark etti. Bir süre sonra çocuğun bahçe kapısına çivi çakmaya ihtiyaç duymadığı gün geldi. Hemen babasına gitti ve bahçe kapısına hiç çivi çakmadığını söyledi.

Babası ona bu kez de bahçe kapısına çaktığı çivilerden her gün bir tanesini sökmesini söyledi. Çocuk sevincini ve kızgınlığını kontrol etmeği başarmıştı. Aradan uzun bir zaman geçtikten sonra çocuk babasına gelerek bahçe kapısındaki tüm çivileri söktüğünü söyledi.

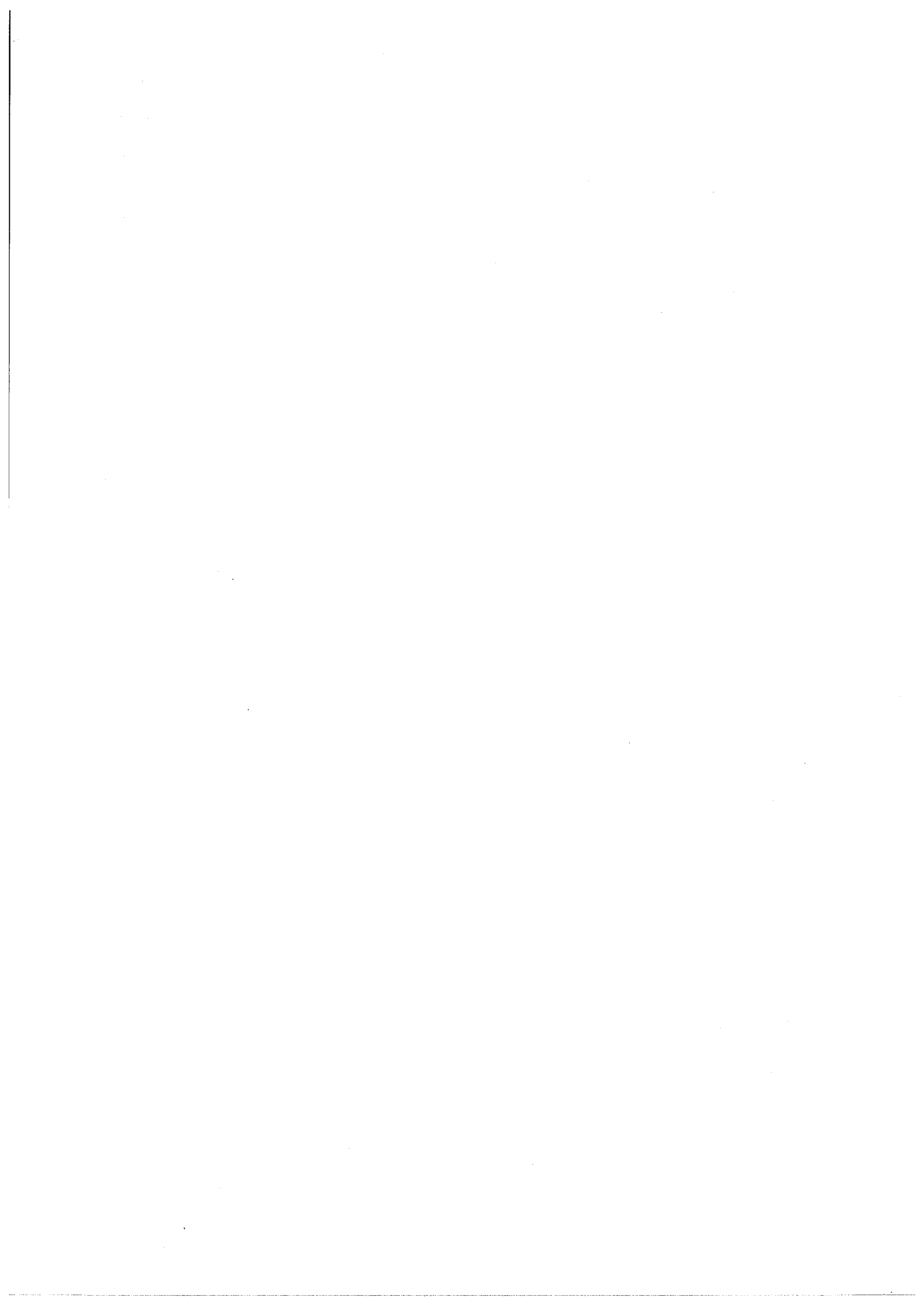
Babası oğlunu bahçe kapısının önüne götürüp dedi ki: “Oğlum, sen iyi bir iş başardın, ama bir de şu kapıda bıraktığın deliklere bak! Bu kapı artık asla eskisi gibi olmayacak! Birisiyle kavga ettiğin yada kalbini kırdığın zaman, o kişide tıpkı bu delikler gibi yara açmış olursun. Birisini kırabilir ve sonra da özür dileyebilirsin. Fakat o yara her zaman kalacaktır. Defalarca özür dilesen de o yara kalıcıdır. Birisini kelimelerle yaralamak o kişiyi fiziksel olarak yaralamaktan daha kötüdür.”

Dostlar ender bulunan mücevherlerdir. Onlar sizi mutlu eder ve destek olurlar. İhtiyacınız olduğunda sizi dinlemeye hazırdırlar. Her zaman arkanızdadırlar ve yürekleri sizlere açıktır. Dostlarınıza onları ne kadar sevdiğinizi göstermekten kendinizi alıkoymayınız. Çevrenizdekilere teşekkürü çok görmeyiniz.

Neşeli ve aydınlık günler sizlerle olsun.

Saygılarımla

Prof.Dr. Uğur YOZGAT



ŞİRKET BİRLEŞMELERİNDE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ÖNEMİ ve BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ

Nevin DENİZ¹, Seçil BAL TAŞTAN²

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

²Marmara Üniversitesi, Human Resources Management Bilim Dalı, Araştırma Görevlisi

THE IMPORTANCE OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN CORPORATE MERGERS AND AN EXAMPLE OF A PRACTICE

Abstract: In the light of the various changes (IT revolution, globalization, strong competition etc.) the business world is undergoing new models of organization such as mergers and strategic alliances. HR management can play a valuable role during a merger since the human side of the equation is a key element in the success or failure of a merger. However, there are some problems occurring in mergers such as; withstand of the employees, communication and cultural differences, unemployment etc. HR has a critical role in due diligence-both from the benefits and compensation side and the cultural side. Ultimately, many mergers fail because of human resources-related issues, such as culture clash. A solid understanding of each company's workforce and the culture that surrounds each can help HR staff develop policies and strategies that work best in the situation. Next, HR professionals must identify the key human resources concerns that will support those strategies.

Keywords: Mergers, Corporate Mergers, Human Resources, Human Resources Management, Cultural Differences, Communication.

ŞİRKET BİRLEŞMELERİNDE İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ÖNEMİ VE BİR UYGULAMA ÖRNEĞİ

Özet: Temelde sinerji yaratmak ve stratejik etkinlik sağlamak amacıyla gerçekleştirilen şirket birleşmelerinde, finansal ve hukuki konular yanında ağırlıklı olarak, iletişim, kültür, verim düşüklüğü, güvensizlik gibi insan kaynakları ile ilgili sorunların da yaşandığı gözlenmektedir. Dolayısıyla, finansal ve hukuki konular yanında, denklemin insan yönünün, birleşmelerde başarıyı ve başarısızlığı getirebilen anahtar bir unsur olduğu ve insan kaynakları yönetiminin, birleşmelerde kritik bir role sahip olduğu görülmektedir. Şirket birleşmelerinde insan kaynakları yönetiminin önemi ve bir uygulama örneği konulu bu makale çalışması, şirket birleşmelerinin anaçlarının ve birleşmelerde insan kaynakları yönetiminin önemini belirlenmesine yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda, şirket birleşmelerinde ortaya çıkan insan kaynakları sorunlarını, insan kaynakları yönetiminin bu sorunların çözümündeki rollerini ve önemini araştırmak üzere uygulama örneğini olarak seçilen firmaya, araştırma soruları yöneltilmiş ve elde edilen veriler çalışmanın temel varsayımları çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Şirket Birleşmeleri, Birleşmeler, İnsan Kaynakları, İnsan Kaynakları Yönetimi, Kültürel Farklılıklar, İletişim

I. GİRİŞ

Günümüzde küreselleşme, bilgi teknolojileri, çokuluslu şirketlerin faaliyetleri ve siyasal ve ekonomik politikaların etkileriyle şirketlerarası rekabetin yoğunlaştığı görülmektedir. Söz konusu rekabet ortamı ile birlikte, her geçen gün şirketlerarası bütünleşmeler de artmaktadır. Öyle ki, özellikle 1980 sonlarına doğru birçok işletme, rakip işletmelerle işbirliği kurmanın sinerji, finansal etkinlik ve stratejik etkinlik gibi bazı yararlar getireceğini görmüştür.

Temel amacı rekabette üstünlük sağlamak ve sinerji yaratmak olan şirket birleşmelerinde, çoğu zaman finansal ve hukuki faktörlerin yoğun bir biçimde dikkate alınmasına karşın, insan kaynaklarının uyumu, iletişim ve kurum kültürü gibi faktörlerin yeterince irdelenmediği görülmektedir. Zira, birleşmelerin bir çoğunda, ortaya çıkan insan kaynakları sorunları ve bu sorunların

çözülmesi konusunda insan kaynakları yönetiminin yeterli yaklaşım gösterememesi nedeniyle zaman hedeflenen sinerji elde edilememektedir. Bu nedenle, birleşmelerde başarıya ulaşmada, insan kaynakları yönetimi hem şirketin stratejik planları ile insan kaynakları strateji ve uygulamalarının uyumlaştırılmasında hem de kültürel uyum ve etkin iletişimin sağlanmasında önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Kuşkusuz, insan kaynakları yönetiminin birleşme sürecinin her aşaması ile entegre bir biçimde çalışması gereği göz ardı edilmemelidir.

Bu çalışmada, şirket birleşmelerinde görülen ve genellikle kültür farklılıklarından, işten çıkarmadan, iletişimden ve istihdam edilecek personelin belirlenmesinden kaynaklanan insan kaynakları sorunları üzerinde durulacak ve daha sonra bu tür sorunların çözümünde insan kaynakları yönetiminin rolü irdelenecektir. Bu bağlamda, etkili ve hızlı birleşmenin

sağlanması, yeni şirket kültürünün yaratılması ve norm kadro çalışmalarının yapılması konularında insan kaynakları yönetiminin rolü açıklanacaktır. Ayrıca, birleşmenin planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesi süreçlerinde insan kaynakları yönetiminin önemi ortaya konmaya çalışılacaktır.

II. ŞİRKET BİRLEŞMELERİ

Birleşme, iki veya daha fazla şirketin büyüme amacıyla, ekonomik ve hukuki açıdan tek bir birlik haline getirilmesidir [1]. Bir başka tanıma göre şirket birleşmeleri, "1980'li yıllarda ortaya çıkan, firmaların zayıf ya da güçlü taraflarını tamamlayabilecekleri firmalarla birleşerek, önceden belirlenmiş stratejik hedeflere ulaşmak üzere yaptıkları birleşmelerdir" [2]. Şirket birleşmeleri, şirketlerin ailevi bir işbirliğine ve bütünleşmeye gitmeleri nedeniyle evliliğe benzetilmektedir. Öyle ki, günümüzde bu kavram "şirket evliliği" olarak da sık sık telaffuz edilmektedir. Evlilik kavramı, birlik ve ortak amaç duygusuna hitap ettiğinden, ortak bir varoluş yaratan birleşmeler için uygun bir benzetme olmaktadır [3].

Birleşme, temelde sinerji yaratmak amacıyla başvurulana bir yöntem olmakla birlikte küreselleşme ve onun sonucunda doğan rekabet ortamının etkileri ve ekonomik, yönetsel, finansal, hukuksal ve teknik etkenler şirketlerin birleşme kararını almalarında etkin rol oynamaktadır. Şirket birleşmelerine yol açan söz konusu etkenler aşağıda açıklanmıştır.

II.1. Küreselleşme

Dünyayı bir bütün olarak algılayabilme gücü anlamına gelen ve modernleşmenin doğal bir sonucu olarak değerlendirilen küreselleşme kavramıyla dünyanın sosyo-kültürel siyasi ve ekonomik anlamda tek pazar haline geldiği işaret edilmektedir.

Genel anlamda küreselleşme olgusu, küresel pazar, küresel işgücü, küresel kültür, küresel işletme, küresel rekabet, küresel ürün gibi kavramlarda anlam bulmaktadır. İşletmelerin yabancı ülkelerde kendi üretim ve pazarlama yatırımlarını başlatmaları, zamanla bu girişimlerin sayısını artırarak tek ulusluktan çok uluslu hale gelmeleri, işletmelerin ulusal ve uluslararası alandaki rakipleriyle evlenerek veya onların paylarını satın alarak (sermaye, üretim, pazar, teknolojik bilgi, beceri ve yönetim olanaklarını birleştirerek) yeni sinerjik güçler yaratmaya çalışmaları, tüketici tatmininin giderek önem kazanması ve bilgi teknolojilerinde önemli gelişmeler yaşanması küreselleşme sürecinde etkili olan faktörlerdir [4].

Küreselleşmenin sonucunda ise, serbest ticaret, sınırların açılması, ucuz ve kaliteli ürünlerin pazarda yerini alması ve pazarların genişlemesi özel ya da kamu sektörü yatırımcılarını bu piyasa içinde rekabete mecbur etmiştir. Böylesi bir yarışta koşamayan, farklılık yaratamayan işletmelerin ayakta kalabilmeleri oldukça güç hale gelmiştir. Küreselleşen dünyada ve artan rekabet ortamında, piyasada varlıklarını sürdürebilmeleri amacıyla organizasyonel değişim sürecine girmek durumunda kalan işletmeler, küresel rekabette üst sıralarda yer alabilmek için yeniden yapılanma sürecine girmeleri, rakipleriyle stratejikler birlikler kurmaları ve bütünleşmeleri gerekliliğinin farkına varmışlardır.

II.2. Rekabet ve Rekabet Sonucu İşletme Yapılarının Değişimi

Küresel sistem içerisinde rekabetçi ürün ve hizmetler ortaya koyamayan işletmeler, yaşamını devam ettirme ve büyüme amaçlarını gerçekleştirmede sorunlarla karşılaşmaktadır [5]. Yeni iş dünyasında, işletmelerin başarılı olabilmesi diğer işletmelerden farklı olmalarına, müşterileri için değer yaratabilmelerine ve bunu sürekli kılabilmelerine bağlıdır. İşletmeler artık bugün için rekabet etmek yerine gelecek için rekabet etmeye çalışmaktadırlar [6].

Küreselleşmeyle birlikte günümüzde, işletmelerin rakiplerine karşı önemli bir üstünlük sağlayabilmeleri için, küresel rekabetin oluşturmuş olduğu standartları yerine getirmeleri gereği ortaya çıkmıştır. İşletmeleri rekabet konusunda derinden etkileyen bu standartlar ise; ürün ve üretim kalitesi, yenilik yaratmadaki hız, erişimdeki hız ve kolaylık, düşük maliyet, ucuz fiyat ve küresel elde edilebilirlik olarak sayılabilmektedir [7].

Günümüzde rekabet anlayışındaki bir diğer köklü dönüşüm ise "ortaklaşa rekabet" (Co-petition) kavramıyla ifade edilen iş oyununun içindeki tüm tarafların kazandığı yeni bir rekabet anlayışıdır. Ortaklaşa rekabet kavramı, iş oyunundaki oyuncuların (şirket, müşteriler, rakipler, tedarikçiler) birbirleriyle olan etkileşimlerindeki rekabetçi ve işbirlikçi unsurları ayıklayıp sınıflandırarak; yeni fırsatlara giden yolların belirlenmesini, yaratıcılığın geliştirilmesini ve sonuç olarak başarının ve karlılığın sağlanmasını hedeflemektedir.

Görüldüğü gibi, küreselleşme sonucunda ortaya çıkan hiper rekabet ortamında, ortaklaşa rekabet konusu gündeme gelmiş ve giderek önem kazanmıştır. Bu stratejiyi uygulamaya çalışan işletmeler, büyüme ortaklıkları veya şirket birleşmeleri biçimlerinde örgütlenerek rekabette başarılı olmayı ve daha fazla karlılık ve sinerji elde etmeyi amaçlamaktadırlar.

II.3. Sinerji Sağlama

Doğru kararlaştırılmış bir birleşme sonucunda ulaşılan ekonomik güç, birleşen firmaların ekonomik varlıklarının tek tek toplamından daha yüksek olmaktadır. Diğer bir ifade ile tek tek işletmelerin üretim, yatırım ve pazarlama güçlerinden daha büyük bir değer ortaya çıkmaktadır. Bu durum ise, "sinerji" etkisi ile açıklanmaktadır. Sinerji, bütünü kendisini oluşturan parçaların toplamından daha yüksek bir değere sahip olacağını ifade etmektedir [9]. Diğer bir ifadeyle sinerji, birlikte çalışma, birbirine destek verme ve $1 + 1 = 3$ eşitliğini sağlayan güç olarak tanımlanabilmektedir.

Bu bağlamda, "birleşmelerin ana çıkış noktası olarak sinerji, birleşmeyi gerçekleştiren tarafların tek başlarına yaratamayacakları artı değer olmaktadır [10].

II.4. Yeni Bir Alana Girmenin Yolu

Yeni iş alanları, bu alanlara girmek isteyen şirketler için her zaman kolay olmamaktadır. Yeni pazara girmek için şirketin çok az tecrübesi olduğu bir alanda, teknik kaynaklarını yoğunlaştırması gerekebilir veya teknik bilgiyi elde etmesi zor, yüksek maliyetli ve başarı şansı düşük olabilir. Bu durumda başarılı bir şirketle birleşmek veya satın almak, yenisini kurmadan daha ucuz ve zahmetsiz olmaktadır [1]. Bu durum, birleşmeyi oldukça çekici bir strateji haline getirebilmektedir. Böylelikle hem para hem de zaman tasarrufu sağlanabilmektedir.

II.5. Riskin Azaltılması

Bir firmanın tek başına yeni bir ürün geliştirdiği, yeni üretim teknolojisi uyguladığı veya yeni organizasyon şekilleri denediği durumlarda, belirsizlik daha fazla ve dolayısıyla bu amaçla yapılan yatırımlarda zarar etme olasılığı daha yüksek olmaktadır. Birleşme halinde ise, denenmiş, gelir sağlama kapasitesi saptanmış üretim araçları, üretim teknolojisi uygulanacağından risk çok daha az olmaktadır [11]. Bu bağlamda, uygun şirketlerle yapılan bir birleşme, işletmeye başarısızlık riski taşımadan büyüme fırsatı verebilmektedir.

Şirket birleşmelerine yol açan ve yukarıda açıklanan etkenlerin yanı sıra aşağıda belirtilen etkenler de şirketleri birleşme konusunda yönlendirmektedir [12].

- Müşteri ihtiyaç ve tercihlerine daha etkin yanıt verebilmek
- Global üretimde ölçek ekonomisinden yararlanmak
- Üretim yeri seçimi ve ürün dolaşımının kolaylaştırılması

- Birleşen şirketlerin birbirlerine bilgi/teknoloji aktarmaları ve destek vermeleri

- Gelişmekte olan pazarların ve bölgesel blokların engellerini aşmak, rekabetçi tehlikelerin önüne geçebilmek

- Artan ekonomik riski yeni iş ortağıyla paylaşmak

III. ŞİRKET BİRLEŞMELERİNDE İNSAN KAYNAKLARI SORUNLARI ve İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN ÖNEMİ

Birleşen şirketler, her iki tarafın da güçlerini birleştirip, yeni bir organizasyon geliştirmeyi ve var olan sinerjilerini ortaya çıkarmayı hedeflemektedirler. Bu tür birleşmelerde ise insan kaynakları yönetimi oldukça önemli bir rol üstlenmektedir. Ürün, üretim miktarı ve satış düzeyi gibi konular çok daha fazla dikkat çekmesine rağmen, denklemin insan yönü, birleşmelerde başarıyı ve başarısızlığı getirebilen anahtar bir unsurdur. Ancak, birleşmelerde çalışanların direnci, iletişim ve kültürel farklılıklar ve işten çıkarılmalar gibi pek çok insan kaynakları sorunlarıyla da karşılaşılabilir. İnsan kaynakları yönetimi, bu sorunların gerek ücret, ödüllendirme, işe alma, eğitime gibi boyutlarında, gerekse kültürel boyutta kritik bir role sahiptir. Ne var ki, birçok birleşmeler, özellikle örgüt kültürü ve iletişimden kaynaklanan sorunlar nedeniyle başarısızlığa uğramaktadır.

Birleşmelerde, verimliliğin düşmesi, yönetim tarzlarının çatışması, karar vermenin yavaşlaması, kültürel uyumsuzlukların, çatışmaların yaşanması ve benzeri gibi büyük bir bölümü insan kaynağı ile ilgili konularda problemlerin olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar, birleşmelerin başarısızlık sebepleri arasında doğal yeteneklerin kaybolmasını, kişisel performansın ve verimliliğin düşmesini, gönüllü ve zorunlu işten ayrılmaları, insan kaynakları seçme ve yerleştirme hatalarını, kültürün ihmal edilmesini, finansal performansın yetersizliğini ve benzerini öne sürmektedir [13]. Belirtilen nedenlerle, insan kaynakları yöneticileri birleşmelerde öncelikle, duruma en iyi uyacak olan doğru politika ve stratejileri geliştirmeli ve bu stratejilerin uygulanmasını destekleyecek anahtar insan kaynakları işlevlerini tanımlamalıdır.

III.1. Şirket Birleşmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları

Şirket birleşmelerinde, birleşmenin planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesi aşamalarında insan kaynakları yönetimi uygulamalarında aşağıda belirtilen konulara önem verilmesi gereklidir.

III.1.1.Planlama Süreci

Çoğunlukla birleşmelerde taraflardan birinde veya her ikisinde insan kaynakları planlaması, seçme, eğitim ve geliştirme, performans değerlendirme, ücret ve ödüllendirme, kariyer planlama gibi insan kaynakları fonksiyonlarında, politikalarında, kültürlerinde değişiklikler meydana gelmektedir.

Birleşme sonrası yeni oluşumda, çalışma şekillerinin, iş sorumluluklarının, ücret sistemlerinin, ödüllendirme ve bunun gibi insan kaynakları konuları ile kültürün yeniden düşünülmesi, tüm bunların ise stratejik planlama süreciyle bütünleştirilerek ele alınması gerekmektedir.

Bu doğrultuda, birleşmenin planlanmasında, insan kaynakları yönetimi ile birlikte hareket edilmesi ve insan kaynakları yönetiminin stratejik planlama sürecinin bir parçası olarak görülmesi daha sonra ortaya çıkabilecek birçok sorunu önleyecektir.

Birleşmenin planlanması sürecinde insan kaynakları yönetiminin rol oynayacağı konular kısaca şöyle sıralanabilmektedir [14]:

- İnsan kaynakları planlaması
- Organizasyonel uyumun planlanması
- İletişimin planlanması
- Olası olumsuz etkilerin ve psikolojik hazırlığın planlanması

Uyum, bütünün bir parçasının ihtiyaçları, amaçları, yapıları ve benzerinin diğer parçasının ihtiyaçları, amaçları, yapıları ve benzeri ile tutarlı olması olarak tanımlanmaktadır. İnsan kaynakları uygulamalarının işletme stratejileriyle uyumunda ise iki tür uyumdan söz edilebilmektedir [15];

- İçsel Uyum: İnsan kaynakları strateji ve uygulamalarının birbirini tamamlaması ve desteklemesidir.

- Dışsal Uyum: İnsan kaynakları strateji ve uygulamalarının işletme stratejik plan ve öğeleriyle tutarlı olması, birbirini tamamlaması ve desteklemesidir.

Bu bağlamda, işletmenin başarısı, insan kaynakları strateji ve uygulamaları ile işletmenin stratejik planlarının birbirlerini destekler, tamamlayıcı, tutarlı ve uyumlu olmasına bağlı olarak artabilecektir [16].

III.1.2.Uygulama Süreci

Birleşme gerçekleştirildikten sonraki bu süreçte, birleşme planında öncelikli olarak yapılması gerektiğine karar verilen faaliyetler, uygulamaya konulmaktadır. Tarafların, amaçlarının, maddi varlıklarının, insan kaynakları strateji ve uygulamalarının, kültürlerinin birleştirilmesi ve yeni oluşuma göre uyumlaştırılmasına yönelik planlar, hayata geçirilmektedir.

Birleşmenin uygulama aşamasında insan kaynakları ile ilgili olarak üzerinde durulması gereken konular şunlardır [17];

- Birleşen kurumların insan kaynakları uygulamalarının uyumlaştırılması
- Organizasyon yapısındaki değişiklikler
- Farklı insan kaynakları uygulamalarının birleştirilmesi, uyumlaştırılması sonucunda insan kaynakları fonksiyonlarında meydana gelebilecek değişimler
- Değişime karşı tepkiler
- Yetkinliklerin değerlendirilmesi
- Ücret sistemlerinin yeniden düzenlenmesi
- Etkin iletişimin sağlanması
- Şirket kültürlerinin uyumlaştırılması

İnsan kaynakları yönetiminin stratejik işlevleri (eğitim ve geliştirme, insan kaynakları planlaması, kariyer planlaması, personel seçme ve yerleştirme, performans değerlendirme, ücret yönetimi ve ödüllendirme, örgüt iklimi ve kültürü, iletişim, motivasyon, yetkinlik değerlendirme ve endüstri ilişkileri gibi) yeni yapının stratejik gerekleri doğrultusunda, yukarıda belirtilen konuların düzenlenmesinde etkili olmaktadır.

III.1.3.Değerlendirme ve Geribildirim Süreci

Birleşme sonuçlarının değerlendirilmesinde, finansal sonuçların değerlendirilmesi ile insan kaynakları ve kültürel uyumun değerlendirilmesi yapılmaktadır. İnsan kaynakları ve kültürel uyumun değerlendirilmesinde insan kaynaklarının tepki ve davranışları incelenmektedir.

Birleşmelerde, korku, tedirginlik, stres, otorite kaybı, huzursuzluk, güvensizlik, öfke, şüphe gibi nedenlerle işi yavaşlatma, emri yanlış yorumlama, değişime katılmama, çatışma yaratma, çaba sarfetmeme,

huzursuzluk çıkartma, negatif bilgi yayma ve benzeri gibi tepkiler görülebilmektedir. Söz konusu tepkilerin yanı sıra, sık ve önemli hatalar, amaç belirsizliği, verim ve kalite düşüklüğü, yönetim yetersizliği, değişimin tamamlanamaması, iletişim eksikliği, karar verme mekanizmalarının yavaşlaması, moral bozukluğu, motivasyon eksikliği/düşüklüğü, disiplin ve denetim eksikliği, informal grupların yönetime baskı yapması gibi sorunlarla da karşılaşılabilir. Dolayısıyla, birleşmelerde insan kaynaklarının uyum sorunlarının dikkate alınması gereklidir [18].

Değerlendirme sürecinde, planlanan faaliyetler ile gerçekleştirilenler arasında bir karşılaştırma yapılarak planlamada öngörülen sonuçlara ne kadar ulaşıldığı, ne kadar sapıldığı ve sapmanın nedenleri belirlenmeye çalışılır. Böylece, sadece şirketin o planlama çalışmasında ne derece başarılı olduğu belirlenmekle kalmaz, aynı zamanda gelecek planlama faaliyetleri ile ilgili veriler de elde edilebilir. Yeni amaç ve stratejiler belirleme ihtiyacı ortaya çıkarılabilir. Bu çalışma, gerçekçi değerlendirmeler yapıldığında, etkili bir haberleşme ve geribildirim sistemi kurulduğunda ve doğru kriterler kullanıldığında gerek insan kaynakları faaliyetlerine gerekse tüm yönetim faaliyetlerine çok önemli katkılar sağlamaktadır [19].

İnsan kaynakları yönetimi uygulamalarının değerlendirilebilmesi için öncelikle standartların belirlenmiş olması gereklidir. İnsan kaynakları verimlilik düzeyi, insan kaynaklarının aday toplama, seçme, işten ayırma ve eğitim maliyetleri, işe devamsızlık oranları, insan kaynağının devir hızı gibi göstergeler, bu çalışma sırasında kullanılacak belli başlı standartlardır. İnsan kaynaklarına ilişkin sayısal standartlar belirlenirken, bununla ilgili “net kar/işgören sayısı”, “aktif karlılık/işgören sayısı”, gibi belirlenmiş sayısal ölçüler kullanmak mümkündür [19].

Görüldüğü gibi, insan kaynakları yönetimi, birleşmenin planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesi aşamalarındaki tüm bu uygulamaları ile önemli roller üstlenmektedir. Bu nedenle, yöneticilerin, insan kaynakları yönetimini, birleşmenin tüm aşamalarında stratejik bir partner olarak görmeleri gereği söz konusudur.

III.2. Şirket Birleşmelerinde İnsan Kaynakları Sorunları

Şirketlerin vazgeçilmez ve temel unsuru olan çalışanların, şirket birleşmesi yaşandıktan sonra oluşan yeni organizasyonda uyumlu çalışmalar göstermeleri, birleşmenin devamı ve sağlıklı gelişmesi için olmazsa olmaz bir kuraldır. İnsan kaynakları yönetimi açısından çok önemli olan bu süreçte kuşkusuz tepki ve uyumsuzluk gibi birtakım sorunlar da ortaya çıkmaktadır ve bu sorunları en aza indirmek ve şirketin çok fazla etkilenmesine izin vermemek de başarılı insan kaynakları

yöneticilerine düşmektedir. Şirket birleşmelerinde yaşanan insan kaynakları sorunları şöyle özetlenebilmektedir.

III.2.1. Kültür Farklılıklarından Kaynaklanan Sorunlar

Örgüt kültürü ve örgütteki paylaşılan tüm temel değerler, her kurum için önemli olmakla birlikte, özellikle birleşen şirketlerde yöneticilerin ve çalışanların farklı kültürlerden gelebilmeleri nedeniyle, şirket birleşmelerinde önemli bir rol oynamaktadır.

Gerek farklı ülkelere ait şirketlerin gerekse aynı ülke içindeki şirketlerin birleşmesi durumunda örgütlerin kültürel farklılıklarından doğabilecek sorunları göz ardı etmemek gerekmektedir. Söz konusu kültürel farklılıklar, kısa ve/veya uzun vadede çalışanlar ve yöneticiler arasında anlaşmazlıklara, çatışmalara ve motivasyon kaybına neden olabilmektedir. Herşeyden önce, belli bir örgüte mensup çalışanların o örgütün genel değer yargıları, sembolleri ve davranışlarıyla özdeşleşmesi nedeniyle birleşen şirketlerde örgüt kültürlerinin farklılıklarından kaynaklanan sorunlar doğabilmektedir.

Birleşen şirketlerin farklı kültürlerden olması halinde söz konusu sorunlar daha büyük boyutlarda yaşanabilmektedir. Çünkü, kültürler arası farklılıklarda; suskunlukların, el hareketlerinin, duruş biçimlerinin, renklerin ve seslerin kullanımı da dahil olmak üzere, sözel olmayan davranışların da farklı anlamlar taşıması ve bunların kişiler arası ve iş ilişkilerini büyük ölçüde etkilemesi söz konusudur. Bu nedenle, şirket birleşmeleri sonucu yeni geliştirilmeye başlanan bir alan da kültürel bilinçlenme eğitimi olmuştur. Bu eğitimler yoluyla, insanlara, başka kültürel kökenlerden gelen insanları daha iyi anlayabilmeleri ve etkili iletişim kurabilmeleri sağlanmaya çalışılmaktadır. İnsan kaynakları yönetimi açısından kültürel bilinçlenme, farklı kültürlerden gelen insanlarla çalışabilme ve çeşitlilik sergileyen bir dizi yabancı ortama kolaylıkla uyum sağlayabilme açısından oldukça önemlidir [20].

Bu bağlamda, şirket birleşmelerinde örgüt kültürlerinin uyumu gittikçe daha fazla vurgulanırken, örgüt kültürünün çeşitli yönlerini anlama ve yönetme becerisi, birleşme sürecine giren yerli ve uluslararası şirketlerde daha fazla önem kazanmıştır [20].

III.2.2. İletişimden Kaynaklanan Sorunlar

Yöneticilerin başarısı ve organizasyonların etkinliği üzerinde rol oynayan en önemli süreçlerden birisi iletişim sürecidir. İletişim, kurallarına uyulmadığı takdirde, bir darboğaz rolü oynayabilmekte ve mesajın ancak bir kısmı ilgililere ulaşabilmektedir. Bunun sonucu ise, gecikme, performans düşüklüğü, kayıp, zarar vb. şekillerinde kendini göstermektedir [21].

İletişim bilginin paylaşımıdır. Bilgi ve bilgiyi paylaşma, sorunların çözümü, alternatiflerin değerlendirilmesi, kontrol ve sonuçların değerlendirilmesi açısından çok önemlidir. Bu nedenle işletme içinde sağlıklı bir iletişim kurmak ve geliştirmek, birleşme sürecindeki işletmeler için de büyük önem taşımaktadır. Özellikle farklı kültürel yapıların biraraya getirildiği birleşmelerde iletişim sorunlarının daha çok gündeme geldiği görülmektedir [22]. Bu durumda da yine insan kaynakları yöneticilerine önemli görevler düşmektedir.

Birleşmenin yaşandığı şirketlerde bir diğer önemli sorun da alınan kararların net ve açık bir şekilde tek bir kaynaktan çalışanlara duyurulması ve uygulamaya geçirilmesidir. Çelişkili açıklamalar, karar ve uygulamalar arasındaki en ufak farklar, çalışanların tedirginliğini güvensizliğe çevirip, kaliteli ve seçkin çalışanların kaybına neden olmaktadır. Bu nedenle, iletişimin sağlıklı ve yanlı olduğu, iş veriminin düştüğü, ekip çalışmasından uzaklaşıldığı, kişilik ve güç mücadelelerinin arttığı birleşme dönemlerinde kararların kesin ve net olarak alınarak, çalışanların tek bir kaynaktan bilgilendirilmesi önemlidir [23].

Buradan hareketle, birleşme sürecinde ve sonrasında, insan kaynakları yönetiminin, şirketin vizyonunu paylaşan, organizasyondaki tüm çalışanlara ulaşan; bunu yaparken sürekli formal ve informal iletişim sürecini kullanan, bu sürecin düzenli ve sürekli olmasına özen gösteren, çalışanlardan geriye bilgi akışı almaya gayret eden ve iletişimi önemli bir bilgi paylaşımı, motivasyon ve ödül aracı olarak gören bir özelliğe sahip olması gereğinden söz edilebilmektedir.

III.2.3.İşten Çıkarmadan Kaynaklanan Sorunlar

Günümüz ekonomisinde küreselleşme ve rekabet hızla arttığından şirketler mümkün olduğu kadar küçük bir organizasyon yapısına sahip olarak, personel giderlerini düşük tutmaya çalışmaktadırlar. 1990'lı yılların başlarında ABD'de başlayıp tüm dünyaya yayılan şirketlerin küçülme politikası, bu amaca yönelik olarak belirli miktarlarda personelin sayısında azaltmaya gidilmesine neden olmuştur [24].

Son yıllarda önemli bir artış gösteren şirket birleşmeleri sonucunda oluşan tesis kapatma ve işten çıkarmalarla, çalışanların çoğu işsiz kalma tehdidiyle karşı karşıya kalmıştır. Örneğin Nations Bank ve Bank of Amerika'nın birleşmesinin, yaklaşık 8 bin çalışanın işsiz kalmasına yol açtığı ifade edilmiştir. Öyle ki, Avrupa'da birleşmeler sürecinde sanayi işçilerinin yüzde 5'inin işini kaybettiği basında yer almış; bankacılık sektöründe ise birleşmeler sonucunda binlerce kişinin işsiz kaldığı belirtilmiştir [25].

Türkiye'de ise, yaşanan son ekonomik kriz ile birlikte ve artan şirket birleşmelerinin etkisiyle işten

çıkarılma oranları daha da yükselmiş ve işsizlik ciddi bir sorun haline almıştır. 2002 yılı ilk çeyreği itibarıyla, Türkiye genelindeki işsizlerin yüzde 22.3'ünün (549 bin kişi) işten çıkartılan kişiler olması, durumun ciddiyetini göstermektedir [26].

ABD'de 1997-1998 senelerinde şirket birleşmelerinden doğan işten çıkartmalar, genel işten çıkartma toplamının yüzde 50'sini oluşturmaktadır. Söz konusu işten çıkarma stratejisinin, gerek birleşen şirketler ve gerekse toplum için sosyal faturasının yüksek olabileceği dikkate alındığında, insan kaynakları yöneticilerinin iki sorumluluğundan söz edilebilmektedir: Bunlardan birincisi, işten çıkartılacak çalışanlara "outplacement" hizmeti (kişisel ve performans özellikleriyle ilgili farkındalık kazandırma ve bu özelliklerine uygun iş olanakları araştırma konusunda yardımcı olma) vermektir. İkincisi ise, birleşme sonrasında işletmede kalan çalışanların değişimlerden en az etkilenecek, en verimli şekilde çalışmalarına devam edebilmelerini sağlamak ve bunu kurumun başarısı için yoğunlaştırmaktır [27]. Ayrıca, birleşmelerin başarılı sonuçlar verebilmesi için, doğru büyüklük arayışı (rightsizing) göz önünde tutularak ve çalışanların ekonomik ve sosyal güvenceleri dikkate alınarak gerekli değişimlerin uygulanması gereğinden söz edilebilmektedir [28].

III.2.4.İstihdam Edilecek Personelin Belirlenmesiyle İlgili Sorunlar

Şirket birleşmeleri sürecinde karşılaşılan diğer önemli sorun da doğru işe doğru elemanın seçiminin yapılmasıdır. Bu süreçte, insan kaynakları yönetiminin uygulamaları arasında şirketin kısa vadeli hedeflerinin netleştirilmesi ve bu verilere göre yeni şirketin organizasyon şemasının ve departman bazındaki görev ve sorumluluk dağılımının yapılması gibi iş planları yer almaktadır.

Performans ve çalışmalarına göre yeni şirkette yer alacak elemanların seçimi ve yeni kurum kültürüne uyum sağlayabilecek çalışanların şirkette tutulması gibi çok önemli bir konu yine şirket birleşmelerinde insan kaynakları yönetiminin karşılaştığı önemli problemlerdendir.

Bu aşamada, insan kaynakları birimi, öncelikle şirket içinde tarafsız, yetkin bir hakem olduğunu hissettirmelidir. Bu atmosferi yaratan insan kaynakları, en doğru ve yansız bilgiye ulaşabilmekte ve karar mercii olan tepe yönetime güvenilir bilgilerle hareket etme imkanı verebilmektedir. İnsan kaynakları yöneticileri bir araya gelerek, yeni yapıda görev alabilecek yüksek nitelikli kilit kadroları belirlemeli ve onların yeni yönetim ekibiyle sosyal bir ortamda tanışmalarını sağlamalıdır. Böylece, hem yönetime, hem de çalışanlara beklenti ve vizyonların uyumunu test etme imkanı tanınmalıdır [23].

III.3. İnsan Kaynakları Yönetiminin Birleşmelerde Ortaya Çıkan Sorunların Çözümündeki Rolü

Görüldüğü gibi, şirket birleşmelerinde bir araya gelen iki farklı kültürün ve/veya örgüt yapısının uyumlu bir beraberlik sağlayabilmesi, özellikle insan kaynakları boyutunda oldukça güç olabilmekte ve çeşitli sorunlarla karşılaşabilmektedir. Ortaya çıkabilen bu tür sorunların yapıcı yönde çözümlenebilmesinde ve yeni şirketin stratejileriyle uyumlu strateji ve politikalar geliştirilmesinde ise insan kaynakları yönetimi önemli bir role sahiptir.

Birleşmelerde insan kaynakları yönetiminin rol aldığı önemli süreçler, etkili ve hızlı birleşmenin sağlanması, yeni şirket kültürü yaratılması ve norm kadro çalışmasının yapılması olarak sayılabilmektedir.

III.3.1.Etkili ve Hızlı Birleşmenin Sağlanması

Birleşmenin yaşandığı ilk aylarda, yönetimin davranışları birleşmenin başarısını en üst düzeyde etkilemektedir. Bu dönemde, yönetsel alanda iyi planlamalar yapılması, birleşme sürecinin süresini ve verimliliğini oldukça etkilemektedir. Birleşmenin planlanması, uygulanması ve birleşme sonrası faaliyetlerini sürdürmesinde, insan kaynakları yönetiminin sorumluluklarını yerine getirmesi ve ortaya çıkan sorunlara karşı yaklaşımı bu birleşmenin daha etkili, verimli ve hızlı olabilmesinde önemli rollere sahiptir. Bu roller şöyle özetlenebilmektedir [29]:

- Uyumlu ve etkin bir yönetim takımı için doğru eleman seçimi,
- Oryantasyon programlarının hazırlanması ve çalışanların, yeni organizasyon yapısına ve şirket vizyonuna uyumlarının sağlanması,
- Birleşme sürecinde oluşan endişe ve moral düşüklüğüne karşı coşku ve motivasyonun attırılmaya çalışılması,
- Açık, dürüst ve sık aralıklarla iletişim kurulması; kararların gerçekleştirilmeden önce açık bir şekilde tek bir kaynaktan açıklanması

III.3.2.Yeni Şirket Kültürü Yaratılması

Şirket birleşmelerinde, ortak bir kurum kültürü ve değerler sistemi oluşturmak oldukça önemlidir. Şirketlerin birbirinden farklı kültürlere ve iş yapma biçimlerine sahip olması durumunda yeni oluşan şirketin performansı olumsuz etkilenebilmektedir. Bu ortak örgüt kültürünün ve değerlerin oluşturulmasında, kültür ve vizyonun tüm çalışanlarca paylaşılmasında ve sağlıklı bir bilgi paylaşımı

ve iletişim sağlanmasında insan kaynakları yönetimi önemli bir role sahiptir.

Yeni örgüt kültürünün çalışanlara aktarılması sürecinde, insan kaynakları yöneticilerinin desteği ile, çalışanların, örgüt kültürünü benimsemeleri, politikaları, değerleri ve ortak hedefleri anlamaları sağlanabilmektedir. Yöneticilerin organize edeceği toplantılar, eğitim programları ve takım çalışmaları bu konuda etkili olabilmektedir [22]. Zira, örgüt kültürünün biçimlendirilmesinde en önemli araçlardan biri olan iletişim ve bilgi paylaşımı, çalışanları sürecin bir parçası haline getirip inisiyatif almalarını ve şirketin kültür değişimine katkıda bulunabilmelerini sağlamaktadır [30].

III.3.3. Norm Kadro Çalışmasının Yapılması

Şirket birleşmelerinde oluşacak yeni yapı ile ilgili olarak bir diğer sorun ise norm kadro çalışmalarının yapılmasıdır. İnsan kaynakları yönetiminin uygulama alanı içerisinde olan bu çalışma, yeni yapıdaki kilit görevler ile bu görevlerde ihtiyaç duyulacak personelin nitelik ve nicelik açısından belirlenmesi ve bu ihtiyacın nasıl ve ne derecede karşılanabileceğinin saptanması faaliyetlerini içermektedir [31].

Daha önce de değindiğimiz gibi, şirket birleşmeleri sonucunda önemli sayıda personelin işten çıkarılması sorunu yaşanabilmektedir. Diğer taraftan, çalışanların haklarını koruyan yasalar ve toplu pazarlık, toplu sözleşme, sendikal haklar gibi konulardaki gelişmeler, işletmenin küçülme, birleşme, durgunluk ya da gerileme dönemlerinde personelin işten çıkarılmasını zorlaştırmıştır. İşe alma ve işten çıkarma sorunları nedeniyle şirket birleşmelerinde insan kaynakları yönetiminin insan kaynağı ihtiyaçlarını en iyi şekilde planlaması gerekmektedir. İnsan kaynakları yönetimi, yeni yapı için norm kadronun oluşturulması sürecinde yapacağı iş analizi, iş tanımı ve görev, yetki ve sorumlulukların belirlenmesi çalışmalarıyla önemli roller üstlenmektedir.

IV. TÜRKİYE'DE BANKACILIK SEKTÖRÜNDE GERÇEKLEŞTİRİLEN BİR BİRLEŞME ÖRNEĞİ

IV.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, birleşme sonrasında yürütülen insan kaynakları uygulamalarının neler olduğunu ve birleşme sürecinde karşılaşılan insan kaynakları sorunlarının neler olduğunu belirlemek ve birleşme sürecinde ve sonrasında ortaya çıkan insan kaynakları sorunlarının çözümünde insan kaynakları yönetiminin rolünün olup olmadığını görmektir.

IV.2. Araştırmanın Kapsamı

Makalenin teorik kısmında verilen bilgiler kapsamında, şirket birleşmelerinde ortaya çıkan insan kaynakları sorunlarını, insan kaynakları yönetiminin bu sorunların çözümündeki rollerini ve birleşme sürecinde sahip olduğu önemi araştırmak üzere ele alınan uygulama örneğini oluşturan firma, şu niteliklere göre seçilmiştir:

1- Aynı ulusal kökene ait olup, farklı örgütsel kültür altyapılarına sahip olan iki şirketin birleşmesi sonucu oluşmak

2- Bulunduğu sektörde köklü geçmişe sahip ve lider konumunda olmak

IV.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın kapsamında belirtilen özelliklere sahip olması nedeniyle seçilen firmaya, makalenin teorik kısmındaki verilere uygun olarak yapılandırılmış araştırma soruları yöneltilmiştir. Araştırma sorularının hazırlanmasında, çalışmanın teorik bölümündeki konu başlıklarından ve alt maddelerinden yararlanılmış ve insan kaynakları yönetiminin birleşme sürecinde ve sonrasında işlev ve uygulamaları çerçevesinde sorular belirlenmiştir.

Birleşme sürecindeki insan kaynakları yönetimi uygulamaları ve rollerine yönelik tespitler, soruların yer aldığı formun firmanın İnsan Kaynakları Yönetmeni ile yapılan ikili görüşmeden elde edilmiştir.

IV.4. Araştırmanın Bulguları

Firmanın birleşme nedeni Türkiye'nin en verimli, en karlı ve en büyük özel bankası olma hedefidir.

Kuruma hakim olan örgüt kültürünün katılımcı olmayı ve ekip çalışmasını teşvik eden, çalışan bağlılığını ve herkesin kendi işinin lideri olmasını sağlayan bir yapıya sahip olduğu belirtilmektedir. Bunun yanında şirkette açık kapı politikasının uygulandığı ve çalışanların birleşmeye olumlu baktığı belirtilmiştir.

Firmanın yazılı insan kaynakları misyonu bulunmakta ve bu misyona ek olarak yer alan bir ifadeye firmanın çalışanlarına verdiği değer ve önem vurgulanmaktadır.

Birleşme sürecinde dış kaynaklı danışmanlık hizmeti olarak kariyer danışmanlığı (Outplacement) hizmeti alınmıştır.

Birleşme sonrasında İnsan Kaynakları birimi, yönetim kurulunda Genel Müdür Yardımcısı pozisyonu ile temsil edilmektedir. Kurumun en üst düzeydeki insan

kaynakları yöneticisi "İnsan Kaynakları'ndan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı" dır. Kurumda insan kaynakları ile ilgili politikaların oluşturulmasında birinci sorumluluğun Personel Komitesi'ndedir. Kurumun insan kaynakları biriminin işlevleri, eleman temini, seçimi ve yerleştirme, iş kanunu ve SSK mevzuatının takibi, eğitim programları hazırlama ve uygulama, personel kayıtları, ücretlendirme, bordro hazırlama, tahakkuk işlemleri, ücret dışı ödeme ve ek yararların organize edilmesi, izinler, giriş-çıkışlar, yemek, ulaşım, servis düzenleme, performans değerlendirme, periyodik insan kaynakları raporları hazırlama ve üst yönetime sunma, yetkinlik değerlendirme, kariyer planlama, değişiklikleri, stratejileri çalışanlara duyurma, iş tanımları ve iş gereksinimleri hazırlama alanlarını kapsamaktadır. Bununla birlikte, kurum içi iletişim, motivasyon ve çalışanlarla ilişkiler işlevlerine sahip olduğu belirtilmiştir. Bu yanıtlardan yola çıkarak, insan kaynakları biriminin, geleneksel ve çağdaş anlamda uygulamalarda bulunduğu görülmüştür. Özellikle yetkinlik değerlendirme, kurum içi iletişim, motivasyon ve çalışanlarla ilişkiler gibi işlevlerle insan kaynakları yönetiminin çağdaş bir rol üstlendiği görülmektedir.

Birleşme sürecinde insan kaynakları yönetiminde, işletme dışından (danışmanlık) destek hizmeti alınan faaliyetler ağırlıklı olarak personel temin ve seçimi konusunda yoğunlaşmıştır. Bu yanıttan yola çıkarak, şirketin doğru personelin doğru işe temin edilmesi gibi stratejik öneme sahip olan bir işlevinin temel faaliyet alanı seçme ve yerleştirme, eğitim, kariyer planlama ve performans değerlendirme olan bu şirket tarafından yürütülmesini sağlayarak, personel temin ve seçiminin temel uzmanlık gerektirdiğini gördüğü ve bu işlevi şirket açısından stratejik bir süreç olarak kabul ettiği görülmektedir.

Kurumun formal bir insangücü planlaması bulunmaktadır. İnsangücü planlaması, insan kaynakları yönetimi tarafından yapılmaktadır. Bu yanıtı dayanarak, şirketin stratejini ve amaçlarını destekleyecek görevler için, doğru nitelikte, doğru sayıda personelin doğru zamanda temin edilmesi üzere insan kaynakları planlamasını geliştirdiği ve uyguladığı söylenebilir.

Kişisel kariyer planlarının gerçekleştirilmesine destek verme, mevcut elemanların eğitimi ve yan ödüller ve ek kazançlar sağlama gibi uygulamalar, kurumda personel devamlılığının sağlanması amacıyla alınan önlemlerdir. Kurumun bu konuda aldığı önlemlerin, çalışanların motivasyonunu, işe bağlılığını ve güvenini artırıcı yönde olduğu söylenebilir.

Birleşme öncesinde ve birleşme sürecinde finansal ve hukuksal denetim ve analizlerin yapılması yanında gerekli insan kaynakları ile ilgili denetimler de yapılmıştır. Birleşme kararı ve birleşme sürecinde çalışanların görüşlerini bildirmeleri ilk üst amir

aracılığıyla, düzenli personel toplantılarıyla ve moral-tutum araştırmaları ile sağlanmıştır. İki kurumun birleşme stratejisi ve amaçları hakkında, her iki kurumun da çalışanlarına formel bilgi verilmiş, tüm çalışanlar Genel Müdür'den giden birebir mektuplarla tüm süreç boyunca bilgilendirilmiştir.

Birleşme sürecinde, çalışanların yeni organizasyon yapısı ve gelecek vizyon ile ilgili bilgilendirilmesinde ve gerekli uyumun sağlanmasında insan kaynakları yöneticileri önemli bir rol üstlenmiş, bununla birlikte, değişim ve yeni yapılanma ortamında insan kaynakları yöneticileri etkin bir role sahip olmuştur.

Ortak örgüt kültürü ve ortak vizyon konusunda çalışanlara eğitimler verilmiş, birleşme sürecinde ve sonrasında iki şirketin çalışanları arasında örgüt kültürüne dayalı sorunlar görülmüştür. Çalışanlar arasında ortak bir örgüt kültürü oluşturmada insan kaynakları yöneticileri çalışanlar için rehber olmuştur. Bununla birlikte, insan kaynakları yöneticileri örgüt kültüründen kaynaklanan anlaşmazlıklarda uyumun sağlanması konusunda etkin bir rol oynamıştır.

İşten çıkarılma sorunları ile ilgili olarak, birleşme öncesinde ve birleşme sürecinde çalışanlarda işten çıkarılma korkusu ve endişesi oluşmuştur. Birleşme sonrasında kapatılan şubeler olmakla birlikte, oluşan personel sayısı fazlalığı için işten çıkarma uygulamasına gidilmiş ancak, işten çıkarma çok az miktarda olmuştur. İşten çıkarmanın çok az miktarda olması nedeniyle de, işten çıkarılmaların yoğun olarak gerçekleştirildiği bir kademe söz konusu olmamıştır. Bununla birlikte, birleşme sonrasında yeni organizasyonda yer alacak elemanların tayin ve seçiminde insan kaynakları yöneticileri etkin bir rol üstlenmiştir. Birleşme sürecinde ve sonrasında yeni oluşturulan yapıda ise, her iki kurumun da yöneticilerinin yer aldığı insan kaynakları yönetimi birimi organize edilmiştir.

Tablo.1'de görüldüğü gibi birleşme ile ilgili olarak çalışanlarda belirgin biçimde olumsuz değişimler gözlemlenmemiştir. Birleşme sürecinde ve sonrasında, çalışanlarda gözlemlenebilen moral ve motivasyonun düşmesi, bireyler arası çatışmaların artması, kişiler arası ilişkilerin bozulması, verimliliğe aykırı tutum ve davranışların artması, kurum içerisinde yabancılaşma ve tatminsizliğin artması, bireyler arası dedikodu, işi ve işyerini kötümeye gibi davranışların artması, korku ve endişelerden kaynaklanan güvensizlik duygusunun yaşanması gibi olumsuzluk belirtileri görülmemiştir. Bununla birlikte, birleşme sürecinde ve sonrasında, kurumların birleşmesini yönlendiren ve yapılandıran üst düzey yöneticilerin, kurumun diğer çalışanlarıyla olan temasları yeterince güçlü olmuştur. Birleşme sürecinde alınan kararların (olumlu veya sıkıntı verecek kararlar) insan kaynakları yönetimi tarafından tek bir kaynaktan çalışanlara duyurulmasına ve uygulanmasına çalışılmıştır.

Bu süreçte, çalışanlar arasında dedikodu, işyerini kötümeye, yabancılaşma, tatminsizlik, yorgunluk, stres ve güvensizlik gibi duyguların artma eğilimi göstermemiş olmasının nedeninin insan kaynakları yönetiminin kararları çalışanlara güvenilir ve tek bir kaynaktan iletilmiş olması ve bilgi paylaşımını yeterli düzeyde gerçekleştirmiş olması söylenebilir. Bununla birlikte, insan kaynakları yöneticilerinin, üst yönetim ve çalışanlar arasında iletişim kurulmasında yeterli bir rol oynamasının da işgören-işveren çatışmalarının, bireyler arası çatışmaların ve kişiler arası bozulan ilişkilerin artmamasını sağladığı ileri sürülebilir. Birleşme sürecinde kurumda işgücü devir oranının düştüğü ve işe devamsızlığın ise herhangi bir değişim göstermeyip aynı kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte hatalı hizmet gerçekleştirme artmayarak aynı kalmış, hizmet niteliğinde kalite ise artış göstermiştir. Ayrıca, çalışanların moral ve motivasyonlarında artma görülmüş, verimliliğe aykırı tutum ve davranışlarda azalma gözlemlenmiştir.

Tablo.1: Birleşme İle İlgili Olarak Çalışanlarda Gözlemlenen Olumsuzluk Belirtileri

	Arttı	Azaldı	Aynı kaldı
a. İşgücü devir oranları		x	
b. Devamsızlık			x
c. Hatalı hizmet/işgörme			x
d. Hizmet niteliğinde kalite	x		
e. Moral ve motivasyon	x		
f. İşgören-işveren çatışması			x
g. Bireyler arası çatışma			x
h. Kişiler arası bozulan ilişkiler			x
i. Verimliliğe aykırı tutum ve davranışlar		x	
j. Yabancılaşma			x
k. Tatminsizlik			x
l. Dedikodu, işi-işyerini vb. kötümeye			x
m. Yorgunluk, stres			x
n. Güvensizlik (korku ve endişe)		x	

V. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Şirket birleşmelerinde, meydana gelen değişime çalışanlar tepki vermektedir. İnsan kaynakları ile ilgili sorunlar, kültürel uyumsuzluklar, etkin iletişimin sağlanamaması gibi çeşitli problemlerin yaşanması nedeniyle, değişimin boyutlarına göre çalışanlarda, huzursuzluk, gerginlik, moral ve motivasyon düşüklüğü,

güvensizlik, endişe, hayal kırıklığı, bireyler arası çatışma ve işyerinden yabancılaşma artabilmektedir.

Birleşme sürecinde ve sonrasında, işe almalar ve/veya işten çıkarmalar artmakta, insan kaynakları planlaması, seçme ve yerleştirme, performans değerlendirme sistemi, ücret ve ödüllendirme sistemi, eğitim ve geliştirme, kariyer planlaması, insan kaynakları bilgi sistemleri ve insan kaynakları politikaları önem kazanmaktadır.

Birleşmeleri başarıya götürecek faktör, örgütsel ve beşeri sorunların aynı anda çözülmesidir. Bu nedenle, insanın yeteneklerini, bilgisini, yaratıcılığını, psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılama ve geliştirme temeline dayanan insan kaynakları yönetimi, şirket birleşmelerinde de bütünleştirici bir rol üstlenerek etkin bir eşgüdüm gerçekleştirmelidir.

Örnek firma üzerinde yapılan araştırmada elde edilen sonuçlar şöyledir:

Firmanın birleşme nedeni büyüme ve karlılık ve verimlilik artışı sağlamadır.

Bu birleşmede, çalışanların birleşme ile gelen değişimlerden haberdar olabileceği, birbirlerini farklılıklarıyla birlikte kabul edebileceği etkin bir iletişim sürecinin ve ortamının oluşturulmasında, insan kaynakları yönetimi, etkin bir rol oynayarak, çalışanların kendilerinde bulunan yaratıcılığın, potansiyelin farkına varmalarını, diğer çalışanlar ve çevreleriyle ilişkilerini olumlu yönde geliştirmelerini sağlamada önemli sorumluluklar yerine getirdiği tespit edilmiştir.

Birleşmenin başarısında oldukça önemli olan, örgüt kültürlerinin uyumlaştırılması, etkin iletişimin sağlanması, ücret ve ödül sistemlerinin gözden geçirilmesi insan kaynakları yönetiminin kararları çalışanlara güvenilir ve tek bir kaynaktan iletilmiş olması ve bilgi paylaşımını yeterli düzeyde gerçekleştirmiş olması, çalışanlar arasında dedikodu, işyerini kötüleme, yabancılaşma, tatminsizlik, yorgunluk, stres ve güvensizlik gibi duyguların artma eğilimi göstermemiş olmasında etkili olduğu tespit edilmiştir. İnsan kaynakları yönetiminin bu sorumluluklarla birlikte, birleşmenin planlanmış, uygulanması ve değerlendirilmesi aşamalarında stratejik roller üstlenmiş olması nedeniyle, birleşme süreci ve sonrasında ortaya çıkabilecek hizmet niteliğinde kalite düşmesi, verimsizliğin artması ve çalışanlarda güvenin azalması gibi sorunların ortaya çıkmamış olduğu tespit edilmiştir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] İPEKTEN, B., "İşletme Birleşmelerinin Sebepleri ve Mekanizmaları", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt.III, Sayı: 2, Erzurum, 1995, ss.210-211.
- [2] TOPKARA USLU, A., "Uluslararasılaşmada Önemli Bir Araç Olarak Stratejik Birleşmeler", Öneri, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt.II, Sayı: 7, Yıl.4, Haziran 1997, s.19.
- [3] DOZ Y.L.; HAMEL G., Şirket İttifakları, Global Pazarlarda Başarımın Anahtarı, Sabah Yayınları, İstanbul, 1999, s.41.
- [4] ATAMAN, G., İşletme Yönetimi Temel Kavramlar & Yeni Yaklaşımlar, 1.Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2001, ss.31-33.
- [5] AKAT, Ö., Uluslararası Pazarlama Karması ve Yönetimi, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 1996, s.18.
- [6] HAMEL, G.; PRAHALAD, C.K., Geleceği Kazanmak, Çeviren: Zülfü Dicleli, İnkılâp Kitabevi, İstanbul, 1996, s.45.
- [7] RHINESMITH, S., A Managers Guide to Globalization, Second Edition, Irwin Publishing, U.S.A, 1996, s.47.
- [8] HANAN, M., Yarımın Rekabeti, Çeviren: Ziya Küstevin; Eshar Küstevin, İnkılâp Kitabevi, Ankara, 1996, ss.25-26.
- [9] BERK, N., Finansal Yönetim, Bilim Teknik Yayınları, İstanbul, 1990, s.344
- [10] SÜMER, E.H., "Birleşmelerde Sinerji", Öneri, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt. III, Sayı:13, Yıl 6, Ocak 2000, s.111.
- [11] AKGÜÇ, Ö., Finansal Yönetim, Muhasebe Enstitüsü Yayın No:56, 5.Basım, Avcıol Matbaası, İstanbul, 1989, s.699.
- [12] TUTAR, H., Küreselleşme Sürecinde İşletme Yönetimi, Hayat Yay., İstanbul, 2000, s.86.
- [13] MORIN, D.B., "Advice on Making A Merger Work", www.workforceonline/advicemerger.htm, 20.04.2002
- [14] WALKER, J.W., Human Resource Strategy, McGraw-Hill, International Edition, Singapore, 1992, ss.90-92.
- [15] GREER, C., Strategy and HR: A General Managerial Perspective, Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1995, s.110.

- [16] BYARS, L.L.; RUE, L.W., **Human Resource Management**, Van Hofman Press Inc., USA, 1997, s.7.
- [17] ÖZGELDİ, M., **Şirket Birleşmelerinde İnsan Kaynakları Yönetiminin Önemi ve Bir Örnek Olay Çalışması**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2001, s.87.
- [18] CAREY, D., “Lessons from Master Acquirers: A CEO Roundtable on Making Mergers Succeed”, **Harvard Business Review** Article, 05.01.2000, <http://www.hbsp.harvard.edu/download.htm/R00312>, 05.02.2002.
- [19] AKYÜZ, Ö.F., **Değişim Rüzgarında Stratejik İnsan Kaynakları Planlaması**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2001, ss.143-144.
- [20] RHINESMITH, S.H., **Yöneticinin Küreselleşme Rehberi**, Çeviren: Gülten Şen, Sabah Kitapları, İstanbul, Haziran 2000, ss.203-214.
- [21] KOÇEL, T., **İşletme Yöneticiliği**, 8.Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 2001, s.418.
- [22] MOORHEAD, G.; GRIFFIN, R.W., **Organizational Behavior**, Fourth Edition, Houghton Mifflin Com., U.S.A., ss.352.
- [23] DANIŞMAN, R., “İmdat! Birleşiyoruz!”, **Arthur Andersen 2001’e Doğru İnsan Kaynakları Araştırması**, Sabah Yay., İstanbul, 2000, ss.218-219.
- [24] YAVUZER, İ., “Birleşen Şirketler Birleşen Kültürler”, **Arthur Andersen 2001’e Doğru İnsan Kaynakları Araştırması**, Sabah Yay., İstanbul, 2000, s.211.
- [25] AKMAN, V., **Gelecek Yüzyılın Gündemi; Yeni Oyunun Yeni Kuralları** Globelleşen Sermayenin 21.Yüzyıl Planı, Rota Yayınları, İstanbul, 1999, ss.133-134.
- [26] BİLGİN, M.H., “Türkiye’de İşsizliğin Yapısal Analizi”, **Öneri**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt.V, Sayı.19, Yıl 9, Ocak 2003, s.138.
- [27] KUZEYLİ, S., “Şirket Birleşmeleri ve Satın Almalarda İnsan Kaynaklarının Rolü”, **Arthur Andersen 2001’e Doğru İnsan Kaynakları Araştırması**, Sabah Yay., İstanbul, 2000, s.222.
- [28] DÜREN, A.Z., **2000’li Yıllarda Yönetim**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000, ss.74-75.
- [29] WALKER, J.W.; PRICE, K.F., “Why Do Mergers Go Right?”, **Human Resource Planning**, Volume 23., 2000, s.8.
- [30] GÜZELCİK, E., **Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı**, Sistem Yay., İstanbul, 1999, s.74.
- [31] YÜKSEL Ö., **İnsan Kaynakları Yönetimi**, 2.Basım, Gazi Kitabevi, Ankara, 1998,s.62.



Nevin DENİZ

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
Ressam Namık İsmail Sk. No.1
Bahçelievler – İSTANBUL

Tel: +90 (212) 507 99 25-1419
nevin.deniz@marmara.edu.tr

Nevin DENİZ has Ph.D. of Management and Organization at Marmara University Social Sciences Institute. She is Professor in Management and Organization at Marmara University. She is Head of Human Resources Management Department at Marmara University. Her research areas are strategic human resources management, training and development, performance appraisal, hrm in multinational companies, global training.

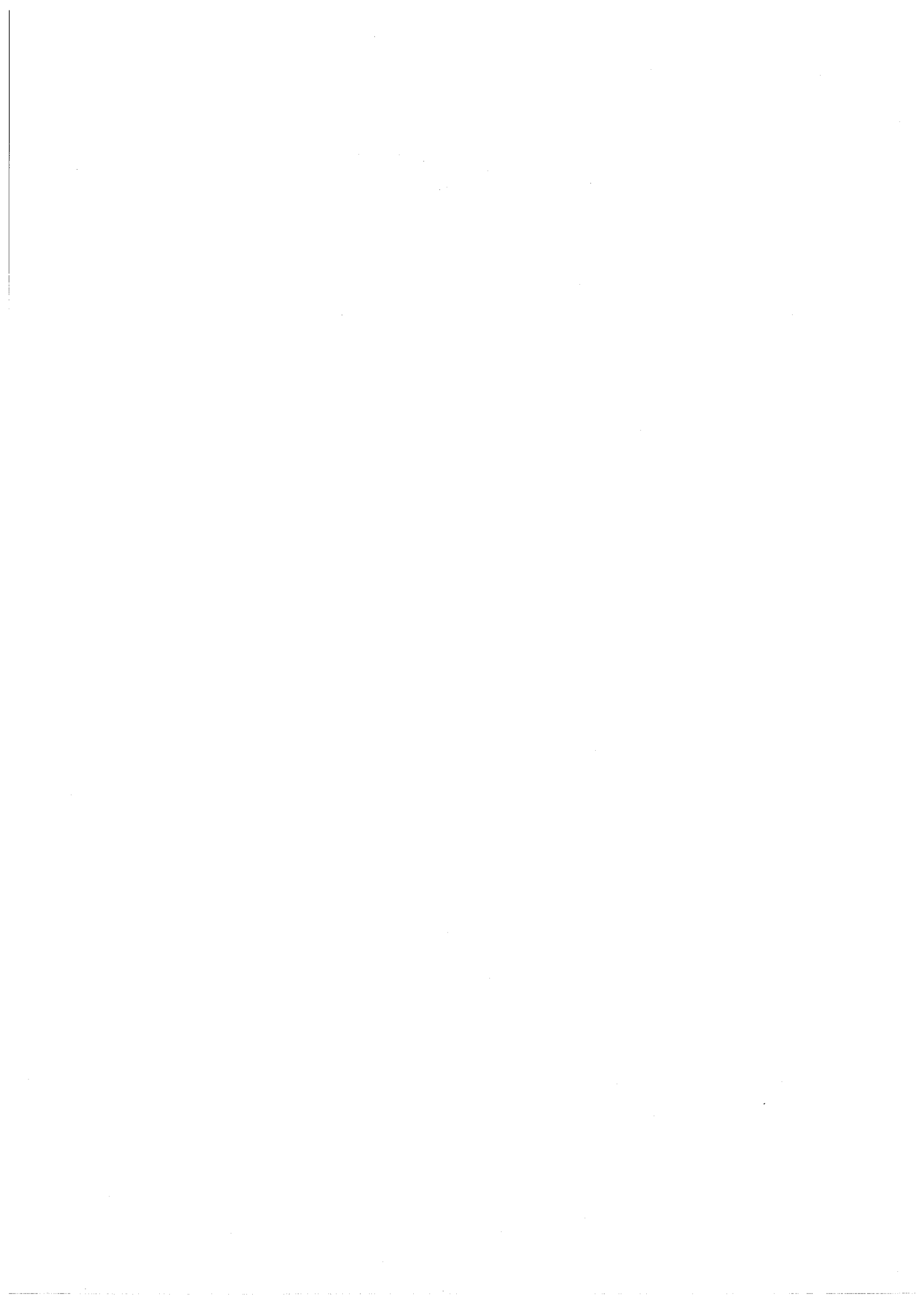


Seçil BAL TAŞTAN

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
Ressam Namık İsmail Sk. No.1
Bahçelievler – İSTANBUL

Tel: +90 (212) 507 99 25-1425
seciltastan@marmara.edu.tr

Seçil BAL TASTAN has Master’s Degree of Human Resources Management and Development at Marmara University Social Sciences Institute. She is Research Assistant at Marmara University Social Sciences Institute. Her research areas are strategic human resources management, training and development, functions of HRM.



İNSAN KAYNAKLARI FONKSİYONUNDA DIŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMA /YARARLANMAMA KARARI : AKARYAKIT DAĞITIM SEKTÖRÜNDE BİR ÖRNEK OLAY

Göksel ATAMAN

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

WHETHER OR NOT TO OUTSOURCE HUMAN RESOURCES : A CASE STUDY IN THE FUEL OIL DISTRIBUTION SECTOR

Abstract: The fact that company services are rendered from external resources may be explained with a combination of many reasons, major of which may be listed as technological developments, globalization and increasingly growing recognition of tendency towards outsourcing.

For works to be fulfilled by HR departments ,companies prefer to obtain the services of diverse subjects and levels from external sources, depending on the requirements and strategies of each company. Again depending on the company ,such services are purchased for all operations of the company or only part of them. Rules that may be used as guidance for decision-making on this matter are really rare in the literature. This study attempts to consider why outsourcing has been popular and the factors that may explain the decisions made on this matter. To this end, human resources activities of a company operating in the fuel oil industry, having 3885 filling stations, employing over one thousand employees and having a national marketing net have been studied and the level of using external resources for performing its operations has been determined.

Keywords: Human Resources Outsourcing, The Make Or Buy Decision, Fuel Oil Distribution Sector

İNSAN KAYNAKLARI FONKSİYONUNDA DIŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMA /YARARLANMAMA KARARI : AKARYAKIT DAĞITIM SEKTÖRÜNDE BİR ÖRNEK OLAY

Özet: Son dönemde bir çok işletme fonksiyonun dış kaynaklardan yararlanmaya konu olması çok sayıda nedenini bir araya gelmesine bağlı olarak açıklanabilir. Teknolojik değişiklikler, küreselleşme, ve dış kaynaklardan yararlanma konusunda başvurulabilecek tedarikçilerin sayısının artarak bu eğilimin giderek daha fazla kabul görmesi söz konusu nedenlerin başında gelmektedir.

İnsan kaynakları faaliyetlerinin yerine getirilmesi sırasında firmalar farklı konularda ve farklı seviyelerde hizmeti dışarıdan temin etme yoluna gitmekte, bu noktada firmanın ihtiyaçları ile stratejileri belirleyici olmaktadır. Bu noktada tüm faaliyetlerin mi yoksa sadece bir bölümünün mü dış kaynaklardan sağlanacağı firmaya bağlı olarak farklılaşmaktadır. Bu konudaki kararın nasıl verileceğine dair literatürde çok az sayıda çalışma vardır.

Bu çalışmada dış kaynaklardan yararlanmanın neden popüler hale geldiğinin açıklanması ve bu konudaki karara ışık tutan faktörlerin açıklanması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda akaryakıt dağıtım sektöründe faaliyet gösteren, faaliyetlerini 3885 istasyonda sürdüren,binden fazla çalışan ve ulusal pazarlama ağına sahip firmanın insan kaynakları faaliyetleri incelenerek, bu faaliyetlerin yerine getirilmesinde dış kaynaklardan yararlanma seviyesi açıklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynaklarında Dış Kaynaklardan Yararlanma, Dış Kaynaklardan Yararlanma Kararının Verilmesi, Akaryakıt Dağıtım Sektörü

I. GİRİŞ

Dış kaynaklardan yararlanma, işletmelerin değişen çevre koşulları ve artan rekabet ile mücadelelerinde başvurdukları bir araç niteliği taşımaktadır. Temel yetenekleri dışında kalan işleri kendi bünyesinde gerçekleştirmeyip, bunun sağlayacağı avantajlardan yararlanmayı hedefleyen işletmelerin sayısı giderek artmaktadır. Müşteri karşısında değer yaratmaya yönelik tüm faaliyetlerin, dış kaynaklar aracılığıyla sağlanabilirliği, işletmeleri bu konuda düşünmeye ve çözümler üretmeye yöneltmektedir. İşletmeler neyi, neden, nasıl yapacaklarını tekrar düşünmekte, bu

çerçevede yeni süreçler, ilişkiler ve işbirlikleri ve örgüt yapıları ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada dış kaynaklardan yararlanma, daha çok insan kaynakları fonksiyonu açısından tartışılacaktır. İnsan kaynakları yönetiminde dış kaynaklardan yararlanmanın nedenleri ortaya konulduktan sonra, insan kaynakları alanında dış kaynaklardan yararlanmanın kapsamı açıklanacaktır. İnsan kaynakları yönetiminde dış kaynaklardan yararlanma kararının verilmesine ışık tutan hususlar ele alındıktan sonra akaryakıt dağıtım sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın insan kaynakları

fonksiyonuna ilişkin faaliyetleri ve bu süreçte dış kaynaklardan yararlanma eğilimi incelenecektir.

II. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE DİŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMA VE NEDENLERİ

İnsan Kaynakları departmanlarının dış kaynaklardan sağladıkları hizmetler birbirinden farklılık göstermektedir. Tedarikçi veya tedarikçilerle ilişkiler, firmanın ihtiyaçları ve izlenen stratejilere göre şekillenmektedir [1]. İnsan kaynakları fonksiyonlarının hangilerinin ve hangi seviyede dış kaynaklardan sağlanacağı önemli bir karardır.

Gerek ülkemizde gerekse dünyada insan kaynakları fonksiyonlarının giderek artan biçimde firma dışında gerçekleştirildiği bilinmektedir. Bununla amaçlanan dış kaynaklardan yararlanmanın sağlayacağı avantajları kullanarak rekabet gücünü korumak ve iyileştirmektir.

Dünyada ve ülkemizde, insan kaynaklarında dış kaynak kullanımının oranı ve kapsamı bir çok araştırmaya konu olmuştur. Alanlara dağılım, ülkelere ve araştırmalara göre farklılık göstermekle birlikte, dış kaynaklardan yararlanmanın daha çok yan ödeme uygulamaları, işe alım, eğitim ve geliştirme, İK bilgi sistemlerinin bakım ve destek işleri, değişim yönetimi alanlarında yoğunlaştığı söylenebilir. İnsan kaynakları yönetiminde, dış kaynaklardan yararlanmanın giderek yaygınlaştığı ise literatürde genel kabul görmektedir.

Dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarını ön plana çıkaran nedenler oldukça çok sayıdadır. Küreselleşmenin işletmelere önemli tehdit ve fırsatlar sunduğu günümüzde işletmeler daha yalın örgüt yapılarına yönelmektedir. Dış kaynaklardan yararlanma işletmelerin yalın örgüt yapısına ulaşmasını, temel yetenekleri dışında kalan konularda emek zaman ve kaynak harcamasını engellemektedir.

Küreselleşmenin etkisiyle hızlanan ve tüm sektörleri etkisi altına alan bir başka eğilim de işletmeler arası birleşme ve satın almalar'dır. Birleşme ve devir sürecinde ve sonrasında personele ilişkin faaliyetlerin bağımsız bir tedarikçi tarafından yerine getirilmesi tercih edilmektedir [2]. Farklı firmaların kültürlerinin bir araya gelmesi ve bir arada etkin çalışma zorunluluğu insan kaynakları departmanının rol ve sorumluluklarını daha karmaşık hale getirmiştir. Diğer taraftan çalışma hayatını düzenleyen kural ve uygulamaların ülkeden ülkeye farklılık göstermesi başta olmak üzere birçok değişiklik etkin insan kaynakları yönetimine duyulan ihtiyacı arttırmaktadır [3].

Küreselleşme ve artan rekabet işletmelerin belirli standartlara uygunluğunu zorunlu kılmaktadır.

Küresel standartlara uygunluk, insan kaynağının etkin kullanıldığı ve işletmenin kaynaklarının temel yetenekler etrafında yoğunlaştırıldığı bir düzeni gerektirmektedir. Müşteri değer yaratma zincirinin tüm halkalarının tek bir işletme tarafından gerçekleştirilmeyip, her işletmenin en iyi olduğu konu ile bu zincir içinde yer alması standartları yakalamayı kolaylaştıracaktır.

Teknolojik gelişmeler de insan kaynakları uygulamaları açısından önem taşımaktadır. Bilgisayar destekli eğitim, İnternet, elektronik posta gibi araçlar sayesinde bilgi ve haberlerin paylaşılması kolaylaşmakta, dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarının başarı şansı artmaktadır. Diğer taraftan insan kaynakları fonksiyonlarının yerine getirilebilmesi için ihtiyaç duyulan teknolojik altyapı da belirli bir maliyet unsurudur. İnsan kaynakları fonksiyonlarının dış kaynaklardan sağlanması işletmelerin bu konudaki maliyetlere katlanmamasını beraberinde getirmektedir [4]. İnsan kaynakları bilgi sistemleri uygulamaları tüm işlerin, süreçlerin ve departmanların yeniden tasarlanmasına, bu çerçevede dış kaynaklardan yararlanma eğiliminin yaygınlaşmasına zemin hazırlamıştır.

Dış kaynaklardan yararlanmanın yaygınlaşmasında işletmelerin karşılaştığı zaman baskısının da büyük payı vardır. Temel yeteneği insan kaynakları olan bir firmadan sağlanacak destek çoğu kez daha hızlı ve daha profesyoneldir. Bu durum özellikle eğitim ile ilgili olarak karşımıza çıkar. Danışmanlık firmaları tarafından önceden üzerinde düşünülerek hazırlanmış, başarılı kanıtlanmış, zaman kaybetmeden uygulanabilecek paket eğitim programları firmaya etkin sonuçlar sağlayacaktır. İşletmenin aynı anda çok sayıda eleman istihdam etmesi gerektiği durumda, işe alma ve yerleştirme konusunda dış kaynaklardan yararlanılması mantıklıdır [5].

Maliyet baskısı da dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarının önemli bir nedendir. Temel yeteneği üzerinde odaklaşan firma uzmanlaşma ile birlikte ölçek ekonomisinden yararlanma imkanı bulacak, belirli bir mal ya da hizmetin daha ucuza sunulması mümkün olacaktır. Maliyetleri önemli ölçüde azaltan bir uygulama olarak dış kaynaklardan yararlanma, büyük bir sabit maliyet artı değişken maliyet yapısından, tamamen değişken bir maliyet yapısına geçişi sağlamaktadır. Risk yönetimine de katkısı olan bu sistem hem maliyet hem de teknoloji ve yatırım risklerini ortadan kaldırmakta, yalnız teknoloji ve süreçleri engellemektedir [6].

Dış kaynaklardan yararlanmanın maliyet avantajı yaramamasının da zaman zaman söz konusu olduğu belirtilmelidir. Büyük işletmelerde insan kaynakları faaliyetlerinin belirli bir hacmin üzerinde olması ölçek

ekonomisinden yararlanmayı sağlamakta, bu ise dış kaynaklardan yararlanmanın getireceği maliyet avantajını ortadan kaldırmaktadır. Yine dış kaynaklardan yararlanma, bu hizmeti sağlayan firmaların sayıca az olduğu durumda, diğer deyişle tedarikçiye bağımlılığın mevcut olduğu durumda beklenen maliyet avantajını sağlamayabilir [5].

Fason ve taşeron kullanma mantığından farklı olarak kalitenin ve uzun dönemli, her iki tarafında kazanmasına yönelik anlayışın daha hakim olduğu, stratejik ortaklık mantığında yürütülen dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarında maliyet avantajının ikinci planda tutulması gerektiği belirtilmelidir. Bu durum tüm dış kaynaklardan yararlanma uygulamaları için geçerli olup, insan kaynakları uygulamalarında daha da ön plana çıkmaktadır. Müşteri memnuniyetinin temelinde çalışan memnuniyetinin yer aldığı unutulmamalıdır.

Dağıntı verileri tek merkezde toplamak, gizliliğin korunmasını sağlamak da insan kaynaklarında dış kaynaklardan yararlanmanın tercih edilme nedenleri arasında belirtilebilir.

III. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE DİŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMANIN KAPSAMI

İnsan kaynaklarında dış kaynak olarak hizmet sağlayan çok sayıda firma mevcuttur. Bu firmalar danışmanlık firması gibi değil, şirketin içinde bir bölüm gibi hizmet vermektedir. Firmaların sundukları hizmetler tüm insan kaynakları fonksiyonlarını içermektedir. Hizmet alanları;

- İnsan kaynakları departmanının oluşturulması, dinamik hale getirilmesi
- Çalışan memnuniyetine ilişkin anketlerin düzenlenmesi ve değerlendirilmesi
- Ücret araştırmalarının yapılması ve iş tanımlarının hazırlanması
- Eğitim hizmetlerinin verilmesi ve değerlendirilmesi
- Personel seçimi ve oryantasyon
- Risk yönetimi
- İtranet ve diğer teknolojik destekler
- Bordro hizmetleri
- Özlük bilgilerinin derlenmesi ve kayıtların tutulması

- İş analizlerinin yapılması
- Performans yönetimi sisteminin kurulması
- Müşteri memnuniyeti ölçümü

şeklinde dir.

Yukarıdaki faaliyetlerin incelenmesinden de anlaşılacağı gibi, dışarıdan kaynak sağlayan firma anlaşmanın türüne göre çok sayıda çözüm üretebilmektedir. Firmanın personel politikası doğrultusunda personele ilişkin her tür bilgiyi toplayarak bir veri tabanı oluşturmaktadır. Alınan bilgilerin kapsamı verilecek hizmete göre farklıdır. Yine hizmetin kapsamı da taleplerle bağlantılıdır. Örneğin bordrolama işini dış kaynaklardan sağlayan bir firma yıl sonunda yapacağı zamların getireceği maliyeti öğrenip, bölümlere göre yapılacak farklı zam oranlarına göre birden fazla sayıda senaryo geliştirerek maliyetlerini hesaplayabilmektedir.

İnsan kaynakları konusunda hizmet veren firmalar, personeli kendi kadrosuna almakta, tüm yasal ve özlük işlerini kendileri gerçekleştirmektedir. Proje söz konusu elemanların temini işlemi ile başlatılmaktadır. Kendi portföyünden veya gazete ilanlarından seçilen ön adaylar arasından firmanın da onay verdiği elemanlar tedarikçi firmanın bordrosunda kadrolanmaktadır. Bunlar iş tanımlarında belirtilen işleri firma adına firmanın gösterdiği çalışma yerlerinde gerçekleştirmekte ve firmaya rapor etmektedir. Ay içinde firma tarafından saptanan maaş, prim, ikramiye, yemek ücreti, yol ücreti, masraf ve puantajlarına bağlı olarak bordrolar düzenlenmektedir. Çalışanlara ait yasal ödemeler için firma tedarikçi firmaya ödeme yapmakta ve bu işlemler kendi adlarına gerçekleştirilmiş olmaktadır. Tedarikçi firma temsilcileri, sorumlu olduğu firmalara düzenli ziyaretler yaparak, güncel mevzuat ve değişiklikleri bildirmekte, yılın belirli dönemlerinde yapılan vergi iadesi ve nema gibi ödemelerin yapılması ile ilgili olarak çalışanlara bilgi vermektedir.

Bazı firmalar kadrosuna aldığı personelin, kendisine ve ailesine ait vizite kayıtlarının hazırlanmasını ve kendilerine ulaştırmasını sağlamaktadır. Maaş artış dönemlerinde piyasada uygulanan politikalar hakkında bilgi toplayarak ve çalışmalara katılarak zam oranlarının tespitinde danışmanlık hizmetinin verilmesi, istenirse prim sistemlerinin düzenlenmesi ve geliştirilmesi, yıl sonlarında vergi iade ve nema tutarlarının hesaplanması ve elemanlara ödenmesinin sağlanması da yine bu firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir.

İnsan kaynakları konusunda dış kaynaklardan yararlanan firmalar, aldıkları hizmet karşılığında ödedikleri bedeli hizmet bedeli olarak gider kaleminde değerlendirmeye alabilmekte ve doğrudan kardan düşebilmektedir.

IV. İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNDE DİŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMA KARARININ VERİLMESİ

Dış kaynaklardan yararlanma farklı sektörlerde kabul gören ve giderek daha fazla işi kapsamına alan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Otomotiv, beyaz eşya, gıda, perakendecilik, konfeksiyon, inşaat, ilaç sektöründe dış kaynaklardan yararlanma hemen her işe uygulanabilmektedir: muhasebe, bilgi işleme sistemleri, ambalaj, depolama, yemek, taşıma, postalama, dağıtım, pazarlama, güvenlik, temizlik, ofis hizmetleri, otomobil kiralama, üretim, insan kaynakları vb.

İnsan kaynakları hizmeti veren firmaların müşterilerine çok geniş bir alanda hizmet verdikleri görülmektedir. Burada öncelikle önemli olan, insan kaynakları konusunda hizmet veren firmalardan yararlanılıp yararlanılmayacağı kararının verilmesidir. Dış kaynaklardan yararlanma firma açısından esneklik kazanma, hızlı karar alma, çekirdek kadro ile çalışmanın avantajlarından yararlanma, riski ve maliyeti azaltma ve kaliteyi artırma ile gibi faydaları içermektedir [7]. Günümüzde "tüm işleri kendi bünyesinde gerçekleştirmeye çalışma" yerini giderek "temel yetenekleri üzerinde odaklaşarak, bunun dışında kalan faaliyetleri bu konuda uzmanlaşmış diğer firmalardan sağlayarak değer yaratması"na bıraktığı görülmektedir [7]. Bununla birlikte, dış kaynaklardan yararlanma kararının verilmesi üzerinde iyi düşünülmesi gereken bir karardır. Firmanın hangi konularda, hangi tedarikçiden, hangi koşullarda dış kaynaklardan yararlanacağını sağlıklı biçimde belirlenmediği durumda beklenen faydalar sağlanamayacaktır. Firmanın temel yeteneği kapsamındaki faaliyetlerin dış kaynaklardan sağlanmaya çalışılması, yanlış tedarikçinin seçimi ve sözleşmenin gerektiği gibi düzenlenmemiş olması firmanın mevcut avantajlarını da kaybetmesine neden olabilir.

Firmaların dış kaynaklardan yararlanma yoluna gitmeden önce vizyon ve misyon tanımlarını yapmış olmaları, bu tanımlamalarla uyumlu olarak bazı bilgi, beceri ve yetenekler üzerinde odaklaşmaları gerekmektedir. Bu şekilde hangi alanlarda dış kaynaklara başvurulması gerektiği, nelerin firma tarafından yapılması gerektiği ortaya çıkacaktır.

İhtiyaçlara birebir cevap veren, problem çözme yeteneği gelişmiş, finansal açıdan sağlam ve kültürel açıdan uyumlu tedarikçinin seçimi ve ilişkilerin düzenlenmesi de sistemin başarısı açısından önem taşır. Taraflar arasında yapılan anlaşmanın süre, garanti, performans ölçütleri, minimum hizmet seviyesi, ödül ve ceza konularına açıklık getirmesi gerekmektedir. Ayrıca tedarikçinin belirlenen hizmet seviyesine uyup uymadığının periyodik kontrolü de başarıyı arttıracaktır.

Daha önce de belirtildiği gibi; her ne kadar dış kaynaklardan yararlanma, maliyet indirimi hedeflese de, bu tarz uygulamalarda ana amaç maliyet olmamalıdır. Sadece maliyet göz önünde bulundurularak girilen bir çaba kalite ve müşteri memnuniyetini tehlikeye sokacaktır. İnsan kaynaklarının firma dışına taşınması hizmet kalitesinin düşmesi ve çalışan memnuniyetinin azalması ile sonuçlanıyorsa, faaliyetin bir anlamı kalmayacaktır. Çalışanların tedarikçi firmaya karşı güvensizlik duyması veya tedarikçi firmanın ihtiyaçlarını karşılamayan kalıplaşmış çözümler sunması durumunda insan kaynaklarının etkin yönetimi imkansızlaşabilir.

İnsan kaynakları fonksiyonları arasında yer alan endüstriyel ilişkiler ve performans yönetiminde dış kaynaklardan yararlanılması konusunda bazı tereddütler mevcuttur. Bu fonksiyonların başarıyla yürütülmesinde ilişkilerde uzun dönemlilik, gizlilik ve güven büyük rol oynadığından, fonksiyonun dış kaynaklar aracılığıyla yerine getirilmesi problem yaratabilmektedir [5].

Gizliliğin korunması ihtiyacı ve süreçler üzerinde kontrolün kaybedilme ihtimali, firmaların, insan kaynaklarında dış kaynaklardan yararlanmaya ihtiyatlı yaklaşmalarını getirmektedir.

Tepe yöneticilerinin işe alma ve yerleştirilmeleri sürecinde, danışmanlık firmasının sadece aday havuzunu oluşturması, bunun dışındaki tüm safhaların firmanın kendisi tarafından gerçekleştirilmesi buna örnek olarak verilebilir. Yine bir çok firmanın ücret ve maaş araştırmalarını veya iş değerlendirmesini dış kaynaklardan sağlaması, ancak ücret ve maaş değişiklikleri, performans temelli ödüller vb. konuları firma içinde gerçekleştirmesi diğer bir örnektir [5].

V. DİŞ KAYNAKLARDAN YARARLANMA KARARI: AKARYAKIT DAĞITIM SEKTÖRÜNDE BİR ÖRNEK OLAY İNCELEMESİ

Önceki bölümlerde teorik olarak, dış kaynaklardan yararlanmanın nedenleri, kapsamı ve dış kaynaklardan yararlanma kararının verilmesi açıklanmaya çalışılmıştır. Burada ise akaryakıt dağıtım sektöründe faaliyet gösteren ve ülkemizin en önde gelen firmalarından biri olan X firmasının insan kaynakları faaliyetleri ve bu faaliyetlerin içinde dış kaynaklardan yararlanmanın seviyesi incelenmektedir. Firmanın özellikle son üç yıl içinde gerçekleştirdiği büyük değişim böyle bir incelemeyi daha anlamlı kılmaktadır.

Bu amaca yönelik olarak öncelikle firma hakkında genel bilgilere yer verilecek, daha sonra firmanın insan kaynakları süreçleri ele alınarak bunların hangilerinde dış kaynaklardan yararlanmanın tercih edildiği nedenleriyle birlikte ortaya konmaya çalışılacaktır.

V.1. Firma Hakkında Genel Bilgiler

X firması 18 Şubat 1941 tarihinde kurulmuş olup, akaryakıt dağıtım ve pazarlama ve madeni yağ üretim ve pazarlama alanında faaliyet göstermektedir. 1990 yılında Özelleştirme amacıyla Özelleştirme İdaresi Başkanlığına bağlanmış olup, 21 Temmuz 2000 tarihinde İş-Doğan Petrol Yatırımları A.Ş.' ye Şirket Hisselerinin %51'lik kısmı 1,260 milyon USD''ye devredilmiştir [8].

X firmasının özelleştirme öncesinde 3.800 çalışanı varken bugün itibariyle yaklaşık olarak 1.000 çalışanı mevcuttur.

Özelleştirilme sonrasında hemen yeniden yapılanma sürecine giren X firması öncelikle köklü geçmişine çağdaş ve modern çizgiler ekleyerek teknolojiyi hizmet kalitesiyle birleştirmek amacıyla öncelikle süreçlerin yeniden tasarımı yoluyla organizasyonel küçülme yoluna gitmiş fakat bu arada yatırımlarına devam etmiştir.

Özelleştirme öncesinde satışları genelde yoğun olarak kamu sektörüne olan X firması, toplumsal imajı büyük, hantal, sessiz, pasif ve demode, pazardaki payı azalan, istasyon standartları düşük, fazla personel istihdam eden olarak belirlenmiş olup, sektördeki rakipleri tarafından ciddiye alınmayan bir şirket olmuş fakat özelleştirme sonrasında büyük, dinamik, müşteri odaklı, şeffaf, agresif, proaktif ve yenilikçi olarak tanımlanan bir kuruluş haline gelmiş, sektörde pazar payı, verimliliği, ve istasyon standartları artan ve personel giderleri azalan bir kuruluş haline gelmiştir.

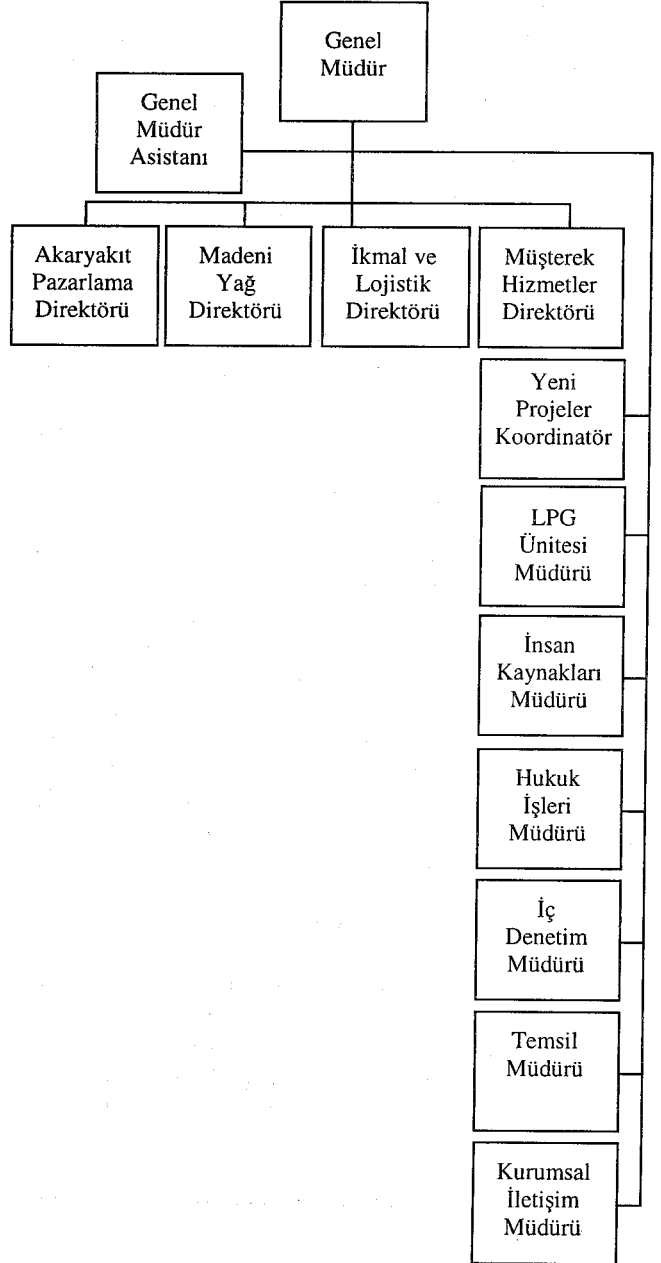
Akaryakıt Dağıtım Sektöründe yapılan yasal düzenlemeler neticesinde akaryakıt fiyatları otomatik fiyatlandırma mekanizması ile dünya fiyatları ile paralel hale gelmiş, ve sonrasında başka bir kararname ile pompa fiyatları bant sistemine geçilmiştir. Şu haliyle sektörde kamu tarafından belirlenen bir satış fiyatı olduğu için X firması maliyetlere odaklanma yoluna giderek yeniden yapılanma sürecinde küçülme yoluna gitmiştir.

Yeniden yapılanma sürecinde gelişen küçülme faaliyetlerine örnek vermek gerekirse;

Daha önce kuruluş bünyesinde bulunan Gemi İşletme Müdürlüğü'nde 156 personel çalışmakta olup, bu bölümde çalışanlar 7 adet gemi ile Tüpraş, Ataş ve yurt dışı kaynaklarından tesisatlarına akaryakıt ikmali yapmaktadır. X firması yönetimi sektörde bulunan kuruluşlara kıyasla böyle bir tedarik yolunu hem maliyetli hem de fazlaca hantal olarak bulmuştur. Öncelikle gemileri satış yoluyla değerlendirip, sonrasında işletme müdürlüğünde çalışan personeli ise tensikat yoluyla işten ayırmıştır. Deniz yoluyla tedarik faaliyetleri ise Deniz ulaşım koordinatörü ve iki enspektör ile sağlanma yoluna

gidilmiş piyasa rekabet koşulları çerçevesinde fiyatlarla tedarik sürecini seçmiştir.

Özelleştirme öncesinde varolan örgüt yapısını değiştirerek tamamen müşteri odaklı bir örgüt ile yeniden yapılanmıştır. Firmanın örgüt şeması aşağıda Şekil.1'de gösterilmektedir.



Şekil.1: X Firması Örgüt Şeması

2002 yılında örgüt yapısında yer alan direktörlüklerin talepleri doğrultusunda aşağıdaki örgüt değişiklikleri gerçekleştirilmiştir:

Akaryakıt Pazarlama Direktörlüğü talebi doğrultusunda;

Ticari ve Endüstriyel Satışlar Müdürlüğü'nün görevleri arasında bulunan endüstriyel madeni yağ satışları, Madeni Yağ Direktörlüğü'nde yeni oluşturulan Madeni Yağ Endüstriyel Satışları Müdürlüğü'ne devredildi. Ticari ve Endüstriyel Satışlar Müdürlüğü, Ticari ve Endüstriyel Yakıtlar Müdürlüğü adı altında yeniden yapılandırılarak sadece akaryakıt ürünlerine odaklanmış toptan satış ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirecek bir birim haline getirilmiştir.

İstasyon Planlama Müdürlüğü ve Strateji ve Planlama Müdürlüğü birleştirilerek Akaryakıt Pazarlama Direktörü'ne doğrudan bağlı, Strateji ve İstasyon Planlama Müdürlüğü adı altında yeni bir birim oluşturulmuştur.

İstasyon Satışları Müdürlüğü altında, Bölgeler Müdürü'ne doğrudan bağlı ve sorumluluk alanı tüketici tanıma (AutoMatic) sistemini hedef müşterilere tanıtmak, sisteme yeni ve transfer müşteriler kazandırarak sadık müşteri kitlesi yaratmak olan Tüketici Tanıma Sistemleri Satış Müdürlüğü oluşturulmuştur.

İstasyon Satışları Müdürlüğü altında, Bölgeler Müdürü'ne doğrudan bağlı ve sorumluluk alanı ülke genelindeki istasyon ve bayileri yöneten Bölge Müdürleri'nin yanısıra, Tüketici Tanıma Sistemi, Direkt Akaryakıt Taşınması ve diğer projelerde Bölgeler Müdürü'ne destek vermek, performans verilerini derlemek, gelen bilgilerin standardizasyonunu ve analizini yapmak, yeni projelerde satış birimini temsil etmek ve satış organizasyonuna destek veren merkez birimlerle koordinasyonu sağlamak olan Bölgeler Satış Koordinatörlüğü oluşturulmuştur.

Madeni Yağ Direktörlüğü talebi doğrultusunda;

Akaryakıt Pazarlama Direktörlüğü, Ticari ve Endüstriyel Satışlar Müdürlüğü bünyesinden ayrılan endüstriyel madeni yağ satışları fonksiyonu, yeni oluşturulan ve doğrudan Madeni Yağ Direktörüne bağlı olan Madeni Yağ Endüstriyel Satışlar Müdürlüğü'nün sorumluluğu altına verilmiştir.

Müşterek Hizmetler Direktörlüğü talebi doğrultusunda;

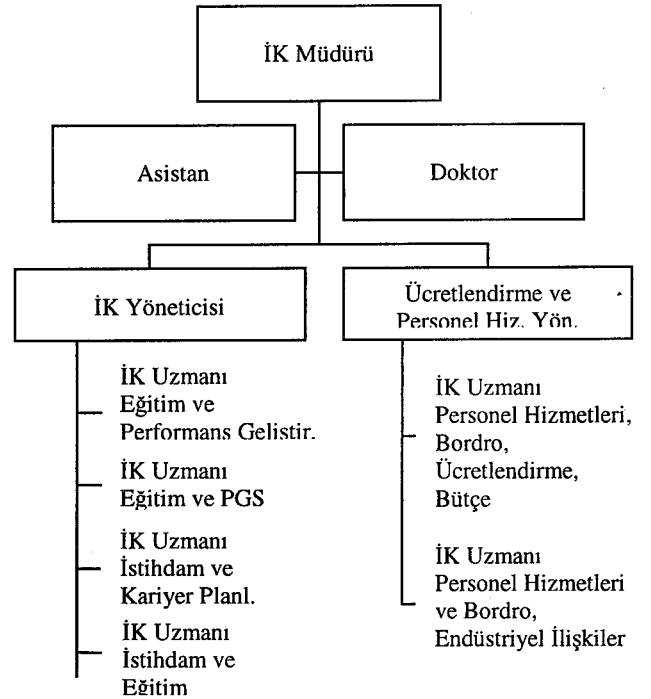
Müşterek Hizmetler Direktörlüğü altında bulunan Ofis Yönetim Müdürlüğü doğrudan Genel Müdür'e bağlı bir müdürlük olmuştur.

Bilgi Sistemleri Müdürlüğü fonksiyonlarına göre yeniden yapılandırılmıştır.

İkmal ve Lojistik Direktörlüğü talebi doğrultusunda;

İkmal ve Lojistik Direktörlüğü, Lojistik Müdürlüğü bünyesindeki Tesisat Ticaret Müdürlükleri, Müşterek Hizmetler Direktörlüğü, Muhasebe Müdürlüğü'ne bağlı bulunan Tesisat Muhasebe Şeflikleri ile birleştirilerek, Muhasebe Müdürlüğü'ne bağlı Tesisat Muhasebe ve Faturalama Şeflikleri oluşturulmuştur.

Bu yapılanmanın ikinci bir örneği ise İnsan Kaynakları Bölümünde gerçekleşmiştir. 21 Temmuz 2000 Tarihinde Personel Daire Başkanlığı'na bağlı birimlerde görev yapan toplam 325 personel bulunuyordu. X firması'nın değişim hedefleri doğrultusunda modern İnsan Kaynakları uygulamalarını hayata geçirecek, yetkin ve etkili bir departman oluşturuldu. Ekibin tamamı, X firması İnsan Kaynakları Yönetimi'nde gerçek anlamda değişimi gerçekleştirecek, konularında uzman, takım anlayışı içerisinde çalışan ve yetkin, yeni istihdam edilen kişilerden kuruldu. İnsan Kaynakları Müdürlüğü, temel yönetim felsefesini müşteri odaklı yaklaşım, sürekli gelişim, takım anlayışı ve üstün performans olarak belirledi. Departman kültürünün bir parçası olarak da bu kriterlerden asla taviz verilmeyeceğini benimsedi. Bir müdür, üç koordinatör, bir danışman, on uzman ve bir yönetim asistanı olmak üzere toplam on altı kişiden oluşması planlanan X firması İnsan Kaynakları Müdürlüğü, halen bir müdür, iki koordinatör, altı uzman ile toplam 9 personel ile hizmet vermektedir. İK departmanında örgüt şu şekilde gerçekleşmiştir [8].



Şekil.2: X Firması İnsan Kaynakları Müdürlüğü Örgüt Şeması

V.2. İşe Alım Süreci

V.2.1. İşe Alınan Aday Sayısı

X Firması 2002 yılında 114 yeni personel istihdam etmiştir. Direktörlüklere göre işe alınan adayların dağılımı aşağıda Tablo.1 üzerinde gösterilmektedir.

Tablo.1: Direktörlüklere Göre İşe Alınan Adayların Dağılımı

		Sayı	%
Direktörlüklere Göre İşe Alınan Adaylar	Akaryakıt Pazarlama	37	33
	Madeni Yağlar	14	12
	İkmal ve Lojistik	31	27
	Müşterek Hizmetler	26	23
	İnsan Kaynakları Md.	4	3
	İç Denetim Md.	1	1
	Kurumsal İletişim	1	1
	TOPLAM	114	100

V.2.2. İşgücü Devir Oranı

2002 yılında 114 yeni giriş, 258 çıkış, 144 terfi, 93 iş değişikliği, 25 kapsam değişikliği, 94 nakil gerçekleşmiştir. Buna göre 2002 yılı personel devir oranı %24, işten ayırma devir oranı %21, istifa devir oranı ise %2 'dir.

V.2.3. Maliyetler

İşe alım maliyeti, işe alım faaliyetinin etkinliğini maliyetler bazında ölçülemek ve faaliyet performansını izlemek amacıyla hesaplanır. İşe alım maliyeti, direkt işe alım maliyetleri toplamının (diğer İK faaliyet giderleri hariç tutularak) belirli bir zaman aralığında işe alınan kişi sayısına oranıdır. İşe alım maliyeti yıl sonunda ölçümlenir [9].

$$\text{İşe Alım Maliyeti} = \frac{\text{Direkt İşe Alım Maliyetler Toplamı}}{\text{İşe Alınan Kişi Sayısı}}$$

Direkt işe alım maliyetler toplamı hesaplanırken aşağıdaki maliyet unsurlarını dikkate almak gerekir [9].

- İş duyurusu , iş ilanı maliyetleri,
- Danışman işe alımcı maliyeti,
- Danışmanlık gideri , komisyon maliyeti,
- Kariyer veya İş fuarları katılım maliyetleri,
- Aday yol masrafları

İşe alınan kişi sayısı ise belirli bir zaman aralığında işe alınan kişi sayısını ifade eder [9].

İşe alınan personel için ortalama kişi başına 688 milyon TL harcanmış, ayrıca işe alımın outsource maliyeti ise işe alınan bir kişinin yıllık maaşının % 10 + KDV olarak fiyat alınmış olup buna göre Yatırımın Geri Dönme Oranı hesaplanmıştır.

2002 Yılında:

İşe Alınan Aday Sayısı:	114
X Firması İşe Alım Maliyeti:	688.000.000 TL
Dış Kayn. İşe Alım Maliyeti:	2.542.000.000 TL

(Adayın Yıllık Brüt Maaşının (1.796.000.000*12) %10'U + KDV)

$$\text{ROI} = \frac{2.543.000.000 - 688.000.000}{688.000.000} \times 100 = 270$$

Yukarıdaki veriler ışığında bakıldığında, bordro sürecinin İnsan Kaynakları Müdürlüğü tarafından X Firması bünyesinde gerçekleştirilmesi sonucunda, şirketin yaptığı yatırım karşılığında elde ettiği kazanç; % 270 oranında gerçekleşmiştir.

V.2.4. İstihdam Sürecinde Geçen Süreler

Başvurunun yapılmasından adayın işe başlama tarihine kadar geçen işe alım süreci hakkında bilgi edinilmesini sağlar. Ortalama işe alım süresini göstererek işe alım sürecinin gerek zaman gerekse performans açısından gözden geçirilmesini sağlar. Boş pozisyon doldurma süresi yıl sonunda ölçülür.

$$\text{Boş Pozisyon Doldurma Süresi} = \frac{\text{T. Süre (Teklif Kabul Tarihi - Başvuru Tarihi)}}{\text{Boş Pozisyonların Sayısı}}$$

Firmada talebi karşılamada en uzun süre 86 gün iken (veritabanı yöneticisi pozisyonu), en kısa süre 3 gün (hava ikmal servis şefi pozisyonu) olarak gerçekleşmiştir. Talebin ortalama karşılanma süresi ise 22.3 gündür.

V.2.5. İstihdam Süreci İstatistikleri

Firmanın insan kaynakları departmanının 2002 faaliyet raporunda yer aldığı şekliyle istihdam sürecine ilişkin veriler Tablo 2'deki gibidir:

Tablo.2: İstihdam Süreci İstatistikleri

İnternet üzerinden başvuru sayısı	15,750
Dökülen CV sayısı	2,585
İlgili tarafından olumsuz bulunan CV sayısı	718
İlgili pozisyon için mülakat kabul etmeyen aday sayısı	137
Görüşmeyi kabul ettiği halde habersiz gelmeyen aday sayısı	20
1. Mülakat Sayısı	975
2. Mülakat Sayısı	353
Toplam İşe Alınan Aday Sayısı	115

V.2.6. İş Teklifini Reddeden Adaylar

İş teklifini reddeden aday oranı, işe alım sürecinde şirketin tercih edilme oranını ve ücretlendirme politikalarının etkinliğini ölçer. Yıl sonunda hesaplanır [9].

$$\text{İş Teklifi Reddeden Aday Oranı} = \frac{\text{İş Teklifini Red Eden Aday Sayısı}}{\text{Toplam İş Teklif Edilen Aday Sayısı}}$$

Tablo.3: Direktörlüklere Göre İş Teklifini Reddeden Adaylar ve Reddetme Nedeni

İş Teklifini Reddeden Aday Sayısı		13
Direktörlüklere Göre İş Teklifini Reddeden Adaylar	Akaryakıt Pazarlama Dir.	4
	Madeni Yağlar Dir.	-
	İkmal ve Lojistik Dir.	4
	Müşterek Hizmetler Dir.*	4
İş Teklifini Reddetme Nedeni	İnsan Kaynakları Md.	1
	Ücret Yetersizliği	9
	Başlama Zamanı Uyuşmazlığı	1
	Eski Firmadan Ayrılamama	1
	Çalışma Yeri Sorunu	2

*Müşterek Hizmetler departmanında iş teklifini reddeden adayların tamamı Bilgi İşlem bölümü adaylarıdır

Yukarıdaki tabloların incelenmesi sonucunda görüleceği üzere; 2002 yılında 13 kişi iş teklifini çeşitli nedenlerle reddetmiştir. Buna göre iş teklifini reddedenlerin oranı 13/114 yani %11'dir.

V.3. Eğitim Süreci

Firma bünyesindeki eğitim bölümünün temel amacını, çalışanların görevlerinin gerektirdiği yetkinlik ve yönetim becerilerini geliştirmelerini sağlayarak, iş sonuçlarına gözlemlenebilir iyileştirmeler getiren eğitim programları hazırlamak olarak açıklamaktadır.

Bu amaçla 2002 Yılında firmada 30 eğitim programında toplam 848 Gün Eğitim verilmiştir.

Eğitim gün sayılarının direktörlüklere göre ayırımı Tablo.4'de verilmektedir.

Tablo.4 : Eğitim Gün Sayılarının Direktörlüklere Göre Ayırımı

DİREKTÖRLÜK	EĞİTİM GÜN SAYISI	EĞİTİM GÜN/ KİŞİ
Akaryakıt Pazarlama Direktörlüğü	304	2.04
İkmal Ve Lojistik Direktörlüğü	145	1.38
Madeni Yağ Direktörlüğü	225	2.92
Müşterek Hizmetler Direktörlüğü	121	1.30
Diğer Bölümler	53	1.61
X Firması Genel	848	1.85

Eğitim programlarının türü,süresi ve tekrar sayıları aşağıda Tablo.5 'de verilmektedir.

Tablo.5: 2002 Yılında Gerçekleştirilen Eğitim Programları

EĞİTİM PROGRAMI	PROGRAM SÜRESİ (GÜN)	PROGRAM TEKRAR SAYISI
Temel Yönetim Becerileri	4.5	2
Satışta Profesyonellik	2.5	4
Etkili İletişim	2	3
Esnek Satıcı	2	1
Etkin İnsan Yönetimi	2	2
İleri Sürüş Teknikleri	2	6
Etkin Yönetim ve Etkin Yaşam	2	2
Biz Kazanan Takımımız	1	1
Mülakat Teknikleri	2	3
Evet'e Doğru Müzakere	2	2
Performans Geliştirme Sistemi	2	3
Çok Boyutlu Düşünme	2	1

*Ortalamalar, Performans Geliştirme Sistemine dahil olan 457 çalışan üzerinden hesaplanmıştır.

Firma eğitim konusunda farklı danışmanlık firmalarından hizmet almakta, bu çerçevede ağırlıklı olarak dört farklı danışmanlık firması ile çalışmaktadır.

Eğitim programlarının başarısı da İK departmanı tarafından titizlikle takip edilmekte, departman yıllık faaliyet raporlarında ilgililerle paylaşılmaktadır.

2002 Yılı Eğitim Maliyetleri planlanan bütçe içerisinde gerçekleştirilmiştir. Yıl içi gerçekleştirilen eğitim programlarının maliyeti Tablo.6'da gösterilmektedir.

Tablo.6: 2002 Yılı İnsan Kaynakları Müdürlüğü Eğitim Bölümü Maliyetleri

Eğitim Şirketlerine Ödemeler	51.4 Milyar TL
Eğitim Bölümü Çalışanlarına Ait Yıllık Maaş Maliyetleri	33.5 Milyar TL
Diğer	2.2 Milyar TL
Toplam Eğitim Maliyeti (Yıllık)	87.1 Milyar TL

V.4. İş Değerlendirmesi Süreci

X firması A.Ş. bünyesindeki tüm kapsam içi işler ile iş grubu 8'e kadar olan işler Ağırlıklı Faktör Puan – Mukayese Metodu ile değerlendirilmiştir. Söz konusu metod Ocak ayında geliştirilmiş ve pilot uygulaması Şubat ayında Atatürk Hava İkmal Müdürlüğü'nde denenmiştir. Pilot uygulamanın başarıya ulaşmasının ardından, 28 Şubat 2002 tarihinde yönetimin onayı alınarak iş değerlendirme sistemi tüm örgütü kapsayacak şekilde uygulamaya konmuştur.

1 Mart – 31 Temmuz 2002 tarihleri arasında yapılan saha ve değerlendirme çalışmalarında:

- 22 iş günü harcanarak 17 işyeri ziyareti yapılmıştır.

- Yaklaşık 300 görüşme sonucunda 177 iş analiz edilmiştir.

- İş analizleri sonucunda 177 görev tanımı yazılarak ilgili birimlerden mutabakat alınmıştır.

- Söz konusu 177 iş, 12 iş günü harcanarak değerlendirilmiştir.

- Yapılan iş değerlendirilmeleri, ilgili direktörlük temsilcilerinin de katılımı ile yeniden gözden geçirilmiş ve mutabakat sağlanmıştır.

- Proje sonucunda 395 kapsam içi, 188 kapsam dışı olmak üzere toplam 583 personelin işi değerlendirilmiştir.

İş değerlendirme çalışmalarının ardından ücret dönüştürme modeli kurulmuş ve ücret senaryoları geliştirilmiştir. İş Değerlendirme Projesi sonucunda elde edilecek bulgular ve geliştirilen öneriler 2003 yılı başında

yönetime sunulacak ve yönetimin vereceği karar doğrultusunda, şirket genelinde dile getirilen ücret dengesizliği problemlerini çözecek uygulamalar hayata geçirilecektir.

İş değerlendirmesi projesinin toplam maliyeti yaklaşık 11. Milyar TL (6,700.-USD, 6,400.-Euro) olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu proje için bir danışman firmadan alınan teklif 40.000 ila 60.000.-Euro arasında değişmektedir. Bu verilere göre, iş değerlendirme projesini şirket bünyesinde gerçekleştiren İnsan Kaynakları Müdürlüğü'nün projeye yapmış olduğu yatırımın şirkete sağladığı ekonomik kazanç (ROI), danışman firma ortalama maliyeti 50,000.-Euro kabul edilirse, %681'dir.

V.5. Ücret Araştırmaları

Ücretlendirme ve Personel Hizmetleri Birimi, 2003 yılında ücret araştırmalarından daha etkin bir şekilde yararlanabilmek için 2002 yılında da çalışmış oldukları iki önde gelen danışmanlık şirketiyle çalışmalarını devam ettirmiştir.

X firması ücretlendirme sisteminin Y ve Z Danışmanlık Firmaları'nın datalarıyla entegre hale getirilmesi için 2003 yılı içerisinde X firması, bu firmaların datalarının tek tek kıyaslanarak karşılaştırma veritabanı kurulması hedeflenmiştir.

2002 yılı Y Danışmanlık Firması ücret araştırma anketi ilk defa internet üzerindeki anket formu doldurularak hazırlanmıştır. Ankette 90 kadro (168 kişi) ücret datası verilmiş olup X firması ücretlendirme politikaları ile ilgili sorular yanıtlanmıştır.

Z Danışmanlık Firması yetkilileriyle daha fazla ücret bilgisinin karşılıklı paylaşılması için görüşmeler yapılmış ve X firması olarak Z Danışmanlık Firması ücret araştırması için 104 adet pozisyona ait ücret datası verilmiş olup X firması ücretlendirme politikaları ile ilgili sorular yanıtlanmıştır.

Z Danışmanlık Firması Toplam Ücretlendirme Anketi 2002' ye bu sene X firması dışında dört adet petrol dağıtım şirketi katılmış olup Z Danışmanlık Firması ile yapılan görüşmeler sonucu X firmasına özel pozisyon spesifik sektör raporunun hazırlanması talep edilmiştir. Böylece özellikle petrol sektöründeki ücretler hakkında spesifik ve detaylı veriler elde edilmiş olacaktır.

Ayrıca X firması ücretlendirme sisteminin, Z Danışmanlık Firması Point sistemi ve Y Danışmanlık Firması Global Grading Sistemi ile etkin bir şekilde karşılaştırabilmesi için, söz konusu firmalar'dan jenerik görev tanımları alınmış ve X firması referanslarıyla karşılaştırma çalışmaları sonuç aşamasına gelmiştir.

Buradan elde edilecek veriler 2003 yılında X firması iş değerlendirme sistemi ile entegre edilerek ücretlendirme sisteminin doğruluğu ve tutarlılığı pekiştirilecektir.

V.6. Bordro Süreci

2002 yılında 19.300 adet bordro yapılmıştır. Yapılan bu bordroların türleri ve sayıları aşağıda belirtilmiştir.

- 13.900 adet maaş bordrosu
- 3.900 adet avans bordrosu
- 241 adet kıdem tazminatı bordrosu
- 1.260 adet diğer bordrolar

X Firmasında iki uzman tarafından gerçekleştirilen bordro hizmetlerinin birim maliyeti 1.17 \$'dır. Outsource Firmalarının bordro teklifleri ise çeşitlilik göstermektedir. Buna göre; bordro başına; A Danışmanlık Firması: 3,22\$, B Danışmanlık Firması: 3,57\$, C Danışmanlık Firması: 5,90\$ teklif vermişlerdir.

V.7. Performans Geliştirme Süreci

Firmada Performans Geliştirme Sistemi ile bireysel performansların geliştirilmesi yoluyla yüksek performanslı, kazanan bir kurum kültürü yaratılması amaçlanmaktadır. Sistemin özünde çalışanların geliştirilmesinin hedeflendiği "performans geliştirme" kavramıyla vurgulanmaktadır.

2001 Yılı Eğitim Performans Değerlendirme Sözleşmeleri bütün birimlerden toplanarak veri tabanına işlenmiştir. Ücretlendirme bölümü için formların analizi ve raporlaması yapılmıştır. 2001 Yılı Performans Değerlendirmelerinde belirtilen eğitim ihtiyaçları doğrultusunda 2002 Yılı Eğitim Programları belirlenmiştir.

X firmasında Performans Geliştirme Sürecinin hızlı bir şekilde çalışmasını sağlamak, etkinliğini arttırmak ve istenilen tüm analizlere en doğru şekilde ulaşmak amacıyla Şirket intraneti üzerinde çalışan e - performans sistemi geliştirilmiştir. Bu projede SFS – Man Firması ile ortak çalışılmaktadır.

E-performans, Performans Geliştirme Sürecindeki kayıtların Şirket intraneti üzerine işlendiği ve burada tutulduğu bir sistemdir. E - performans sistemi sayesinde performans süreci kağıtsız bir ortamda gerçekleşmekte, istenilen belge ve analizlere en hızlı şekilde ulaşılabilir.

E-performans Sistemi sayesinde tüm çalışanlar kendilerine özel olan şifreleri ile sisteme bağlanarak hedeflerini aktif olarak takip edebilmektedirler. Şirket yöneticileri şahsi formlarının yanı sıra kendilerine bağlı olan tüm çalışanların formlarını ve hedeflerini izleyebilmektedirler.

E-performans değerlendirme süreci ile firmada;

- Yaşanan zorlukları teknolojinin eriştiği noktayı kullanarak aşılması,
- En hızlı şekilde performans değerlendirme sürecini tamamlanması,
- En doğru raporlara kısa bir sürede ulaşılması,
- Çalışanların yetkinlik gelişimlerini etkin şekilde kontrol edilerek, firmanın verimlilik artışına katkıda bulunulmasıdır.

E-performans Sistemi kullanılarak firmada kişilere, departmanlara ve şirket geneline göre başarı ortalamaları istatistiksel raporlar halinde elde edilmektedir. Çalışanlara ait yetkinlik düzeyleri takip edilerek, Kariyer Geliştirme Sistemine veri sağlanmaktadır. Ücretlendirme bölümü için performans değerlendirme sonuçları raporlanmaktadır. Kişilere, departmanlara, şirket geneline göre yetkinlik seviyeleri gösterilmektedir. Geçmiş dönem karşılaştırmaları otomatik olarak elde edilmektedir. Tüm çalışanlar kendilerine ait hedefleri, yöneticiler kendilerine bağlı olan çalışanların hedeflerine istedikleri an ulaşabilmektedir. Eğitim ihtiyacı listeleri belirlenen kriterlere göre otomatik olarak hazırlanabilmektedir. Performans değerlendirme formunda talep edilen eğitim listeleri raporlanabilmektedir. Tüm süreç 2 hafta gibi kısa bir sürede tamamlanması mümkün olup, kağıt form basımı, dağıtım, geri toplama ihtiyacını ortadan kaldırmaktadır. Form doldurmayanlara veya eksik dolduranlara otomatik e-mail uyarısı yapılabilmekte ve raporlanıp telefon ile uyarı listesi ulaştırılmaktadır.

V.8. İnsan Kaynakları Bölüm Faaliyetlerinin Performans Ölçütleri

Firmanın 2002 yılı İK faaliyetleri verim ve performans metrikleri bazında incelenmiş ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır

V.8.1. İK Genel Destek Oranı

İnsan Kaynakları Bölümü çalışanlarının tüm çalışanlara oranı başka bir deyişle bir İnsan Kaynakları Bölümü çalışanın kaç personelden sorumlu olduğunu göstermektedir.

$$\text{İK Genel Destek Oranı} = \frac{\text{Şirket Çalışan Sayısı}}{\text{İK Çalışan Sayısı}} = \frac{1083}{12} = 90,25$$

V.8.2. İK Harcama Oranı

2002 yılında ücret ve sosyal haklar dahil İK harcamaları ve faaliyet giderleri İK personeli başına 73.066 milyon TL. olmuştur.

$$\text{İK Harcama Oranı} = \frac{\text{Tüm İK Giderleri}}{\text{İK Çalışan Sayısı}} = \frac{876.800}{12} = 73 \text{ Milyar TL}$$

V.8.3. İK Operasyonel Harcama Yüzdesi

2002 yılında İK faaliyet giderleri toplam şirket faaliyet giderlerinin %0.93'ü kadar olmuştur. Bu oran bize İK' nın operasyonel etkinliğini göstermektedir.

$$\text{İK Operasyonel Harc. \%} = \frac{\text{İK Giderleri}}{\text{Şirket Operasyonel Giderleri}} = \frac{1.130.228}{120.925.835} = \%0,93$$

V.8.4. Kişi Başı Ortalama Ücret, Gelir Ve Kar

2002 yılında X firması çalışanı başına şirket geliri 5.874 milyar TL olmuştur. Başka bir deyişle bir X firması çalışanın 2002 yılında şirket gelirine katkısı 5.874 milyar TL olmuştur

$$\text{Kişi Başı Ort. Gelir} = \frac{\text{Toplam Şirket Gelirleri}}{\text{Personel sayısı}} = \frac{6.361.843}{1083} = 5.874 \text{ milyar TL}$$

2002 yılında çalışan başına düşen yıllık kar oranı 212.514 milyar TL dir.

$$\text{Kişi Başı Kar} = \frac{\text{Net Kar}}{\text{Personel sayısı}} = \frac{230.153.485.015.260}{1083} = 212.514 \text{ Milyar TL}$$

V.8.5. Ücretlendirme Gelir Yüzdesi

2002 yılında X firması , toplam gelirlerin % 0,53'ünü ücretlere harcamıştır.

$$\text{Ücretlendirme Gelir \%} = \frac{\text{Toplam Ücretler}}{\text{Şirket Geliri}} = \frac{34.068.282.433.239}{6.361.843.174.720.400} = \%0,53$$

VI. SONUÇ

Firmalar, eskiden farklı olarak tüm işleri kendi bünyelerinde toplamamakta, bunun yerine temel yetenekleri üzerinde odaklaşarak diğer işleri uzman firmalar aracılığıyla gerçekleştirmektedir. Bilinçli bir faaliyet olarak dış kaynaklardan yararlanma belirli konuları ön plana çıkarmaktadır. Her şeyden önce firmada, hangi konuda dış kaynaklardan yararlanılması gerektiği belirlenmelidir. Dış kaynaklardan temin edilmesine karar verilen hizmet temel yetenek

kapsamında olmamalıdır. Diğer deyişle bir firmanın kendisine uzun dönemli rekabet avantajı sağlayacak, kolayca taklit edilemeyen uzun dönemli bilgi, beceri ve yeteneklerini doğrulukla belirlemesi ve tüm çabasını burada yoğunlaştırılması gerekmektedir. Dış kaynaklardan yararlanmanın çok sayıda fayda içerdiği ve geleneksel örgüt yapılarından çağdaş örgüt yapılarına geçişi sağladığı muhakkaktır. Ancak neyin firma bünyesinde neyin "dışarıda" yapılacağına hatalı belirlenmesi firmanın gerilemesine ve yok olmasına neden olabilir.

Dış kaynaklardan yararlanma işletmenin hemen tüm faaliyetlerini kapsamakta, firmalar geniş bir perspektifte uzmanlaşmış firmalarla değer yaratma sürecinde bir arada hareket etmektedir. İnsan kaynakları fonksiyonuna ilişkin faaliyetlerin firma dışından, bu işi temel yetenek olarak benimsemiş olan firmalar tarafından gerçekleştirilmesi de dış kaynaklardan yararlanma uygulamalarının bir boyutudur.

İnsan kaynakları yönetimi çerçevesinde gerçekleştirilen çok sayıda faaliyet mevcuttur. Bilindiği gibi özellikle son dönemde insan kaynakları bölümünün rol ve sorumluluklarında önemli değişiklikler meydana gelmiş, faaliyet kapsamı giderek genişlemiştir. Çağın gereklerini yakalamak zorunda olan firmalar, artan rekabetin de etkisiyle insan kaynağını etkin kullanma ve geliştirme gereğini daha fazla hissetmiştir.

İnsan kaynakları departmanlarının giderek artan rol ve sorumluluğu nasıl gerçekleştirecekleri, bu konuda mevcut uzmanlaşmış firmaların desteğinden yararlanıp yararlanmayacakları, hangi oranda yararlanacakları önemli bir konudur. Kanımızca tüm diğer fonksiyonların dış kaynaklarca sağlanmasında olduğu gibi burada da önemli risk ve fırsatlar söz konusudur.

Firma insan kaynaklarında dış kaynaklardan yararlanma kararı vermeden önce istek ve ihtiyaçlarını doğru biçimde belirlemeli, alternatif maliyetleri hesaplamalı, tüm süreçlere ilişkin olarak etkinlik ölçümlerini yapmalı ve bunları kıyaslama yoluna gitmelidir. Doğru tedarikçinin seçimi ve tedarikçi ile uzun dönemli ilişkilerin etkin yönetimi de yine dış kaynaklardan yararlanmanın başarısını etkileyecektir. Firma insan kaynaklarını daha etkin hale getirme sürecinde, dış kaynaklardan yararlanmayı dikkatli biçimde uygulamalıdır.

Akaryakıt dağıtım sektöründe faaliyet gösteren ve ülkemizin önde gelen firmalarından birinde gerçekleştirilen inceleme, firmaların, belirtilen konuya titizlikle yaklaştığını göstermektedir. Söz konusu firmada tüm insan kaynakları süreçlerinin mevcut ve alternatif maliyetleri hesaplanmakta, süreçlerin performansı ölçümlenmektedir. Firma süreçlerinin etkinliğini, dünya çapında kullanılan ölçüm ve performans göstergelerine

göre değerlendirmekte, sektördeki rakip firmalarla kıyaslamaktadır.

Firma işe alım, bordrolama iş değerlendirme faaliyetlerini kendi bünyesinde gerçekleştirmeyi tercih ederken, eğitim konusunda dış kaynaklardan yararlanmaktadır. Yine firma idari hizmetler kapsamındaki (haberleşme, evraklama ve arşiv, yemekhane hizmetleri, teknik destek (telefon,... elektrik), ofis-kırtasiye işlemleri, temizlik hizmetleri, otel ve konaklama organizasyonu, şirket araçlarının takibi) işlerde dış kaynaklardan yararlanmaktadır. Bu işlemlerin koordinasyonu ise firma bünyesindeki Personel Hizmetleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Ücret araştırmaları konusunda da firmanın dış kaynaklardan yararlanmayı tercih ettiği ve bu konuda farklı danışmanlık firmalarının hizmetinden yararlandığı görülmektedir. Firmada performans geliştirme sürecinin hızlı bir şekilde çalışmasını sağlamak, etkinliğini arttırmak ve istenilen tüm analizlere en doğru şekilde ulaşmak amacıyla geliştirilen firma intraneti üzerinde çalışan e-performans sistemi projesinde ise önde gelen danışmanlık firmalarından biriyle ortak çalışılmaktadır.

Firmanın dış kaynaklardan yararlanmayı tercih etmediği süreçlerde bu sürecin firma içinde gerçekleştirilmesinin daha düşük maliyet yarattığı, bu maliyetin dışarıdan hizmet alınması durumunda hizmetin türüne bağlı olarak % 200- %600 oranında maliyet artışının ortaya çıkacağı görülmektedir. Burada maliyet önemli olmakla birlikte kuşkusuz kararın alınması sırasındaki tek belirleyici olmamalıdır. Sadece daha düşük maliyetli olduğu için dış kaynaklardan yararlanmak veya kararın alınmasında sadece maliyet unsurunu göz önünde bulundurmak hatalı sonuçlar doğuracaktır.

Tüm fonksiyonların olduğu gibi insan kaynakları fonksiyonunun dış kaynaklardan sağlanması kararı da firmanın, vizyonu- misyonu ile uyumlu biçimde verilmeli, dış kaynak dikkatlice belirlenmeli ve ilişkiler özenle sürdürülmelidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] HARKINS, P.; BROWN, S., "Shining new light on a growing trend", **HR Magazine**, December, 1995, s.75-79.
- [2] DYSART, J.; "Kick Your System Outside", **HR Magazine**, August 1999, s.119-120.
- [3] "Outsourcing HR", **Business Europe**, September 1999, s.1-3.
"What You Need To Know Now About Outsourcing HR Functions", **HR Focus**, October 2000, s.7,10.
- [4] "12 Questions to Ask When Making the HR Outsourcing Decision", **Ioma's Report on Managing Information Systems**, January 2002, s.5-6.
- [5] GREER, C.R.; YOUNGBLOOD, S.A.; GRAY, D.A., "Human resource management outsourcing: The make or buy decision", **Academy of Management Executive**, 1999, Vol. 13, No:1, s.88.
- [6] "Outsourcing'i Büyüten 3 Etken", **Capital Digital**, Ekim, 2002, s.10.
- [7] ATAMAN, G., **İşletme Yönetimi: Temel Kavramlar & Yeni Yaklaşımlar**, 2. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2002.
- [8] **X firması A.Ş. 2001 İnsan Kaynakları Faaliyet Raporu**, İstanbul (Dahili)
- [9] FITZ-ENZ, J., **How To Measure Human Resources Management**, 2nd Edition, Mc Graw Hill, New York, 1995, s.45-89.



Göksel ATAMAN

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
Ressam Namık İsmail Sk. No.1
Bahçelievler – İSTANBUL

Tel: +90 (212) 507 99 25-1419
gataman@marmara.edu.tr

Göksel ATAMAN has Ph.D. of Management and Organization at Marmara University Social Sciences Institute. She is Associate Professor in Management and Organization at Marmara University. She is Head of International Quality Management Department at Marmara University. Her research areas are organization theory and design, new management techniques, organizational culture, organizational behavior, and crisis management.

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İŞGÖRENLERİN EĞİTİMİ VE ALTERNATİF EĞİTİM YÖNTEMLERİNİN ETKİNLİĞİ

Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Doçent Dr.

EMPLOYEE TRAINING IN THE ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS AND THE EFFECTIVENESS OF ALTERNATIVE TRAINING METHODS

Abstract: *The hospitality and tourism industries are two of the fastest growing and most dynamic sectors of the world economy. Both industries are highly labor intensive. This is of particular importance for the accommodation establishments. Because of this, the training and education) levels of employees are critical to the success of these establishments. On the other hand, the accommodation industry has one of the highest levels of skill shortages. Training (and education) is one of the tools for employees to acquire the knowledge and skills they are supposed to have in order to fill a position. On the other hand, the effectiveness of training methods is extremely significant as effective training methods should positively influence quality and productivity of employees and competitiveness of the business, in turn.*

Keywords: *Employee, Training, Training Methods, Tourism, Accommodation Establishments:*

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İŞGÖRENLERİN EĞİTİMİ VE ALTERNATİF EĞİTİM YÖNTEMLERİNİN ETKİNLİĞİ

Özet: *Ağırlama ve turizm endüstrileri dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen ve en dinamik endüstrilerinden biridir. Her iki endüstri de emek yoğun özellik taşır. Bu, özellikle konaklama işletmeleri için ayrı bir önem taşımaktadır. Bundan dolayı, işgörenlerin eğitim düzeyleri bu işletmelerin başarısı için önemlidir. Diğer yandan, konaklama endüstrisi en çok nitelikli eleman sıkıntısına sahip endüstrilerdendir. İşgücü sorunu, Türkiye'deki konaklama endüstrisi için de büyük bir sorun teşkil etmektedir. Özellikle, bir çok sayfiye oteli nitelikli işgören bulmada ve onları işletmede tutabilmede büyük sorunlarla karşılaşabilmektedir. Eğitim, işgörenlerin buldukları görevlerde gereksinim duyulan bilgi ve becerileri kazanmalarını sağlayan araçlardan biridir. Öte yandan, eğitim yöntemlerinin etkinliği oldukça önemlidir çünkü, etkili eğitim yöntemleri çalışanların hizmet kalitesi ve verimliliğini ve dolayısıyla, işletmenin rekabet gücünü olumlu yönde etkileyecektir. Bu çalışma, ağırlama ve turizm endüstrisindeki yöneticilere, işletmecilere ve politikacılara bazı yönetsel katkılar sunmaktadır.*

Anahtar Kelimeler: *İşgören, Eğitim, Eğitim Yöntemleri, Turizm, Konaklama İşletmeleri*

I. GİRİŞ

Konaklama ve yiyecek-içecek endüstrisi dünyanın birçok kesiminde çok hızlı bir gelişme göstermektedir [1]. Birçok kesim için özellikle konaklama endüstrisi, istihdam ve gelir açısından önemli bir endüstri olarak kabul edilmektedir.

Yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde artan rekabet, konaklama işletmelerini en nitelikli personeli aramak, istihdam etmek ve işletmede tutmak konusunda zorlayıcı bir rol oynamaktadır. Eğitim, bu açıdan konaklama endüstrisinin gelişmesinde ve verimliliğin artırılmasında kilit bir faktör olmaktadır. İşletmelerin hizmet standartlarını yükseltebilmesi ve müşteri tatminini artırabilmeleri de ancak uygun eğitim teknikleri ile sağlanabilecektir.

Konaklama endüstrisi emek yoğun bir çalışmayı gerektirir. Konaklama işletmelerinde otomasyondan yararlanma olanakları oldukça sınırlı olduğundan, bu

işletmelerde hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve müşterilerin tatmin edilmesi büyük ölçüde işgörenlerin eğitimine ve gayretine bağlıdır. Bundan dolayı, işgörenlerin eğitim düzeyleri konaklama işletmelerinin başarısı için önemli olmaktadır. Yapılan araştırmalar işgören maliyetlerinin toplam maliyetler içindeki önemi azımsanmayacak bir düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmalara göre, konaklama işletmelerinde işgücünün toplam giderler içindeki payı %30'u geçmektedir [2]. Diğer yandan, konaklama endüstrisi en yüksek düzeyde kalifiye eleman sıkıntısı çekilen endüstrilerden biridir [3]. Dünya genelinde turizm endüstrisini oluşturan işletmelerin %80'inden fazlasının küçük işletmelerden oluşması da bu işletmelerde önemli ölçüde kalifiye eleman sıkıntısı yaşanmasına yol açmaktadır [4]. Eğitim, işgörenlerin belli bir görevi yerine getirebilmeleri için gerekli nitelikleri ve bilgiyi elde etmelerini sağlayacak araçlardan biridir. Öte yandan, eğitim yöntemlerinin etkin olması oldukça önemlidir çünkü, etkili eğitim yöntemleri çalışanların kalitesini ve verimliliğini ve sonuçta işletmelerin rekabet gücünü olumlu yönde etkileyecektir.

Çalışmada, genel olarak konaklama işletmelerinde çalışan işgörenlerin eğitimi, yetiştirilmesi, eğitim teknikleri, eğitim ihtiyaçları ve hedeflenen amaçlar doğrultusunda uygulanması gereken doğru eğitim yöntemleri incelenmekte ve öneriler sunulmaktadır.

II. EĞİTİM KAVRAMI

Genel olarak eğitim ve yetiştirme (training), bireylere doğru davranışlar kazandırma ve yanlış davranış ve tutumları değiştirme süreci olarak tanımlanabilir. Bir başka tanıma göre ise eğitim, bir meslek elemanının, mesleğine aday veya asil olarak girişinden çeşitli nedenlerle işinden ayrılışına kadar geçen süre içerisinde bilgi, beceri ve davranışlarında değişiklik yapmaya dönük etkinliklerin tümü olarak ifade edilebilir [5].

Genel eğitim, daha çok genel kültür ve temel bilgilerin kazanılmasına yardımcı olurken; mesleki eğitim, bireylerin meslek edinmelerine yardımcı olacak temel mesleki bilgilerin kazandırıldığı bir eğitim alanıdır. Genel ve temel eğitim ne kadar güçlü ve kapsamlı olursa bireyin mesleki eğitimi o kadar kolay ve çabuk sağlanır.

Eğitime meslek kazandırma açısından bakıldığında, mesleğin hizmet öncesi ve mesleğe girdikten sonra olmak üzere iki aşamada kazanıldığı görülür. Meslek öncesi yapılan eğitim, "Hizmet Öncesi Eğitim" ve mesleğin yapılması sırasında alınan eğitim ise "Hizmet İçi Eğitim" olarak adlandırılmaktadır [6].

Hizmet öncesi eğitim; belli yaşlarda ve belli kurallara göre özel tesis ve organizasyonlarla verilen formal bir eğitim yoluyla (Örgün Eğitim) kazanılabildiği gibi, kabul şartları daha esnek olan, süresi, yeri ve kapsamı değişebilen informal bir eğitim yoluyla (Yaygın Eğitim) da gerçekleştirilmektedir.

III. HİZMET İÇİ EĞİTİM GEREKLİLİĞİ

Hizmetiçi eğitim kısaca kişiyi çalışırken eğitmek olarak ifade edilebilir. Hizmetiçi eğitimin uygulanışında yer etmeni gözönünde tutulduğunda, ikili bir ayrıma gidilebilir. Buna göre, eğitsel çalışmalar ya "iş yerinde" ya da "iş dışında" sürdürülebilir.

İşbaşında eğitim, işyerinde ve işini yaptığı sırada kişilerin eğitilmesini amaçlayan örgütsel etkinliklere denir. İşdışındaki eğitim, kişilerin işyerlerinden ayrılması ve işyerlerinin dışında yer veya yerlerde eğitilmeleri olarak ifade edilebilir.

Hizmet içi eğitim bazı bilgi, beceri ve tutumların iyi bir şekilde öğretilmesinde oldukça etkilidir [7]. Konaklama işletmelerinde işgörenlerin geliştirilmesi ve hizmet içi eğitimi zorunlu kılan nedenler genel olarak şunlardır [8].

- Çalışanlar, öğrendiklerinin çoğunu işbaşında bizzat çalışırken öğrenirler,

- Çalışanların yeni becerileri uygulamada yardıma ihtiyaçları vardır. Bu yardım, ancak uygulamalarla ve deneyimli rehber eşliğinde elde edilir,

- Standartların korunması, hataların düzeltilmesi ve iş yapılırken performansın da geliştirilmesi gerekir,

- Dışarıda öğretilen bilgilerin işbaşında pekiştirilmesi gerekir,

- Bireylerin yaptıkları işlerin ve teknolojinin hızla değişmesi,

- İnsangücü yapısı ve beklentilerdeki değişmeler,

- Ürün ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesi için pazar baskısı,

- İletişim becerilerinin kazandırılması.

IV. KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE İŞGÖREN EĞİTİMİ

Konaklama işletmelerinin yapısal özelliği gereği eğitim, diğer işletmelere göre çok daha büyük önem taşımaktadır. Konaklama işletmelerinde çalışanlar müşteriler ile devamlı yüzyüze iletişim halindedir. Bu açıdan konaklama endüstrisinde işgörenlerin eğitiminin kendilerine ve işletmeye sağlayacağı yararlar şöyle belirtilebilir [9]:

- Çalışanları hizmete yatkın kılar,

- İş doyumunu ve tanınmayı artırır,

- Çalışanların moralini yükseltir, işletmede beceri ilişkilerini geliştirir,

- İşgörenleri üst kademe sorumluluk mevkilerine hazırlar,

- İşletmelerde personel devrini azaltır,

- Çalışanlar ile yönetimler arasında anlaşma olanağını geliştirir,

- İşgörenleri yeteneklerine göre ayırmaya yardım eder,

- Çalışanların kendilerine güvenini artırır,

- İşgörenlerin stres, gerilim, engellenme ve çatışmalarla başa çıkma gücünü artırır,

- Performans kalitesi gelişir,
- Eğitim, verimi yükseltir, niteliği geliştirir, zaman, malzeme ve para tasarrufu sağlar,
- Kırılma ve bozulmalarda azalma sağlar,
- Kaza sayısında düşme sağlar,
- Haberleşme tıkanıklarına dikkati çeker ve işlerin gereğince yürütülmesine olanak sağlar,
- İşletmenin saygınlığı artar,
- İşgören ve işveren ilişkileri gelişir,
- Müşteri memnuniyetini artırır.

Konaklama işletmelerinde işgörenlerin eğitimi için bir eğitim programının uygulanması neticesinde sağlanacak başarı, öğretimde kullanılan araç ve gereçler, öğreticilerin kapasitesi ve oluşturulan eğitim ortamına bağlı olmaktadır. Doğru sayıda, doğru yerde, doğru zamanda nitelikli işgücünü sağlayan eğitim işgücü açıklarının (niteliksel ve nicel olarak) giderilmesine katkı sağlayacaktır.

İşgören eğitim programlarının işletmeler tarafından sunulan hizmet düzeyini iyileştirmek ve müşteri tatmini ve sadakatini artırmada önemli olduğu ifade edilebilir. Ancak, konaklama işletmelerinde uygulanan eğitim programlarının müşteriye dönük hizmetlerden ziyade işletme verimliliği veya etkinliğini artıran alanlarda yoğunlaştığı gözlenmektedir [10].

V. İŞGÖRENLERİN EĞİTİM SÜRECİNİN PLANLANMASI

Konaklama işletmeleri için hazırlanacak bir eğitim programının başarılı olabilmesi için standart bir eğitim dönemini tamamlaması gerekir. Bir eğitim planının hazırlanmasında öncelikle kime, ne öğretileceği, nasıl öğretileceği, ne zaman ve nerede öğretileceği, kimin öğreteceği, öğretim süresinin ne olacağı, hangi araç ve gereçlerin kullanılacağı ve eğitimin etkinliğinin nasıl belirleneceği gibi soruların cevap bulması gerekir.

Konaklama işletmelerinde eğitim işlerinden sorumlu ayrı bir birimin oluşturulması eğitimin etkinliğinin iyileştirilmesine yardım edebilir. Ancak, yöneticiler ve işletme sahipleri böyle bağımsız bir eğitim birimi oluşturmadan önce bunun işletmeye fayda ve maliyetlerini iyi analiz etmeleri gerekir [11].

Neticede, işgörenlerin eğitimi bir süreci kapsar. Bu süreç, eğitim faaliyetlerinin planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesini izleyen adımlardan oluşur [12].

Eğitim sürecindeki temel adımlar Şekil.1'de görülmektedir:



Şekil.1: Eğitim Sürecinde Temel Adımlar

1.Adım: Eğitim İhtiyaçlarının Saptanması

İşgörenlerin işlerinde ortaya koyduğu bilgi, beceri ve tutumlar ile işlerin gerektirdiği sonuçların sağlanması için gerekli bilgi, beceri ve tutumlar arasında bir farklılık ortaya çıktığında eğitim gereksinimi ortaya çıkar.

Eğitim ihtiyaçlarının tanımlanması yöneticilerin en önemli sorumluluklarından biridir. Eğitim ihtiyaçlarının bazı göstergeleri vardır. Yeni faaliyete geçen konaklama işletmelerindeki eğitim ihtiyaçları, faaliyetlerini uzun süredir devam ettiren işletmelerdeki eğitim ihtiyaçlarından farklı olacaktır.

Konaklama tesislerinde işgörenlerin eğitim ihtiyaçlarını gerektiren bazı temel göstergeler vardır. Bunlar [13];

- Müşteri memnuniyetsizliği,
- Organizasyon eksikliği ve karışıklık,
- İşgörenlerin moral düzeyinin düşük olması,
- Yüksek israf,
- Düşük verimlilik,
- İşgören deviz hızının ve devamsızlığının yüksek oluşu,
- İşgören şikayetleri ya da kazaları,
- Düşük kaliteli ürün ve hizmetler,
- Yeni bir ürün ya da hizmetin sunulması.

Konaklama endüstrisinde eğitim ihtiyaçlarını belirlemek için genellikle şu tekniklerden faydalanılmaktadır:

- Gözlem yapılması,
- Müşteri şikayetleri,
- Pazarlama araştırmaları,
- İş hacminin sürekliliği,
- İşgörenlerle toplantılar,
- Denetleme.

2.Adım: Eğitimin Planlanması

Eğitim ihtiyaçları belirlendikten sonra ikinci aşamada yapılması gereken eğitimin planlanmasıdır. İyi bir eğitim planlaması, bazıları yönetimin kontrolünde, bazıları da yönetimin kontrolü dışında olmak üzere bir çok faktörün dikkate alınmasını gerektirir. Yine de, bütün faktörlerin dikkatlice incelenmesi ve eğitim programları üzerinde etkili olan bazı unsurların ayrıntılı olarak ele alınması gereklidir.

Konaklama işletmelerinde eğitim faaliyetleri planlanırken izlenecek altı önemli süreç vardır. Bunlar:

1. İşin analizi
2. Genel eğitim amaçlarını belirlemek
3. Eğitimcilerin seçilmesi
4. Ayrıntılı eğitim amaçlarının ortaya konması
5. Eğitim programının planlanması
6. Eğitim yöntemlerinin seçilmesi

3.Adım: İşgörenlerin Hazırlanması

İşgörenlerin işlerini daha etkili bir şekilde yerine getirmeleri için öncelikle işlerinin neleri kapsadığı konusunda temel bir takım bilgilere sahip olmaları gerekir. İşgörenlerin eğitim sürecinde beklentilerle güdülenmesi de eğitimin başarısı açısından önemlidir. Eğitimden en üst düzeyde fayda sağlayabilmek için, yöneticilerin işgörenler için fiziksel ve duygusal eğitimi sağlamaları gerekir.

4.Adım: Eğitimin Uygulanması

Eğitimin eylemsel aşaması olarak da tanımlanan eğitim programlarının uygulanmasının, eğitim yönetimindeki yeri son derece önemlidir. Bu aşamada plan ve programlarla öngörölmüş tüm kaynaklar, belli amaçları gerçekleştirmek ve belli hedeflere ulaşmak için harekete geçirilmektedir.

Eğitimin uygulanması, en geniş bir tanımla, eğitim planındaki esas ve yöntemler çerçevesinde çeşitli türdeki ve sayıdaki eğitsel programların yürürlüğe konulmasıdır [5]. Bu programlar, işletme olanakları kullanılarak yapılanlar ile bir kısım örgütsel olanakların kullanılması suretiyle işletme dışında yerine getirilen eğitsel etkinlikleri de kapsamaktadır.

Hemen tüm yöneticiler, insanlar, performans veya üretim, güvenlik, hijyen ve parasal hedeflerle ilgilirlir. Bu problemlerin birçoğu eğitim sayesinde giderilebilir veya en aza indirgenebilir. Eğitim tüm problemleri çözemeyebilir, ancak eğitimin etkinliği büyük ölçüde uygulama çeşidine bağlı olacaktır.

5.Adım: Eğitimin Değerlendirilmesi

Eğitim sürecinin son aşaması, eğitimin değerlendirilmesidir. Değerlendirme, planlı bir faaliyetin sonunda önceden saptanmış olan amaçlara ulaşma derecesi hakkında bir karara varma sürecidir. Kısaca, değerlendirme, eğitimin arzulanan hedefleri ne ölçüde karşıladığına karar verme sürecidir. Eğitim değerlendirilirken, en azından iki unsur değerlendirilmelidir. Bunlar:

1. Yöntemin değerlendirilmesi veya eğitime yaklaşımın değerlendirilmesi,
2. Eğitim sisteminin veya programının sonuçlarının değerlendirilmesi.

Bu iki değerlendirme birlikte eğitimin başarılı olup olmadığını ya da tekrarlanıp tekrarlanmayacağını belirlemek için temel oluşturur. Eğitimin amacı başarılı çalışanlar yetiştirmektedir. Çalışan kişi; işini yapması için gerekli bilgilere, anlayışa, becerilere, tutumlara, fikirlere ve kendine güvene sahip olursa başarılı olur. Dolayısıyla başarı ve yeterlilik seviyesinin değerlendirilmesi planlamanın parçası olmalıdır. Değerlendirmede farklı araçlar kullanılmalıdır. Bu araçlar, eğitimin sonucunda katılımcının ne bildiğini, hissettiğini ve yapacağını belirlemede yardımcı olmalıdır. Araçları seçerken; eğitimin amacı bilinmeli, bilgi, beceri, eğitim programları ve uygulama sonuçları değerlendirmeye alınmalıdır [13].

VI. EĞTİM YÖNTEMLERİNİN SEÇİMİ

Konaklama işletmelerinde işgörenlerin eğitiminde ve etkinliğin artırılmasında, kullanılacak yöntem ya da yöntemlerin çok büyük rolü vardır. İşletmede amaçların gerçekleştirilmesine en uygun tekniğin seçimi veya bu tekniklerin birkaçının bir araya getirilerek oluşturulması arzulanan başarı için gereklidir.

Yöneticilerin faydalanabileceği birçok eğitim yöntemi vardır. Bazı yöntemler diğerlerinden daha

maliyetlidir, ancak, yöntemin maliyeti ile eğitimin etkinliği arasında doğrudan bir ilişki olmayabilir. Birçok durumda en düşük maliyetli eğitim yöntemi ile en iyi sonuçlar elde edilebilir. Bir eğitim yöntemini seçmeden önce, yöneticiler işgörenlerin yeteneklerini, becerilerini, öğretilcek konuları, eğitim bütçesini ve eğitim programı için gerekli zamanı düşünmek durumundadırlar. Eğitim yöntemleri her işletmede farklı şekillerde uygulanabilir. Önemli olan işletmenin kendisine en uygun yöntemi seçmesidir. Eğitim amacına uygun yöntemi seçmek, yöntemin başarıya ulaşmasını sağlayacaktır. Eğitimin uzunluğu ya da kısalığı da eğitim yöntemine göre belirlenmelidir [14].

Diğer yandan, eğitim ve öğretim sırasında ne kadar çok duyu organından yararlanılırsa birey o derece daha iyi öğrenir ve kalıcı olur. Bunu sağlamak için özellikle öğretimde uygun araçlar kullanılmalı ve uygulamaya yer verilmelidir. Genellikle insanlar öğrendiklerinin;

%1'ini tatma

%1,5'ini dokunma

%3,5'ini koklama

%11'ini işitme

%83'ünü görme yolu ile edinirler [15].

Ayrıca zaman sabit tutulmak üzere insanlar;

Okuduklarının %10'unu

İşittiklerinin %20'sini

Gördüklerinin %30'unu

Görüp işittiklerinin %50'sini

Söylediklerinin %70'ini

Yapıp söylediklerinin %90'ını hatırlamaktadır.

Konaklama işletmelerinde eğitim vermek bir maliyet unsuru olarak görülmesine rağmen, eğitim vermek aslında maliyetleri azaltır ve konaklama tesisi yatırımını korur. Eğitilmiş personelin diğer tesislere kaydığı ve işletmenin yeniden personel yetiştirmek zorunda olduğu görüşü işletme yöneticilerinde çok yaygındır. Eğitilmiş personelin diğer tesislerde daha yüksek görevlerde işe alınması personel açısından diğer işletmeleri cazip kılmaktadır. Bu yüzden konaklama işletmeleri eğitim sonunda personeli ödüllendirmeli ve personele yükselme şansı tanımalıdır [14].

Genel olarak eğitim yöntemleri bireysel eğitim yöntemleri (işbaşı eğitim ve öğrenci kontrolündeki eğitim) ve grup eğitim yöntemleri (konferans, seminer, panel, rol yapma, örnek olay yöntemi, simülasyon vb.)

olmak üzere iki grupta toplanabilir. Bundan başka, iki temel yöntemin işgörenlerin düzeyine göre nerede, ne zaman ve hangi araçlarla işlerlik kazanacağı da diğer alt eğitim yöntemlerini oluşturabilir [9].

Eğitim yöntemlerinin eğitimden beklenen amaçlar doğrultusunda değerlendirilmesi doğru bir yaklaşım olacaktır. Bu açıdan aşağıdaki tabloda (Tablo 1)'de önce eğitimin amaçları ve tanımlamaları verilmekte, sonra da bu amaçlar doğrultusunda hangi yöntem ya da yöntemlerin uygun olup olmadığı irdelenmektedir [16].

Tablo.1: Eğitimin Amaçları ve Tanımlar

1.Bilgi öğrenme:	Adayların yeni nitelikler kazanmasını ve yeni bilgiler öğrenmesini sağlar.
2.Tutum ve davranışları değiştirme:	Eğitim işgörenlerin tutum, davranış ve düşüncelerinin değişmesine yardım eder.
3.Problem çözebilme vasıflarını iyileştirir:	Adayların iş'teki sorunları nasıl çözeceklerini öğretmede faydalıdır.
4.Bireyler arası ilişkileri iyileştirir:	Adayların başkalarıyla daha iyi etkileşim kurmayı öğrenmelerine yardım eder.
5.Katılımcının benimsemesi:	Adayların uygulanacak eğitim yönteminden hoşlanıp hoşlanmayacağını ya da bu yöntemi kabullenip kabullenmeyeceğini ifade eder.
6.Edinilen bilginin anımsanması:	Adayların öğrendikleri bilgileri daha iyi hatırlamalarını sağlar.

Konaklama işletmelerinde işgörenlerin eğitiminde kullanılabilen başlıca eğitim yöntemleri aşağıdaki tabloda (Tablo.2) gösterilmektedir

Eğitim amaçlarının ve eğitimde kullanılan yöntemlerinin belirlenmesinden sonra belirtilen her bir amaç için uygun eğitim yöntemleri ve bunların etkinlik sıralaması Tablo.3'de gösterilmektedir.

ABD'de 209 otel ve yiyecek-içecek işletme yöneticileri arasında yapılan bir araştırmada katılımcılardan altı farklı amaç için eğitim yöntemlerini etkinlik bağlamında değerlendirmeleri istenmiştir. Bu doğrultuda on altı eğitim yönteminin her birinin hangi amaçları başarmada daha etkin olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Tablo.2: Belli Başlı Eğitim Yöntemleri

Yöntem	Açıklama
Örnek olay yöntemi	Senaryolarda tespit edilen problemlerin çözümünü içerir. Bu yöntem durum analizinin öğretilmesinde kullanılabilir. Eğitim esnasında gerçek yaşamdan bir olay ele alınır ve katılımcı bu olay ile ilgili olarak ne yapması gerektiğini düşünür.
Video teypler	Küçük gruplar halinde veya uzaktan öğretimde kullanılan video teypler genellikle kasetli işitsel teypler gibi çalıştırılmaktadır. Video kasetlerle çeşitli olay ve işlemler öğretim yerinde gerçek durum, hareket ve sesleriyle sunulabilir.
Ders sunumu	Bir konuşmacı tarafından bir gruba yöneltilen konuşmadır. Bir kişi tüm konuşmayı gerçekleştirir. Soru/cevapla sunum desteklenir. Bu konuşmada göze hitap eden eğitim araçları da kullanılabilir.
Bire bir öğretim	Birey ya da küçük bir grup ile konuların tartışılması ve öğrenilmesidir.
Rol yapma	Bu yöntemde katılımcılar, insanlarla ilgilenmenin farklı yollarını deneme fırsatı bularak, onların niçin belirli davranışları sergilediklerini analiz ederler ve rol oynamanın nasıl geliştirilebileceğini görme imkanı bulurlar. İş görenlerin müşterilerle ilişkileri için faydalı bir yöntemdir.
Oyunlar	Kişiden kişiye etkileşimi veya bilgisayar ortamında etkileşimi amaçlayan bir yöntemdir.
Bilgisayar simülasyonları	Bilgisayar tarafından oluşturulan senaryoları içerir. Beceri geliştirmede etkin olan simülasyon yönteminde eğitilen katılımcı gerekli hareketleri taklit eder. Davranışlar simülasyon sırasında öğrenilebilir.
Okuma ödevleri	Adayın ders kitabı, el kitabı veya basılı malzemeyi okumaları ve incelemeleri yoluyla konuları öğrenmeleridir.
İşitsel teypler	Öğretimde dinleme aracı olarak kullanılan teypler bantlara kaydedilmiş sesleri naklederler.
Kendini değerlendirme	Bu yöntemde aday kendi kendini yönlendirir kendi yetenek ve hedeflerini belirler.
Sinema/filmler	Öğretici örnekleri kapsayan ticari ve ticari olmayan filmler ve sinemalar. Belirli konularda olayları incelemek üzere hazırlanan sesli veya sessiz filmler öğretim amacı ile kullanılır. Örneğin, işe yeni girmiş personele yeni çalışma yöntemleri bu teknik ile görsel olarak öğretilir.
Muhtelif medya sunumları	Çeşitli yöntemlerin (bilgisayar, video, İnternet vb.) bir bileşimi kullanılarak adayların eğitilmesi sağlanır.
Sesli konferanslar	Çok sayıda insanın aynı anda eğitildiği bu yöntemde, seçilmiş konular tartışılır ve gereken durumlarda kararlar alınır. Çeşitli fikir ve görüşler ortaya çıkabilir ve problemin çözümüne alternatifler sunulabilir.
Bilgisayar destekli öğretim	Adaylar bilgisayar kullanarak konuları kendileri öğrenirler.
Video telekonferans yöntemi	Video ve sesli telekonferans yöntemi yoluyla çift yönlü bir iletişim ve eğitim sağlanır.
Duyarlılık eğitimi	Bu eğitim, özü itibarıyla eğitilenlerce geliştirilen tecrübelerle dayalı ve onların beşeri ilişkiler alanındaki bilgilerini, davranışlarını ve yeteneklerini etkilemeyi amaçlayan bir eğitim stratejisidir. Bu eğitime genellikle yöneticiler katılır.

Tabloda da görüldüğü üzere örneğin, sinema/film gösterimi yoluyla eğitim yöneticiler tarafından altı eğitim amacından dördü için ilk sırada işaretlenmiştir. Başka bir deyişle, yöneticilerin en çok benimsediği yöntem bu yöntem olarak görülmektedir [17]. Oyun yöntemi de yöneticiler tarafından fazlaca benimsenen bir yöntem olarak göze çarpmaktadır. Oyun yöntemi, bilgi öğrenme hariç her bir amaç için ya ikinci ya da üçüncü sırada etkin bir yöntem olarak ifade edilmiştir. Bir başka istikrarlık gösteren eğitim yöntemi de duyarlılık eğitimi olarak görülmektedir. Tablodan çıkarılacak sonuç bize yöneticilerin farklı eğitim amaçlarının başarılmasında hangi yöntemlerin en etkili olduğunu belirlemelerine yardımcı olacaktır. Örneğin, konaklama işletmesinde çalışan bir iş görenin ihtiyacı bilgi edinme veya öğrenme ise birebir eğitim/öğretim etkili bir yöntem olurken, aynı yöntem iş görenin eğitim ihtiyacı tutum ve davranışlarında değişiklik ya da yöntemin benimsenmesi şeklinde ise yetersiz ve etkisiz olabilir.

Diğer yandan bazı çok sık kullanılan yöntemlerin (örneğin, ders sunumu, birebir öğretim, testler vb.) birçok amacı karşılamakta yetersiz olarak algılandığı belirtilebilir. Ancak, yöneticilerin eğitim yöntemlerini seçme ve kullanmalarında bazen yöntemin gerektirdiği maliyet ve yöntemin kullanımındaki zorluk derecesi gibi faktörlerin de etkili olduğu bilinmelidir.

Türkiye'deki konaklama tesislerinde de çalışanların eğitim ihtiyacı her zaman en önemli sorunların başında gelmektedir. Kapadokya yöresinde bulunan 30 turizm işletme belgeli konaklama tesisinde yapılan bir araştırmaya göre, tesislerin yarısı çalışanlarına hizmet içi eğitim vermektedir. İşletmelerde ağırlıklı olarak eğitim ön büro, kat hizmetleri ve yiyecek-içecek bölümlerine çalışanlara yönelik olarak verilmektedir. Bu bölümlerde ağırlıklı olarak eğitim verilmesinin sebebi müşteri ile doğrudan temasta bulunmaları olabilir. Araştırma sonucuna göre, konaklama işletmelerinde iş başı eğitim tekniklerinden en çok işe alıştırma (oryantasyon) yöntemi (%33,3) kullanılmaktadır. İkinci sırada staj yolu ile eğitim ve yönetici gözetiminde eğitim yöntemi kullanılmaktadır. İş dışı eğitim yöntemlerinden ise en fazla anlatma yöntemi (21,3) tercih edilmektedir. Seminerler ikinci sırayı alırken, kurslar ve örnek olay yöntemi de işletmelerin çoğunlukla kullandıkları iş dışı eğitim yöntemleri olarak belirlenmiştir [14].

Tablo.3: Her bir Amaç İçin Eğitim Yöntemlerinin Etkinliği

Yöntem	Bilgi öğrenme	Tutum ve davranışları değiştirme	Problem çözme	Bireyler arası ilişkileri iyileştirme	Katılımcının benimsemesi	Bilginin anımsanması
Örnek olay yöntemi	2	10	11	10	11	5
Video teypler	10	5	5	5	5	3
Ders sunumu	15	12	6	11	6	8
Bire bir eğitim/öğretim	3	11	8	8	14	10
Rol yapma	13	6	4	2	12	9
Oyunlar	16	3	2	3	2	2
Bilgisayar simülasyonları	12	15	16	12	13	14
Okuma ödevleri	8	9	10	9	4	11
İşitsel teypler	14	8	7	7	8	7
Kendini değerlendirme	11	16	14	14	10	15
Sinema/filmler	4	1	1	4	1	1
Muhtelif medya sunumları	9	13	13	13	15	13
Sesli konferanslar	5	13	15	16	16	16
Bilgisayar destekli öğretim	6	7	9	15	7	6
Video telekonferans yöntemi	1	4	12	1	3	4
Duyarlılık	7	2	3	6	9	12

VII. SONUÇ

Konaklama işletmeleri için nitelikli işgören çok önemlidir. Eğitilmiş işgücü bu işletmelerin başarısında önemli rol oynamaktadır. Bu açıdan kalifiye işgücünün istihdamının yanı sıra mevcut işgörenlerin eğitim ihtiyaçlarının işletme içinde çeşitli hizmetçi programlarla karşılanması da yararlı olacaktır. Ancak, maliyet, verimlilik ve etkinlik gibi kavramların öne çıktığı günümüz konaklama işletmelerinde doğru hedefler için doğru yöntemlerin doğru zaman ve yerde, doğru kişiler tarafından gerçekleştirilmesi çok daha büyük önem arz etmektedir. Bir diğer husus ise, üst yönetimin eğitime katılımının ne kadar önemli olduğudur. Eğitime ayrılan bütçe, eğitim saatleri ve yönetim desteğinin boyutu tüm eğitim etkinliğinin sağlanmasında önemli unsurlardır.

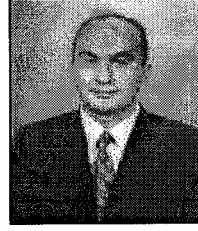
Konaklama işletmelerinde işgörenlerin işe alınması, işe yerleştirilmesi, eğitimi ve işten çıkarılması gibi konularda karar verme işletmelerin başarılarında önemli bir yere sahiptir. Bu kararları verecek ve gerekli çalışmaları zamanında ve etkin bir şekilde yerine getirmek için ise işletmelerde insan kaynakları yönetiminin önemli bir yeri vardır.

Çalışma, özellikle yöneticilere, eğitimden beklenen farklı amaçlara ulaşmada hangi eğitim yöntemlerinin etkili olabileceği hususunda karar vermelerine yardımcı olabilir; böylece, yöneticiler, işgörenlerini eğitmede en etkin yöntemleri belirleyerek daha etkin ve daha karlı çalışma imkanına sahip yöntemlerinin etkili olabileceği hususunda olabilirler.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] VELLAS, V.; BECHEREL, L., *International Tourism*, MacMillan Business, London, 1999, s.22.
- [2] ÖZDEMİR, E.; AKPINAR, A.T., "Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetiminin Yeri ve Önemi: Alanya'daki 3, 4, 5 Yıldızlı Oteller ve 1.Sınıf Tatil Köylerinde İnsan Kaynakları Profili", *1. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildiriler Kitabı*, Başkent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ankara, 2001, s.202.
- [3] JAMESON, S.M., "Recruitment and Training in Small Firms", *Journal of European Industrial Training*, Vol.24, No: 1, 2000, ss.43-49.
- [4] BECTON, S.; GRAETZ, B., "Small Business-Small Minded? Training Needs of the Tourism and Hospitality Industry", *International Journal of Tourism Research*, Vol.3, 2001, ss.105-113.
- [5] KALKANDELEN, H.A., *Hizmet İçi Eğitim El Kitabı*, Ajans-Türk Gazetecilik ve Matbaacılık, Ankara, 1979, ss.14-23.
- [6] ELGİN, S., "Eğitim Programları ve Eğitim Materyallerinin Hazırlanması", *Turizm Eğitimi - Konferans - Workshop*, Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 9-11 Aralık, Ankara, 1992, s.339.
- [7] PEHLİVAN, İ., "Örgütsel ve Bireysel Gelişme Aracı Olarak Hizmet İçin Eğitim", *Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Amme İdaresi Dergisi*, 30/4 Aralık, Ankara, 1997, s.109.

- [8] TORTOP, N., **Personel Yönetimi**, Yargı Yayınları, 1994, s.224.
- [9] OLALI, H.; KORZAY, M., **Otel İşletmeciliği**, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1993, s.418.
- [10] McCOOL, J.R.; WHITE, K.T., "Service Provider Training Programs at Odds With Customer Requirements in Five-Star Hotels", **The Journal Of Services Marketing**, Vol. 11, No: 4, 1997, s.251.
- [11] HUANG, T.C., "The Relation of Training Practices and Organizational Performance in Small and Medium Size Enterprises", **Education+Training**, Vol.43, No: 8-9, 2001, s.439.
- [12] FORREST, L.C., **Training for the Hospitality Industry. Techniques to Improve Job Performance**, The American Hotel and Motel Association, Michigan, 1983, ss.20-22.
- [13] TURİZM BAKANLIĞI, **Eğitim Metodolojisi, Eğitimci El Kitabı**, Ankara, 1993, s.267.
- [14] BATMAN, O.; ŞAHİN, N., "Otel İşletmelerinde Hizmet İçi Eğitim Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma (Kapadokya Örneği)", **Turizm Eğitimi Konferans-Workshop**, T.C. Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, Ankara, 11-13 Aralık, 2002, ss.444- 448.
- [15] TAHMAZ, H., **Hizmet İçi Eğitim -Kavramlar, İlkeler, Yöntemler**, Pegem Ltd.Şti, Ankara, 1992, s.147.
- [16] PERDUE, J.; NINEMEIER, J.D.; WOODS, R.H., "Training Methods For Specific Objectives: Preferences of Managers in Private Clubs", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Vol.14, No: 3, 2002, ss.114-119.
- [17] WOODS, R.H., PERDUE, J., "The Effectiveness of Alternative Training Methods in College and University Foodservices, NACUFS Services, http://nacufv.org/resources/publications/journal_2000/woods.asp.



Cevdet AVCIKURT

Balıkesir Üniversitesi,
Turizm İşl. ve Otelcilik Yüksekokulu,
Çağış kampüsü - BALIKESİR

Tel: +90 (266) 612 13 55
cevdet_avcikurt@yahoo.com

Cevdet AVCIKURT graduated from the Balıkesir Tourism and Hotel Management School (Uludağ University) in 1988. He received his Master's Degree from the University of Surrey (UK) (1992) in Tourism Management and he obtained a Ph.D degree at the University of Balıkesir (1997). He became Associated Professor in the field of education for tourism management in 2000. Currently, Dr. AVCIKURT is the director of the Balıkesir Tourism and Hotel Management School. He has extensive experience in the tourism and hotel industry. His research interests include tourism policy and planning, hotel management and European Union issues.

EKONOMİK KATMA DEĞER (ECONOMIC VALUE ADDED) (EVA[®]) VE NET KAR: İMKB'DEKİ HİSSE SENEDİ FİYATLARININ ANALİZİ (1995-2000)

A. Osman GÜRBÜZ¹, Yakup ERGİNCAN²

¹Marmara Üniversitesi İİBF İngilizce İşletme Bölümü, Doçent Dr.

²Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş. Kaydi Sistem Müdürü, Dr.

ECONOMIC VALUE ADDED (EVA[®]) & NET INCOME: AN ANALYSIS OF STOCK PRICES IN TURKEY (1995-2000)

Abstract: EVA[®] is calculated as the difference between the net operating profit and the opportunity cost of capital invested in the assets of a company or capital invested in a project. In other words, EVA[®] calculates the adequacy of the operating profit whether being able to meet the cost of capital or not. This paper aims to illustrate the relationship between the stock prices in ISE and EVA[®] which is widely used in recent years for measuring the performance of the companies and to compare EVA[®] with Net Income which is a traditional measure of performance in determining the stock prices. According to the results, EVA[®] which is produced by the companies listed in ISE, appears to have a strong statistical relationship with their market value.

Keywords: Market Value, MVA[®], EVA[®], Net Income, NOPAT

I. GİRİŞ

Günümüzde en popüler şirket performansı değerlendirme ölçülerinden biri EVA[®](ABD'li danışmanlık şirketi Stern Stewart & Co.'nun tescilli markasıdır)'dır. ABD'de kurulu bir danışmanlık şirketi olan Stern Stewart & Co. 1989 yılında EVA[®]'yı yeni bir yönetim aracı olarak ortaya koymuştur. EVA[®], şirketlerin sermaye maliyetlerinden daha fazla getiri elde etmelerini sağlayan stratejik bir formül ve finansal performansı ölçen bir yönetim aracı olmuştur.

EVA[®] hakkında akademik alanda birçok araştırma yapılmış, lehte ve aleyhte çok sayıda görüş açıklanmıştır. Bu araştırmaların büyük bir çoğunluğu doğal olarak A.B.D.'nde yapılmıştır. Son yıllarda, EVA[®] yaklaşımının uygulandığı kimi ülkelerde de konu ile ilgili değişik çalışmaların yapıldığı gözlenmektedir.

Çalışmada EVA[®]'nin tanımı, Piyasa Katma Değeri (Market Value Added - MVA[®]), MVA[®] (ABD'li

EKONOMİK KATMA DEĞER (EVA[®]) VE NET KAR: İMKB'DEKİ HİSSE SENEDİ FİYATLARININ ANALİZİ (1995-2000)

Özet: EVA[®] net işletme karı ile işletmenin tümüne veya bir projeye yatırılan tüm sermayenin fırsat maliyeti arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle, EVA[®] işletme karının, kullanılan toplam sermayenin maliyetini karşılayıp karşılamadığını ölçmektedir. Bu çalışmanın amacı son yıllarda dünyada şirketlerin performanslarını ölçmek amacıyla yaygın olarak kullanılan EVA[®] ile İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB)'de işlem gören hisse senetlerinin fiyatları arasındaki ilişkiyi göstermek ve hisse senedi fiyatlarını belirlemede kullanılan geleneksel ölçülerden biri olan Net Kar ile EVA[®]'yı karşılaştırmaktır. Sonuçlar dikkate alındığında EVA[®]'nin İMKB'de işlem gören hisse senetlerinin piyasa değerleri ile istatistiksel olarak yüksek düzeyde ilişkisi bulunduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Piyasa Değeri, MVA[®], EVA[®], Net Kar, NOPAT

danışmanlık şirketi Stern Stewart & Co.'nun tescilli markasıdır) hesaplaması, A.B.D.'nde yapılan ve EVA[®] ile MVA[®] arasındaki ilişkiyi ortaya koyan bazı önemli çalışmalara yer verilmiş; EVA[®], MVA[®] ve hisse senedi fiyatları arasındaki istatistiksel ilişki İMKB'de işlem gören hisse senetleri için araştırılmış ve Net Kar ile hisse senedi fiyatları arasındaki istatistiksel ilişki ile birlikte değerlendirilmiştir.

II. EKONOMİK KATMA DEĞER (ECONOMIC VALUE ADDED - EVA[®])

EVA[®] net işletme karı ile işletmenin tümüne veya bir projeye yatırılan tüm sermayenin fırsat maliyeti arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır. Stern Stewart & Co.'nun tanımına göre ise "EVA[®], gerçek ekonomik karın veya gelirlerin, yatırımcıların karşılaştırılabilir risk düzeyindeki başka yatırımlardan elde etmek isteyecekleri minimum getiri oranından ne kadar az veya çok olduğunu gösterir." Kısacası EVA[®], vergi sonrası net faaliyet

karının (NOPAT), kullanılan toplam sermayenin maliyetini karşılayıp karşılamadığını ölçmektedir.

$$EVA^{\circ} = NOPAT - Sermaye Yüklü$$

$$EVA^{\circ} = NOPAT - (Sermaye \times Sermaye Maliyeti) (1)$$

Getiri oranı, NOPAT/Sermaye şeklinde formülle gösterildiğinde, yeni EVA^o formülü:

$$EVA^{\circ} = (r - c^*) \times Sermaye$$

$$r = \text{getiri oranı}$$

$$c^* = \text{sermaye maliyeti}$$

$$EVA^{\circ} = (\text{Getiri Oranı} - \text{Sermaye Maliyeti}) \times Sermaye(2)$$

olmaktadır. Bu formülde sermaye, özetle dönem başındaki aktif toplamından faizsiz borçların düşülmesiyle elde edilmektedir. Dolayısıyla, EVA^o;

• mevcut sermayeden elde edilen getiri oranı artarsa, işletmeye daha fazla sermaye koymadan daha fazla faaliyet karı elde edilirse, bir diğer deyişle faaliyet etkinliği artırılırsa,

• ek sermaye, elde etme maliyetinden daha fazla getiri getirecek projelere ek sermaye yatırılırsa,

• sermaye, yetersiz getiri sağlayan faaliyetlerden alınıp, yüksek getirili faaliyetlere yatırılırsa,

artmaktadır [1].

Bilindiği gibi, *Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyeti* (WACC) hem özsermayenin hem de faizli borçların ortalama maliyetidir:

$$\text{Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyeti} = (\text{Özsermaye Maliyeti} \times \text{Özsermaye/Aktif Toplamı}) + (\text{Borçlanma Maliyeti} \times \text{Borçlar/Aktif Toplamı} \times (1 - \text{vergi oranı}))$$

Bilindiği gibi sermaye maliyetlerini hesaplamanın birçok yolu bulunmaktadır. Söz gelişi, "*Sermaye Varlıklarını Fiyatlandırma Modeli*" özsermaye maliyetini hesaplamada kullanılabilirken; şirketlerin borçlanma maliyeti olarak, genellikle vergiden arındırılmış borçlanma faizi esas alınmaktadır. *Yatırım Karlılığı* oranının hesaplanmasında vergi dikkate alındığında ise, yeni EVA^o formülü aşağıdaki şekilde yazılacaktır:

$$EVA^{\circ} = (\text{Yatırım Karlılığı} - \text{Ağırlıklı Ortalama Sermaye Maliyeti}) \times Sermaye (3)$$

Dolayısıyla, EVA^o hissedarların katlandıkları riski karşılayacak şekilde bir getiri elde etmeleri gerektiğini

göstermektedir. Diğer bir deyişle özsermaye, sermaye piyasalarındaki benzer riskli yatırımlarla en azından aynı oranda getiri elde etmelidir. Eğer bunun tersi olmuşsa, elde edilen gerçek bir kar yoktur ve aslında şirket hissedarları nezdinde zararlı çalışıyor demektir [2].

III. PİYASA KATMA DEĞERİ (MARKET VALUE ADDED - MVA^o)

Yukarıdaki bölümde açıklandığı gibi, EVA^o hissedarların refahındaki değişmeyi ölçmeye çalışan bir göstergedir. Teoriye göre, sermaye maliyetinden daha fazla bir getiri elde etmek şirketin değerini artırırken, daha az getiri elde etmek ise, değeri azaltmaktadır. Borsada işlem gören şirketler için Stewart bir şirketin hissedarları için değer yaratıp yaratmadığını gösteren bir ölçü daha tanımlamıştır. Buna göre, eğer bir şirketin toplam piyasa değeri şirkete yatırılan sermayeden daha fazla ise, şirket değer yaratmış demektir. Eğer tersi olmuşsa, şirket değer yitirmiş sayılır [2]. Stewart şirketin piyasa değeri ile defter değeri arasındaki farka MVA [1] adını vermiştir. Kısaca, MVA^o aşağıdaki gösterildiği gibi formüle edilmektedir:

$$MVA^{\circ} = \text{Şirketin Toplam Piyasa Değeri} - \text{Sermaye} (4)$$

Borcun piyasa değeri ile defter değerinin aynı olduğu varsayımı yapıldığında:

$$MVA^{\circ} = \text{Piyasa Değeri} - \text{Defter Değeri} (5)$$

$$MVA^{\circ} = \text{Hisse Senedi Sayısı} \times (\text{Hisse Senedinin Piyasa Fiyatı} - \text{Hisse Senedinin Ekonomik Defter Değeri}) (6)$$

(Ekonomik defter değeri; şirketin yıllık raporunda belirtilen muhasebe defter değerinden daha büyüktür. Geleneksel defter değeri ile ifade edilen özsermayeye, sermaye benzeri karşılıkların (Equity Equivalent Reserves) eklenmesi ile bulunur. Bu hesaplama, hissedarların şirkete yatırdıkları toplam nakit yatırımı daha iyi ifade etmektedir [1])

Stewart, EVA^o ile MVA^o'nın ilişkisini aşağıdaki gibi tanımlamıştır [1]:

$$MVA^{\circ} = \text{Gelecekteki Tüm EVA}^{\circ}\text{'ların Bugünkü Değeri} (7)$$

$$\text{Piyasa Değeri} = \text{Defter Değeri} + \text{Gelecekteki Tüm EVA}^{\circ}\text{'ların Bugünkü Değeri} (8)$$

Dolayısıyla, gelecekteki tüm EVA^o'ların bugünkü değerini maksimize etmek, şirketin gerçek piyasa değerini maksimize etmekle eş anlamlı olmaktadır.

IV. EVA® İLE HİSSE SENEDİ FİYATLARI ARASINDAKİ İLİŞKİYİ ARAŞTIRAN ÇALIŞMALAR

EVA® ile bir şirketin piyasa değeri arasındaki ilişki, EVA®'nın hisse senedinin piyasa değerini belirleyebileceğini göstermektedir. EVA® ile MVA® arasındaki bu ilişki son yıllarda birçok yöntem kullanılan ve farklı sonuçlar veren çalışmalara konu olmuştur. Aşağıda, yapılan bu çalışmalardan önemli olanları ve sonuçları hakkında özet bilgi verilmektedir:

EVA® ile bir şirketin piyasa değeri arasındaki ilişkiyi araştıran ilk çalışma, Stewart'ın 613 ABD şirketinin piyasa verisini kullanarak yaptığı ve EVA® ile MVA® arasında %99 seviyesinde bir korelasyon bulduğu çalışmadır [1]. EVA®'nın istatistiksel olarak bir şirketin MVA®'sındaki hareketin %50'sini açıkladığını tespit eden Stewart, bu oranın *Özsermaye Karlılığı, Serbest Nakit Akımları, Hisse Başına Kar ve Satışlar* için sırasıyla %35, %21, %18 ve %8 olduğunu bulmuştur. Belirli sektörlerde kendilerine özgü muhasebe düzeltmeleri yaparak EVA® ile MVA® arasındaki korelasyonu araştıran Stewart, bazı sektörlerde EVA®'nın MVA®'daki değişimlerin %70'inden fazlasını açıklayabildiğini bulgularıyla tespit etmiştir.

Stern & Stewart Co.'dan Uyemura, Kantor ve Pettit; 100 büyük holdingin EVA® ve MVA®'ları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırmacıların kullandıkları veri 1986-1995 yıllarını kapsamaktadır. Uyemura, Kantor ve Pettit, temel performans ölçülerinden *Hisse Başına Kar, Net Kar, Özsermaye Karlılığı, Aktif Karlılığı* ve EVA® ile ilgili regresyon çalışması yapmışlardır. Bu performans ölçüleri ve MVA® arasındaki korelasyonları, EVA® (%40), *Aktif Karlılığı* (%13), *Özsermaye Karlılığı* (%10), *Net Kar* (%8) ve *Hisse Başına Kar* (%6) olarak bulmuşlardır. Aynı oranları, MVA®'daki değişimler açısından değerlendirdiklerinde ise sırasıyla, standart EVA® (%40), *Aktif Karlılığı* (%25), *Özsermaye Karlılığı* (%21), *Net Kar* (%3) ve *Hisse Başına Kar* (%6) olarak bulmuşlardır [3].

Damien yapmış olduğu çalışmada, EVA®'yı banka ve diğer finans kurumlarına uygulamış ve bankalararası finansal performans karşılaştırması yapılabilmesi için gerekli düzeltmeleri detaylandırmıştır. Damien, ayrıca, yaptığı regresyon çalışmasında bankaların EVA®'sı ile piyasa kapitalizasyonu (dolayısıyla hisse senedi fiyatı) arasında çok yüksek bir ilişki ($R^2=0.98$) tespit etmiştir. Kurduğu model bankalar arasındaki büyüklük gibi farkları elimine etmekle kalmamış, aynı zamanda bir şirketin belli bir dönemdeki EVA®'sının, şirketin piyasa değerine yansımadaki gecikmeleri de dikkate almıştır [4].

Worthington ve West, 110 Avustralya firmasının 1992-1998 dönemine ait veri setinden faydalanarak,

EVA®'nın olağanüstü gelir ve giderlerden önceki kar, faaliyetlerden doğan nakit akımı ve artık kar gibi muhasebe temelli klasik ölçülerden ziyade, hisse senedi getirileriyle daha yüksek ilişki içinde olduğunu ortaya koyan bir çalışma yapmışlardır. Çalışmada, EVA®'ya özgü hisse senedi getirisinin açıklanmasında faydalı olan beş bileşen, net nakit akımı, faaliyetlerle ilişkili tahakkuklar (operating accruals), vergi sonrası finansman gideri (faiz), sermaye maliyeti ve hesap (muhasebe) düzeltmeleri incelenmiştir. İlave bilgiyi içeren testler (incremental information content tests) getirilerin sırasıyla artık kar, net nakit akımı ve EVA®'dan ziyade kazançlarla ilgili olduğunu ortaya koymuştur. Ancak -EVA®'nın yapısı ile tutarlı olarak incelendiğinde- ilave bilgiyi içeren testlerin EVA®'nın karı açıklamada net nakit akımı ve artık kardan daha yeterli olduğunu gösterdiği sonucuna varmıştır [5].

Banerjee, Stern Stewart & Co.'nun ortaya koymuş olduğu "firmanın piyasa değerinin büyük ölçüde onun EVA® yaratma kapasitesinden kaynaklandığı" tezinin geçerliliğini ölçmeye yönelik bir çalışmayı Hindistan'da yapmıştır. Bu çalışmada 200 firmanın 5 yıllık veri seti kullanılmıştır. Sonuçta, geleceğe yönelik EVA® tahminlerinin firmaların piyasa değerlerini hesaplamada kullanılabileceği ortaya çıkmıştır. Söz konusu çalışmada, aynı zamanda örnekleme yer alan birçok firmanın piyasa değerlerinin açıklanmasında gelecekteki büyüme değerlerinden çok bugünkü operasyonel değerlerinin önemli olduğu bulunmuştur [6].

Ho, Hui ve Li, yaptıkları çalışmada; EVA®'nın bazı durumlarda firmaların performanslarını değerlendirmede kullanılabilecek iyi bir ölçü olduğu varsayımından yola çıkarak, kar ve EVA® arasındaki tartışmalara katkıda bulunmaya çalışmışlardır. Araştırmacılar, internet sektörünün kar ve EVA® göstergeleri arasında büyük farklılık yaratan yüksek pazarlama, reklam ve AR&GE harcamaları ile uygun bir araştırma yapısı oluşturduğunu ileri sürmüşlerdir. Temel regresyon testi ile bunun yanı sıra yapılan, *firma türü etkileri* ile EVA®'ya *yanıt verme (tepki) katsayısını* araştıran diğer testlerden elde edilen sonuçlar, EVA®'nın diğer bütün kara/kazanca dayalı ölçülerden daha iyi olduğu konusunda dayanak oluşturmuştur [7].

Kara, çalışmasında, İMKB'de işlem gören ve yıllar itibarıyla verileri süreklilik arz eden 67 şirkete ait 1993-2000 yıllarına ilişkin TL bazında EVA® ve MVA® değerlerini kullanarak, İMKB şirketlerinin yarattığı ekonomik katma değerlerin (EVA®), şirketlerin piyasa değeri ve yarattıkları piyasa katma değeri (MVA®) ile pozitif yönde bir ilişkiye sahip olduklarını; ancak EVA®'nın, piyasa değeri ve MVA® açıklayıcılığının düşük olduğunu tespit etmiştir. Buna karşın, çalışmada gelecekte beklenen EVA®'ların bugüne indirgenmiş değerlerinin, piyasa değerinin ve MVA®'nın bugünkü değerlerini açıklayıcılığının oldukça yüksek olduğu

anlaşılması ve bir şirketin piyasa değerinin şirketin gelecekte yaratacağı ek katma değerden daha çok etkilendiği sonucuna ulaşmıştır. Net kar, hisse başına kazanç, aktif karlılık oranı ve özsermaye karlılık oranı gibi geleneksel performans ölçütlerinin, şirketin piyasa değerindeki değişimi açıklayamadığı, dolayısıyla söz konusu geleneksel performans göstergelerinin, bir şirketin finansal performansını ölçmede EVA[®]'dan daha az etkin analiz araçları olduğu sonucuna varmıştır [8].

Dodd ve Chen; hisse senedi getirileri ile EVA[®], düzeltilmemiş *Artık Kar*, *Aktif Karlılığı*, *Hisse Başına Kar* ve *Özsermaye Karlılığı* gibi karlılık ölçüleri arasındaki korelasyonu araştırmışlardır. Hisse senedi getirisini en iyi açıklayan %24.5 R² ile *Aktif Karlılığı* olmuştur. Bunu EVA[®] %20.2, *Artık Kar* %19.4 ve *Hisse Başına Kar* ile *Özsermaye Karlılığı* yaklaşık olarak %5-7 ile takip etmiştir. 1983-1992 yılları arasında 566 A.B.D.'li şirketi kapsayan çalışma sonucunda, araştırmacılar EVA[®]'yı kullanan şirketlerin aslında basit *artık kar* kavramını da kullanabileceklerini; zira, EVA[®]'nın *artık kar*'ın düzeltilmiş bir versiyonu olduğunu ve hisse senedi getirileri ile en az EVA[®] kadar korelasyona sahip olduğunu savunmuşlardır [9].

Dodd ve Chen; A.B.D.'li 566 şirket üzerinde yaptıkları çalışmada bu şirketlerin EVA[®] performanslarını ve EVA[®], *muhasebe karları* ve *artık kar* rakamlarının bilgisel faydalarını test etmişler, EVA[®]'nın iyileştirilmesi ile yüksek hisse senedi getirisi arasında bir ilişki olsa da bunun EVA[®] taraftarlarınca iddia edilen kadar yüksek olmadığını, EVA[®] hisse senedi getirilerini açıklamada muhasebe karlarından daha üstün olsa da muhasebe karlarının ek bilgi değerinin en az EVA[®] kadar olduğunu ve EVA[®]'nın *artık kar* kavramına çok yakın olmakla kalmayıp, ampirik olarak karşılaştırılabilir olduğunu ifade etmişlerdir [10].

Dodd ve Chen yaptıkları bir başka araştırmada; *Faaliyet Karı*, *Artık Kar* ve EVA[®]'nin değer ilişkisini araştırmışlardır. Sonuç olarak, değerlendirme açısından EVA[®]'nin en iyi ölçü olmadığını, üstelik faaliyet karının daha iyi bir ölçü olduğunu bulmuşlardır [11].

Kramer ve Pushner yaptıkları çalışmada, EVA[®]'nin MVA[®]'yı açıklama gücünü test etmişlerdir. 1982-1992 arasında 1.000 şirketin verilerini kullanarak yaptıkları çalışmada MVA[®]'yı NOPAT'in daha iyi açıkladığını bulmuşlar ve sonuç olarak piyasanın EVA[®] gibi uzun dönemli değil, NOPAT gibi kısa dönemli beklentilere tepki verdiğini ifade etmişlerdir [12].

Biddle ve Wallace yaptıkları çalışmada; EVA[®]'nin özsermaye getirileri veya şirket değeri ile ilişkisinin net kar'dan daha fazla olduğuna ilişkin herhangi bir sonuç elde edilemediğini belirtmişlerdir [13].

Fernandez, 582 Amerikan firması üzerinde yaptığı çalışmada MVA'daki senelik artışların EVA[®], NOPAT, ve WACC' daki senelik artışlarla olan korelasyonunu incelemiştir. Toplam 10 senelik veriye sahip olan bu çalışmada 296 firmanın NOPAT senelik artışı ile MVA[®] senelik artışı arasındaki korelasyonun, EVA[®] senelik artışı ile MVA[®] senelik artışı arasındaki korelasyonundan daha yüksek olduğu bulunmuştur. EVA[®] ile söz konusu değişkenler arasındaki korelasyonun eksi çıktığı firma sayısı ise, 210'a ulaşmaktadır. MVA[®] senelik artışı ile EVA[®], NOPAT ve WACC arasındaki ortalama korelasyon değerleri, sırasıyla %16, %21 ve -%21,4 olarak bulunmuştur. Aynı zamanda 1994-1998 döneminde dünyanın en karlı 100 şirketinin ortaklarının sağladığı getiri ile -Boston Consulting Group tarafından tanımlanan- CVA (Cash Value Added) değerindeki artış arasında %1,7 korelasyon tespit edilmiştir. Bu çalışmada, 1991-1997 döneminde İspanya'nın en büyük 28 şirketinin hissedarlarına yarattığı değer ile ekonomik kar ve EVA[®] gibi bazı parametrelerin arasındaki ilişki de araştırılmıştır. Ekonomik kar ile pay sahiplerine yaratılan değer arasındaki korelasyonun, 4 şirket için en yüksek seviyede olduğu saptanırken; EVA[®] ile korelasyonu en yüksek çıkan şirket sayısı 2'de kalmıştır. Bununla birlikte, faiz oranları ile arasındaki korelasyon araştırıldığında yalnızca 18 şirkette söz konusu katsayı en yüksek seviyede çıkmıştır. Bulunan sonuçlar doğrultusunda ayrıca, muhasebeye dayalı ölçme kriterlerinin (EVA[®], ekonomik kar ve CVA) firma değerini ölçmede kullanılmasının olanaksızlığı vurgulanmıştır [14].

Peixoto, Lizbon Borsası'na kote edilmiş halka açık firmaları kapsayan bir araştırma yapmıştır. Araştırmanın sonuçları, yöneticilerin net kara dayalı ölçüleri tercih ettiğini göstermiştir. Bu çalışmanın önemli bir katkısı da, halka açık 39 Portekiz firmasının 1995-1998 döneminde, faaliyet karı, net kar ve EVA[®]'ya ilişkin bilgi kapsamının incelemeye/araştırmaya alınmış olmasıdır. Sonuçlar, EVA[®]'nin sermaye piyasası değerini açıklamada diğer geleneksel ölçülerden daha iyi olmadığını ortaya koymuştur. Ancak, yine de EVA[®] ile MVA[®] arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur [15].

Biddle, Bowen ve Wallace (2002), hisse senedi getirileri, firma değerleri ve EVA[®] arasındaki ilişkinin net karla arasındaki ilişkisinden daha güçlü olup olmadığını savını araştırmış ve bu ilişkide hangi EVA[®] bileşeninin önemli rol oynadığını bulmaya çalışmışlardır. Görece bilgi kapsamına ilişkin olarak yapılan testler (relative information content tests) getiriler ve firma değerleri ile kar arasındaki ilişkinin, getiriler ve firma değerleri ile EVA[®], artık kar ve faaliyetlere dayalı nakit akımından daha güçlü olduğunu ortaya koymuştur. İlave bilgi kapsamına ilişkin araştırmalar (incremental information content tests) EVA[®] bileşenlerinin, karın ötesinde, sadece marjinal bir bilgi kapsamını sunabildiğini göstermiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda,

EVA[®]'nin sunduğu bilginin diğerlerinden daha iyi olduğu savı doğrulanmamıştır [16].

Yukarıda özetlenen çalışmaların sonuçları karşılaştırıldığında, değere dayalı bir ölçü olan EVA[®] ile muhasebe verilerine dayalı geleneksel ölçülerin hangisinin bir şirketin piyasa değerini daha iyi açıklayabildiği konusunda farklı sonuçlar elde edildiği görülmektedir.

V. İMKB'DE HİSSE SENETLERİ İŞLEM GÖREN ŞİRKETLERDE EVA[®], MVA[®] ve PİYASA DEĞERİ İLİŞKİSİ

Çalışmanın bu bölümünde, hisse senedi fiyatları ile EVA[®]-MVA[®] arasındaki ilişkinin varlığı önceki bölümlerde aktarılan teorik altyapı ve yapılan çalışmalar ışığında Türkiye örneğinde tespit edilmeye çalışılacaktır.

Stern Stewart & Co.'nun Türkiye Temsilciliğini yapmakta olan LBA Management Consultancy (LBA) 1993-2000 yılları arasında İMKB'de işlem gören şirketlere ilişkin olarak TL ve ABD Doları bazında EVA[®] ve MVA[®] hesaplaması yapmıştır.

Türkiye örneği ele alınırken, LBA'nın hesapladığı bu değerlerin kullanıldığı ekonometrik çalışmaları şirketlerin piyasa değerleri (hisse senedi fiyatları) ile EVA[®] ve MVA[®] ilişkileri ortaya konmaya çalışılacaktır. Regresyon analizlerinde; en küçük kareler yönteminin kullanıldığı basit doğrusal regresyon çalışması yapılmıştır. Çoklu bağlantı (multi-collinearity) problemini aşmak amacıyla, full model reduction regression yaklaşımı kullanılmış, karar verme aşamalarında Bayesian Information Criteria (BIC) dikkate alınmıştır. Ayrıca, birden çok dönemin analiz edildiği regresyon çalışmalarında pooling yöntemi kullanılmıştır [17].

V.1. EVA[®], MVA[®] ve Piyasa Değeri (PD) Arasındaki Korelasyon

Yukarıdaki bölümlerde daha detaylı olarak belirtildiği üzere, Stewart A.B.D.'li 613 şirketin verilerini kullanarak bir korelasyon analizi yapmış, şirketlerin 1987-1988 yılları ortalama standart EVA[®] ve MVA[®]'lerini hesaplamış, ayrıca EVA[®] ve MVA[®]'daki yıllık farkları dikkate alarak ve 1984-1985 ve 1987-1988 baz almak suretiyle aynı analizi tekrarlamıştır. Çalışmada, hem mutlak değer hem de yıllık farklar bazında EVA[®] ve MVA[®] arasında çok yüksek bir korelasyon tespit edilmiştir.

Söz konusu çalışmanın İMKB uygulamasını yapmak amacıyla, 119 şirketin 1995-2000 yılları arasındaki verileri kullanılmıştır. Şirketler arası büyüklük farklarını en aza indirmek ve değer yaratma konusundaki performanslarını gerek yıllar itibarıyla gerekse şirketler

arası karşılaştırmalı olarak daha doğru hesaplayabilmek amacıyla her bir şirketin EVA[®], MVA[®] ve Piyasa Değer'leri ilgili şirketin ödenmiş sermayesine (çalışmada, aksi belirtilmedikçe, "ödenmiş sermaye" için "sermaye" terimi kullanılmıştır) bölünmüştür.

EVA[®]/Ödenmiş Sermaye bir şirketin birim ödenmiş sermaye başına yarattığı EVA[®]'yi, MVA[®]/Ödenmiş sermaye bir şirketin birim sermaye başına yarattığı MVA[®]'yi, Piyasa Değeri/Ödenmiş Sermaye ise bir şirketin birim sermaye başına yarattığı piyasa değerini göstermektedir.

EVA[®]/Ödenmiş Sermaye oranı yüksek olan bir şirket, kullandığı birim sermaye başına diğer şirketlere göre daha fazla ekonomik katma değer yaratmaktadır. Bu çerçevede, söz konusu şirket; mevcut sermayeden elde ettiği getiri oranını artırmış, mevcut sermayeden daha fazla faaliyet karı elde etmiş, başka bir deyişle, faaliyet etkinliğini artırmış, ve/veya yeni sermaye elde etme maliyetinden daha fazla getiri sağlayacak projelere ek sermaye yatırmış ve/veya sermayeyi yetersiz getiri sağlayan faaliyetlerden alıp, yüksek getirili faaliyetlere yatırmıştır. Dolayısıyla, söz konusu şirket EVA[®] üretme konusunda oldukça yüksek verimliliğe sahiptir.

MVA[®]/Ödenmiş sermaye oranı yüksek olan bir şirket, birim sermaye başına diğer şirketlerden daha fazla piyasa katma değeri yaratmış olmaktadır. Bu oranın yüksek çıkmasının bir diğer anlamı ise, sermaye kullanımında yüksek verim gösteren bu şirketin yatırımcılar tarafından rağbet görmesi ve bunun şirketin hisse senedi fiyatlarına yansımadır.

Piyasa Değeri/Ödenmiş sermaye oranı yüksek olan bir şirket, birim sermaye başına diğer şirketlerden daha fazla piyasa değeri yaratmış olmaktadır. Bu oranın yüksek çıkmasının bir diğer anlamı ise, yatırımcıların şirketin mevcut ve gelecekteki performansı ile ilgili olumlu beklentilere sahip olması ve bunu şirketin hisse senedi fiyatlarına yansıtmasıdır.

Aşağıdaki bölümlerde;

- EVA[®], MVA[®] ve Piyasa Değeri arasındaki korelasyon katsayıları,
- 1995-2000 yılları arasındaki farklar dikkate alınarak EVA[®], MVA[®] ve Piyasa Değeri arasındaki korelasyon katsayıları,
- 1995-2000 yılları arasındaki ortalamalar dikkate alınarak EVA[®], MVA[®] ve Piyasa Değeri arasındaki korelasyon katsayıları,

hesaplanmış ve böylece söz konusu değerler arasındaki ilişkiler değişik yaklaşımlar ile ortaya konmaya çalışılmıştır.

V.1.1. EVA[®], MVA[®] ve Piyasa Değeri Arasındaki Korelasyon (1995-2000)

Bu analizde, incelenen her bir şirket için her yıl hesaplanan EVA[®]/Sermaye, MVA[®]/Sermaye ve Piyasa Değeri/Sermaye oranları birlikte dikkate alınmış ve 119 şirketin 6 yıllık oranlarını birlikte dikkate alan bir korelasyon analizi yapılmıştır. Analize ilişkin korelasyon Tablo.1'de yer almaktadır.

Tablodan da görüldüğü gibi; EVA[®]/Sermaye ile MVA[®]/Sermaye arasında %78 oranında bir korelasyon vardır. Diğer taraftan, EVA[®]/Sermaye ile Piyasa Değeri/Sermaye arasındaki oran ise %89 bulunmuştur. Bu durum, EVA[®] ile Piyasa Değeri arasındaki korelasyonun EVA[®] ile MVA[®] arasındaki korelasyondan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo.1: Korelasyon Analizi (6 Yıllık Oranlar)

Korelasyon	EVA [®] / Sermaye	MVA [®] / Sermaye	PP/ Sermaye
EVA [®] / Sermaye	% 100		
MVA [®] / Sermaye	% 78	% 100	
PP/ Sermaye	% 89	% 93	% 100

V.1.2. EVA[®], MVA[®] ve Piyasa Değeri Arasındaki Korelasyon (1995-2000 Farkları)

Bu analizde, incelenen her bir şirket için hesaplanan 1995 yılı EVA[®]/Sermaye, MVA[®]/Sermaye ve Piyasa Değeri/Sermaye oranları ile 2000 yılı oranları arasındaki farklar dikkate alınmış ve 119 şirketin 6 yıllık oran değişimini dikkate alan bir korelasyon analizi yapılmıştır. Analize ilişkin korelasyon Tablo.2'de yer almaktadır:

Tablo.2: Korelasyon Analizi (2000 Yılı Oranları)

Korelasyon	EVA [®] / Sermaye	MVA [®] / Sermaye	PD/ Sermaye
EVA [®] / Sermaye	% 100		
MVA [®] / Sermaye	% 91	% 100	
PD/ Sermaye	% 96	% 97	% 100

Tablodan da anlaşıldığı gibi; EVA[®]/Sermaye ile MVA[®]/Sermaye arasında %91 oranında bir korelasyon vardır. Öte yandan, EVA[®]/Sermaye ile Piyasa Değeri/Sermaye arasındaki oran ise %96 bulunmuştur. Bu durum, EVA[®] ile Piyasa Değeri arasındaki korelasyonun EVA[®] ile MVA[®] arasındaki korelasyondan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

V.1.3. EVA[®], MVA[®] ve Piyasa Değeri Arasındaki Korelasyon (1995-2000 Ortalamaları)

Bu analizde, incelenen her bir şirket için her yıl hesaplanan EVA[®]/Sermaye, MVA[®]/Sermaye ve Piyasa Değeri/Sermaye oranlarının geometrik ortalaması hesaplanmış ve 119 şirketin 6 yıllık oran ortalamalarını dikkate alan bir korelasyon analizi yapılmıştır. Analize ilişkin korelasyon Tablo.3'de yer almaktadır.

Tablodan da görüldüğü gibi; ortalama EVA[®]/Sermaye ile ortalama MVA[®]/Sermaye arasında %87 oranında bir korelasyon vardır. Diğer taraftan, ortalama EVA[®]/Sermaye ile ortalama Piyasa Değeri/Sermaye arasındaki oran ise %93 bulunmuştur. Bu durum, EVA[®] ile Piyasa Değeri arasındaki korelasyonun EVA[®] ile MVA[®] arasındaki korelasyondan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo.3: Korelasyon Analizi (Geometrik Ortalama -6 Yıllık Oranlar)

Korelasyon	Ort. EVA [®] / Sermaye	Ort. MVA [®] / Sermaye	Ort. PD/ Sermaye
Ort. EVA [®] / Sermaye	% 100		
Ort. MVA [®] / Sermaye	% 87	% 100	
Ort. PD/ Sermaye	% 93	% 97	% 100

Yukarıda yer alan korelasyon çalışmalarında üç ayrı yaklaşım kullanılmasının nedeni, uluslar arası literatürde referans oluşturan kimi korelasyon çalışmaları ile karşılaştırılabilir, uyumlu bir çalışma yapma niyetidir. Referans verdiğimiz söz konusu çalışmalarda ayrıntılarıyla açıklandığı gibi, her bir araştırmacı korelasyon analizlerinde bile farklı yöntemler kullanmıştır. Çalışmamızda, adı geçen araştırmalarda kullanılan her üç yöntem de dikkate alınarak, sağlıklı bir karşılaştırma yapılabilmektedir.

Yukarıda yer alan üç ayrı korelasyon analizinin ortak sonucu, EVA[®] ile Piyasa Değeri arasındaki korelasyonun EVA[®] ile MVA[®] arasındaki korelasyondan daha yüksek çıkmış olmasıdır.

V.2. İMKB’de İşlem Gören Şirketlerin 1995-2000 Yılları Arası EVA[®] ve Piyasa Değeri Regresyon Analizi

Yukarıda yer alan korelasyon analizlerinde EVA[®]’nın Piyasa Değeri ile olan ilişkisinin MVA[®] ile olan ilişkisinden daha yüksek çıktığı sonucuna varılmıştır. Bu ilişkinin ekonometrik anlamda derecesini ölçmek amacıyla, her bir şirket için EVA[®]/Sermaye oranının bağımsız, Piyasa Değeri/Sermaye oranının bağımlı değişken olduğu bir regresyon çalışması yapılmıştır. Bu analizde İMKB’deki 118 şirketin 1995-2000 yılları arasındaki EVA[®]/Sermaye ve Piyasa Değeri/Sermaye oranları kullanılmıştır.

Bu amaçla, Piyasa Değeri/Sermaye değerlerinin bağımlı değişken ve EVA[®]/Sermaye değerlerinin bağımsız değişken olduğu bir model kurulmuştur:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \varepsilon;$$

$$Y = \text{PD/Sermaye}; X_1 = \text{EVA}^{\circledast}/\text{Sermaye}$$

Bu modelin kurulması ve test edilmesi aşamalarında; Damien’in “EVA[®] ile Banka Performansını Ölçmek” adını verdiği çalışmasında kullandığı yaklaşım benimsenmiştir. Regresyon analizi sonucunda, Piyasa Değeri/Sermaye ve EVA[®]/Sermaye değerleri arasında istatistiki bir ilişki bulunmuştur:

$$\text{PD/Sermaye} = 9,20 + 6,12 (\text{EVA}^{\circledast}/\text{Sermaye}) \\ R^2 = 0.80$$

R² değerinin %80 bulunduğu bu analiz, Damien’in aşağıda açıklanan yaklaşımı kullanılarak daha anlamlı hale getirilmiştir.

Veri seti, hem kesit, hem de zaman faktöründen (cross-sectional data) oluştuğundan, Damien’in yaklaşımına uygun olması amacıyla, analiz aşamalarında aşağıdaki düzeltmeler yapılmıştır:

- Şirketlerin sermaye ve aktif büyüklüklerini standart hale getirmek amacıyla ρ parametre değerleri hesaplanmıştır.

- Durbin-Watson istatistiği sonucunda verilerde içsel bağıntı (autocorrelation) şüphesi olduğundan ve hata terimi (residual) grafiğinde belirgin bir trend tespit edildiğinden, ρ parametresi ile ilgili tahminler için birinci dereceden otokorelasyon modeli (*first-order autocorrelated error model*) kullanılmıştır.

Anılan iki faktör, kesit veri ve zaman serisinin birlikte değerlendirilmesini gerektiren bu analizde, iki aşamalı en küçük kareler (*two-stage least squares*) metodunun izlenmesini gerektirmiştir. Şirketler arası

farklılıklar ve içsel bağıntı hatasının (autocorrelated error) düzeltilmediği analizde R² %80 bulunmuşken, yapılan düzeltmeler sonucunda R² %93’e yükselmiştir.

$$\text{PD/Sermaye} = 6,79 + 6,24 (\text{EVA}^{\circledast}/\text{Sermaye}) \\ R^2 = 0.93$$

Görüldüğü üzere, modelde R² %93 çıkmıştır. BIC ve F değerleri de yüksektir. Modelin bir bütün olarak %95 güven seviyesinde anlamlı olduğu anlaşılmıştır. Bu veriler, modelin güvenilir olduğunu ve Piyasa Değeri/Sermaye ve EVA[®]/Sermaye oranları arasında istatistiki açıdan bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Bu model çerçevesinde EVA[®]/Sermaye değerleri dikkate alınarak şirketlerin piyasa değerleri hakkında bir tahmin yapılırsa bu tahminin başarı olasılığı yüksek çıkmaktadır. Bu model çerçevesinde, piyasa değerlerini %7 oranında başka faktörler etkilemiş olmaktadır.

Böylece, İMKB’de işlem gören 118 şirketin 1995-2000 yılları arasındaki EVA[®] ve piyasa değerleri dikkate alındığında, bir şirketin EVA[®]/Sermaye oranında her bir birimlik artışın, şirketin Piyasa Değeri/Sermaye oranını yaklaşık olarak 6,24 birim artırdığı sonucuna varılmıştır. Sadece bu sonuçtan hareketle, İMKB’de işlem gören şirketlerden 1995-2000 yılları arasında sermaye artırımı suretiyle ek kaynak bulabilenlerin yüksek oranda ekonomik katma değer yaratabildikleri ileri sürülebilir.

V.3. İMKB’de İşlem Gören Şirketlerin 1995-2000 Yılları Arası Net Kar ve Piyasa Değeri Regresyon Analizi

İMKB’de işlem gören şirketlerin piyasa değerleri ile elde ettikleri net kar rakamları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi ve EVA[®] ile piyasa değeri arasında bulunan ve yukarıda açıklanan ilişki ile karşılaştırılması amacıyla, her bir şirket için Net Kar/Sermaye oranının bağımsız, Piyasa Değeri/Sermaye oranının bağımlı değişken olduğu bir regresyon çalışması yapılmıştır. Yapılan analizde, 1995-2000 döneminde İMKB’de işlem gören 118 şirketin piyasa değerini EVA[®]’nın mı, yoksa Net Kar’ın mı daha iyi açıklayabildiği araştırılmıştır. Bu analiz için İMKB’deki 118 şirketin 1995-2000 yılları arasındaki EVA[®]/Sermaye ve Piyasa Değeri/Sermaye oranları kullanılmıştır.

Bu amaçla, Piyasa Değeri/Sermaye değerlerinin bağımlı değişken ve Net Kar/Sermaye değerlerinin bağımsız değişken olduğu bir model kurulmuştur:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \varepsilon;$$

$$Y = \text{PD/Sermaye}; X_1 = \text{Net Kar/Sermaye}$$

Regresyon analizi sonucunda, Piyasa Değeri/Sermaye ve Net Kar/Sermaye değerleri arasında istatistiki bir ilişki bulunmuştur:

$$PD/Sermaye = 11,66 + 6,65 (\text{Net Kar/Sermaye}) \\ R^2 = 0.73$$

R² değerinin %73 bulunduğu bu analiz, Damien'in yukarıda açıklanan yaklaşımı kullanılarak daha anlamlı hale getirilmiştir.

$$PD/Sermaye = 8,62 + 6,87 (\text{Net Kar/Sermaye}) \\ R^2 = 0.85$$

Modelde R² %85 çıkmıştır. BIC ve F değerleri de yüksektir. Modelin bir bütün olarak %95 güven seviyesinde anlamlı olduğu anlaşılmıştır. Bu veriler, modelin güvenilir olduğunu ve Piyasa Değeri/Sermaye ve Net Kar/Sermaye oranları arasında istatistiki açıdan bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Bu model çerçevesinde Net Kar değerleri dikkate alınarak şirketlerin piyasa değerleri hakkında bir tahmin yapılırsa bu tahminin başarı olasılığı yüksek çıkmaktadır. Bu model çerçevesinde, piyasa değerlerini %15 oranında başka faktörler etkilemiş olmaktadır.

Bu durumda, İMKB'de işlem gören 118 şirketin 1995-2000 yılları arasındaki Net Kar ve piyasa değerleri dikkate alındığında, bir şirketin Net Kar/Sermaye oranında her bir birimlik artışın, şirketin Piyasa Değeri/Sermaye oranını 6,87 birim artırdığı sonucuna varılmıştır. Sadece bu sonuçtan hareketle yapılabilecek yorumlardan biri, İMKB'de işlem gören şirketlerden 1995-2000 yılları arasında karlılıklarını artıranların piyasa değerlerinin de arttığı, dolayısıyla piyasada yatırım yapanlar için şirketlerin hisse senetlerine yatırım kararlarında şirketlerin karlılık oranlarının etkisinin yüksek olduğudur.

1995-2000 döneminde İMKB'de işlem gören 118 şirkete ait EVA[®] ve Net Kar'ın rakamlarının bu şirketlerin piyasa değerlerini açıklama güçleri yukarıda açıklanan modeller çerçevesinde incelendiğinde, EVA[®]'nin şirketlerin piyasa değerlerini açıklama gücünün Net Kar'ın açıklama gücünden daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla, Türkiye örneğinde, yatırımcıların yapmış oldukları hisse senedi seçimlerinde net kar rakamından çok, adı ekonomik katma değer olarak konması bile, ekonomik katma değer üretimini, bir başka deyişle, şirketlerin sermaye maliyetlerinden daha yüksek getiri elde etmelerini dikkate aldıkları iddia edilebilir.

V.4. İMKB'de İşlem Gören Şirketlerin 1995-2000 Yılları Arası EVA[®] Performans Trendleri

İMKB'de işlem gören 118 şirketin 1995-2000 yılları arasındaki EVA[®] performanslarının yönünü belirleyebilmek amacıyla, EVA[®]/Sermaye oranının

bağımlı değişken, bir önceki yılın EVA[®]/Sermaye oranının ise bağımsız değişken olarak yer aldığı birinci dereceden otoregresif model kurulmuştur:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \epsilon;$$

$$Y = \text{EVA}^{\circ}/\text{Sermaye}_{(t)}; X_1 = \text{EVA}^{\circ}/\text{Sermaye}_{(t-1)}$$

Regresyon analizi sonucunda, EVA[®]/Sermaye_(t) ve EVA[®]/Sermaye_(t-1) değerleri arasında istatistiki bir ilişki bulunmuştur:

$$\text{EVA}^{\circ}/\text{Sermaye}_{(t)} = -0,36 + 1,12 (\text{EVA}^{\circ}/\text{Sermaye}_{(t-1)}) \\ R^2 = 0.84$$

Modelde R² %85 çıkmıştır. Modelin bir bütün olarak %95 güven seviyesinde anlamlı olduğu anlaşılmıştır. Bu veriler, modelin güvenilir olduğunu ve EVA[®]/Sermaye ve bir önceki yıl EVA[®]/Sermaye oranları arasında istatistiki açıdan bir ilişki bulunduğunu göstermektedir.

Bu durumda, İMKB'de işlem gören 118 şirketin 1995-2000 yılları arasındaki EVA[®] ve Sermaye değerleri dikkate alındığında, 1,12 katsayısı, söz konusu dönemde şirketlerin ortalama EVA[®]/Sermaye oranlarının bir önceki yıla göre yaklaşık %12'i kadar arttığını, dolayısıyla sermayenin EVA[®] üretme etkinliği anlamında verimliliğin artarak devam ettiğini göstermektedir. Bu durum, incelenen 118 şirketin birim sermaye başına EVA[®] üretme etkinliklerinin yıllar itibarıyla arttığını göstermektedir.

Söz konusu yaklaşımın bir benzeri Net Kar, MVA[®] ve Piyasa Değeri üretme etkinliklerinin test edilmesi amacıyla uygulanmış ve yukarıdaki model benzeri üç ayrı model daha oluşturularak şirketlerin Net Kar/Sermaye, MVA[®]/Sermaye ve Piyasa Değeri/Sermaye oranlarının yıllar itibarıyla trendi analiz edilmeye çalışılmıştır:

Regresyon analizleri sonucunda:

$$(1) \text{Net Kar/Sermaye}_{(t)} = -0,28 + 1,20 (\text{Net Kar/Sermaye}_{(t-1)}) \\ R^2 = 0.90$$

$$(2) \text{MVA}^{\circ}/\text{Sermaye}_{(t)} = 5,05 + 0,69 (\text{MVA}^{\circ}/\text{Sermaye}_{(t-1)}) \\ R^2 = 0.40$$

$$(3) \text{PD/Sermaye}_{(t)} = 1,28 + 0,97 (\text{PD/Sermaye}_{(t-1)}) \\ R^2 = 0.67$$

bulunmuştur.

Modellerde R² değerleri yüksek çıkmıştır. Modellerin bir bütün olarak %95 güven seviyesinde anlamlı oldukları anlaşılmıştır. Bu veriler, modellerin

güvenilir olduklarını ve Net Kar/Sermaye, MVA[®]/Sermaye ve Piyasa Değeri/Sermaye oranları ile bir önceki yıl aynı oranlar arasında istatistiki açıdan bir ilişki bulunduğunu göstermektedir.

İMKB’de işlem gören 118 şirketin 1995-2000 yılları arasındaki Net Kar, MVA[®] ve Piyasa Değeri ile Sermaye değerleri dikkate alındığında;

a) 1,20 katsayısı, söz konusu dönemde şirketlerin ortalama Net Kar/Sermaye oranlarının bir önceki yıla göre yaklaşık %20 kadar arttığını, dolayısıyla sermayenin Net Kar üretme etkinliği anlamında verimliliğin artarak devam ettiğini göstermektedir. Bu durum, şirketlerin birim sermaye başına Net Kar üretme etkinliklerinin yıllar itibariyle arttığını göstermektedir.

b) 0,69 ve 0,97 katsayıları, söz konusu dönemde şirketlerin ortalama MVA[®]/Sermaye ve Piyasa Değeri/Sermaye oranlarının bir önceki yıla göre azaldığını, şirketlerin birim sermaye başına düşen MVA[®] ve piyasa değerlerinin yıllar itibariyle azaldığını göstermektedir.

Dolayısıyla, dört model birlikte değerlendirildiğinde; İMKB’de işlem gören 118 şirketin 1995-2000 yılları arasında birim sermaye başına düşen EVA[®] ve Net Kar verimlerinin arttığı ancak buna rağmen, bunun şirketlerin piyasa değerlerine tam olarak yansımadağı sonucuna varılmıştır. Ele alınan modeller ışığında ve varılan sonuçlarla sınırlı kalmak koşuluyla, İMKB’de incelenen 118 şirketin 1995-2000 yılları arasında ekonomik değer yaratma kapasiteleri artmasına rağmen fiyatlarının düşük kaldığını, bu anlamda düşük değerlenmiş olabileceklerini ileri sürmek mümkün olmaktadır.

VI. SONUÇ

Yapılan analizlerin sonuçları dikkate alındığında, geçmiş verilerden hareketle gelecekteki Piyasa Değeri, bir diğer deyişle, İMKB’de işlem gören şirketlerin hisse senedi fiyatını belirleyebilme olasılığı yüksek çıkmaktadır. Geçmiş yıllardaki piyasa verilerinin (Piyasa Değeri, MVA[®], EVA[®] ve Net Kar) bugünkü piyasa değerlerine etki ettiğini gösteren modellerin sonuçları dikkate alındığında, finansal yatırım amacıyla geçmiş yıllar verilerine dayanılarak yapılan her türlü analizin (örneğin teknik analiz) hisse senedi seçiminin doğruluğunu ve yüksek getiri elde etme olasılığını artıracığı düşünülmektedir.

Yukarıda yer alan çalışmalar ve analizlerin ışığında; özetle, İMKB’de işlem gören hisse senetleri için EVA[®]’nin, MVA[®] ve Piyasa Değeri ile istatistiki açıdan yüksek bir ilişkiye sahip olduğu söylenebilir. Dünya’da ve Türkiye’de hisse senedine yatırım yapan kişi ve

kuruluşların yatırım kararlarının oluşum sürecinde şirketlerin elde ettikleri karları öncelikli olarak dikkate aldıkları bir gerçektir. Öte yandan, yatırım uzmanları ve portföy yöneticilerinin hisse senedi seçim kriterlerinden birinin de şirketin gelecek dönemlerde elde edeceği nakit akımlarını şirketin sermaye maliyeti ile ilişkilendirerek yaptıkları değerlemeler olduğu açıktır. Dolayısıyla, adı EVA[®] olarak konmasa da, prensip olarak EVA[®] hesaplaması benzeri olan ve birbirinden farklı varsayımlara dayanan analizler sonucunda yatırım kararlarının alındığı ve bu nedenle, Net Kar ve EVA[®]’nın Piyasa Değeri ile olan istatistiki ilişkisinin yüksekliğinin nedenlerinden birinin, piyasa katılımcılarının yaptıkları söz konusu, şirket değerlendirme yaklaşımları olduğu düşünülmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] STEWART, G.B., *The EVA[®] Management Guide: The Quest for Value*, Harper Business Publishers, 1991, ss.153-154,174,215-218.
- [2] MAKELAINEN, E., “*Economic Value Added as a Management Tool*”, *Helsinki School of Economics and Business Administration Working Paper*, 1998, ss.1-4.
- [3] UYEMURA, D.G.; KANTOR, C.C.; PETTIT, J.M., “*EVA[®] for Banks: Value Creation, Risk Management, and Profitability Measurement*”, *Journal of Applied Corporate Finance*, 1996, ss.110-113.
- [4] DAMIEN, P., “*Economic Value Added Model to Assess Bank Performance*”, *University of Michigan Business School Working Paper*, 1997, ss.1-4.
- [5] WORTHINGTON, A.; WEST, T., “*The Usefulness of Economic Value Added (EVA) and Its Components in the Australia Context*”, *Journal of Accountability & Performance*, Vol: 7, 2001.
- [6] BANERJEE, A., “*Linkage Between Economic Value Added and Market Value: An Analysis*”, *The Journal for Decision Makers*, Vol: 25, No: 3, July-September 2000.
- [7] HO, N.; HUI, N.; LI, L., “*Does EVA Beat Earnings? Round 2: Evidence from Internet Companies*”, *SSRN Working Paper Series*, 2000.
- [8] KARA, H., *Katma Değer Yaratmaya Dayalı Finansal Performans Ölçütü Olarak EVA[®] (Economic Value Added): İMKB Şirketleri Üzerine Bir Uygulama*, Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara, 2002.
- [9] DODD, J.L.; CHEN, S., “*EVA[®]: A New Panacea?*”, *Business and Economic Review*, 27, 1996.
- [10] DODD, J.L.; CHEN, S., “*Economic value added (EVA[®]): An empirical examination of a new corporate performance*

measure”, **Journal of Managerial Issues**, 1997, ss.2-17, 20-25.

- [11] DODD, J.L.; CHEN, S., “Usefulness of Operating Income, Residual Income, and EVA®: A Value-Relevance Perspective”, **Working Paper**, 1998, ss.8-15.
- [12] KRAMER, J.K.; PUSHNER, G., “An Empirical Analysis of Economic Value Added as a Proxy for Market Value Added”, **Financial Practice and Education**, 1997, ss.3-9.
- [13] BIDDLE, G.C.; WALLACE, J.S., “Economic value added: Some empirical EVAidence”, **Managerial Finance**, Vol: 24, 1998, ss.60-72.
- [14] FERNANDEZ, P., “EVA, Economic Profit and Cash Value Added Do Not Measure Shareholder Value Creation”, **IESE Business School Working Paper**, May 2001.
- [15] PEIXOTO, S., “Economic Value Added Application to Portuguese Public Companies”, **SSRN Working Paper Series**, 2002.
- [16] BIDDLE, G.C.; BOWEN, R.M.; WALLACE, J.S., “Does EVA® beat earnings? Evidence on Associations with Stock Returns and Firm Values”, **SSRN Working Paper Series**, 2002, ss.23-35.
- [17] TRYFOS, P., **Methods for Business Analysis and Forecasting: Text & Cases**, John Wiley & Sons, Inc., 1998.



A. Osman GÜRBÜZ

Marmara Üniversitesi
İ.İ.B.F. İngilizce İşletme Bölümü
Göztepe Kampüsü
81040 Göztepe - İSTANBUL

Tel: +90 (216) 338 44 16
gurbuz@marmara.edu.tr

A. Osman GÜRBÜZ has received his Ph.D. from Marmara University. He is Associate Professor of Finance & Accounting at Marmara University. His major research areas are corporate finance, firm valuation, corporate governance, real estate financing and investments, investment management, and stock exchanges.



Yakup ERGİNCAN

Merkezi Kayıt Kuruluşu A.Ş.
Kaydi Sistem Müdürlüğü
İSTANBUL

Tel: +90 (212) 334 57 00
yakup.ergincan@mkk.gov.tr

Yakup ERGİNCAN has Ph.D. of Banking from the Institute of Banking and Insurance, Marmara University. He is currently the Director of Dematerialized System Department. His principal fields of interest are capital markets, corporate finance, firm valuation, corporate governance, capital market regulations, dematerialized system, settlement custody and depository systems, information and mobile communication technologies.

HİZMET ENDÜSTRİSİ VE YETKİLENDİRME: ANLAM, TEORİ VE KAVRAMLAR ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Murat HANÇER

Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu, Yardımcı Doçent Dr.

SERVICE INDUSTRY AND EMPOWERMENT: A STUDY OF THE CONCEPTS, MEANING AND THEORY

Abstract: As an alternative to the production-line approach in managing service businesses, employee empowerment has been one of the most preferred techniques that have been utilized by service organizations to deal with poor customer service and inefficient operations in recent years. In spite of the increasing interest, managers of service organizations have not fully been able to answer the questions of how, when and why employees feel empowered. To understand more about empowerment, this study aims to look at the meaning, concepts and theories of empowerment. The relationship between management theories and psychological empowerment is also explored in the study. In addition, the dimensions of psychological empowerment are discussed.

Keywords: Empowerment, Psychological empowerment, Dimensions of empowerment, Service sector

HİZMET ENDÜSTRİSİ VE YETKİLENDİRME: ANLAM, TEORİ VE KAVRAMLAR ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Özet: Son yıllarda özellikle hizmet işletmelerinin uyguladığı çalışanların yetkilendirilmesi yaklaşımı, müşteri hizmetlerindeki yetersizliklere ve verimsiz operasyonlara çare olarak görülmüş ve üretim-hattı yaklaşımına kıyasla tercih edilen bir yönetim tekniği olmuştur. Ancak, büyüyen bu ilgi, yöneticilerin yetkilendirmenin nasıl sağlanabileceği ve çalışanların kendilerini nasıl yetkili hissedeceklerine ilişkin soru işaretlerini gidermeye yetmemiştir. Bu çalışmanın amacı yetkilendirme kavramını incelemek, yönetim teorileri ile yetkilendirme arasındaki ilişkileri gözden geçirmek ve yetkilendirme teorisyenlerinin konuya bakış açılarını değerlendirerek yetkilendirmenin psikolojik boyutlarını tartışmaktır.

Anahtar Kelimeler: Yetkilendirme, Psikolojik yetkilendirme, Yetkilendirme boyutları, Hizmet sektörü

I. GİRİŞ

Dinamik ve hızla değişen koşullar, hizmet işletmelerini geleneksel yönetim metotlarını değiştirmeye zorlarken, üretim sektörü için önceden geliştirilen ve hizmet sektörü ile birlikte kullanılan yöntemlerin modası geçmek üzeredir. Hizmet işletmeleri tarafından geçmişte uygulanan yöntemler ve kabul edilen standartlar, aslında üretim işletmeleri tarafından benimsenen ve uzun yıllardır kullanılan yöntemlerdir. "Denetleyen yönetici ve denetlenen işçi" geleneksel yönetim modeli hizmet işletmelerinde çok sık kullanılmıştır. Ancak değişen çevre koşulları ve kişisel ihtiyaçlar yüzünden "sunulandan daha fazlasını" isteyen müşterilerin ortaya çıkmasıyla, geleneksel yönetim prensipleri doğrultusunda kullanılan teknikler etkisiz kalmıştır [1]. Bu nedenle, rekabetçi koşullar içinde, en kaliteli ürünleri ve hizmetleri sunmak için yeni yönetim tekniklerini benimsemek kaçınılmaz olmuştur. Bu çalışmanın amacı, özellikle hizmet endüstrisi için yetkilendirme ve çalışanların yetkilendirilmesi konularını incelemek, yetkilendirmenin değişik tanımlarını, yetkilendirme teorilerini ve psikolojik yetkilendirme kavramını açıklamaktır.

II. YETKİLENDİRME KAVRAMI

Son yıllarda adı sıkça duyulan yeni yönetim tekniklerinden "çalışanların yetkilendirilmesi" dinamik ve

karmaşık yapısıyla [2] hem teorisyenler hem de pratisyenler tarafından kabul gören bir yöntem olmuştur [3,4]. Araştırmacılar yetkilendirmeyi tanımlarken değişik yollar kullanmışlardır [5,6]. Kendi kendine oluşan yargıların uygulanması [7], ve günlük kararları almak için otorite vermek, yetkilendirmenin tanımları içindedir [8]. Yetkilendirmenin diğer tanımları, komut ve kontrolün bazı durumlarını temel almaktadır. Örneğin, kontrollü olarak karar verme [9], iş metotlarının belirlenmesinde otorite kullanımı [10] ve performans hedefleri için komut ve ölçü kullanımı [11] gibi tanımlamalar yapılmıştır.

Khan yetkilendirmeyi, işçi ve işveren arasında karşılıklı güveni besleyen ve devamlılığı olan özel bir ilişki olarak tanımlamaktadır [12]. Khan buna ilaveten hedeflere çabuk, etkili ve uyumlu bir şekilde ulaşmanın yetkilendirme ile sağlanabileceğini savunmaktadır. Diğer yandan Spreitzer [13], yetkilendirmeyi bir insanın işi ve kişisel değerleri arasındaki uyumu içeren, psikolojik ve zihinsel kurgu olarak tanımlamaktadır. Bu, bir kişinin işini daha iyi yapmak için gerek duyduğu bilgi ve beceriye sahip olduğuna ve çalıştığı yerde bir değişim yapabileceğine olan inancı olarak da açıklanabilir.

Theodore Levitt imalat sektöründe standartları korumanın ve çalışmalarını katı metotlarla kontrol etmenin etkinlik üreteceğini, bundan dolayı bu metotları hizmet sektörüne uyarlamasının aynı neticeleri vereceğini

söylemiştir [14]. Öte yandan çalışanların yetkilendirilmesi son yıllarda Levitt'in yaklaşımına ters düşmüştür [15]. Çalışanların yetkilendirilmesi için bir işletmede kullanılan tekniğin diğerine geçişi ve pekişmesi hala şüpheli olduğu halde yetkilendirme teknikleri işletmeleri etkilemeye devam etmektedir.

Hizmet sektöründe çalışanlar, kar getiren ve müşteriye hizmet dağıtan araçlar olduklarından dolayı işletmelerinin en büyük serveti olarak kabul edilmektedir. Bir müşteri, hizmet sunan bir işletmeden ayrıldığında, o işletme hakkındaki hisleri çoğunlukla orada çalışanların davranışlarına bağlıdır. Müşterilerin hisleri memnun ve tatmin olmuş ya da sıkılmış ve aldatılmış olarak tanımlanabilir [16]. Bir işletmenin ayakta kalabilmesi için en önemli şart ise o işletmeden alışılmış olan ve her zaman beklenen verimin alınmasıdır. Çalışanların, şirketleri ve işlerini algılayış tarzları müşteriye karşı tutumlarını etkilediğinden dolayı, onlara hizmet yöntemlerini tam ve doğru olarak nasıl kullanacaklarını öğretmek, örgütün etkinliğini artırmaktadır. Hizmet endüstrisinde daha iyi müşteri hizmeti sunmanın anahtar elemanlarından birisi sayılan çalışanların yetkilendirilmesi, hem daha üstün ürün ve hizmetlerin sunulduğu bir kalite çerçevesinin yaratılmasını kolaylaştırır hem de çalışanların müşterilerin problemlerine çabuk çözümler bulmalarına yardımcı olur. Böylece, işletmenin hem müşterilerine hem de çalışanlarına karşı toplam etkinliğinde bir artış ortaya çıkar [17-19]. Çalışanların yetkilendirilmesinde anahtar kavram, kişilere idare edebilecekleri kadar sorumluluk yüklemektir. Bu sorumluluğu kullanabilen çalışanların bulunduğu ortamlarda, yöneticiler diğer işlerini tamamlamak için oldukça fazla zaman kazanır. Ayrıca yetkilendirilmiş çalışanlar, kendilerini işlerinde daha tatmin olmuş, daha üretken ve işbirliği yapmaya hazır hissetmektedir [18,20]. Sonuç olarak, işleriyle tatmin olmuş çalışanlara sahip olmak, işletmelere daha iyi hizmet vermelerinde yardımcı olmaktadır.

III. YÖNETİM TEORİLERİ ve YETKİLENDİRME

Örgütlerde geçerli olarak kullanılan birçok strateji ve metotlar, eski yaklaşımların bir sentezidir. Bu yaklaşımlar kavramsallaştırıldığında ve uygulama için bir çerçeveye oturtulduğunda, teoriler olarak karşımıza çıkmaktadır [21]. Yönetim teorisyenleri ve pratisyenler tarafından bulunan teorilerin incelenmesi, yöneticilere karar vermede ve diğer yönetimle ilgili faaliyetlerinde yardımcı olabilir.

1900'lü yılların başında kişisel tavırlar, davranışlar ve grup hareketleri "Davranışsal Yönetim Teorisi" ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bu teori, örgütsel bağlamda işçi davranışı üzerine odaklanmıştı ve "Örgütsel Davranış" çalışmasının çıkış noktasıydı. 1920'lerde yönetimde insan unsurunun öneminin artması

araştırmacıları, insanları yönetmede yeni araçlar ve metotlar bulmaya teşvik etmiştir [22]. Yeni yaklaşımların etkisiyle, Elton Mayo ve arkadaşları, çalışma koşullarının işçi yorgunluğu ve üretkenliğini nasıl etkilediğini belirlemek üzere 1927 yılında Hawthorne çalışmalarına başladılar [22,23]. Bu çalışmalar örgütlerde insanla ilgili yönetsel yaklaşımların gelişmesine yardım etmiş, daha katılımcı ve işçi merkezli idare formları oluşturma ihtiyacının önemini göstermiştir. Her ne kadar insanla ilgili yaklaşımlar iş çevresinin düzeltilmesi bu çalışmalarda vurgulansa da, iş memnuniyeti ve işçi verimliliğinin ihmal edildiği görülmüştür [24].

McGregor'un "X ve Y Teorisi" si, Likert'in "Sistem 4" ü ve Herzberg'in "2 Faktör" ü gibi yaklaşımlar "İnsan İlişkileri Hareketi'ne" karşıt fikirler ortaya koymuştur. McGregor'a göre yönetim tarzları X Teorisi ve Y Teorisi olarak iki sınıfa ayrılmaktadır. Teori X, ya da geleneksel hiyerarşik sistem, insanların tembel olduğu, idare ve kontrol edilebilecekleri üzerine kurulmuştur. Buna karşılık Teori Y, kontrol ve baskının insanlara iş yaptırmanın tek yolu olmadığını vurgulamaktadır. McGregor "The Human Side of Enterprise" kitabında, yöneticilerin, işçilerin kendi güçlerini zor kullanmadan ortaya çıkarabilen bir iş ortamı oluşturmada öncü olabileceklerini belirtmiştir [25].

Yetkilendirme kavramının başlangıç noktası Douglas McGregor'un Y teorisinden ortaya çıkmaktadır [26]. Y teorisi işçi motivasyonu, üretkenliği ve katılımının, motivasyonu artırıcı işler oluşturularak desteklenebileceği inancı temeli üzerine kurulmuştur. McGregor yön göstererek idare etmenin bütün örgütlerde işe yaramayacağını ısrarla söylemiştir. Çünkü kontrol, ödüllendirme, teşvikler ve teminatlar gibi tipik yöntemler işçiler için artık ikinci planda yer almaktadır. McGregor'a göre işçi katılımı başarı için önemlidir ve işçiler kendi çabaları ile planlama, örgütlenme ve kontrol etmeye katılmalıdır. Schein Y teorisinin sorumluluk alabilen çalışanların, problemleri çözmeye hayal güçlerini, marifetlerini ve yaratıcılıklarını kullanma kapasitesine sahip oldukları inancına öncülük ettiğini savunmaktadır [27].

IV. YETKİLENDİRME TEORİLERİ

IV.1. Conger ve Kanungo'nun Yetkilendirme Araştırmaları

Conger ve Kanungo yetkilendirmeye değişik bir açıdan yaklaşmıştır [28]. Bu araştırmacılar, sadece güç paylaşımı ve otorite verme anlamına gelen katılımcı yönetim tekniklerinin temel alınmasını eleştirmişlerdir. Ayrıca işçilerin yetkilendirme hakkında ne hissettiğini her zaman göstermediğine inanarak eski yetkilendirme yaklaşımlarını sorgulamışlardır. Conger ve Kanungo'ya

göre algılama anlayışı kısıtlı ve yanıltıcı olduğundan yetkilendirme daha dikkatli sorgulanmalıdır.

Conger ve Kanungo'nun yetkilendirme araştırmalarında iki yaklaşım kullanılmıştır: yetkilendirmeye ilişkisel yaklaşım ve yetkilendirmeye motivasyonel yaklaşım. Yetkilendirmeye ilişkisel yaklaşım, güç ve otoritenin yayılarak işçilere karar vermede yer alma imkanı tanınmasını ifade eder [28,29]. Böylece ilişkisel yaklaşım, işçilere işlerini daha temkinli uygulama yeteneğini verir. Öte yandan motivasyonel yaklaşım, hedef belirleme ve serbest ifadeye güvenirken, hür irade [30] ve kendine yetkinlikten [31] bahseder. Conger ve Kanungo yetkilendirmeyi açıklamak için motivasyonel yaklaşımın, yetkilendirmenin gerçek anlamını ortaya koyduğuna inanmıştır. Araştırmacılar yetkilendirmeyi "bir örgütün üyeleri için kendini güçsüz hissetme duygusunu oluşturan şartların tamamıyla belirlenmesi ve bu şartların kişilerde yetkinlik hissi sağlayacak bilgiler sunularak kaldırılmalarıyla, kişilerde yetkinlik hissini arttırmanın bir yolu" olarak tanımlamaktadır [28]. Tanımdan da anlaşıldığı gibi Bandura'nın "Kişisel Yetkinlik Teorisi" [31] Conger ve Kanungo'nun yetkilendirme süreç ve tanımının temelidir. Bandura'nın "Sosyal Öğrenme Teorisi'nin" [32-34] merkezini teşkil eden kişisel yetkinlik, insanların belli bir iş sahasında başarılı olma yeteneklerine olan güvenlerini belirtir. Locke kişisel yetkinlik kavramının gerçekte örgüt psikolojisinin her alanına uygun olduğunu söylemektedir [35]. Bu kavramın çalışanların seçiminden kariyer gelişimine, liderliğe, iş dizaynına, performansa, ödül ve teşviklere ve takımlar oluşturmaya kadar geniş bir kullanım alanı vardır. Kişisel yetkinlik teorisine göre, yeteneği olduğuna inanan insanların daha büyük hedefler koyması olasıdır [36,37].

Conger ve Kanungo yetkilendirme sürecini açıklarken beş aşama belirlemiştir (Şekil 1). Daha sonra bu beş aşama, Kanungo tarafından yöneticiler için "teşhis kontrol listesi" olarak adlandırılmıştır [38]. 1) Güçsüzlüğe sebep olan ve üçüncü bölümden sonra kaldırılacak şartlar 2) Yönetimsel strateji ve tekniklerin kullanımı 3) Kişisel yetkinlik bilgisinin alt kademelere sağlanması 4) Alt kademelerin yetkilendirme deneyiminin sonuçları. 5) Bu deneyimin davranışlara önderlik etmesi.

Birinci bölümde, psikolojik olarak güçsüzlüğe neden olan dört ana durum belirlenmiştir. İlk durum, kişilerin sorumluluk duygusuyla çalışma olasılığını etkileyen örgütsel unsurlar (ilgili bilgiye ulaşma, örgüt içinde kullanılan malzeme ve teçhizat, işçi problemleri, önemli teknolojik değişimler vb.), yönetim stili (yoğun kontrol, kontrolün değişik dereceleri ve destekleyici ve kontrolsüz yönetim), ödül sistemleri (teşvik değeri düşük ödüller, yenilik temelli ödüller ve rasgele ödüller) ve son durum işin yapısı (rol açıklığı eksikliği, alıştırma eksikliği, anlamlı hedeflerin azlığı, gerçekçi olmayan hedefler, üst yönetimle iletişim bozukluğu) olarak

sayılabilir. Sayılan bu durumlar örgütlerde güçsüzlük sebebi olan durumlar olarak tanımlanmaktadır.

AŞAMA 1	AŞAMA 2	AŞAMA 3	AŞAMA 4	AŞAMA 5
Psikolojik güçsüzlük hissine neden olan durumlar	Yönetimsel strateji ve tekniklerin kullanılması	Dört kaynağın kullanılarak kişisel yetkinlik bilgisinin astlara sunumu	Astin yetkilendirme deneyimi sonuçları	Davranışlara önderlik etme
<ul style="list-style-type: none"> •Örgütsel unsurlar •Yönetim stili •Ödül sistemi •İşin doğası 	<ul style="list-style-type: none"> •Katılımcı yöneticilik •Amaç belirleme •Geribildirim sistemi •Modelleme •Şarta/beceriye bağlı ödüllendirme •İş geliştirme 	<ul style="list-style-type: none"> •Durağan kabiliyet (Inactive attainment) •Dolaylı deneyim (Vicarious experience) •Dolaylı ikna (Vicarious persuasion) •Duygusal canlanma ve 	<ul style="list-style-type: none"> •Efor-performans beklentisinin güçlenmesi veya kişisel yetkinliğe inanış 	<ul style="list-style-type: none"> •Görev amaçlarını başarmak için davranışa başlama ve sürdürme
		Aşama 1 deki koşulların ortadan kalkışı		

Şekil 1: Conger-Kanungo (1988) –Yetkilendirme Süreci

Conger ve Kanungo yetkilendirme modelinin ikinci aşamasında katılımcı yöneticilik, amaç belirleme, geribildirim sistemi, şarta/beceriye bağlı ödüllendirme ve iş geliştirme gibi unsurların modelin birinci bölümünde yaşanabilecek güçsüzlük hissini azaltmaya yardımcı olacağını söylemektedir. Ancak Conger ve Kanungo güçsüzlük hissini kaldıracak bütün bu tekniklerin nasıl kullanılabileceğini tam anlamıyla açıklamamaktadır.

Conger ve Kanungo, üçüncü aşamada alt kademelerdeki kişilere yetkinlik duygusunun kazandırılması için başkalarının tecrübelerinin anlatılması, hünelerinden ve başarılarından söz edilmesi ve diğer sözlü ikna yöntemlerinin kullanılması gerektiğini savunmuştur. Böylece, güçsüzlük sebebi olan şartlar kaldırılmış ve bu kişilerin bölüm dördte kendilerini yetkilendirilmiş hissetmeleri sağlanmış olacaktır.

Alt kademelerdeki kişilerin aşama dördteki yetkilendirme tecrübeleriyle yön bulan davranışsal etkiler, Conger ve Kanungo'nun yetkilendirme sürecinin beşinci ve son aşamasıdır. Bu aşamada alt kademede çalışanlara yükselmeleri için imkan verilmiş ve yetkinlik hissi kazandırılmıştır. Bu aşamayı takiben, bir davranışa başlama ve bunda ısrar etme duygusu incelenebilir. Conger ve Kanungo bu durumun özellikle lider pozisyonunda olanlar için önemli olduğunu belirtmektedir. Yetkinlik hissi kazanmış kişiler, moral bozulması ve değişikliklere uyum gibi bazı olumsuz etkilerden kendilerini arındırabilecekleri gibi yüksek performans ve motivasyona ulaşma yolunda kendilerini yetkili hissetmeyen kişilere göre daha avantajlı durumdadır [28]. Ayrıca, bu kişiler kendilerini yetkilendirilmiş hissettiklerinden dolayı, işlerinde daha tatmin olmuş hisseder, üretken hale gelir ve örgüte daha büyük çapta yardımcı olurlar [38].

IV.2. Thomas ve Velthouse'un Bilişsel Yetkilendirme Modeli

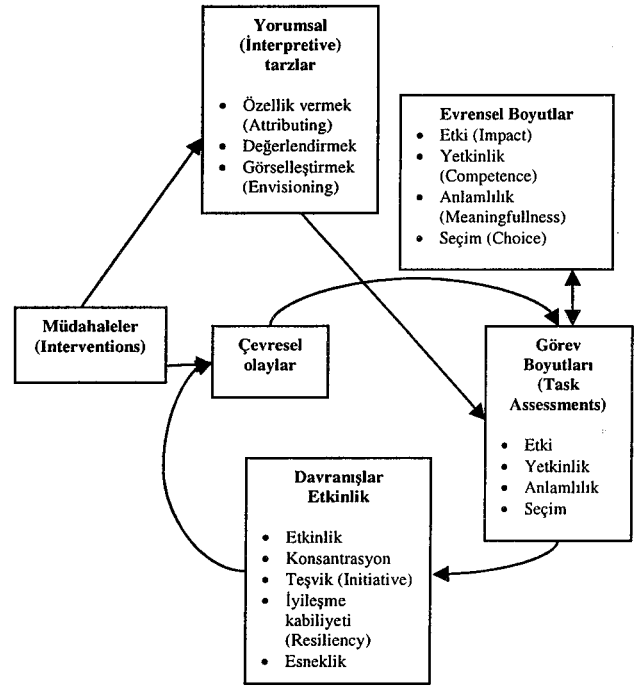
Conger ve Kanungo'nun yetkilendirme çalışmasını takiben Thomas ve Velthouse bilişsel yetkilendirme modelini oluşturdular [39]. Bu modelde uygulanan yöntem kişilerin motivasyonunu belirleyen kavramsal değişkenler kullanmak ve yetkilendirmeyi bu şekilde açıklamaktır. Çalışmada yetkilendirme kişinin zihninde oluşan psikolojik bir durum olarak görülmüştür. Bu modeldeki üzerinde durulan nokta, kişinin kendini yetkili hissetmesinin yine kişinin algıları ile nasıl bağlantılı olduğudur. Thomas ve Velthouse'un bu çalışmasından Conger ve Kanungo'nun bir önceki çalışmasının ana farkları şunlardır: a) Bir motivasyon aracı olarak yetkilendirme kavramı "asıl (intrinsic) görev motivasyonu" tanımlanmıştır. b) Bu motivasyona sebep olan görev boyutları ile açıklanmıştır. c) Çalışanların bu görev boyutlarına ulaşma süreçleri açıklanmıştır [39].

Brief ve Aldag'ın [40] "asıl iş motivasyonu" kavramı Thomas ve Velthouse tarafından "asıl görev motivasyonu" kavramını tarif etmek için kullanılmıştır. Thomas ve Velthouse asıl görev motivasyonunu kişilerin bir görevden doğrudan aldıkları olumlu deneyimler olarak tanımlamaktadır. Modelde asıl görev motivasyonu, motivasyon ve memnuniyet üreten genel ve görevle doğrudan ilişkili olan koşullar ifade edilmektedir.

Model üç tanesi merkez bölümü oluşturan altı öğeden ibarettir (Şekil.2). Model merkezinde insan davranışlarından etkilenen ve yinelenen çevresel olaylar ve sonuçları (performans ölçümleri, eğitim dönemi, nasihat verme), görev boyutları (etki, yetkinlik, anlamlılık, seçim) ve davranışlar (etkinlik, konsantrasyon, teşvik, iyileşme kabiliyeti, esneklik) bulunmaktadır. Çevreyle ilgili olaylar (1. öge), bir kişinin davranışlarının (3. öge) sonuçları ya da gelecek davranışları ile ilgili şartlar ve olaylar hakkında geri bildirim almasına olanak verir. Görev boyutları (2. öge) hür irade hissi, kişisel anlam, yetkinlik hissi ve etkinlik hissi, evrensel boyutlar (4. öge) ile karşılıklı ilişkilendirildiğinde ortaya çıkan unsurlar gerçeğin tasvirleri veya yapısı olarak kabul edilmektedir. Bir kişinin bu değerlerle ilgili hislerinin ne kadar yüksek olduğu, yetkilendirme hissiyle pozitif olarak ilişkilendirilmiştir.

Görev boyutlarından ilki olan **etki**, hangi davranışın bir işi başarmada fark yaratacağı varsayılan derecedir. Değişik araştırmacılar etkiyi değişik isimler altında kullanmışlardır. Örneğin Rotter etkiyi bir kontrol mevkii olarak incelemiş ve kendilerine olanları kontrol edebileceğine inanan kişilerin, kendi içlerinde bir kontrol yeri olduğunu söylemiştir. Buna karşın Rotter kendilerine olan her şeyin şans, inanç ve diğer güçlerin fonksiyonu olduğuna inanmaya meyilli kişilerin, kendi dışlarında bir kontrol yeri var olduğunu savunmuştur. Bu bağlamda

kendi davranışlarının sonuçlarından sakınan insanlar, her sorun yaşadıklarında korunmayı ve kurtarılmayı beklerler [41].



Şekil.2: Thomas and Velthouse (1990)- Kavramsal Yetkilendirme Modeli

Yetkinlik, kişilerin görevleriyle ilgili faaliyetleri yaptıkları zamanki beceri dereceleri ve bu faaliyetleri hangi düzeyde yapıp yapamadıkları ile ilgilidir. Yetkinliğin kişinin çevresiyle etkileşiminde ihtiyaç duyduğu bir öğrenme süreci olduğu öngörülmektedir. Yetkinlik kavramı da literatürde değişik isimler altında çalışılmıştır. Örneğin literatürde kendi kendine yetkinlik ve yetkinin aynı anlamları taşıdığı durumlar vardır. Bandura [36] kendi kendine yetkinliği, kişinin belirli başarıları üretmek için istenen hareket seyrini düzenleyebileceğine ve yerine getirebileceğine ilişkin kapasitesi olduğuna inancı olarak tanımlamaktadır. Kinlaw [26] yetkilendirmenin sadece insanlar yetkili olmak istediklerinde işe yaradığını ve yetkinin yetkilendirmenin en güçlü kontrol mekanizması olduğunu iddia etmektedir.

Anlamlılık görev amaç ya da hedef değeriyle ilgilidir. Bir kişinin işlerinde ne kadar anlamlı şeyler yaptığını ilgili algısı, kişinin tatmin ve yetkilendirme hislerini etkilemektedir [13,44]. Aslında bir kişinin işiyle ilgili asıl kaygısı ya da algılanan standartlar anlamlılığı açıklamaktadır. Bununla birlikte insanların nasıl hissettikleri hakkındaki bilişlerini etkileyen dış faktörler de önemlidir. Örneğin Bowie [43], anlamlı işi tanımlamak için Immanuel Kant'ın ahlak felsefesini örnek göstermektedir. Bowie'nin tanımı kişilerin anlamlı

çalışma hakkındaki düşüncelerine etki eden dış faktörlere işaret etmektedir. Bu tanıma göre anlamlı çalışma; çalışanın serbestçe bağımsızlığını ve özerkliğini uygulamasına izin veren, fiziksel kapasitesini geliştirmesine olanak tanıyan, maddi refah için yeterli olan ücreti sağlayan ve kişilerin ahlaki gelişimini destekleyen çalışmadır. Ayrıca bazı araştırmalarda iş anlamlılığı iş tatminine bağlanmıştır ve hizmet çalışanlarında iş tatmini ve yetkilendirme arasında olumlu bir ilişki bulunmuştur [18,44]. Bu nedenle, algılanan anlamlılık arttığında iş tatminin de artması beklenebilir.

Algılanan seçim veya hür irade, hareketlerin başlamasında ve işleyişinde oluşan tercih hissidir [45]. Hür iradeyi önemli ölçüde özümsemiş insanlar çevreleri üzerinde daha çok kontrole sahip olmaya yönelirler. Çünkü bu insanlar kendilerinin geleceklerine daha çok etki edebilecek güce sahip olduklarına inanırlar [46]. Ayrıca bu kişiler, diğerlerine göre aynı düzeyde çekiciliğe ve biraz belirsizliğe sahip olan anlamlı alternatiflerden bir tercih belirlediklerinde seçme deneyimini de yaşamış olurlar. Bu kavram Hackman ve Oldham'ın [47] 'özerkliğin doğurduğu psikolojik sorumluluk hissi' kavramıyla benzerlikler taşımaktadır.

Thomas ve Velthouse'ın modelindeki 4. öge olan evrensel boyutlar, görev boyutlarına göre daha geneldir. Modelde evrensel boyutlar geçmiş görev boyutlarının tümevarımsal çıktıları olarak varsayılır. Yorumsal tarzlar (5. öge) görev boyutları için ilave veri üretir. Thomas ve Velthouse' a göre yorumsal tarzlar, iş dizaynı ve karizmatik liderlik gibi var olan modellere eklendiğinde görev boyutlarındaki açıklanan uyumsuzluk derecesini (varyans) arttıracaktır.

Yetkilendirme üretmek için, çevresel etkenler ve kişinin yorumunu etkileyecek örnekler düzenlenir. Bunlar modelde araçlar/müdahaleler (intervention) (6.öge) olarak tanımlanır. Liderlik, delegasyon, iş dizaynı ve ödül sistemleri Thomas ve Velthouse tarafından görev değerlerine şekil veren ve genelde arttıran unsurlar olarak seçilmişlerdir. Ayrıca, Thomas ve Velthouse duygusal zorluklara ve kendini huzursuz edecek davranışlar oluşmasına sebep olacak akılcı olmayan inanışlar varsa, bu durumda kendini yetkilendirmenin önemli olduğuna işaret etmektedir.

IV. 3. Spreitzer ve Psikolojik Yetkilendirme

Spreitzer [48] yetkilendirme kavramının teorik olarak gelişimi ve geçerliliği üzerine bir seri çalışma yapmıştır. Dört görev boyutu (etki, yeterlik, anlam ve seçim) Spreitzer tarafından psikolojik yetkilendirmeyi işlemselleştirmek, tanımlamak ve ölçmek için kullanılmıştır. Spreitzer yetkilendirmeyi oluşturan koşulları ve yetkilendirme ile ilgili diğer faktörleri araştırmış, belirli durumlarda yetki hissini etkilerini test etmiş ve bu araştırdığı konular için istatistiki güvenilirlik

ve geçerlilik testlerini yapmıştır. Bununla birlikte, yetkilendirmenin boyutlarını da tespit etmiştir. Yapılan analizlerin sonuçları Thomas ve Velthouse'un "görev boyutlarını" ve belirlenen dört "evrensel boyutu" desteklemiştir. Spreitzer'in yetkilendirme boyutları anlamlılık hissi, yeterlilik hissi, özgür irade hissi ve pekiştirme hissini içermekteydi. Bu dört boyut, yetkilendirmenin psikolojik yönünü belirtirken, ilişkisel perspektifi ise yetkilendirmenin sosyo-yapısal unsurları tarafından belirlenmiştir. Organik yapı, destek, stratejik bilgilere erişme, örgüt kaynaklarına ulaşma ve örgüt kültürü, psikolojik yetkilendirmenin sosyo-yapısal ataları olarak tanımlanmıştır. Yenilik yapma, üst yönetime etki etme, kişisel ve yönetsel etkinlik ise yetkilendirmenin davranışsal sonuçları olarak tanımlanmıştır.

Dört boyutla birlikte yetkilendirmeye neden olan ve yetkilendirme sonucunda ortaya çıkan unsurlar Spreitzer'in yetkilendirme çalışmaları için bir yapı oluşturmuştur. Oluşturulan bu yapıyı deneysel olarak test etmek için Spreitzer çok uluslu bir şirketin 279 orta kademe yöneticisi ile bir çalışma yapmıştır [50]. Sonuçlar, yapının istatistiksel olarak geçerliliği ve dört boyutun kavramlaştırılması için güçlü bir destek oluşturmaktadır. Çalışmada sosyo-politik destek, kontrol alanı, stratejik bilgilere erişim yetkilendirmenin sebepleri olarak bulunurken, alt kadrolar tarafından değerlendirilen kaynaklara erişim, birlikte hareket etmek ve kültür ise yetkilendirmeye ilgili bulunmamıştır. Testin sonuçlarına göre yetkilendirilmişlik hissi, kişinin davranışlarını etkilemektedir. Sonuç olarak, yetkilendirmenin sosyo-yapısal sebepler ve davranışsal sonuçlar arasında bir arabulucu (mediator) görevi üstlendiği ortaya çıkmıştır.

Spreitzer psikolojik yetkilendirmeyi ve çeşitli örgütsel değişkenleri araştırmaya 1995 ve 2000 yılları arasında yapılmış çok sayıda araştırma yöneterek devam etmiştir [13,20,49-51]. Çalışmalarda kullanılan örneklem çoğunlukla aynı olduğu halde, bu çalışmaların hepsi farklı amaçlara hizmet etmektedir [51]. İlk çalışma, sosyo-yapısal bağlam ve davranışsal sonuçlar arasındaki ilişkiye odaklanmıştır [49]. Bu iki değişken arasındaki ilişkiyi araştırmak için Spreitzer sosyo-yapısal bağlamı, stratejik bilgi ve kaynaklara erişim, rol belirsizliği algılamaları, sosyo politik destek ve çalışma birimi kültürü olarak işlemselleştirmiştir. Davranışsal sonuçlar ise yenilikçilik ve etkinlik olarak işlemselleştirilmiştir. Hipotezlerin test edilmesi için 50 büyük şirketin farklı birimlerinde çalışan 324 orta kademe yöneticisinin katıldığı bir anket yapılmıştır. Sonuç olarak, kişisel yetkilendirmeye ilişkili bazı sosyo-yapısal değişkenler (rol belirsizliği, bilgilere erişme ve kültür ilişkili, kaynaklara erişme, sosyo-kültürel destek ilişkisiz) listelenmiştir. Bununla birlikte, yetkilendirmenin arabulucu (mediator) özelliği onaylanmazken, kişisel yetkilendirme ve etkinlik arasında önemli bir bağ olduğu bulunmuştur.

1995 deki ikinci çalışmada işyerindeki psikolojik yetkilendirmenin çok boyutlu ölçütleri incelenmiştir [13]. Öz saygı, öz eleştiri, bilgi ve ödüllendirme yetkilendirmeye neden olan unsurlar (atalar) olarak belirlenirken, yönetsel etkinlik ve yenilikçilik yetkilendirme sonuçları olarak ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, örneklem ikiye ayrılarak, oluşturulan yapının güvenilirliği ve 4 boyutun geçerliliği çift onaylı faktör analizi tarafından test edilip desteklenmiştir.

Psikolojik yetkilendirmenin sosyo-yapısal karakteristikleri Spreitzer'in 1996 yılı çalışmasında araştırılmıştır [50]. Bu çalışmada bir işin içeriğini biçimlendiren altı sosyo-yapısal karakteristik iş birimi yetkilendirmeyi kolaylaştırmak için test edildi. Bunlar; rol belirsizliği algısı, kontrol alanı, sosyo-politik destek, bilgi ve kaynaklardan yararlanma imkanı ve iş birimindeki ortamdır. Sosyo-politik destek, kontrol alanı, katılımcı bir ortam ve bilgidan yararlanma imkanı istatistiksel olarak yetkilendirmeye pozitif bir ilişki içindeyken, rol belirsizliği ve yetkilendirme arasında çok güçlü olumsuz bir ilişki bulunmuştur. Çalışmada, kaynaklardan yararlanma imkanı ve yetkilendirme arasında istatistiksel olarak ilişki bulunmamıştır. Sonuç olarak bu araştırma, bireylerin kararlara katılımında yüksek rol oynadığı sosyal ortamlarda her açıdan birçok fırsatın doğduğunu göstermektedir.

Psikolojik yetkilendirme ile etkinlik, tatmin ve duygusal gerginlik arasındaki ilişkiler, Spreitzer'in ve arkadaşlarının 1997 yılındaki çalışmasında incelenmiştir [20]. İlk olarak yetkilendirmenin dört boyutu tekrar gözden geçirilmiş ve daha sonra bu boyutlar ile etkinlik, tatmin ve duygusal gerginlik arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırmacılar, hem üretim hem de hizmet işçileri için bu değişkenlerin ilişkilerini test etmişler ve her iki gruptan da tutarlı sonuçlar bulmuşlardır. Araştırma sonuçlarına göre, yetkilendirmenin her boyutunun incelenen değişik unsurlar ile etkileşim içinde olduğu (yetkinlik ve etkinin itibar üzerine, anlamın iş tatmini üzerine) ortaya çıkmıştır.

Liderlik ile psikolojik yetkilendirme arasındaki ilişki, Spreitzer ve arkadaşlarının en son çalışmasında araştırılmıştır [51]. İncelenen konular yetkilendirme ve yetkilendirme ile ilgisi olduğu varsayılan liderlik ve liderlikle ilgili faktörlerdir. Araştırmada, yetkilendirme ile yenilikçi olma, yöneticileri etkileme, alt kademeye ilham verici olma ve durum değiştirme gibi dört değişim-yanlı liderlik davranışı arasında ilişki olduğu anlaşılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre yetkilendirmenin boyutları yenilikçilik, üst kademeyi etkileme ve ilham vericilikle ilgili bulunmuş, ancak yetkilendirmenin şimdiki durumu ve imkanları koruma etkisinin minimum olduğu anlaşılmıştır.

Spreitzer tarafından incelenen bu çalışmaların, psikolojik yetkilendirme araştırmalarının gelişimi üzerine

önemli etkileri olmuştur. Bu çalışmalar ile sadece psikolojik yetkilendirme kavramı aydınlanmakla kalmayıp, şimdiye kadar bu konu ile ilgili bir çok araştırılmamış sorunun anlaşılması da sağlanmıştır.

V. SONUÇ

Çalışanlar, yöneticiler öyle olduklarını söylediği için birdenbire kendilerini yetkilendirilmiş hissetmezler. Bazıları için yetkilendirme, müşteriyi nasıl karşılayacaklarına ve ne yapacaklarına karar vermeleri, diğerleri içinse herhangi bir sorunun üstesinden gelmeleri için neredeyse sınırsız kişisel karar verme gücü anlamına gelmektedir. Yetkilendirmeyi psikolojik olarak incelediğimizde, aslında birçok faktörün kişinin kendini yetkili hissetmesi için gerekli olduğu görmekteyiz. Çalışanların kendilerini psikolojik olarak yetkili hissedebilmeleri için kendilerini işlerinde etkili hissetmeleri, yetkin olmaları, hür iradelerini kullanabilmeleri ve işlerini anlamlı bulmaları gerekmektedir. Bütün bu boyutların tatmin olduğu kişilerin bulunduğu ortam için de tam anlamıyla "burada yetkilendirme var" diyemeyebiliriz. Yetkilendirme ancak, işletmelerin güç, haber, bilgi ve ödülleri örgütte tam anlamıyla dağıtan bir yapısı olduğunda gerçekleşir [52]. Bu durum, geleneksel yukarıdan aşağıya, kontrol odaklı yönetim modelinin, yüksek bir katılım ya da yüksek performans yaklaşımı için terk edildiğinde meydana gelebilir. Ayrıca, yetkilendirmenin hissedilebildiği bir iş ortamı yaratmak için, yalnızca yönetimin değil tüm çalışanların karar verme sürecine katıldığı ve işin kalitesi için kişisel sorumluluğun cesaretlendirildiği çok kademeli yönetim sisteminin kullanılması sağlanmalıdır [53].

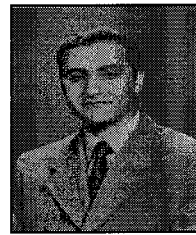
Liderlikten örgütsel değişime kadar yönetim konusunda yapılan birçok araştırmadan çıkan sonuç; her işletme veya her birey için "bir tek" ve "en iyi yol" olmadığıdır. Bu sonuç yetkilendirme için de geçerlidir. İşletmeler, yetkilendirme metodlarının ölçülmesi için "Yeni çalışma dizaynımız ve yapımız çalışanları daha fazla yetkilendirilmiş hissettiriyor mu?" "Yüksek çalışan yetkilendirme seviyeleri, müşteri memnuniyetindeki artışlarla birleştirilebilir mi,bağdaşılıyor mu?" gibi sorulara cevap bulmalıdır. Ayrıca, yetkilendirme, uygun çalışanların seçimi ve yüksek eğitim ücretleri gibi yatırımlara neden olabileceği için, bu yatırımlarda geri dönüş olup olmadığını takip etmek önemlidir. Birçok sektörde uzun yıllardır etkili ve verimli bir yönetim tekniği olarak anılan yetkilendirmenin özellikle hizmet sektöründe yavaş adımlarla benimsenmesi, işletmeler için "önce benimsemiş işletme olmanın" avantajlarını yakalama fırsatı yaratmaktadır. Hizmet işletmeleri için rekabet baskısı da dahil olmak üzere bu yavaş adımların bir çok nedeni vardır. Son yıllarda imalat şirketleri yabancı rekabet ve değişen pazarlama koşullarının etkisiyle yetkilendirme uygulamalarını daha çabuk bir

şekilde benimsemektedir. Ancak, hizmet sektöründe biraz yabancı rekabet ve gittikçe daha da zorlaşan iç rekabet olmasına rağmen değişmek için aşırı baskı yoktur. Yetkilendirme hizmet işletmelerinde daha fazla uygulandıkça kazanılan tecrübeler, olası sıkıntıların üstesinden gelmek için stratejiler bulunmasını sağlayabilecektir. Çalışanları yetkilendirmenin sonuçlarının hem faydalı, hem de yapılabilir oldukları kanıtlanmaya devam edildikçe, daha çok işletme, yetkilendirmeyi en iyi yönetim yaklaşımı olarak kabul edeceklerdir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] DURNFORD, T., "Redefining Value: For Whom the Taco Bell Tolls", **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, Vol.38, No: 3, 1997, ss.74-80.
- [2] FOSTER-FISHMAN, P.G.; SALEM, D.A.; CHIBNALL, S.; LEGLER, R.; YAPCHAI, C., "Empirical Support for the Critical Assumptions of Empowerment Theory", **American Journal of Community Psychology**, Vol.26, No: 4, 1988, ss.507-536.
- [3] DONOVAN, M., "The Empowerment Plan", **Journal for Quality and Participation**, Vol.17 No.4, 1994, ss.12-14.
- [4] TOWNSEND, P.; GEBHARDT, J., **The Art and Strategy of Creating Leaders at Every Level**, John Wiley & Sons Inc, New York, 1997.
- [5] CONNER, P.E., "Total Quality Management: A Selective Commentary on its Human Decisions", **Public Administration Review**, Vol.57, No: 6, 1997, ss.501-509.
- [6] RUDOLPH, H.R.; PELUCHETTE, J.R., "The Power Gap: Is Sharing or Accumulating Power the Answer", **Journal of Applied Business Research**, Vol.9, No: 3, 1993, ss.12-20.
- [7] BELL, C.R.; ZEMKE, R., "Do Service Procedures Tie Employees' Hands?", **Personnel Journal**, Vol.67, No: 9, 1988, ss.76-83.
- [8] STERNBERG, L., "Empowerment: Trust vs. Control", **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, Vol. 33, No: 1, 1992, ss.68-72.
- [9] PARKER, L.E.; PRICE, R.H., "Empowered Managers and Empowered Workers: The Effects of Managerial Support and Managerial Perceived Control on Workers' Sense of Control over Decision-Making", **Human Relations**, Vol.47, No: 8, 1994, ss.911-928.
- [10] PFEFFER, J., **Competitive Advantage Through People**, Harvard Business School Press, Boston, 1994.
- [11] BEER, V., "Guerilla Tactics for Employee Empowerment", **Performance Improvement Quarterly**, Vol.4, No: 4, 1991, ss.62-70.
- [12] KHAN, S., "The Key to Being a Leader Company: Empowerment", **Journal of Quality and Participation**, Vol.20, No: 1, 1997, ss.44-50.
- [13] SPREITZER, G.M., "Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation", **Academy of Management Journal**, Vol.38, No: 5, 1995, ss.1442-1465.
- [14] LEVITT, T., "Production Line Approach to Service", **Harvard Business Review**, Vol.50, No: 4, 1972, ss.41-52.
- [15] BOWEN, D.E.; LAWLER, E.E., "Empowering Service Employees", **Sloan Management Review**, Vol. 36, No: 4, 1995, ss.73-84.
- [16] ZEELENBERG, M.; PIETERS, R., "On Service Delivery that Might Have Been: Behavioral Responses to Disappointment and Regret", **Journal of Service Research**, Vol.2, 1999, ss.86-97.
- [17] BRYMER, R.A., "Employee Empowerment: A Guest Driven Leadership Strategy", **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, Vol.32, No: 1, 1991, ss.58-68.
- [18] FULFORD, M.D.; ENZ, C.A., "The Impact of Empowerment on Service Employees", **Journal of Managerial Issues**, Vol.7, No: 2, 1995, ss.161-175.
- [19] LASHLEY, C., "Employee Empowerment in Services: A framework for Analysis", **Personnel Review**, Vol.28, No: 3, 1999, ss.16-19.
- [20] SPREITZER, G.M.; KIZILOS, M.A.; NASON, S. W., "A Dimensional Analysis of the Relationship Between Psychological Empowerment and effectiveness, Satisfaction, and Strain", **Journal of Management**, Vol.23, No: 5, 1997, ss.679-704.
- [21] STEERS, R.; PORTER, L., **Motivation and Work Behavior**, McGraw-Hill, New York, 1983.
- [22] SHERMAN, A.W.; BOHLANDER, G.; CHRUDEN, H., **Managing Human Resources**, 8th Edition, South-Western Publishing Co, Cincinnati, 1988.
- [23] GRIFFIN, R.W., **Management**, 3rd Edition, Houghton Mifflin Company, Boston, 1990.
- [24] CARRELL, M.; KUZMITS, F.; ELBERT, N. **Personnel /Human Resource Management**, 4th Edition, Macmillan Publishing Co, New York, 1992.
- [25] MCGREGOR, D., **The Human Side of Enterprise**, McGraw- Hill, New York. 1960.
- [26] KINLAW, D.C., **The Practice of Empowerment**, Gower Publishing, Vermont, 1995.
- [27] SCHEIN, E., "In Defense of Theory Y", **Organizational Dynamics**, Vol.4, No: 1, 1975, ss.17-30.

- [28] CONGER, J.A.; KANUNGO, R.N., "The Empowerment Process: Integrating Theory and Practice", **Academy of Management Review**, Vol.13, No: 3, 1988, ss. 471-482.
- [29] KIZILOS, P., "Crazy About Empowerment?", **Training**, Vol.27, No: 12, 1990, ss.47-56.
- [30] DECI, E.L., **Intrinsic Motivation**, Plenum, New York, 1975.
- [31] BANDURA, A., **Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive View**, Prentice Hall, New Jersey, 1986.
- [32] BANDURA, A., **Social Learning Theory**, Prentice Hall, New Jersey, 1977.
- [33] BANDURA, A., "Self-Efficacy Mechanism in Human Agency", **American Psychologist**, Vol.37, 1982, ss.122-147.
- [34] WOOD, R.; BANDURA, A., "Social Cognitive Theory of Organizational Management", **Academy of Management Review**, Vol.14, No: 3, 1989, ss.361-384.
- [35] LOCKE, E. A., "Self-Efficacy: The Exercise of Control", **Personnel Psychology**, Vol.50, No: 3, 1997, ss.801-804.
- [36] BANDURA, A., **Self-Efficacy: The Exercise of Control**, Freeman, New York, 1997.
- [37] LOCKE, E.A.; LATHAM, G.P., **A Theory of Goal Setting and Task Performance**, Prentice Hall, New Jersey, 1990.
- [38] KANUNGO, R.N., "Alienation and Empowerment: Some Ethical Imperatives in Business", **Journal of Business Ethics**, Vol.11, No: 5, 1992, ss.413-422.
- [39] THOMAS, K.W.; VELTHOUSE, B.A., "Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of Intrinsic Task Motivation", **Academy of Management Review**, Vol.15, No: 4, 1990, ss.666-681.
- [40] BRIEF, A.B.; ALDAG, R.J., "The Intrinsic-Extrinsic Dichotomy: Toward Conceptual Clarity", **Academy of Management Review**, Vol.2, 1977, ss. 496-500.
- [41] ROTTER, J.B., Generalized Expectancies for Internal versus External Control of Reinforcement. **Psychological Monographs**, 1966.
- [42] LAWLER, E.E. **Motivations in Work Organizations**, Brooks-Cole Publishing Co., Monterey, Ca, 1983.
- [43] BOWIE, N.A., "Kantian Theory of Meaningful Work", **Journal of Business Ethics**, Vol. 17, No: 9, 1998, ss.1083-1092.
- [44] KOBERG, C.; BOSS, W.R.; SENJEM, J.C.; GOODMAN, E.A., "Antecedents and Outcomes of Empowerment: Empirical Evidence from the Health Care Industry", **Group and Organization Management**, Vol.24, No: 1, 1999, ss.79-91.
- [45] DECI, E.L.; CONNELL, J.P.; RYAN, R.M., "Self-Determination in a Work Organization", **Journal of Applied Psychology**, Vol.74, 1989, ss. 580-590.
- [46] DECI, E.L.; RYAN, R.M., **Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior**, Plenum Press, New York, 1985.
- [47] HACKMAN, J.R.; OLDHAM, G.R., **Work Redesign**, Addison-Wesley, Reading, MA, 1980.
- [48] SPREITZER, G.M., When Organizations Dare: The Dynamics of Psychological Empowerment in the Workplace, **Unpublished Doctoral Dissertation**, University of Michigan, 1992.
- [49] SPREITZER, G.M., "An Empirical Test of a Comprehensive Model of Intrapersonal Empowerment in the Workplace", **American Journal of Community Psychology**, Vol.23, No: 5, 1995, ss.601-629.
- [50] SPREITZER, G.M., "Social Structural Characteristics of Psychological Empowerment", **Academy of Management Journal**, Vol.39, No: 2, 1996, ss.483-504.
- [51] SPREITZER, G.M.; De JANASZ, S.C.; QUINN, R.E. "Empowered to Lead: The Role of Psychological Empowerment in Leadership", **Journal of Organizational Behavior**, Vol.20, 1999, ss.511-526.
- [52] LAWLER, E.E.; MOHRMAN, S.A.; LEDFORD, G.E., **Creating High Performance Organization: Impact of Employee Involvement and Total Quality Management**, Jossey-Boss, San Francisco, 1992.
- [53] LAWLER, E.E., **The Ultimate Advantage**, Jossey-Boss, San Francisco, 1992.



Murat HANÇER

Adnan Menderes University
School of Tourism&Hotel Management
Candan Tarhan Bulvarı, No:6
09400 Kusadasi, AYDIN

Tel: +90 (256) 612 55 03
mhancer@adu.edu.tr

Murat HANÇER received a Ph.D. degree in Foodservice Management & Hospitality in the Ohio State University. He now works as an Assistant Professor in the School of Tourism and Hotel Management at Adnan Menderes University, Kusadasi, Turkey. His research focuses on organizational psychology and hospitality management. In particular, he has been working on several projects in social psychology, crisis management, psychological empowerment and e-tourism.

STRATEJİK YÖNETİM AÇISINDAN KRİZ KAYNAKLARINA İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME

Tuncer ASUNAKUTLU¹, Barış SAFRAN²

¹ Muğla Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Yrd.Doç.Dr.

² Muğla Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Araştırma Görevlisi

FACTORS UNDERLYING A CRISIS SITUATION: A STRATEGIC MANAGEMENT POINT OF VIEW

Abstract: Managerial decision making today requires simultaneous consideration, evaluation and correct interpretation of many factors. Severe competition and growing consumer expectations have considerable effects on decision makers. When managers make decisions with insufficient data and inadequate evaluation, they may encounter with crisis. Unexpected negative changes both in external and internal conditions cause organizations to face with crisis. This study aims to examine possible factors of crisis from the strategic management point of view. Deficiency in organizations' adaptation to environmental factors causes a strategic gap. In the analysis, the factors that may lead to the strategic gaps and their interrelationships are taken into account together. These factors grouped, in the study, as to get insufficient or false environmental analysis, to have strict organizational structure, not to ensure environmental support, not to use of appropriate or adequate resources, to belittle open system or environmental effects, to ignore signals of changes related to managerial faults and deficient implementations.

Keywords: Strategic Management, Crisis, Crisis Management, Strategic Gap.

STRATEJİK YÖNETİM AÇISINDAN KRİZ KAYNAKLARINA İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME

Özet: Günümüzde işletmeler açısından yönetim sürecinde doğru karar verme, pek çok faktörün eş zamanlı olarak değerlendirilmesini ve doğru şekilde yorumlanmasını gerekli kılmaktadır. Artan rekabet ve tüketici beklentilerindeki değişimler karar vericileri büyük ölçüde etkilemektedir. İşletme yönetiminde yetersiz bilgi ve değerlendirme ile karar verildiğinde kriz durumuyla karşılaşabilmektedir. Hem çevresel şartlarda, hem de işletmenin iç yapısında beklenmeyen olumsuz değişimler, işletmelerin kriz ile karşılaşmalarına yol açmaktadır. Stratejik yönetim açısından krize yol açabilmesi olası unsurların sistematik olarak incelenmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışmada kriz ve kriz yönetimi kavramları açıklanmakta ve kriz kaynakları genel olarak değerlendirilmektedir. Örgütsel yapının çevresel şartlara uyumundaki eksiklik stratejik açıklığa ve dolayısıyla krizlere yol açmaktadır. Çalışmada stratejik açıklığa yol açabileceği düşünülen unsurlar ve bu unsurlar arasındaki ilişkiler birlikte değerlendirilmiştir. Söz konusu unsurlar çalışmada; eksik veya yanlış çevre analizi yapma, katı örgüt yapısına sahip olma, yeterli çevre desteği sağlayamama, kaynakların yeterli ve uygun olmaması, açık sistemi ve çevre etkisini hafife alma, yetersiz uygulama ve yöntem yanlışlıkları ile değişikliklerle ilgili sinyalleri önemsememe olarak yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Yönetim, Kriz, Kriz Yönetimi, Stratejik Açıklık

I. GİRİŞ

Günümüzde toplumsal yaşam ve iktisadi anlayışlar büyük ölçüde değişime uğramaktadır. Yönetim, sürekli iyileştirme, kalite ve müşteri memnuniyeti anlayışlarına uygun olarak düzenlenmekte ve farklı açılardan geliştirilmektedir. Gelişen ve değişen şartlara uyum sağlayabilen işletmeler iktisadi olarak varlıklarını sürdürürken, bunu başaramayanlar ise ciddi krizlerle karşılaşabilmektedirler.

Krizler; çok çeşitli faktörlere bağlı olarak ortaya çıkan ve ciddi olumsuz etkilere yol açan istenmeyen ve beklenmedik durumlardır. Kriz durumunda işletmenin yönetimi güçleşmekte ve krizler özgün yönetim araçlarının kullanımını gerekli kılmaktadırlar. Doğru ve uygulanabilir çözümler krizlerin yarattığı olumsuz etkileri

en aza indirirken, yapılabilecek hatalar istenmeyen ve geri dönüşü imkansız sonuçlara yol açabilmektedir. İşletmelerin iç ve dış çevrelerinde meydana gelen olaylar, fırsatların ortaya çıkmasına yol açtığı gibi aynı zamanda tehditlerin oluşmasına da neden olmaktadır. Çevresel şartlardaki beklenmedik değişimlerin yarattığı tehditler önlem alınmadığında krizlere yol açabilmekte ve işletmelerin kaynak kayıpları ile karşılaşmalarına neden olmaktadır. Söz konusu kaynak kayıplarının önlenmesi, krizin ortaya çıkmadan önce belirlenmesine ve önlem alınmasına bağlı olmaktadır. Bu amaçla öncelikle krize yol açabilecek unsurlar önceden belirlenmeli ve analiz edilmelidir. Bu çalışmada söz konusu nedene dayalı olarak stratejik yönetim açısından kriz kaynaklarına ilişkin bir değerlendirme sunulmaya çalışılacaktır.

Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kriz ve kriz yönetimi kavramlarına yer verilmektedir. İkinci bölümde kriz kaynakları genel olarak incelenmekte ve stratejik yönetimin özellikleri ile ilişkilendirilerek değerlendirilmektedir. Bu kısımda stratejik yönetimin öngördüğü yaklaşımlar ile kriz kaynakları arasındaki ilişkilere yer verilmekte ve sonuçta kriz kaynaklarının stratejik açıdan içeriği ve önemi vurgulanmaya çalışılmaktadır.

II. KRİZ ve KRİZ YÖNETİMİ KAVRAMLARI

Günümüzün değişken ve karmaşık ekonomik, teknolojik ve politik yapısından dolayı işletmeler kriz, risk ve belirsizlik durumlarıyla sık sık karşılaşmaktadırlar. Genel olarak kriz, hızlı ve ani bir şekilde meydana gelen, önceden tahmin edilemeyen ve zaman baskısı yaratan bir durum olarak belirlenebilir [1]. Başka bir ifadeyle kriz; şirketlerin ödeme gücünü ve performanslarını etkileyen acil ve beklenmeyen olaylar olarak tanımlanabilmektedir [2]. Daha kapsamlı bir tanıma göre ise kriz; örgütsel amaçların gerçekleştirilmesi için fırsat veya tehdit yaratan, işletmenin amaçlarına ulaşma yeteneğini azaltan veya ortadan kaldıran, karar vermede organizasyonel araştırmaları gerekli kılan, çözüm stratejilerinin belirsizliği nedeniyle risk yaratan bir durum olarak ifade edilebilir [3].

Krizler, örgütlerin üst düzey hedeflerini tehdit etmekle birlikte, yaşamlarını tehlikeye sokan ve ivedi tepki gösterilmesini gerektiren durumlardır. Ayrıca örgütlerin öngörme ve ön izleme mekanizmalarını yetersiz bıraktıklarından gerilime yol açarlar [4]. Organizasyonların örgütsel ve yönetsel süreçlerinde işleyiş bozukluklarına ve örgütsel düzenin büyük ölçüde sarsılmasına neden olmaktadır. Plansız bir biçimde ortaya çıkan sorunların giderilmesi için mevcut çözüm yollarının yetersiz kalması sonucu oluşan çaresizlik durumu krizi ifade etmektedir [5].

Kriz yönetimi muhtemel bir krizin engellenmesi amacıyla uyarı sinyallerinin saptanması, koruma ve önleme mekanizmalarının oluşturulması ile örgütün krizi tamamen ortadan kaldırması veya en az kayıpla atlatabilmesi için gerekli faaliyetlerin belirlenmesi ve uygulanması sürecini kapsar [6]. Bu süreçte en büyük sorumluluk tepe yöneticilerine düşmektedir. Kriz zamanlarında yönetici, bir stratejist gibi olayların önemini önyargısız kavrayıp tehlikeyi sezerek çabuk karar vermek zorundadır [7].

Krizi yönetebilmek ve olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak için hazır ve her durumda kullanılabilir bir formül veya çözüm önerisi bulunmamasına ve literatürde kriz süreciyle ilgili çok farklı sınıflandırmalar olmasına rağmen genel olarak üç aşamadan söz etmek mümkündür [8]: Birinci aşama olan kriz uyarılarının algılanması

sürecinde örgütün çevreyle olan ilişkilerinde sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Örgütün veri toplama sistemleri kriz sinyallerinin tespitinde geç kalır veya yöneticilere iletmeye etkisiz olursa gerekli önlemler alınamayacak, yönetim eksik veriyle ve geçmiş deneyimlerine dayanarak yanlış kararlar alacak ve kriz dönemine girecektir [9]. İkinci aşama olan kriz döneminde; hem işgörenler hem de yöneticiler arasında panik başlamakta, yetki merkezleşmekte ve buna bağlı olarak karar alma sürecinde bozulmalar ortaya çıkmaktadır [10]. Üçüncü aşama olan çözüm veya çöküş evresi; işletmenin içine düştüğü krize cevap verebilmek için son şans olarak değerlendirilmektedir. Üst yönetim veya oluşturulmuşsa kriz yönetim ekibi üyeleri, stratejiyi seçmeli, amaçları oluşturmalı ve değişikliği başlatmalıdır. Aksi takdirde örgütün devamlılığı tehdit altına girer ve işletme faaliyetlerine son vermek zorunda kalabilir [11].

III. KRİZ KAYNAKLARININ GENEL DEĞERLENDİRMESİ

Krizler; doğal afetler dışında, teknoloji, insan davranışları ve örgütsel kültürün etkileşiminin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Geniş bir biçimde düşünülecek olursa, kriz yönetimi açısından öncelikle bu sistemlerin üçünün karşılıklı olarak yönetilmesi gerekmektedir. Örgütsel gelişme, örgütleri ortaya çıkaran unsurların (fiziki, mali, beşeri) karşılıklı etkileşiminin, uyumunun ve etkinliğinin bir sonucu olarak ortaya çıktığı gibi, örgütsel kriz de, bu unsurların tümünün karşılıklı ve bağımlı etkileşiminin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle krizin analiz edilmesinde örgütü oluşturan tüm unsurların aynı anda ve bir arada göz önünde bulundurulması gerekmektedir [5].

Krizin hemen hemen her türü insan, teknoloji ve örgütün diğer unsurları arasındaki etkileşimin eş zamanlı olarak bozulmasına sebep olur. Her şeyden önce kriz, beklenmeyen ve örgüt tarafından kolay sezilemeyen bir durumdur. Krizle ilgili bazı belirtiler olabilir. Ancak bu noktada önemli olan, örgütün bu belirtileri ve işaretleri sezmiş olması ve çevresel değişimlere karşı büyük bir duyarlılık göstererek, örgütün krize girmesini engelleyecek tedbirler almasıdır [5].

Krize yol açtığı düşünülen unsurlar arasında yer alan dış çevreye ilişkin etmenler; ekonomik dalgalanmalar ve düzensizlik, arz talep dengesizliği gibi ekonomik sistem ve durumla ilgili öğeler, teknolojik gelişmeler, toplumun değer, beklenti ve yaşam tarzlarındaki değişimler, hukuksal ve siyasi sınırlamalar, uluslararası rekabet, savaş, deprem veya sel gibi doğal afetler olarak sayılabilir [12]. İç çevre faktörleri ise; koordinasyon, kontrol ve iletişimin yetersiz olması, işletmenin içinde bulunduğu hayat safhası, örgüt yapısının katılığı ve yönetimin merkezleşme derecesi, işletmenin büyüklüğü ve yönetimin yetersizliği olarak sıralanabilir [13].

Hızlı çevresel değişimler, örgütün bilgi kaynaklarının yetersizliği, bilgilerin güncel olmaması, gereksiz bilgi, yetersiz haberleşme ve koordinasyonsuzluk, plansızlık, farklı değer sistemlerinin varlığı ve buna bağlı olarak gelişen örgütsel çatışma gibi olumsuzluklar, örgütlerde krize kaynaklık eden unsurlar arasında yer almaktadır. Bu unsurların yanında organizasyonlarda krizi ortaya çıkaran en önemli nedenler şunlardır [5]:

a) Finansal problemlerin bir sonucu olarak gelişen kriz; (borçların artması, sermaye problemleri)

b) Ürün ve piyasa krizi; (pazar payının azalması ve piyasaya girememe)

c) İnsana ve organizasyona ilişkin kriz; (istihdam ve yönetim problemleri, etkin olmayan yönetim, nitelikli emek problemi vb.)

Ayrıca örgütlerde krize yol açan diğer kriz kaynakları da aşağıdaki şekilde sıralanabilir[14];

1. Büyük ürün kayıpları
2. Büyük fabrika ve ekipman kayıpları ile endüstriyel kazalar
3. Büyük bilgisayar arızaları (çökmeleri)
4. Yanlış şayia, kötü maksatlı karalamalar
5. Terörizm
6. Yetersiz ve hatalı eğitim faaliyetleri
7. Bilgisizlik ve iletişimsizlik durumları

IV. STRATEJİK YÖNETİM AÇISINDAN KRİZ KAYNAKLARI

Strateji, işletme ile çevresi arasındaki ilişkileri analiz ederek işletmenin yönünün ve amaçlarının belirlenmesi, bunları gerçekleştirecek faaliyetlerin tespiti ve örgütün yeniden düzenlenerek gerekli kaynakların tahsis edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır [4]. Bir girişimin, temel ve uzun dönemli amaç ve hedeflerinin saptanması ve yapılacak faaliyetlerin belirlenmesi [15] de strateji kavramını ifade etmektedir. Stratejik yönetim ise; etkili stratejiler geliştirmeye, uygulamaya ve sonuçlarını değerlendirerek kontrol etmeye yönelik kararlar ve faaliyetler bütünü [4] olarak ifade edilmektedir.

Stratejik yönetim, işletmenin uzun vadeli amaçları ile ilgilenmektedir. Dolayısıyla operasyonel olarak üst yönetimce yapılan her türlü girişim, işletmenin geleceğine yönelik olmalıdır. Bugünkü yapının ve geçmiş

birikimlerin etkin şekilde analiz edilmesi, gelecek yönelimli olan stratejik yönetimin karar altyapısını hazırlamaktadır. Bu noktada, örgüt unsurlarına düşen ise, üst yönetimce tasarlanan geleceği gerçekleştirmeye yönelik sorumluluğu üstlenmek olarak ifade edilebilir [16].

Stratejik yönetim, organizasyonların iç ve dış çevre koşullarının analiz edilerek öğrenilmesi, stratejik yönünün belirlenmesi, amaçlara ulaştıracak stratejilerin yaratılması ve uygulanması ve tüm bu faaliyetlerin örgütle ilgilenenleri tatmin edecek şekilde düzenlenmesi ve denetlenmesi sürecidir [17]. Bu yüzden şirket stratejisi örgütlerin gelecekteki temel yönlenişi; yani amaçları, hedefleri ve kaynaklarıyla ilgili olduğu kadar, aynı zamanda, faaliyetlerini yürütürken gerçekleşen çevreyle etkileşim sürecini de kapsamaktadır [18]. Bu etkileşim sürecinde dış çevrenin sürekli olarak gelişmesinin yanı sıra, yönetimin başarısız uygulamaları da söz konusuysa, stratejik açıklık ortaya çıkmakta ve bu durum örgütlerde krize yol açmaktadır [13].

Örgütsel yapının çevresel şartlara uyumundaki eksiklik sonucunda ortaya çıkan stratejik açıklık, bu çalışmada sıralanan tüm kriz kaynaklarının yanında stratejik açıdan yapılan değerlendirmede önemli bir kriz nedeni olarak görülebilir. Bununla birlikte genel olarak işletmelerin krizle karşılaşmalarına neden olan, yani krize kaynaklık eden etmenler üç grup halinde değerlendirilebilir. Bunlar; dış çevre faktörleri, örgüt içi faktörler ve başarısız yönetim ve iç ve dış çevre faktörlerinin etkileşimidir [5].

Dış çevre faktörleri arasında yer alan unsurlar; doğal felaketler, genel ekonomik belirsizlikler, teknolojik gelişmeler ve yenilikler, sosyo-kültürel faktörler, hukuksal ve politik düzenlemeler, uluslararası ilişkiler olarak sıralanmaktadır. Örgüt içi faktörler ve başarısız yönetim kapsamında ise; örgütsel yapı, üst düzey yönetimin yetersizliği ve insan faktörü, bilgi toplama ve değerlemede yetersizlik, kurumların tarihi geçmişi deneyimleri, yaşam evreleri, örgüt kültürü ve iklimi ile ilgili sorunlar gibi unsurlar yer almaktadır. İç ve dış çevre faktörlerinin etkileşimi ise, krizin ortaya çıkmasını iki açıdan etkilemektedir. Bunlar; örgüt ile çevresi arasındaki bağımlılık derecesi ve krizi algılama biçimi ve gösterilen tepkidir [5].

Tutar' a göre krizin kaynakları ile ilgili olduğu düşünülen üç kavram vardır. Bunlar; "değişim", "statüko", ve "istikrar" kavramlarıdır. Değişim durumları birçok iç ve dış faktörün yol açtığı özel durumlardır. Değişimin süreklilik arz etmesi ve değişim derecesinin farklılığı örgütsel anlamda krize zemin hazırlamaktadır. Ancak değişime uyulması durumunda istikrar yaratılabilir. Örgütsel ve yönetsel etkinlikler, değişim koşullarını takip ettiği oranda istikrar vardır. Bu arada belli bir zaman diliminde var olan ve süregelen fiili ve

yapısal durumu ifade eden kavram ise statükodur. Statükoyu korumada istikrar yoktur. Sürekli ve kesintisiz değişimin olduğu bir ortamda istikrar ancak konjonktürün getirdiği koşullara uymakla sağlanabilir [5].

Stratejik yönetimin önemli özellikleri ile kriz kaynakları arasındaki ilişkilerin kurulması amaçlandığından, çalışmanın bu kısmında stratejik yönetimin önemli özellikleri ele alınmaktadır. Stratejik yönetim yaklaşımında genel olarak uzun dönemli yaşama ve gelişme üzerine odaklanılmakta ve geleceğe yönelik karlılık ve büyüme hedeflenmektedir. Büyümenin yanı sıra, gelişme ve süreklilik, beklenen sonuçlar arasında yer almakta, çok sayıda değişken ve çok kaynaklı veri yapısı kullanılmakta, yenilikçi ve esnek bir örgüt yapısı önerilmektedir. Liderlik, değişimlerden etkilenen ve açık bir nitelik taşıırken, problem çözmenin katılımcı yapıda olması beklenmektedir. Zaman tercihi uzun vadeye dayalı olmakta ve fonksiyonel yönetim anlayışına göre tercih edilen risk derecesi göreceli olarak daha yüksek olabilmektedir [4].

Gelecekte işletmeyi doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemesi muhtemel unsurlar, stratejik nitelikli unsurlar olarak değerlendirilmektedir. İşletmelerin yapıları, faaliyet alanları ve faaliyet bölgeleri, kriz konusuna yaklaşımlarında belirleyici olmaktadır. Yüksek teknoloji üreten işletmeler için kriz kaynağı olabilecek bir unsur, klasik endüstriyel alanda üretim yapan bir işletme için stratejik nitelikli bir kriz kaynağı olmayabilir. Sonuç olarak bir unsurun stratejik açıdan krize kaynaklık etmesi görecelidir ve işletmelere ve çevreye ilişkin bir çok değişkene bağlı bulunmaktadır.

İşletmelerde strateji geliştirme süreci temelde beş aşamadan oluşmaktadır [17]. Bunlar, sırasıyla; iç ve dış çevrenin analizi, stratejik amaçların tespiti, şirket stratejisinin formüle edilmesi, seçilen stratejinin uygulanması ve kontrolü ve son olarak yeniden değerlendirmedir. Bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesi sırasında örgüt çevresi arasında oluşan stratejik açıklık belirli nedenlere bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bunlar arasında; örgüt yönetimi tarafından sürekli değişen ve karmaşıklaşan çevre koşullarının yeterince analiz edilememesi ile örgüt yapısının katılığı ve yetersiz çevre desteği sayılabilir. Ayrıca yetersiz ve uygun olmayan kaynaklar, açık sistemin ve çevre etkisinin basite alınması, yetersiz uygulama ve yöntem hataları ile çevre sinyallerinin dikkate alınmaması stratejik açıklığa ve dolayısıyla krize yol açması olası nedenler arasında gösterilebilir [4]. Çalışmanın amacına uygun olarak stratejik yönetimin genel özellikleri ile stratejik açıklığa yol açabileceği düşünülen bu unsurlar arasındaki ilişkilerin birlikte değerlendirilmesine aşağıda yer verilmektedir:

1.Eksik veya yanlış çevre analizi: Sistematik bir çevre analizi yapmayan işletmeler, zaman baskısı

nedeniyle çevresel değişimlere uygun olmayan seçimlere yönelmekte ve işletmenin etkinliğinde düşüşler yaşanabilmektedir. Çevresel değişimlerin neden olduğu mevcut faaliyetleri kısıtlama, sınırlama ve tehlikeye sokma gibi sonuçlar, eksik ve yanlış analiz nedeniyle öngörülenemediğinden krize neden olabilmektedirler [19]. Kasım 2000 ve Şubat 2001 ekonomik krizlerinin tekstil sektörü üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan bir araştırmadan elde edilen sonuçlar, örnek işletmelerden yalnızca %14'ünün krizi tahmin edebildiğini ortaya koymaktadır. Bu işletmelerin %75'i krizden olumsuz etkilenmiştir [30]. Kriz durumunda ortaya çıkan ağır şartlar, zaman baskısı ve gelişen olayların etkisiyle, dikkatin, çoğu zaman farklı alanlara dağılmasına ve analizlerin sağlıklı olmasına yol açabilmektedir [20].

Çevrenin yanlış ve eksik değerlendirilmesi stratejik yönetimin temel görüşleri arasında yer alan uzun dönemli yaşama ve gelişme beklentisi ile büyük ölçüde ilintilidir. Ayrıca stratejik yönetimin öngördüğü geleceğe yönelik karlılık ve büyümenin eksik ve yanlış çevre analizi durumunda gerçekleşmesi oldukça güç görünmektedir. İşletmelerin çevreyi, amaçları ile ilgili olarak sürekli ve ayrıntılı olarak analiz etmesi ve değişimleri gözleyip yorumlaması, uzun dönemde riskleri büyük ölçüde kontrol etmesine ve fırsatları değerlendirebilmesine olanak sağlayabilecektir.

2.Örgüt yapısının katılığı: Örgütler büyüdükçe formelleşmiş ilişkiler yaşanmakta, kurallar ve standartlaştırılmış prosedürler uygulanmaya başlanmakta ve yapı, çevresel değişimlere uyum gösteremeyecek kadar katılaşabilmektedir [5]. Çevresiyle uyum içerisinde olmayan işletmelerin "girdi-süreç-çıkıtı" akışı da olumsuz etkilenmektedir [21]. Katı hiyerarşik yapılanma nedeniyle, yönetim kademeleri arasında etkin bir iletişim sağlanamaması, örgütün krizle karşılaşma olasılığını artırmaktadır [5].

Stratejik yönetimde işletmenin sık ve hızlı değişime gösteren bir çevrede faaliyet gösterdiği durumlarda örgüt yapısının esnek ve yenilikçi olması önerilmektedir. Örgüt yapısı katı olduğunda bu durum stratejik açıdan krize kaynaklık edebilmektedir. Yapısal açıdan katı ve hiyerarşik açıdan çok kademeli örgüt yapısı dinamik çevre değişimlerine yeterince hızlı ve etkin cevap veremediğinden beklenmeyen olumsuz dalgalanmalar söz konusu olabilmektedir. Ayrıca esnek olmayan örgütsel yapıda çevresel değişimlere uyum yetersizliği, krizlerin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu açıdan yalnız örgüt yapısı ve esnek karakterli örgütsel bağların oluşturulması önemli bir tedbir olarak düşünülebilir.

Diğer taraftan, örgütlerin büyüme stratejileri, her zaman "bürokratik büyüme" ya da "istihdamın artışı" anlamına gelmeyebilir. Olağan dönemde örgütsel yapı uygun büyüklüğe ulaştığında da kriz yönetiminin temel

görümlerini dikkate alan bir stratejik yönetim yaklaşımı ile çalışılması yararlı görülmektedir.

3.Yetersiz çevre desteği: İşletmelerde çevre desteğinin düşük olması, riski önemli ölçüde arttırmaktadır. Talep düşüşü, finansal desteğin yetersizliği, toplumsal ve kültürel sorunlar ile zayıf endüstriyel ilişkiler çevre desteğinin yetersiz kalmasına neden olan unsurlar arasında yer almaktadır. Ayrıca hammadde yetersizlikleri, düşmanlık ve suç olayları ile işletme için uyumunda güçlük çekilen teknolojik gelişmeler, işletmeler açısından çevrede meydana gelen ve tehdit oluşturan unsurlar olarak değerlendirilmektedir [22]. İfade edilen bu unsurlara ilişkin olarak doğru ve zamanında tedbir alınmadığında, krizler söz konusu olabilmektedir.

Özellikle örgütün yakın dış çevresinden beklediği desteği görememesi, ek mali kaynaklar bulamaması, genel çevrenin gelişme için gerekli olan fırsatları sunmaması gibi faktörler de stratejik açıklığın en önemli nedenleri arasında sayılmaktadır [23]. Kur, faiz oranı, kredi ve likidite riskleri, ek mali kaynaklara ihtiyaç duyulan kriz dönemlerinde işletmelerin en çok karşılaştıkları olumsuzluklardır [24]. Bunların sonucunda ortaya çıkan stratejik açıklık, kriz ortamının oluşmasına öncülük etmekte ve kriz durumu ortaya çıkmaktadır.

Stratejik yönetimde problem çözme, katılımı gerektirmektedir. Katılım olmaması ve yetersiz çevre desteği, problemlerin aşılmasını büyük ölçüde engellemektedir. İşletme çevresinden yeterli desteği doğru zamanda ve doğru içerikte alamadığı sürece risk altında bulunacaktır. Ancak çevresel desteğin niteliğinin de sorgulanması büyük önem taşımaktadır. Çevrede işletmeye ilişkin gelişen tutumlar, yaklaşımlar ve bilgiler doğru analiz edilerek değerlendirilmeli ve katılımı da sağlayacak şekilde bu kaynaklardan yararlanılmalıdır.

4.Kaynakların yeterli ve uygun olmaması: Kaynaklar, işletme amaçlarının gerçekleştirilmesi için yeterli ve uygun değilse, bu durum, stratejik açıklığa ve dolayısıyla krize neden olabilir. İşletmenin ilke olarak amaç ve hedeflerine uygun doğru kaynakları, doğru zaman ve bileşimde bir araya getirmesi koşulu vardır. Kaynakların yetersizliği veya doğru kaynaklara ulaşma güçlüğü olası krizlere zemin hazırlayan önemli nedenlerden biri olarak görülebilir.

Stratejik yönetim açısından değerlendirildiğinde işletmeler optimal kaynak bileşimi yaratmak üzere uzun vadeli hedefleri ve amaçları göz önünde bulundurarak davranmalıdır. Üretime temel oluşturan tüm kaynakların eksiksiz ve uygun şartlarda, uygun yer ve zamanda bir araya getirilmesi kriz olasılığını büyük ölçüde kontrol etmeye imkan sağlayabilir.

Bunun yanı sıra işletmelerin çağımızda bilginin de bir üretim faktörü olarak değerlendirildiğini dikkate alarak stratejik yönetim açısından kararlarda çok kaynaklı veri kullanmaya önem vermeleri gerekmektedir. Veri kaynaklarının çeşitliliği, kararların isabetli alınmasını büyük ölçüde etkilemektedir. Çok sayıda değişken ve çok kaynaklı veri yapısı, stratejik yönetim açısından veri toplama anlayışı olarak benimsenmektedir. Hem veri toplamada, hem de kaynak oluşturmada yetersizlik ve uygunsuzluk olması durumu ise krize yol açması olası bir sorun olarak değerlendirilebilir.

5.Açık sistemi ve çevre etkisini hafife alma: İşletme yönetiminde sistem yaklaşımı; işletmelerin açık bir sistem olduklarını kabul etmektedir. İşletmeler sistem içindeki unsurlardan ve işletmenin içinde yer aldığı daha büyük diğer sistemlerden etkilenmektedirler [25]. Yöneticinin ve dolayısıyla işletmenin, tahmin etme ve sezgi gücünün zayıf olması ve çevredeki gelişmeler hakkında bilgi toplama yetersizliği, yeni problemlerin farklılığını kavrayamama ve onlara eski çözümleri uygulama eğilimine neden olmaktadır. Bu durumda işletme çevre değişimlerine karşı yavaş kalır ve yönetici, önündeki sorunu kriz olarak algılayamayabilir [22]. Oysa ki krizden korunmada işletmeler için önemli olan, bu değişimler karşısında oluşturacakları stratejilerdir [26].

Stratejik yönetim açısından işletmelerin tüm sistemin bir parçası olarak davranmaları önem taşımaktadır. Bu yönetim anlayışının dinamik niteliği, işletmelerin sistemin gelişmesi ve değişmesi yönünde bir güç oluşturmaları gerekliliğini ortaya koymaktadır.

6.Yetersiz uygulama ve yöntem yanlışlıkları: İşletme çevresinin çok sık değişmesi sonucu belirlenen stratejilerin başarısız olması, stratejik görüşlerdeki yetersizlikler ve stratejilerin yanlış uygulanması sonucu örgütler krize girebilmektedir [27]. Yönetim hataları ve doğru sistemin belirlenmesinde eksiklik krizin ortaya çıkmasında önemli olmaktadır. Doğru bir stratejinin yanlış uygulanması büyük kayıplara yol açabilmektedir. Aynı şekilde yanlış yöntemlerin ve yanlış uygulayıcıların kullanılması da krize yol açabilecek önemli hatalar arasında değerlendirilebilir.

Stratejik yönetim anlayışı yenilikçi problem çözme mantığına uygun davranmayı esas almaktadır. Problemlere, o problemleri yaratan şartlar ve anlayışlar ile çözüm aramak çoğunlukla sonuçsuz kalmaktadır. Bu sebeple uzun vadede stratejik açıdan yenilik yaratacak çözüm modellerinin, işletmenin yönetim karakterine ve örgüt kültürüne uygun olarak seçilmesi ve uygulanması önerilmektedir. Bu sayede olumsuz etkilere yol açabilecek beklenmeyen durumların ortaya çıkması engellenebilir.

7.Değişikliklerle ilgili sinyalleri önemsememe:

Prodüktivite devrimiyle birlikte bilgi, günümüzde, bir değer ve bir kaynak durumundadır. İşletmeler güçlerini klasik üretim faktörlerinden değil, belirli bir form ve içeriğe kavuşmuş olan bilgiden almaktadırlar [28]. Bu yüzden işletmeler, buldukları sektör ve yan sanayide yaşanan gelişmeleri yakın takibe alarak etkili bir bilgi toplama kanalı oluşturmak ve denetimi sıklaştırmak zorunda kalmaktadırlar [29]. Rekabet ortamında değişimleri önceden görebilmenin yaratacağı avantajlardan yararlanmak, öncelikle değişim sinyallerini doğru ve zamanında kavramaya bağlı bulunmaktadır. Bilgi akımını güçlendirmek ve etkin denetim ise bunu kolaylaştıracak tedbirler olarak görülmektedir.

İşletmeler değişimleri doğru ve zamanında belirleyemez ve işletme yapılarını bu değişimlere cevap verecek esneklikte değiştiremez ise doğal olarak krizler ve bunların olumsuz etkilerine maruz kalabileceklerdir. Bu bakımdan değişim sinyallerinin algılanamaması, kriz kaynakları arasında değerlendirilmektedir. Stratejik yönetimin uzun vade tercihi de bu öngörülerin işletmeler açısından ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak yapılan araştırmalar işletmelerin bu konuya gereken önemi vermediklerini göstermektedir. Örneğin, Vergiliev'in Türkiye'de 5 Nisan kararlarına bağlı olarak yaşanan krizin otomotiv yan sanayi üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik olarak yaptığı araştırmaya konu olan şirketlerin yalnızca %25'inin stratejik ve uzun vadeli planlama yaptıkları sonucu ortaya çıkmıştır [22].

Stratejik kriz kaynaklarına yönelik yönetsel tedbirler her örgütün yapısına, hedeflerine ve çevresel duyarlılığına göre farklılaşmaktadır. Kriz öncesinde uygulanabilecek önleyici tedbirler yanında, krizi geciktirebilecek veya önlenemiyor ise krizin olumsuz etkisini azaltabilecek tedbirler alınmalıdır. Genel anlamda kapsayıcı bir reçete sunmak mümkün olmamakla birlikte, krize yönelik yönetsel tedbirler; çevrenin doğru ve zamanında analiz edilmesi, örgütsel değişim yeteneği, yetenekli bir yönetim ve esnekliğin yüksek olması şeklinde düşünülebilir.

V. SONUÇ

Açık sistemler olarak örgütlerin amaçlarını gerçekleştirebilmeleri ve yaşamlarını sürdürebilmeleri, içinde buldukları çevreye uyum gösterebilmelerine ve kendi davranışlarını çevrenin istem ve beklentileri doğrultusunda biçimlendirebilmelerine bağlı bulunmaktadır. Diğer yandan örgütlerin çağımızda yaşanan hızlı değişimlere uyum sağlayabilmeleri için, yapılarındaki alt sistemlerin etkileşimlerini düzenlemeleri gerekmektedir [6]. Çevresel değişimlere uyum sağlayamayan işletmeler krizler ile karşılaşmaktadırlar. Kriz durumlarında hedeflerin gerçekleşmesi olasılığı büyük ölçüde ortadan kalkmakta ve örgütlerin varlıklarını yitirme riski söz konusu olmaktadır.

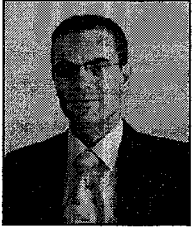
Ayrıca, ulusal ve küresel dinamikler nedeniyle konjonktürel krizler işletmeler açısından kaçınılmaz olabilmektedir. Bu nedenle, örgütlerin olağan dönemlerde de stratejik yönetimlerini "kriz" olasılığını sürekli dikkate alarak gerçekleştirmeleri gerekebilecektir.

Krizlerin önemli kaynak kayıplarına yol açtıkları bilinmektedir. Günümüzde işletmelerin çağdaş yönetim yaklaşımlarından yararlanmaları ve etkin analizler ve uygulamalar ile krizleri ortaya çıkmadan belirlemeleri büyük önem taşımaktadır. Krizlerin yol açabileceği olumsuz sonuçlardan korunmak amacıyla, öncelikle krizlere yol açması olası kriz kaynaklarının belirlenmesi gerekmektedir. Daha sonra bu kriz kaynaklarının işletme için önemini dikkate alarak tedbirler geliştirilmeli ve krizler nedeniyle ortaya çıkabilecek kayıplar ve israflar oluşmadan engellenmelidir. Bu amaçla kriz kaynaklarının stratejik yönden incelenmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada örgütlerin hedeflerine ulaşmalarını engelleyecek ve varlıklarını tehdit edebilecek krizlerin kaynakları üzerinde bir değerlendirme yapılmıştır. Krizler her işletme tarafından farklı koşul ve şartlarda ortaya çıktığından, krize kaynaklık eden unsurların da her işletme için ayrıca değerlendirilmesi uygun olabilir. Bir işletme veya sektör için önemsiz görülebilen bir unsur, başka bir sektör için farklı unsurların da etkisiyle ciddi bir krizin ortaya çıkmasına yol açabilmektedir. Bir ülkede, bir pazarda veya bir zamanda söz konusu olmayan bir tehdit, başka koşullar altında kriz kaynağı olarak ön plana çıkabilmektedir. Buradan hareketle kriz kaynaklarının belirlenmesinde örgütsel özelliklerin ve özgün çevresel şartların doğru analiz edilmesi gerekmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] LIPPIT, G.L.; SCHMIT, W.H., "Crises in a Developing Organizations", **Harward Business Review**, November-December 1967, ss.103-104,111-112.
- [2] JIMENEZ, D., "When You Are The Headline: A Guide to Understanding Crises Management", **Franchising World**, V.33, No: 3, April 2001, s.54.
- [3] MILBURN, T.W.; SCHULLER, R.S.; WATMAN, K.H., "Organizational Crisis: Part 1", **Human Relations**, Vol.36, No: 12, 1983, s.144.
- [4] DİNÇER, Ö., **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, 5. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 1998, ss.14,35-37,385, 391-393.
- [5] TUTAR, H., **Kriz ve Stres Ortamında Yönetim**, Hayat Yayınları, İstanbul, 2000, ss.5,16-18,21-49.
- [6] CAN, Halil, **Organizasyon ve Yönetim**, Adım Yayıncılık, Ankara, 1992, ss.297,300.
- [7] HINTERHUBER, H.H.; POPP, W., "Are You A Strategist or Just A Manager?", **Harward Business Rewiev**, January-February 1992, s.105.
- [8] AKAT, İ.; BUDAK, G.; BUDAK, G., **İşletme Yönetimi**, Barış Yayınları, İzmir, 1999, s.337.
- [9] ŞİMŞEK, M.Ş., **Yönetim ve Organizasyon**, Nobel Yayınları, Ankara, 1999, s.309.
- [10] BUDAK, G.; BUDAK, G., **Halkla İlişkiler**, 2.Baskı, İzmir, 1998, s.245.
- [11] TÜRK, M., **İşletmelerde Kriz Yönetiminde Karşılaşılan Sorunlar ve Bu Sorunların Çözümü Üzerine Bir Araştırma**, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Adana, 1995, ss.25-26.
- [12] ERGİN, E., **İşletme Politikaları**, Der Yayınları, İstanbul, 1992, ss.50-56.
- [13] CAN, E.N., **Kriz Dönemlerinde İşletme Stratejileri**, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul, 1994, ss.10,30-32.
- [14] MITROFF, I.I., "Crisis Management: Cutting Through The Confussion", **Sloan Management Review**, Winter 1988, s.15.
- [15] HILL, C.W.L.; JONES, G.K., **Strategic Management-An Integrated Approach**, Second Edition, Houghton Mifflin Company, Boston, 1997, s.7.
- [16] ASUNAKUTLU, T.; COŞKUN, B., "Stratejik Yönetimde Örgütün Rolüne İlişkin Bir Değerlendirme", **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Ekim-Aralık 2000, Cilt: 2, Sayı: 4, s.24.
- [17] HARRISON, J.S.; JOHN, C.H.St., **Foundations in Strategic Management**, South Western College Publishing, Ohio, 1998, ss.4-8.
- [18] LYNCH, R., **Corporate Strategy**, Pitman Publishing, London, 1997, s.5.
- [19] EREN, E., **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikaları**, Der Yayınları, İstanbul, 1997, ss.133-134.
- [20] TÜRKEL, S., "Olağanüstü Durumlarda İşletmelerde Yönetim Sorunları", **İşveren**, Cilt XXXIX, Sayı: 8, Mayıs 2001, s.25.
- [21] ACUNER, T., "Krizleri Yönetim Aracı Olarak Değişim Yönetimi", **İktisat, İşletme ve Finans Dergisi**, Yıl: 16, Temmuz 2001, 184. sayının eki.
- [22] TÜZ, M.V., **Kriz ve İşletme Yönetimi**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2001, ss.4-6,8,163.
- [23] DİNÇER, Ö., "Kriz Dönemlerinde Yönetim ve Plansız Değişimin Sorunları", **3.Ulusal İşletmecilik Kongresi** (30 Kasım-3 Aralık/Kapadokya), Gazi Üniversitesi, İİBF, Ertem Matbaacılık, Kasım, 1989, s.79.
- [24] AKMUT, Ö., "Kriz Dönemlerinde İşletmelerin Karşılaştıkları Finansal Sorunlar ve Risk Yönetimi", **İşveren**, Cilt: XXXIX, Sayı: 8, Mayıs 2001, ss.21-23.
- [25] ARIKBOĞA, Ş., "Kriz Ortamlarında İşletme Yönetimi", **İktisat Dergisi**, Sayı: 410-411, Şubat Mart 2001, s.52.
- [26] USLU, A.T., "Ekonomik Kriz Dönemlerinde Stratejik Pazarlama ve Tüketici Davranışı", **Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi**, Cilt: XV, Sayı: 1, 1999, s.468.
- [27] HAŞİT, G., **İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Türkiye'nin Büyük Sanayi İşletmeleri Üzerinde Yapılan Araştırma Çalışması**, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1177, AÖF Yayın No: 616, Eskişehir 2000, ss.35-37.
- [28] DRUCKER, P.F., **Kapitalist Ötesi Toplum**, (Çev.: Belkıs Çorakçı), İnkılap Kitabevi, İstanbul, 1994, ss.33-34.
- [29] SABUNCUOĞLU, Z., "Kriz Yönetimi ve Halkla İlişkiler", **Bakış Dergisi**, Sayı: 747, Haziran 1994, s.36.
- [30] TOSUN, E., **Kriz Durumunda İnsan Kaynakları Yönetimine İlişkin Stratejiler ve Bir Uygulama**, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Muğla Üniversitesi SBE, Muğla, 2002, ss.249-252.

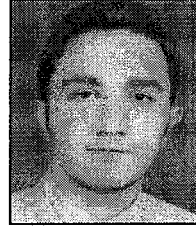


Tuncer ASUNAKUTLU

Muğla Üniversitesi,
İ.İ.B.F., İşletme Bölümü
48170 MUĞLA

Tel: + 90 (252) 223 80 02 - 4447
atuncer@mu.edu.tr

After starting his Ph.D. in Dokuz Eylul University, Tuncer ASUNAKUTLU completed this degree in Germany at Universität Hamburg, Institut für Versicherungsbetriebslehre, sponsored by DAAD and Konrad Adenauer Foundations. He started working as assistant professor at Muğla University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Management. Between 2001 and 2003 Asunakutlu worked as vice dean at the same faculty. He interested in management and organizations, crisis management, organizational culture and strategic management.



Barış SAFRAN

Muğla Üniversitesi,
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Yüksek Okulu
48170 MUĞLA

Tel: + 90 (252) 223 80 02 - 4512
barissafra@hotmail.com

Barış SAFRAN started his master's degree at Muğla University in 2000. He started working as Research Assistant at Muğla University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Management. Currently he is working as Research Assistant at Muğla University School of Tourism and Hotel Management. His interest areas are management and organization, crises management and ecologic management.

TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ: OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE BİR ARAÇ ROTALAMA UYGULAMASI

Gül Gökay EMEL¹, Çağatan TAŞKIN², Gökhan DENİZ³

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

²Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Araştırma Görevlisi

³Oyak Renault

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: A VEHICLE ROUTING APPLICATION IN AUTOMOTIVE INDUSTRY

Abstract: The aim of this study is to decrease the logistics costs of a firm by restructuring its logistics network. In the paper there has been given information about logistics, vehicle routing and solution methods of vehicle routing, respectively. Savings method which is a heuristic is explained in detail. Afterwards, current logistics system of a firm whose core competence is in automotive is handled and the disadvantages of the current system are mentioned. To make the transportation function of the firm more effective, a new logistics system has been proposed. The superiority of the new proposed system has been proved by the help of the savings method. In the last part of the study, routes of the proposed system and a sample solution step of the savings method are given.

Keywords: Supply Chain Management, Logistics, Vehicle Routing Problem, Savings Algorithm

TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ: OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE BİR ARAÇ ROTALAMA UYGULAMASI

Özet: Bu çalışmanın amacı, bir işletmenin lojistik ağını yeniden yapılandırarak lojistik maliyetlerini düşürmeye yöneliktir. Çalışmada sırasıyla; lojistik, araç rotalama problemi, çözüm yöntemleri, daha ayrıntılı olarak da bulgusal bir çözüm yöntemi olan kazançlar yöntemi yer almaktadır. Daha sonra, bir otomotiv endüstrisi işletmesinin lojistik sistemi incelenerek, sistemin aksaklıkları ortaya konmaya çalışılmaktadır. Taşıma fonksiyonunun daha etkin çalışması gerektiği sonucundan hareketle, mevcut sistemin yerine daha düşük maliyetlerle çalışacak yeni bir sistem önerilmektedir. Yeni sistemin maliyet üstünlüğünü sağlayan yeni araç rotaları, kazançlar yöntemi kullanılarak elde edilmektedir. Çalışmanın son kısmında ise belirlenen yeni rotaların ve araçların katettikleri mesafelerdeki toplam kazancın bulunmasına örnek bir çözüm adımı verilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tedarik Zinciri Yönetimi, Lojistik, Araç Rotalama Problemi, Kazançlar Algoritması

I. GİRİŞ

Küresel rekabetin giderek kızıştığı günümüzde işletmeler, maliyetlerini sürekli olarak düşürmeye zorlanmaktadır. Aynı zamanda, işletmeler en önemli hedeflerinden olan karlılık hedefleriyle müşteri memnuniyeti hedefleri arasındaki dengeyi sağlamak zorundadırlar. Bu dengeyi sağlamada, işletmelerin sahip oldukları iyi tasarlanmış ve başarımı yüksek tedarik zincirleri ve lojistik fonksiyonları önemli rol oynamaktadır. Lojistik ağlarının yüksek başarımını sağlama veya başarımını iyileştirme çalışmaları, işletmelerin genel başarımı üzerinde büyük etkiye sahiptir. Bu etki, yan endüstrileriyle ve dağıtım kanallarıyla birlikte çok büyük ve küresel tedarik zincirlerine sahip otomotiv endüstrisi üreticileri için de göz ardı edilemeyecek büyüklüktedir. Otomotiv üreticileri de, bu nedenle tedarik zincirlerini iyileştirme ve yeniden yapılandırma çalışmaları yapmak zorunda kalmaktadırlar.

Bu çalışmada, Türkiye’de de faaliyet gösteren bir otomotiv endüstrisi üreticisinin lojistik sistemindeki

problemlerden bir tanesi ele alınmıştır. Problemin çözümünde, optimal değerli araç rotalarının bulunmasına ihtiyaç duyulmuştur. Çözüm için araç rotalama probleminin klasik bulgusal çözüm yöntemlerinden en eskisi ve başarılı olan Clarke-Wright kazançlar yöntemi kullanılmıştır. Böylece, başarımlı ölçütlerinden biri olan lojistik maliyetlerinin düşürülmesi ve tedarik zincirinin başarımının artırılması sağlanmaya çalışılmıştır.

II. LOJİSTİK

Lojistik, genel olarak işletme fonksiyonlarının gerçekleştirilmesi amacıyla her türlü fiziksel varlığın bir konumdan diğer bir konuma geçmesini sağlayan faaliyetler bütünüdür. Lojistikle ilgili ilk bilgilere askeri uygulamalarda rastlanmaktadır. 1898 yılında yazılan bir makaleye göre; strateji, askeri kuvvetleri savaş sahnesinde yönetme sanatı, taktik, kuvvetleri çarpışma alanında yönetme sanatı, lojistik ise askeri kuvvetlerin bir konumdan diğerine hareket ettirilmesi ve bölümlere ayrılması ile daha etkin savaşılması sanatı olarak tanımlanmaktadır. Lojistik kavramı her iki dünya

savaşında da büyük ilgi görmüştür. Özellikle, İkinci Dünya savaşında, askeri kuvvetlerin ve askeri ekipmanların hareketinin önemi daha da artmıştır. Lojistikle ilgili başka bir açıklamaya da Luttwak'ın (1971) "A Dictionary Of Modern War" adlı kitabında yer verilmektedir. Bu açıklamaya göre lojistik, askeri organizasyonların gereksinimleriyle ilgili tüm faaliyet ve yöntemleri içerir. Modern şartlarda askeri kuvvetlere ait bol çeşit ve çok sayıda ekipman mevcut olduğu için, lojistik aynı zamanda önemli bir planlama ve hesaplama faaliyetini de gerektirir. Amaç ise, her askeri kuvvet birimine optimum miktarda ekipman sağlamaktır [1].

Zaman içinde lojistik uygulamaları işletme alanına kaymıştır. Önceleri, işletmelerde taşıma veya trafik bölüm ve yönetimleri bulunmaktaydı. Bunların en zor görevi, başka ülkelere yapılan taşımalar için düzenleme ve gümrüklerle ilgili çalışmaları yapmaktı. Daha sonraları, fiziksel dağıtım kavramı bu kavramların yerini aldı. Fiziksel dağıtımın amacı, işletmelerin dağıtım sisteminde yer alan kanallardan işletme amaçlarını gerçekleştirecek şekilde akışları sağlamaktır. Bu kavram daha da genişleyerek, üretime doğru olan akışları da içine almış ve daha sonra da yerini lojistik kavramına bırakmıştır. Günümüzde ise küresel işletmelerin ortaya çıkışı, bilgi teknolojisindeki ve ulaşım araçlarındaki gelişmeler, tedarik, üretim ve dağıtım faaliyetlerini içine alan bilgi teknolojisi tabanlı bütünsel bir yönetim süreci oluşturmuştur. Tedarik zinciri veya lojistik ağları olarak adlandırılan bu süreç, kaynaklama, dış kaynaklama, tedarikçi seçimi, satın alma, sipariş gerçekleştirme, üretim planlama ve çizelgeleme, lojistik (taşıma, dağıtım, depolama) gibi birçok süreci bütünlüştürmüştür.

İşletme biliminde lojistik; malzemelerin, yarı mamullerin, parçaların, gereçlerin ve tamamlanmış mamullerin, işletme dışından işletmeye gelişlerini, işletme içindeki hareketlerini ve işletmeden işletmenin dışındaki noktalara ulaştırılmalarını sağlayan akış ve depolama faaliyetleridir. Lojistik yönetimi ise müşteri gereksinimlerini yerine getirmek üzere lojistik faaliyetlerini ve bu faaliyetlerle ilgili bilgileri maliyet etkin olarak planlama, yerine getirme ve kontrol etme sürecidir [2,3].

Lojistik, tedarik lojistiği ve pazarlama lojistiği olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Tedarik lojistiği (in-bound logistics) malzemeler, yarı mamuller ve parçalar için üretim merkezleri arasındaki lojistik faaliyetlerini içerirken, pazarlama lojistiği (out-bound logistics) (literatürde pazarlama lojistiği fiziksel dağıtım olarak da geçmektedir) tamamlanmış mamuller için üretim merkezleri ile araçlar veya son müşteriler arasındaki lojistik faaliyetlerini içerir[4].

Lojistiğin, depolama ve taşıma olmak üzere iki temel işlevi mevcuttur.

II.1. Depolama

Tedarik edilen hammadde, malzeme ve parçaların ayrıca yarı mamul ve tamamlanmış mamullerin uygun şartlar altında saklanması ve korunması yani depolama fonksiyonu lojistik yönetiminin önemli alt fonksiyonlarından birisidir. Depolamanın yapılabilmesi için gereksinim duyulan depolar, tedarik edilen üretim girdilerinin ve üretim çıktılarının kullanımına kadar muhafaza edildiği alanlar olarak tanımlanabilir. Depolama fonksiyonu malzeme depolayarak üretimin kesintisiz olmasına ve mamul depolayarak müşteri memnuniyetinin sağlanmasına olanak tanımaktadır [5].

II.2. Taşıma

Bir başka önemli alt fonksiyon ise taşıma fonksiyonudur. Taşıma fonksiyonunun maliyeti işletmelerde lojistik maliyetlerinin 1/3 - 2/3'üne karşılık gelmektedir. Taşıma maliyetlerinin toplam lojistik maliyetleri içinde önemli bir orana sahip olmasından dolayı taşıma araç ve personelinin maksimum etkinlik ve minimum maliyet ile kullanılması sorunu lojistikte en temel problem olarak göze çarpmaktadır. Taşıma maliyetlerini düşürmek ve aynı zamanda müşteriye sunulan hizmeti iyileştirmek için taşıma araçlarının, gerek hammadde ve malzemeleri tedarik merkezlerinden üretim noktalarına, gerekse de tamamlanmış mamulleri üretim noktalarından müşterilere ulaştırırken izleyecekleri rotalardan optimum olan rotaların bulunması gerekmektedir. Araç rotalama problemi olarak bilinen bu problemin içerdiği kısıt tiplerine göre bir çok çeşidi bulunmaktadır [6].

III. ARAÇ ROTALAMA PROBLEMİ

Araç rotalama problemi; eldeki malın, bir veya birden fazla araç ile bir veya birden fazla merkezden ilgili talep yerlerine, minimum mesafe veya minimum maliyetle nasıl taşınabileceğini inceleyen bir problem tipidir. Tüm taşımalarda, malların belirlenen bir zamanda, bir üretim merkezinden veya bir depodan tahsis edilen araçlarla, istenilen yerlerden toplanması veya yerlere dağıtılmasıyla oluşan mesafe veya sürenin uzunluğu önemli bir maliyet unsuru oluşturmaktadır. Bu nedenle işletmeler bir araç rotalama problemiyle karşılaştıklarında, taşıma maliyetlerini düşürecek optimal bir rotalama kararı almak zorundadırlar. Rotalama kararı, hangi talebin hangi araçla karşılanacağını ve bu araçların hangi rotaları izleyeceğini belirler.

Bu problem tipinde dağıtım yapan işletme belli kapasitelerdeki araçlardan oluşan bir filo sahiptir. Her aracın yolculuğu, tek depo söz konusu olduğunda merkez depodan başlar ve dağıtım sonunda yine merkez depoda son bulur. Birden fazla depo söz konusu olduğunda ise

her araç çıktığı depoya geri dönmek zorundadır[7]. Ayrıca, seçilen rotalar, sabit araç kapasiteleri, mesafeler ve çalışma süreleri gibi birçok kısıtı sağlamalıdır[5]. Araç rotalama problemi içerdiği kısıt tiplerine göre sınıflara ayrılabilir. Klasik araç rotalama problemi en temel araç rotalama problemidir. Klasik araç rotalama problemi bu çalışmanın da konusunu oluşturmaktadır. Klasik araç rotalama probleminin özellikleri şöyle sıralanabilir [5]:

- Tek bir depo vardır.
- Dağıtım söz konusudur.
- Araçlar aynı kapasiteye sahiptir.
- Araçlar için kapasite kısıtlaması vardır.
- Müşteri talepleri bilinmektedir.
- Bir müşteriye yalnızca bir araç hizmet sunar.
- Tüm araçlar depodan yola çıkıp tekrar depoya dönerler.
- Amaç toplam mesafeyi veya maliyeti minimize etmektir.

Tüm bu kısıtları yerine getirerek, talep merkezlerine yapılacak taşımaların optimum şekilde yapılmasını hedefleyen araç rotalama problemi NP-zor (Non-Polynomial-hard) tipi problem sınıfına girmektedir. Bu sınıfta yer alan problemler optimal yaklaşımlarla polinomial zamanda çözülemez niteliktedir. NP-zor sınıftaki problemler büyük çaplı olduğunda uygun bir süre içerisinde optimal sonuçlara ulaşmak oldukça zor hatta imkansızdır. Çünkü bu problem tipinde değişken sayısı arttıkça problemin çözümü zorlaşmakta ve çözüm süresi üstsel veya faktoriyel olarak artış göstermektedir. NP-zor problemler ile karşılaşıldığında optimal çözümü aramak yerine optimal çözüme yakın sonuç verecek bulgusal yöntemlere sıklıkla başvurulmaktadır [8].

IV. ARAÇ ROTALAMA PROBLEMİ İÇİN ÇÖZÜM YÖNTEMLERİ

Araç rotalama problemi 1950'li yıllardan beri araştırmacılara konu olmuştur ve bu problem için çeşitli çözüm yöntemleri bulunmuştur. Ortaya konulan çözüm yöntemleri iki temel sınıfta toplanabilir. Bunlardan birincisi kesin (exact), ikincisi ise bulgusal (heuristic) yöntemlerdir. Bulgusal yöntemler ise klasik bulgusal yöntemler ve modern bulgusal yöntemler olmak üzere ikiye ayrılabilir [9].

IV.1. Kesin Yöntemler

Kesin yöntemler matematiksel programlama temelli yöntemler olup, ortak özelliği optimal çözüm vermeleridir. Araç rotalama problemi ilk olarak 1950'li

yıllarda tamsayı bir model olarak formüle edilmiştir. Bu modelle 10–20 müşterili küçük çaplı problemler optimal olarak çözülmüştür [10]. Tamsayı model olarak formüle edilen araç rotalama probleminin çözümü için dal-sınır (branch and bound), kesim düzlemi (cutting plane) ve dal-kesim (branch and cut) yöntemleri kullanılmaktadır [11]. Ayrıca, dinamik programlama, Lagrangean ve K-ağaç tabanlı yöntemler araç rotalama probleminin kesin çözüm yöntemleri arasında yer almaktadır [12]. Fakat çok fazla değişken içeren bir araç rotalama probleminin kesin yöntemlerle polinomial zaman içerisinde çözülmesi mümkün değildir. Bundan dolayı araştırmalar, kabul edilebilir bir sürede yaklaşık çözümler veren bulgusal yöntemler bulma üzerine yoğunlaşmıştır [13].

IV.2. Bulgusal Yöntemler

Araç rotalama probleminin çözümü için kullanılan bulgusal yöntemler klasik ve modern yöntemler olmak üzere iki sınıfta incelenebilir.

IV.2.1. Klasik Bulgusal Yöntemler

Klasik bulgusal yöntemler; rota oluşturma, iki aşamalı yöntemler ve rota iyileştirme yöntemleri olarak üç alt sınıfta incelenebilir. Birinci alt sınıf olan rota oluşturma yöntemleri arasında kazançlar (savings), yerleştirme (insertion) ve en yakın komşu (nearest neighbour) yöntemleri bulunmaktadır. Bu yöntemlerden kazançlar yöntemi çalışmanın uygulama aşamasında kullanılan yöntem olup, sonraki bölümde ayrıntılı olarak açıklanmaktadır. İki aşamalı yöntemler ise, önce grupta-sonra rotala ve önce rotala-sonra grupta olmak üzere iki sınıfa ayrılmaktadır. Diğer bir yöntem olan rota iyileştirme yöntemleri ise oluşan rotalardan daha iyi rotalar oluşturma amaçlı yöntemlerdir. Literatürde dal değişim (branch exchange) yöntemleri olarak da geçmektedir [14].

IV.2.2. Modern Bulgusal Yöntemler

Özellikle 1990'lı yıllardan sonra yoğun araştırmalara konu olan bu yöntemler ortaya çıkış tarihlerine göre aşağıda incelenmiştir. Meta-höristikler olarak da bilinen bu yöntemler, tavlama benzetimi, yasaklı arama ve genetik algoritmalarıdır.

Tavlama benzetimi yaklaşımı, metallerin tavlanması işlemi esas alınarak ortaya atılmıştır. Metallerin tavlanması için yavaş olarak azaltılan sıcaklık, metallerdeki atomların kendilerini düzenlemelerini ve düzenli bir kristal yapı oluşturmaları sağlar. Sıcaklık hızlı bir şekilde azaltıldığı zaman ise, atomlar düzenli bir yapı oluşturacak zaman bulamazlar ve sonuç olarak yüksek enerjili bir yapı ortaya çıkar. Düzenli bir yapı her zaman minimum enerjiye sahiptir. Bundan dolayı optimizasyon problemlerinde minimize edilmek istenen amaç fonksiyonu değeri, bir termodinamik sistemdeki enerjiye

benzemektedir[16]. Algoritmanın her adımında mevcut yapıdan yeni bir yapı oluşur. Eğer oluşan yeni yapının enerjisi mevcut yapıdan düşükse yapılar yer değiştirir. Yani yeni yapı artık mevcut yapı olur. Bu durum herhangi bir durdurma kriteri sağlanana dek sürer[16].

Kullanılan diğer bir yöntem ise yasaklı arama yöntemidir. Bu yöntem, benzetimli tavlama yöntemine göre daha yeni bir arama yöntemidir. Glover tarafından önerilen yasaklı arama yöntemi, bellek tabanlı bir arama stratejisidir. Algoritma tarafından geçmişte yapılan hareket veya çözümlerin listesi saklanmaktadır. Bu listeye yasak listesi denmektedir. Yasak listesinin amacı, en son olan hareketleri kayıt etmek ve olabilecek tekrarları önlemektir [16]. Bu yöntemde, probleme oluşturulan bir çözümle başlanır. Her t iterasyonunda mevcut çözümden en iyi komşu çözüme hareket edilir. Herhangi bir durdurma kriteri sağlanıncaya dek bu döngü devam eder. Bu çalışma prensibi ile en iyi çözüm bulunmaya çalışılır [14].

Bir başka yöntem olan genetik algoritmalar ise Darwin'in doğal seçim kavramına dayanmaktadır. Doğal genetik sistemin işleyiş yapısı araç rotalama probleminin çözümü için oldukça yaygın olarak kullanılmaktadır. Genetik algoritmalar, doğal genetiğin çalışma şeklini taklit eden uyarlanabilir rastsal arama ve optimizasyon algoritmalarıdır. Darwin'in çevre şartlarına uyum sağlayabilen en iyilerin hayatta kalması ilkesinden hareket eden genetik algoritmalar John Holland tarafından geliştirilmiştir [17]. Genetik algoritmalar, bireylerden oluşan bir popülasyona çoğalma, çaprazlama ve mutasyon operatörlerinin uygulanmasını içerir. Bu operatörlerin uygulanmasından sonra yeni bir popülasyon (yavru popülasyon) oluşur. Yeni popülasyon eski (ebeveyn popülasyon) ile değiştirilir. Her bireyin bir uyum değeri mevcuttur. Bireyler uyum değerlerine göre seçilirler. Ortalama uyum değerinin üzerinde uyuma sahip bireylerin gelecek kuşaklarda temsil edilme olasılığı daha yüksektir. Evrim süreci, popülasyonun ortalama uyumunu giderek artırır ve ilerleyen kuşaklarda daha iyi uyum değerleri elde edilmesini sağlar [18].

Araç rotalama problemleri için son yıllarda meta-höristikler yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. Araç rotalama problemlerinde kullanılan meta-höristikler ile elde edilen çözümlerin kalitesi klasik bulgusal yöntemlerle elde edilen çözümlerin kalitesine göre oldukça yüksektir. Buna karşılık meta-höristiklerle çözüme ulaşma zamanı daha fazladır [14]. Meta-höristikler arasında bir kıyaslama yapıldığında ise, literatürde en iyi çözümü yasaklı arama yönteminin verdiği görülmektedir [19].

V. KAZANÇLAR YAKLAŞIMI

Araç rotalama probleminin çözümünde kullanılan klasik bulgusal yaklaşımlardan biri de Clarke ve Wright adlı iki araştırmacının ortaya koyduğu kazançlar yaklaşımıdır (savings method). Burada kazanç kavramı, iki ayrı rotanın birleştirilmesinin ayrı oldukları duruma göre ne kadar avantaj sağlayacağını ifade etmek için kullanılır. Bulgusal bir yöntem olduğundan optimal sonuç vermemekle beraber hesaplama süresi bakımından oldukça avantajlıdır [6].

Yöntem için gerekli bilgiler ve gösterimleri şunlardır:

P_0 : Merkez

P_n : Yük veya talep yeri

Q_n : Her bir yük veya talep yeri için taşınacak miktar

K : Araç sayısı

Kazançlar Matrisi:

Yük (br)	P_0									
Q_1		P_1								
Q_2			P_2							
Q_y							P_y			
Q_z					$T_{y,z}$				P_z	
					$S_{y,z}$	$d_{y,z}$				
Q_n										P_n

Kazançlar Matrisindeki Hesaplamalar:

$d_{y,z}$ = y ve z talep yerleri arasındaki mesafe

$S_{y,z}$ = y talep yerinden z talep yerine gitmekle sağlanan kazanç

$S_{y,z} = d_{0,y} + d_{0,z} - d_{y,z}$

0 y ve z nin talebi aynı araç ile karşılanmıyorsa,

$T_{y,z} = 1$ y ve z nin talebi aynı araç ile karşılanıyorsa,

2 y ve z istasyonlarına birer araç gönderiliyorsa,

olmak üzere y ve z nin aynı rotada olup olmadığının gösterilmesi

Bu yöntemin çözüm adımları aşağıdaki gibidir [6]:

1.Adım: Tüm talep yerlerine, merkezden birer araç tahsis edilebileceği varsayılır. Talebin bölünebilir olduğu durumlar için taşınması gereken yük miktarı maksimum kapasiteyi aşarsa yalnızca aşan kısmı dikkate alınır ve yükün tam kısmı için talep yerine bir kamyon tahsis edilir.

2.Adım: Talep yerlerinin birbirinden uzaklıkları (d) belirlenerek bir mesafe matrisi oluşturulur.

3.Adım: Bu adımda ise mesafeler matrisinden yararlanılarak kazançlar matrisi hazırlanır. Kazançlar matrisindeki en sol sütun, talep yerlerine veya yerlerinden taşınacak yük miktarlarını, bu sütunun hemen yanındaki sütun(P_0), merkez ile talep yerleri(P_1, \dots, P_n) arasındaki $T_{0,y}$, daha sonraki sütunlar ise talep yerlerinin kendi aralarındaki $S_{y,z}$, $T_{y,z}$, $d_{y,z}$ değerlerini içerir. Kazanç değerlerini bulmak için kullanılacak formül şöyledir:

$$S_{y,z} = d_{0,y} + d_{0,z} - d_{y,z}$$

4.Adım: Rotalama işlemlerini yapabilmek için T değerleri kullanılarak kazançlar matrisine yazılır. T değerleri bir talep merkezinin bir rotaya atanıp atanmadığını belirtir.

Oluşturulan kazançlar tablosunda en yüksek kazanç değerini veren hücreye bağlı talep merkezleri (P_y , P_z) bir rota üzerinde birleştirilmeye adaydır. Ancak birleşmenin gerçekleşmesi için bir takım şartların sağlanması gerekmektedir. Bunlar [20]:

• y ve z ya yalnız başına bir nokta ya da bir rotanın depo ile bağlantısı olan bir noktası olmalıdır. Yani " $T_{0,y}=1$ veya 2" ve " $T_{0,z}=1$ veya 2" olmalıdır.

• y ve z talep noktalarının birleştirilmesi ile oluşacak toplam yük, aracın taşıyabileceği maksimum kapasiteyi aşmamalıdır.

• y ve z noktaları daha önceden birleştirilmiş olmamalıdır.

Eğer en yüksek kazanç değerine sahip hücre bu koşulları sağlıyorsa bu hücreden rotalama işlemine başlanılır. Rotalama işlemi şu şekilde yapılır:

• $T_{y,z}$ değeri, y ve z talep merkezlerinin atandığını göstermek için 1'e eşitlenir. $T_{y,z} = 1$ olur.

• $T_{0,y}$ ve $T_{0,z}$ değerleri y ve z talep merkezlerinin aynı rotada birleştirildiklerini belirtmek amacıyla birer azaltılır, $T_{0,y} = T_{0,y} - 1$ ve $T_{0,z} = T_{0,z} - 1$ olur ve kazançlar matrisine yazılır.

• Bu çevrim eklenecek talep merkezi kalmayana kadar devam eder.

VI. BİR OTOMOTİV ENDÜSTRİSİ ÜRETİCİSİNİN MEVCUT LOJİSTİK SİSTEMİNİN İNCELENMESİ

Bu çalışmada lojistik sistemi incelenecek olan işletmenin ana merkezi yurt dışında olup, fabrikası da 1969 yılında Bursa'da kurulmuştur. Yıllık 140.000 otomobil üretme kapasitesine sahiptir. İşletme, ürettiği otomobillerin bir kısmını yerli piyasaya bir kısmını da yabancı piyasaya satmaktadır. 1999 yılında %25,1'lik payla yerli otomobil piyasasının pazar lideri olmuştur. Dünyanın pek çok yerinde mevcut olan üretim merkezleri, tedarikçileri ve pazarlama kuruluşlarıyla gün geçtikçe güçlenen bir otomobil devidir.

Bu işletmenin lojistik faaliyetleri, üretim planlama ve lojistik bölümü tarafından yürütülmektedir. Üç alt sistem olan tedarik, üretim ve dağıtım sistemlerine bakıldığında bu sistemlerin bir bütün olarak işletmenin üretim planlama ve lojistik bölümü bünyesinde bulunmadığı görülmektedir. Örneğin tedarik sisteminde yer alan satın alma faaliyeti fabrikanın ayrı bir bölümü olan satın alma direktörlüğüne yürütülmektedir. Dağıtım faaliyeti ise arabaların satışından sorumlu bir başka işletme tarafından gerçekleştirilmektedir.

Bursa'da kurulu olan fabrika, yerli ve yabancı olmak üzere iki tip yan sanayi imalatçısından 8.000 parça tedarigi yapmaktadır. Bunların sayısal olarak yarısı, hacimsel olarak %40'ı Avrupa'daki 300 yabancı imalatçıdan sağlanmaktadır. Yerli imalatçılar, sevkiyatlarını kendileri fabrikaya teslim şeklinde gerçekleştirmektedirler. Yabancı imalatçılarla çalışırken ise siparişi verilen parçalar, imalatçıdan teslim alındıktan sonra, önce ana işletmenin bulunduğu ülkedeki 12 adet ara toplama merkezinde (ara depolarda), ardından da bir ana toplama merkezinde (ana depoda) bir araya getirilip, tek bir sınır kapısından çıkış yapılarak Bursa'daki fabrikaya sevk edilmektedir. Bu çalışmada, işletmenin lojistik yapısının sadece bir parçasını oluşturan yabancı imalatçılardan tedarik süreci incelenecektir.

İşletmenin yabancı imalatçılarla ilgili lojistik sistemi dört ana eleman üzerine kurulmuş bulunmaktadır:

- Üretim Tesisi
- Ana Toplama Merkezi
- Ara Toplama Merkezi
- İmalatçılar

Bu mevcut sistemde işletme, tüm yabancı imalatçılarıyla tek tek temas halinde değildir ve siparişlerini, ana merkez fabrikaya ait olan ve diğer ülkelerdeki fabrikalara da hizmet veren ana toplama merkezine (ana depoya) geçmektedir. Bu toplama merkezi, çeşitli ülkelerdeki tüm fabrikalardan aldığı siparişleri birleştirerek imalatçılara yansıtıp daha sonra özel ara toplama merkezleri (ara depolar) aracılığıyla tedarik eder. Gelen malzemeleri fabrikalara göre ayırıştırıp sevkiyata hazırlar. Bu yapıya göre işletmenin yabancı tedarikçileri ile fabrikası arasında bir toplama merkezi bulunmaktadır. Bu ana toplama merkezi bir anlamda üretici işletme ile tedarikçiler arasında perde görevi üstlenmiştir. Bu perdenin gerisinde tüm Avrupa üzerine yayılmış ve işletmenin ihtiyaçlarını tedarik eden 300 imalatçı bulunmaktadır. Bu rakam bu merkezin görevini anlamak açısından önemlidir. Çünkü 300 imalatçının günlük sevkiyatı ancak 15 tır doldurabilmektedir. Ana toplama merkezi, sevkiyat hacimleri çok yüksek olmayan ama oldukça fazla sayıda imalatçı ile çalışmaktadır.

Tedarik faaliyetinde çok önemli bir yeri olan sipariş gerçekleştirme işlemi bu sistemde şu şekilde başarılmaktadır:

- Üretim biriminde kullanılan MRP programları, bir sonraki hafta gün bazında ana depodan çıkması gereken parçaların miktarlarını hesaplar ve bunu EDI (Electronic Data Interchange) yoluyla bu merkeze ulaştırır. Bu merkez de benzer şekilde diğer fabrikalardan aldığı siparişleri de ekleyerek tüm imalatçılara toplu halde siparişlerini geçer.

- Geçilen siparişler birkaç fabrika için toplu olarak verilmiş olsa da imalatçılardan bir çoğunun göndermesi gereken miktar, tek başına tır dolduracak kadar yeterli olmamaktadır. Bu nedenle imalatçılar da parçaları doğrudan bu merkeze göndermek yerine önce ana işletmenin tüm fabrikaları için kullandığı ve nispeten çok daha küçük olan ara toplama merkezlerine gönderirler. Ara toplama merkezlerinde toplanan parçalar daha sonra ana toplama merkezine, oradan da daha önce geçilmiş sipariş doğrultusunda işletmeye gönderilirler.

- Parçaların ana depodan çıktığına dair bilgi ASN (Advanced Shipment Notice) sistemi ile iki gün sonra fabrikaya ulaşır. Bir anlamda iki günlük bir karanlık bölge bulunmaktadır. ASN bilgisinin yanında, uluslararası ticaretin gerektirdiği belgelerin bir kısmı elektronik olarak, bir kısmı ise bizzat araçlar tarafından ilgili servise teslim edilir. Sınırdan çıkan araçların fabrikaya ulaşma süreleri ise 6 gündür. Gümrükleme faaliyeti tamamlanan araçların ilgili bölümce idari kabulü yapılır ve araçlar boşaltılıp malzemeler depolanmak üzere ambarlara alınır.

Mevcut sistemde işletme, yapılacak taşımalar için ortalama 100m³ lük araçlar kiralamakta, sınırdan fabrikaya kadar araç başına ödeme yapmaktadır. Araçların doluluk

oranları, araç kiralama maliyetini etkilememektedir. Ara depolardan ana depoya ve oradan sınıra kadar olan taşımalar da ise km başına ödemede bulunmaktadır. Bu durumda taşıma maliyetini azaltma, km azaltma ile mümkün olabilmektedir. Kiralanan araçlara sadece işletmenin malı yüklenebilmektedir. Yükün bir arada taşınabilirliği kabul edilmiştir. Böylece taşınan yük, tek tip mal olarak ele alınabilmektedir. Günlük olarak, fabrikaya 15 araçlık teslimat vardır. Bunlardan beş tanesi, ortalama %80 doluluk oranıyla taşınan, ana depoya aktarılmış ara depo yüküdür. Fabrikanın günlük üretim ihtiyacını karşılayacak ara depolar ve sevkiyat değerleri aşağıda verilmiştir:

	Ara Depolar	Günlük Sevkiyat (m ³)
1.	Laperriere	60
2.	Cat Irigny	49
3.	Loire	18
4.	Buffa	10
5.	Deols	40
6.	Volutrans	26
7.	Caillot Tournan	32
8.	Caillot Betheny	60
9.	Cat Gennevilliers	16
10.	Transpic	23
11.	Giraud	27
12.	Bils Deroo	39
	Toplam	400

Mevcut Lojistik Sisteminin Değerlendirilmesi:

İşletmenin mevcut lojistik sistemine dair temel problemler şu şekilde sıralanabilir:

- Parça üzerinde katma değeri olmayan gereksiz lojistik faaliyetler
- Ara stoklar
- Bilgilere geç ulaşma
- Fabrika ile imalatçı arasında aracı bulunması
- Uzun parça tedarik süreleri
- Fazla yükleme boşaltmanın neden olduğu kalite sorunları
- Fazla taşıma maliyeti

Bunların yanında bu sistemin bazı avantajları da mevcuttur. Bunlar da şöyle sıralanabilir:

- Araç doluluklarında iyi bir oran
- Tek muhatap
- İkinci kez parçaların miktarsal değerlendirilmesi imkanı

İhracatı her geçen gün giderek artan işletmenin müşterilerine modern pazarlama anlayışıyla yanıt vermesi gerekmektedir. Mevcut üretim sistemlerinin neden olduğu yüksek stok seviyeleri ve finansal kayıplar, üreticileri stoğa değil doğrudan müşteri isteklerine yönelik üretim yapmaya zorlamaktadır. Bu aynı zamanda müşterilere seçme şansı da sağladığı için önemli bir pazarlama silahı olmaktadır. Böylece, müşteriler arzuladıkları mamulü almakta, üreticiler de müşterisi belli mamul üretmiş olmaktadır. Burada incelenen sistemin de iyi işleyebilmesi için, işletmenin otomobilleri müşterilerin kabul edebileceği bir sürede üretmesi gerekmektedir. Bu da, tedarik sisteminin etkin ve hızlı işlemesi ile doğrudan ilgilidir. İşletmenin mevcut sistemde yurt dışından gelen parçalar için tedarik süresi (parça isteğinden bant kenarında tüketilmesine kadar olan) 4 haftadır. Belirtilen pazarlama anlayışının oluşturulabilmesi için ise bu sürenin 2,5 haftaya indirilmesi gerekmektedir.

Önerilen Sistem:

Mevcut sistemdeki problemlerin büyük ölçüde, depoların varlığından kaynaklandığı görülmektedir. Depoları kaldırıp, tedarikçilerden doğrudan tedarik yapılabilen ve eski sistemdeki çalışma koşullarının aynen korunduğu yeni bir lojistik yapı oluşturulmaya çalışılacaktır.

Küresel lojistik anlayışı çerçevesinde, Avrupa Birliği ülkelerinden yapılan ithalatlarda, sadece parçaların fiziksel akışlarını planlayıp organize etmek yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda parçaların gerek Avrupa Birliği sınırlarından çıkışında, gerekse Türkiye sınırından girişinde yerine getirilmesi zorunlu olan bir takım kanuni işlemlerinin yapılarak ilgili dokümanların onaylanması gerekmektedir. Tüm bu kanuni zorunluluklar şu anda tek gönderim merkezi olan ana depoda yerine getirilmektedir. Yıllardan beri yüksek hacimlerde sevkiyatlar yapıldığı için gümrükleme faaliyeti bu ana depoda sürdürülmektedir. Fakat, ana deponun kaldırılıp doğrudan tedarike geçilmesi durumunda, her imalatçının veya her ara deponun tüm bu gerekli işlemleri yerine getirmesi mümkün değildir. Zira, imalatçıların veya ara depoların bulunduğu tüm şehirlerde gümrük ofisleri bile bulunmamaktadır. Bu ihtiyacı giderebilmenin tek yolu, tüm araçların çıkış gümrük işlemlerini sınırda yaptırması ile mümkün olabilir. Bu

amaçla, yeni sistemin devreye alınabilmesi için işletmeye gelecek araçların izlediği güzergaha göre, ülkenin güney doğu sınırında, gümrük bürosunun yakınında bir yere açılacak bir ofis, işletmenin istikametindeki araçların çıkış işlemlerini yapacaktır. Bundan ötürü, ana merkez bulunmuş ülke sınırları dahilinde her araç rahatça hareket edebilse bile sınır çıkışı için tek bir nokta olacaktır. O da güney doğu sınırındaki gümrük bürosudur.

Önerilecek sistemde, ara depoların kaldırılması taşıma maliyeti ve risk açısından sakınca yaratmaktadır. Doğrudan tedarikte 300 tedarikçiye uğramak çok zor görünmekle birlikte, çoğu imalatçı araçların çok küçük bir kısmını doldurabilmektedir. Bu yükleme ve ulaşım maliyetlerini, ayrıca riski de çok yükseltecektir. Ancak, araç kapasitesini dolduran veya doldurmaya yakın oranda sevkiyat yapabilecek büyük imalatçılardan doğrudan sevkiyat yapılabilir. Bu durumda, ara depoların fonksiyonlarını biraz değiştirmek suretiyle varlıklarını korumaları uygun olmaktadır.

Ana deponun kaldırılması ise bu deponun fonksiyonunun dağıtılabilmesi ile mümkün görülmektedir. Bunlardan biri olan gümrük işlemleri, sınırda kurulacak yeni birimde yapılabilecektir. Buna karşılık, ana deponun kaldırılması ile fabrikanın 12 ara depo ile tek tek ilişki kurması sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu, sipariş ve sevkiyat işlemlerinin mevcut EDI ve daha da geliştirilecek sevkiyat bilgi sistemiyle rahatlıkla yapılabilmesiyle sorun olmaktan çıkacaktır. Ara depolara siparişler verilebilecek ve sevkiyat takipleri yapılabilir.

Sonuç olarak; önerilen sistem ana deponun kaldırılması, ara depoların ise bırakılması şeklindedir. Bu sistemde, boş araçlar gümrük bürosunun bulunduğu yerden başlayarak araç kapasitesini aşmamak koşuluyla olabildiğince çok ara depoyu dolaşarak malzemeleri toplayıp tekrar gümrük bürosunun bulunduğu yere geri döneceklerdir. Burada gümrük işlemleri yapılan araçlar bundan sonra sabit maliyetli sınır-fabrika taşımalarını gerçekleştireceklerdir. Aynı araç, geri dönüşte de yine sınırdaki gümrük bürosundan başlayarak yeni toplama turunu tamamlayacaktır. Burada araçların tur yapması, araç doluluk oranları açısından gereklidir. Birden fazla ara deponun sevkiyatı toplandığı zaman, ancak araçlar belli bir doluluk oranına ulaşabilmektedir. Eğer 12 deponun her birine ayrı araç çıkarılırsa, daha önce yaklaşık %80 doluluk oranında olan 5 araç yerine yaklaşık %33 doluluk oranında 12 araç gerekecektir. Bu da yeni sistemdeki taşıma maliyetlerini eskisine oranla çok daha yükseltecektir.

Burada kaç aracın gerektiği, ara depolara sadece bir kere uğranması ve gidilen yolun en az ve araçların doluluk oranlarının en yüksek olması koşuluyla hangi turların oluşturulması gerektiği soruları ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, yeni sistemin eskisine göre

başarımının daha iyi olup olmadığı ve daha iyiyse ne kadar daha iyi olduğu da belirlenmelidir.

Problem tipik olarak bir temel araç rotalama problemi. Eğer bir aracın kapasitesi tüm yükü alabilecek büyüklükte yani tek araç şeklinde olsaydı problem gezgin satıcı problemi olarak ele alınabilirdi. Probleminin çözümünde ise değişken sayısı az olduğu için tam çözüme çok yakın sonuç verebilecek ve çözümü kolay bir yöntem olan kazançlar yönteminin kullanılması uygun görülmüştür.

VII. PROBLEMİN ÇÖZÜMÜ ve SONUÇLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Özetlenecek olursa; mevcut lojistik sisteminde araçlar ara depolardan yola çıkarak ana depoya, oradan birleştirilmiş yüklerle sınıra, sınırdan da üretim yerine gitmektedirler. Her ara depodan ana depoya gelişler için bir araç ayrılmaktadır. Dolayısıyla ara depolardan ana depoya gelişler için toplam on iki araç kullanılmaktadır. Ana depodan ise birleştirilmiş yükler 5 araçla fabrikaya gönderilmektedir. Önerilen sistemde ise ana depo kaldırılmakta ve araçların sınırdan çıkış yapıp tekrar sınıra geri dönmeleri sağlanmaktadır.

Problemin çözümü için gerekli olan şehirler (ara depolar) arası mesafe matrisi ek 1'de verilmektedir. Kazançlar yönteminin ilk aşaması kazanç değerlerinin hesaplanması adımdır. Kazanç değerleri Ek.2'de gösterilmektedir. Bu tablo aynı zamanda başlangıç çözümü olup tüm ara depolara birer araç atanmıştır. Yani başlangıç tablosundaki P_0 sütunundaki t değerleri 2'dir.

Sonra kazançlar yönteminin adımları uygulanmaya başlanır. Kazançlar tablosundaki en büyük kazanç değeri bulunur. Bu değer 1325 değeri ile P_{11} ile P_{12} ara depolarının sevkiyatının aynı araç tarafından alınması durumunda oluşacak olan kazançtır. Kapasite kısıtı kontrol edilir. Bu değer $(27+39 = 66)$ araç kapasitesinden küçüktür. O halde birleştirme yapılır. P_{11} ile P_{12} 'nin kesiştikleri hücrenin t değeri 1 olur. Aynı zamanda P_0 sütununda P_{11} ve P_{12} 'ye karşılık gelen hücrelerdeki t değerleri 1 olur. Bu kez bir sonraki en büyük kazanç değeri bulunur. Bu değer 1290 değeriyle P_{12} ile P_{10} 'nun kesiştiği hücrededir. P_{10} ara deposu P_{12} ara deposuna eklenmeye adaydır. Kapasite kısıtı kontrol edilerek P_{10} eklenir $(66 + 23 = 89)$. P_{10} ile P_{12} kesiştikleri hücrenin t değeri 1 olur. P_0 sütununda P_{12} 'ye karşılık gelen hücrenin t değeri 0, P_{10} 'a karşılık gelen hücrenin t değeri 1 olur. Çözüm sonucu ek 3'de gösterilmiştir. Bu işlemler tüm ara depolar araçlara atanıncaya kadar devam eder. Problemin çözümü ek 4'de verilmektedir. Önerilen sistemin çözüm sonucu elde edilen optimal değerli rotaları ve bu rotalarda katedilen mesafeler aşağıda verildiği gibidir:

$$P_0 - P_{12} - P_{10} - P_{11} - P_0 : 1595 \text{ km}$$

$$P_0 - P_8 - P_9 - P_0 : 1280 \text{ km}$$

$$P_0 - P_6 - P_7 - P_5 - P_0 : 1275 \text{ km}$$

$$P_0 - P_2 - P_3 - P_4 - P_0 : 865 \text{ km}$$

$$P_0 - P_1 - P_0 : 190 \text{ km}$$

Çözüm sonucu ara depolardan tüm toplamayı yapabilmek için beş turun yani beş aracın gerektiği ortaya çıkmıştır. Toplam rota uzunluğu ise 5205 km'dir. Burada mesafelerde optimallik aranmıştır. Araç kapasitesi ise sadece kısıt teşkil etmiştir.

Mevcut sistemde ise rota uzunluğu; fabrikanın günlük tedariklerinin ana depodan sınıra kadar olan kısmı için giden araç sayısı x ana depo-sınır mesafesi şeklinde hesaplanır. Bu da $5 \times 695 = 3475$ km dir. Ara depolardan ana depolara çıkarılan her bir araç ise her bir ara depo-ana depo mesafesi kadar yol kateder. Bu mesafelerin toplamı ise 3710 km dir. Araçların, bir günlük sipariş için ara depolardan sınıra kadar katettikleri toplam yol 7185 km dir. Mevcut sistemde araç doluluk oranları ve ona bağlı maliyetler hesaba katılmamaktadır.

Mevcut sistemle yeni sistem karşılaştırıldığında, araçların yeni sistemde eski sisteme göre daha az mesafe katettiği görülmektedir. Bu durumda, 1980 km lik bir kazanç söz konusudur. Bu da taşıma maliyetlerinde önemli ölçüde azalma olabileceği anlamına gelmektedir.

VIII. SONUÇ

Günümüzdeki yoğun rekabet ortamında işletmeler, faaliyetlerini müşteri değerini arttırmaya odaklarken aynı zamanda maliyetlerini de minimum seviyede tutmak zorundadırlar. Bununla ilgili yapılan çalışmalardan biri de, lojistik ağlarının yüksek başarımını sağlama çalışmasıdır. Bu çalışmaların en sık rastlanılanlarından biri ise lojistik ağlarının başarım ölçütlerinden biri olan lojistik maliyetlerinin önemli bir kalemi olan taşıma maliyetlerinin düşürülmesidir. Taşıma maliyetlerinin azaltılması, işletme hedeflerine uygun, minimum maliyetli rotalar hesaplanarak ve gereksiz depo veya ara depolar kaldırılarak sağlanabilir.

Burada da, otomotiv endüstrisindeki bir üretici işletmenin tedarik zincirinin yönetim maliyetlerinin azaltılması üzerine bir çalışma yapılmıştır. Üretici işletmenin mevcut lojistik sistemi incelenerek sorunlar tespit edilmiştir. Mevcut olan ana deponun kaldırılarak, araçların doğrudan ara depolardan toplama yapması önerilmiştir. Araç rotalama problemlerinin çözümünde kullanılan yöntemlerden biri olan kazançlar yöntemi kullanılarak, önerilen sistemde taşıma filosu için daha düşük taşıma maliyetini sağlayacak rotalar bulunmuştur. Böylece, yeni sistemin işletme açısından daha uygun

olduğu ortaya konmuştur. Bu çalışmanın sonucunda aynı zamanda, tedarik zincirinin müşteriye yanıt verme zamanında azalma, siparişin gerçekleşme zamanıyla ilgili güvenilirlikte artma, envantere yapılan yatırımların nakitten nakite dönüş zamanında azalma, daha az indirme ve yüklemeyle kalitede artma, riskte ve katma değeri olmayan faaliyetlerde azalma, yine bilgilere ulaşma hızında artma sağlanmıştır. Ancak, çalışmada bunlarla ilgili kazanç hesaplarına yer verilmemiştir. Sonuçta, yeni sistemle parça taşıma maliyetinde ve lojistik faaliyetleri maliyetinde azalma sağlanmıştır.

Buradan da görüldüğü gibi, lojistik ağları ya da tedarik zincirleri üzerinde yapılan küçük çalışmalarla bile önemli iyileşmeler elde edilebilmektedir. Ancak, unutulmaması gereken lojistik süreçlerin, bilgi teknolojisine dayalı bütünlüklü süreçler olduğudur. Süreçlerdeki yeni yapılanmaların uygulama başarısı için sürecin iyi tasarlanmış lojistik bilgi sistemleriyle desteklenmesi kaçınılmazdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] POIRIER, C.C.; REITER, S., **Supply Chain Optimization**, Berrett Koehler Publisher, San Francisco, 1996.
- [2] SIMCHI LEVI D.; KAMINSKY, P. ; SIMCHI, E.L. **Designing and Managing The Supply Chain** , McGraw Hill, Singapore, 2000.
- [3] RONDINELLI, D.; BERRY, M., "Multimodel Transportation, Logistics, And The Environment: Managing Interactions In A Global Economy", **European Management Journal**, Vol.18, Issue: 4, 2000, ss.398-410.
- [4] "Management Logistics", Cranfield School Of Management; <http://www.som.cranfield.ac.uk/som/research/centres/ccarm/logistics/index.asp>, <17/6/2003>.
- [5] ROBESON, J.F.; HOUSE, R.G., **The Distribution Handbook**, Collier Macmillan Publishers, London, 1985.
- [6] BALLOU, R.H., **Business Logistics Management**, Third Edition, Prentice-Hall, USA, 1992.
- [7] PEREIRA, F.B.; TAVARES, J.; COSTA, E., "GVR: A New Genetic Representation for The Vehicle Routing Problem", http://www.eden.dei.uc.pt/jast/vrp/papers/vrp_aics2002.pdf, <9/11/2002>.
- [8] WEBER, R., "Complexity Of Algorithms", www.statslab.com.ac.uk/~rrw1/mor/s05.pdf, <12/11/2002>
- [9] FLORIAN, M., **Transportation Planning Models**, North Holland, 1984.
- [10] CRAINIC, G.T.; LAPORTE, G., **Fleet Management and Logistics**, Kluwer, USA, 1998.
- [11] JUENGER, M.; REINELT, G.; THIENEL, S., "Practical Problem Solving With Cutting Plane Algorithms In Combinatorial Optimization", www.citeseer.nj.nec.com/28583.html, 1994, <15/11/2002>.
- [12] FISHER, M.L.; JOERNSTEN, K.O.; MADSEN, O.B.G., "Vehicle Routing With Time Windows: Two Optimization Algorithms", **Operations Research**, Vol.45, Number: 3, 1997, ss.488-490.
- [13] AVRIEL, M.; GOLANY, B., **Mathematical Programming For Industrial Engineers**, Marcel Dekker Inc., New York, 1996.
- [14] LAPORTE, G.; GENDREAU, M.; POTVIN, J.Y.; SEMET, F., "Classical and Modern Heuristics for the Vehicle Routing Problem", **International Transactions in Operational Research**, Vol.7, Issues: 4-5, 2000, ss.285-300.
- [15] JANG, J.S.R., **Neuro-Fuzzy and Soft Computing: A Computational Approach To Learning And Machine Intelligence**, Prentice-Hall, USA, 1997.
- [16] TAN, K.C.; LEE, L.H.; ZHU, Q.L.; OU, K., "Heuristic Methods For Vehicle Routing Problems With Time Windows", **Artificial Intelligence in Engineering**, www.elsevier.com , 2001.
- [17] GOLDBERG, D.E., **Genetic Algorithms In Search, Optimization and Machine Learning**, Addison-Wesley, USA, 1989.
- [18] AARTS, E.; LENSTRA, J.K., **Local Search In Combinatorial Optimization**, John Wiley & Sons, England, 1997.
- [19] BALLOU, R.H.; AGARWAL, Y.K., "A Performance Comparison of Several Popular Algorithms for Vehicle Routing and Scheduling", **Journal Of Business Logistics**, 9, Number: 1, 1988, ss.51-65.
- [20] CLARKE, G.; WRIGHT, J.W., "Scheduling Of Vehicles From A Central Depot To A Number Of Delivery Points", **Operations Research**, Vol.12, Issue: 4, 1964, ss.568-581.

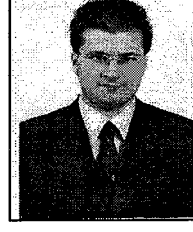


Gül Gökay EMEL

Uludağ Üniversitesi
İ.İ.B.F. İşletme Bölümü
Sayısal Yöntemler ABD
Görükle Kampüsü 16059 / BURSA

Tel: +90 (224) 442 89 40
ggokay@uludag.edu.tr

Gül Gökay EMEL is a mathematics engineer. She is Assistant Professor in the Faculty of Economics and Administrative Sciences. She has PhD degree from the department of Business Administration. Her research areas are discrete optimization, metaheuristics, decision making and datamining.



Çağatan TAŞKIN

Uludağ Üniversitesi
İ.İ.B.F. İşletme Bölümü
Üretim Yönetimi ve Pazarlama ABD
Görükle Kampüsü 16059 / BURSA

Tel: + 90 (224) 442 89 40
ctaskin@uludag.edu.tr

Çağatan TAŞKIN is an industrial engineer. He has MSc degree from the department of Business Administration. He is a PhD candidate in the faculty of Economics and Administrative Sciences. His research areas are distribution management, vehicle routing, genetic algorithms and datamining.

EK.1 : Ana Depo, Yeni Merkez ve Talep Yerleri Arasındaki Mesafeler Matrisi

	Mevcut Sistemdeki Ana Depo (P ₀)	Önerilen Yeni Merkez(Sınır-P ₀)	Laperriere	Cat Irigny	Loire	Buffa	Deols	Volutrans	Caillot Tournan	Caillot Betheny	Cat Gennevilliers	Transpic	Giraud	Bils Deroo
Ana Depo	0													
Yeni Merkez	695	0												
Laperriere	605	95	0											
Cat Irigny	585	185	80	0										
Loire	505	265	140	70	0									
Buffa	555	270	185	285	340	0								
Deols	325	465	385	310	250	450	0							
Volutrans	265	500	425	350	295	470	150	0						
Caillot Tournan	175	525	450	380	330	410	185	125	0					
Caillot Betheny	235	600	520	440	385	310	240	180	105	0				
Cat Gennevilliers	125	585	505	420	370	465	225	170	90	95	0			
Transpic	135	630	550	475	420	480	280	220	235	135	90	0		
Giraud	5	695	605	535	480	555	330	270	180	240	130	110	0	
Bils Deroo	195	780	700	630	580	605	425	355	255	240	205	120	150	0

EK.2: Kazançlar Matrisi

YÜK	P ₀	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅	P ₆	P ₇	P ₈	P ₉	P ₁₀	P ₁₁	P ₁₂
60		P ₁											
49		200	P ₂										
18		220	380	P ₃									
10		180	170	195	P ₄								
40		175	340	480	285	P ₅							
26		170	335	470	300	815	P ₆						
32		170	330	460	385	805	900	P ₇					
60		175	345	480	560	825	920	1020	P ₈				
16		175	350	480	390	825	915	1020	1090	P ₉			
23		175	340	475	420	815	910	920	1095	1125	P ₁₀		
27		185	345	480	410	830	925	1040	1055	1150	1215	P ₁₁	
39		175	335	465	445	820	925	1050	1140	1160	1290	1325	P ₁₂

EK.3: Ara Çözüm Tablosu

YÜK	P ₀																	
60		P ₁																
49		200	P ₂															
18		220	380	P ₃														
10		180	170	195	P ₄													
40		175	340	480	285	P ₅												
26		170	335	470	300	815	P ₆											
32		170	330	460	385	805	900	P ₇										
60		175	345	480	560	825	920	1020	P ₈									
16		175	350	480	390	825	915	1020	1090	P ₉								
23	1	175	340	475	420	815	910	920	1095	1125	P ₁₀							
27	1	185	345	480	410	830	925	1040	1055	1150	1215	P ₁₁						
39	0	175	335	465	445	820	925	1050	1140	1160	1290	1325	P ₁₂					

EK.4: Çözüm Tablosu

YÜK	P ₀																		Yük	Mesafe		
60	1																		Araç 1:	P ₀ - P ₁₁ - P ₁₂ - P ₁₀ - P ₀	89	1595
49	1																		Araç 2:	P ₀ - P ₈ - P ₉ - P ₀	76	1280
18	0																		Araç 3:	P ₀ - P ₆ - P ₇ - P ₅ - P ₀	98	1275
10	1																		Araç 4:	P ₀ - P ₂ - P ₃ - P ₄ - P ₀	77	865
40	1																		Araç 5:	P ₀ - P ₁ - P ₀	60	190
26	1																					
32	0																					
60	1																					
16	1																					
23	1																					
27	1																					
39	0																					
																				TOPLAM		5205

TÜRKİYE'DE YAŞANAN SON EKONOMİK KRİZİN TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİLERİ: ÇAMAŞIR DETERJANI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Ayşe Gül BAYRAKTAROĞLU

Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Yardımcı Doçent Dr.

THE EFFECTS OF THE RECENT ECONOMIC CRISES IN TURKEY ON CONSUMER BUYING BEHAVIOR: LAUNDRY DETERGENT CASE

Abstract: The effects of the economic crisis in Turkey are being observed in most of the sectors. Changes in the preferences and buying behavior of consumers are expected during the economic crisis. The consumers may prefer smaller packages, lower priced brands or unbranded and unpacked products. Besides, if there is a substitute of a product and if its price is lower, then the substitute products can be preferred.

The purpose of this pilot study aims to figure out the effects of the economic crisis in Turkey on laundry detergents. The study aims to find out whether the crisis has caused any change in the volume of laundry detergent consumed, in the method of washing (by hand or by machine), in the frequency of washing laundry, in the type of laundry detergent preferred (packaged-unpacked), in the package size or the amount of detergent bought. In addition, any difference in the importance level (before and during the crisis) of the variables affecting the purchasing decision of laundry detergents has been examined. Data was collected from 155 women consumers who were selected by convenience sampling.

Keywords: Laundry Detergents, Consumer Buying Behavior, Economic Crisis

TÜRKİYE' DE YAŞANAN SON EKONOMİK KRİZİN TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞINA ETKİLERİ: ÇAMAŞIR DETERJANI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Özet: Türkiye'de yaşanan ekonomik krizin etkileri birçok sektörde görülmektedir. Krizle birlikte tüketicilerin satın alma davranışlarında ve tercihlerinde de değişimler olması beklenmektedir. Tüketicilerin satın alacakları ürünlerde daha küçük boy ambalajlara, daha ucuz markalara ya da açıkta satılan markasız ürünlere yönelecekleri düşünülebilir. Diğer bir olası değişim ise ikame ürünlerde yaşanabilir. Bir ürünün ikamesi varsa ve daha ucuzsa tüketiciler ikame ürünlere yönelmeyi tercih edebilirler.

Bu çalışma, Türkiye'de yaşanan ekonomik krizin çamaşır deterjanı tercihindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. İzmir'de kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 155 bayan tüketicilere kriz öncesinde ve sonrasında çamaşır deterjanı satın alma davranışları ile ilgili sorular sorulmuştur. Çalışmada satın alma kararını veren ve satın alan kişiler, çamaşır deterjanı tüketim miktarı, çamaşır yıkama yöntemi ve sıklığı, tercih edilen çamaşır deterjanının çeşidi (ambalajlı-açık) ve ambalaj boyutu ya da satın alınan miktar gibi konularda krizin yarattığı değişim incelenmiştir. Bunun yanında, çamaşır deterjanı satın alma kararında etkili olan özelliklerin önem derecelerindeki değişimler araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çamaşır Deterjanı, Tüketici Satın Alma Davranışı, Ekonomik Kriz

I. GİRİŞ

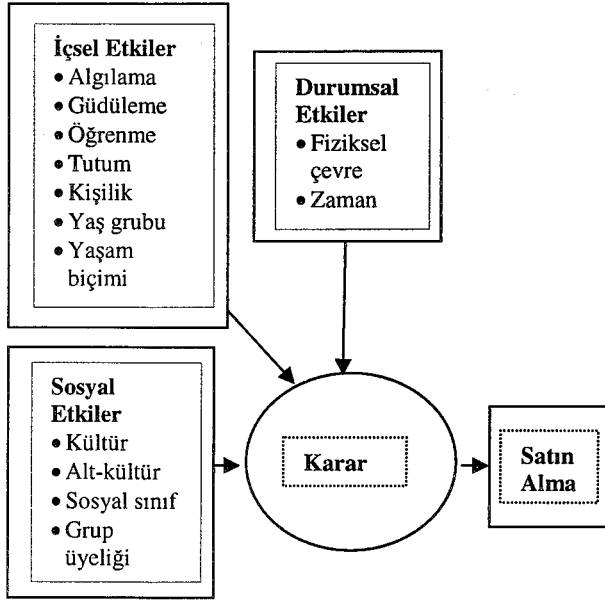
Tüketiciler gelirlerinin bir bölümünü tüketime, bir bölümünü de tasarrufa ayırmaktadırlar. Tüketime ayrılan gelir ile ihtiyaç duydukları birtakım ürün ve hizmetleri satın alırlar [1-3]. Satın alma kararında genel olarak üç değişken (Bkz. Şekil-1) etkili olmaktadır [4]:

1. **Sosyal etki:** Tüketicinin içinde yaşadığı kültür, alt-kültür, sosyal sınıf ve grup üyeliği kişinin zevk ve tercihlerini etkilemektedir.

2. **İçsel etki:** Her tüketicinin farklı algılama, güdüleme, öğrenme, tutum, kişilik, yaş ve yaşam biçiminden dolayı tercihleri de farklılık göstermektedir.

3. **Durumsal etki:** Tüketicinin ürünü ya da hizmeti satın alacağı mağazanın düzeni, atmosferi vs. gibi fiziksel çevre unsurları ile satın alım kararını geniş ya da dar zamanda yapıyor olması gibi zamana bağlı unsurlar tüketicinin satın alma kararını etkilemektedir.

Satın almada tüketici; zevk ve beğenileri doğrultusunda en fazla fayda sağlayacak ürün ve/veya hizmetleri seçer. Ancak ürünün ve diğer ürünlerin fiyatları, tüketicinin alım gücü, zevk ve tercihleri bu seçimde etkili olmaktadır [5-8]. Tüketicinin satın alma davranışı genel ekonomik durumdan da etkilenmektedir [9]. Çünkü genel ekonomik durum, kişinin tasarruf ve tüketim eğilimleri ile ürün fiyatlarını etkilemektedir [10].



Şekil.1: Tüketici Karar Verme Sürecine Etki Eden Değişkenler

Kaynak: SOLOMON, M.R.; STUART, E.W., Marketing: Real People, Real Choices, Prentice Hall, New Jersey, 2000, s.152[4]

Türkiye’de 2000 yılı sonundan günümüze kadar süregelen ekonomik kriz de tüketicinin satın alma davranışını etkilemektedir. Bu çalışmada öncelikle Türkiye’de yaşanan son ekonomik kriz, çıkış nedeni ve tüketici açısından etkileri incelenmektedir. Daha sonra araştırma kapsamını oluşturan çamaşır deterjanı ve deterjan sektörü özetle açıklanmaktadır. Çalışmanın devamında araştırma yöntemi, bulgular ve sonuç yer almaktadır.

I.1. Türkiye’de Yaşanan Ekonomik Kriz ve Tüketime Etkileri

Türkiye, 2000 Kasım’ından itibaren arka arkaya iki kriz yaşamıştır. Bu ekonomik krizlerin en büyük nedenlerinden biri kamu kesimi borç stokunun 2000 yılı sonu itibariyle % 83.2’lere kadar yükselmesidir. Devlet vergi tabanını genişletip vergi almak yerine borç almayı tercih etmiş, bu da kayıtlı kesimin vergi yükünün artmasına, kayıt dışı çalışanların gelirlerinin bir kısmını vergi olarak devlete vermek yerine devlete borç vererek gelir elde etmelerine neden olmuştur. Reel sektör gittikçe küçülmüş, kazançlar yatırıma yöneltilmekten çok faiz ve repoya yatırılmış, faizler yükseldiği için kredi alıp yatırım yapmak imkansızlaşmış, bu da reel sektörün daralmasına, üretimin azalmasına neden olmuştur. Bunun yanında devletin yüksek taban fiyat uygulamaları, destekleme alımları, etkin olmayan kamu harcamaları, siyasi çıkar doğrultusunda kamu kaynaklarının kullanılması kamu borçlarını daha da arttırmıştır.

Bunların sonucu olarak 22 Kasım 2000 tarihinde ilk kriz ortaya çıkmış, bu krizin etkileri azaltılmadan 19 Şubat 2001’de ikinci kriz patlak vermiştir. Yapısal sorunların var olduğu bir ekonomide devletin ancak geçici, kısa dönemli iyileşmeler sağlayacak para politikaları uygulaması bu sonucu doğurmuştur. Ardı ardına gelen bu iki kriz ekonominin 50 milyar dolar civarında küçülmesine, kişi başına düşen gelirin azalmasına, reel sektör üretiminin durmasına neden olmuştur [11].

2000 yılında 2.986 dolar olan Kişi Başına milli gelir miktarı 2.123 doların altına düşmüştür [12]. Milli gelirden en fazla pay alan, toplumun %20’sini oluşturan ve en iyi durumda olan hanelerin geliri 2000 yılında 35.330 dolar iken 2001 yılında 27.184 dolara gerilemiştir. Milli gelirden sadece % 5 pay alan ve en düşük gelir grubunda olan ‘yoksul’ hanelerin 2000 yılında 3.373 dolar olan gelirleri 2001’de 2.597 dolara düşmüştür [13].

Tüketicinin değişen gelir düzeyi; ihtiyaçlarda, önceliklerde ve satın alma davranışında değişiklikleri beraberinde getirmektedir. Tüketiciler bu ekonomik kriz döneminde bazı harcamalarını azaltmakta ya da ertelemekte, bazı lüks tüketim ürünlerinden tamamen vazgeçmekte, zorunlu tüketim ürünlerinde ise farklı markaya ya da kaliteye kaymaktadır [13-14].

Süper market alışverişlerinde bazı ürünlerin satışlarında azalma yaşanmaktadır. Örneğin, tüketiciler kırmızı etten uzaklaşmakta, yerine beyaz et tercih etmektedirler. Bunun yanında taze sebze-meyve ihtiyaçları süper market yerine semt pazarlarından satın alınmaya başlanmıştır. Süper marketlerdeki zeytin, turşu, meze, unlu ürünler, cam eşya, oyuncak gibi ürünlerin toplam satışlar içindeki payı krizle birlikte azalmıştır. Tüketici, ucuz ürünleri tercih ederken harcamalarını mümkün olduğunca kredi kartıyla yapmaya çalışmaktadır.

Tüketiciler büyük ambalajlar yerine, küçük ambalajları tercih etmektedir. Birçok ürün kategorisinde tüketim devam ederken tüketiciler ürünlerin küçük boy ambalajlarına yönelmektedir [15]. Fiyat, marka bağımlılığının önüne geçmektedir. Talep önce ucuz markalara, daha sonra da en ucuz markasız ürünlere doğru yönelmektedir. AC Nielsen araştırma şirketi, özel markaların (private brand) daha fazla tercih edildiğini ortaya koymaktadır. Tüketicilerin bazı temel kategorilerde ihtiyaçlarını markalı ürünler yerine daha ucuz olan özel markalı ürünlerle karşıladığı görülmektedir [16].

NFO-Infratest araştırma şirketi tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada özellikle bulaşık ve çamaşır makinesi deterjanı, yumuşatıcı, çamaşır suyu gibi temizlik ve deterjan ürünleri ile bakliyat, makarna gibi yiyecek maddelerinde özel markaların tercih edildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra çamaşır deterjanı, yumuşatıcı ve yer temizleyicilerinde de açıkta satılan

markasız ürünler satın alınmaktadır [13]. Kriz döneminde yapılan tahminlerde deterjan ürünlerinde önemli düşüşler beklediği halde Migros'un verilerine göre deterjanların toplam satışlar içindeki payı %5.7'den %6.3'e yükselmiştir. Deterjanlarda miktar olarak bir değişim yaşanmasa da özel markalı ve daha ucuz konumlanan ürünlere doğru bir kayma söz konusu olmaktadır [16-17].

Beyaz eşya ve elektronik ürünlerde ise tüketici bekleme trendine girmiştir. Bu ürünlerde daha ucuz, az programlı, az fonksiyonlu ürünlere yönelinmiştir. Otomotivde ise satışlar durma noktasına gelse de gerçekleşen düşük satışlarda yerli markaların öne çıktığı görülmektedir [16-17].

Zorunlu ihtiyaçları giderecek olan ve ikameleri güç olan ürünlerin (tuz, ekme, şeker, yağ gibi) fiyatlarının artması talebi fazla etkilememektedir. Diğer bir ifadeyle, bu ürünlere olan talebin fiyat elastikiyeti düşüktür [8]. Oysa deterjan gibi bir üründe fiyat elastikiyeti daha fazladır. Ayrıca ikame ürünlere geçebilme olasılığı vardır. Tüketici fiyat artışlarından etkilenerek marka tercihinde farklılık gösterebilir. Bu nedenlerden dolayı tüketicilerin yaşanan krizden nasıl etkilendiği konusu deterjan sektörü ele alınarak bu çalışmada incelenmektedir.

I.2. Türkiye'de Deterjan Sektörü

Türkiye'de deterjan üretimi 1960'lı yıllarda başlamıştır. Bu yıllarda sayıları 10'u geçmeyen üreticilerin sayısı günümüzde 100 civarındadır. Ancak pazarın büyük bir bölümü (% 80) uluslararası dört firma (Lever Temizlik Maddeleri San. ve Tic. A.Ş., Procter & Gamble San. ve Tic. A.Ş., Başer Kimya San. ve Tic. A.Ş., Turyağ A.Ş.) tarafından paylaşılırken talebin geri kalanı (% 20) irili ufaklı birçok yerli firma tarafından karşılanmaktadır. Yerli firmalar daha çok daha basit bir üretim teknolojisini gerektiren sıvı ve krem deterjan üretmektedir. Pazarda faaliyet gösteren dört büyük firma dışında yabancı sermayeli (%100 Alman sermayeli) diğer bir firma da Benckiser Temizlik Mamülleri San. ve Tic. A.Ş.'dir. Ancak bu firma gerek üretim kapasitesi, gerekse dağıtımın yaygınlığı açısından diğer yabancı sermayeli firmalara göre daha küçük ölçekli kaldığından büyük şehirlerde ancak belirli bir tüketici kesimi tarafından bilinmektedir.

Üretim kapasitesinin % 75'i toz, % 10'u sıvı, % 10'u krem (ve jel), % 5'i de ovma maddelerinden oluşmaktadır. Ülkemizde deterjan tüketimi artış eğilimi gösterse de henüz Avrupa ölçüleri düzeyine ulaşamamıştır. Özgül [18] yurt içi talebi şu şekilde tanımlamaktadır: "Yurt içi talebin belirlenmesinde modern ve geleneksel yıkama ve temizleme alışkanlıkları da rol oynamaktadır. Kırsal alanlarda sabuna daha çok benzeyen krem deterjanlara yönelik talep daha fazla olurken kentlerde toz ve sıvı deterjan talebi daha yüksek seviyede bulunmaktadır. Son yıllarda, otomatik çamaşır

makinelerinin kullanımının hızla yayılmasıyla birlikte toz deterjan kullanımı da artış göstermiştir. Buna bağlı olarak, konsantre biçimde üretilen ve ambalajdan tasarruf sağlayan mikro türler ile renkli çamaşırlar için özel olarak hazırlanan kolormatik türler toz deterjanda ürün çeşitliliğini arttırmıştır".

Yurt içi talebin belirlenmesinde tüketicinin gelir düzeyi önemlidir. Çünkü gelir düzeyi yüksek tüketiciler için kalite ve ambalaj önemlidir. Bu tüketiciler deterjanı temel ihtiyaç maddesi olarak gördüğünden fiyat değişiklikleri talebi fazla etkilememektedir. Oysa gelir düzeyi düşük olan tüketiciler için belirleyici unsur fiyattır. Ancak deterjanın üretiminde ithal girdi kullanıldığından kur artışına bağlı olarak maliyetler, dolayısıyla da fiyat artmaktadır. Bu da düşük gelirli tüketicileri ambalajsız satılan açık deterjan türlerine yöneltmektedir [18].

II. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmanın amacı yaşanan ekonomik krizin tüketicilerin satın alma tercih ve davranışlarındaki değişimi incelemektir. Tüketici davranışlarında olası değişim, çamaşır deterjanı açısından incelenmiştir. Çamaşır deterjanının araştırma konusu yapılmasının nedeni krizle beraber bu ürünlerin hacim olarak satışlarında artış olduğu halde cirosunda düşüş görülmektedir (Bkz.Tablo.1).

Tablo.1: Krizde Çeşitli Ürünlerin Satış Miktarı (kg.) ve Cirolarındaki (A.B.D. Doları) Değişim (*)

Ürünler	Satış Miktarı (kg.) Artışı (%)	Ciro Artışı (dolar, %)
Margarin	-11	-30
Gazlı Meşrubat	-9	-15
Sıvı Yağ	-4	-27
Ev Temizlik Ürünleri	-2	-15
Çay	-1	-29
Süt	0	-15
Meyve Suyu	1	-13
Sabun ve Duş Jeli	2	-9
Salça	2	-10
Makarna	3	-20
Türk Kahvesi	5	-12
Deterjan	6	-19
Sigara	6	-9
Şampuan	10	-11
Diş Macunu	11	0
Deodorant	15	-3

* Eylül 1999-Ağustos 2000 ve Eylül 2000-Ağustos 2001 dönemlerinin karşılaştırılması

Kaynak: SEÇKİN, S., "Yeni Tüketiciyi İyi Anlayın", Capital, Yıl: 9, Sayı: 10, Ekim 2001, s. 88 [13].

Tüketiciler daha fazla deterjan tüketmeye başladığı halde daha ucuz ürün ya da markalara yöneldikleri için satış cirosu düşmüştür. Bu da tüketicilerin özel markalara, açık deterjanlara yöneldiğini göstermektedir. Diğer bir deyişle, bu olgu krizin tüketicilerin çamaşır deterjanı satın alma davranışında ve tercihlerinde değişim yarattığının bir göstergesidir. Ancak bu değişimler değişik gelir grupları açısından farklılık gösterebilir. Geliri yüksek tüketiciler krizde deterjan tüketim alışkanlıklarında değişiklik yapmazken, gelir düzeyi düşük tüketicilerin daha ucuz markalara, daha küçük ambalajlara ya da açık deterjanlara yönelmeleri beklenebilir [5,19].

Çalışmanın sadece İzmir ilinin farklı semtlerindeki bayan tüketicilerle yapılmış olması kısıtlardan birini oluşturmaktadır. Ancak çalışma sonuçlarının Türkiye çapında genelleştirilmesi gibi bir amaç söz konusu değildir. Çalışmanın diğer bir kısıtı da sadece çamaşır deterjanlarının ele alınmış olmasıdır. Diğer ürün ve ürün grupları ile ilgili yapılacak çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşılabilir.

II.1. Örneklem

Çamaşır deterjanını kullanan ve/veya satın alanların genellikle 18 yaş ve üstü bayanlar olduğu düşüncesiyle örneklem çerçevesi bu özelliklere sahip bayarlardan oluşturulmuştur. Örneklem bireyleri kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. İzmir'in çeşitli semtlerindeki 250 bayan tüketici ile evlerinde ya da alışveriş yerlerinde yüz yüze mülakat yapılarak veriler toplanmıştır. Soru formlarının örneklem bireyleri tarafından cevaplanmasında bu çalışma hakkında eğitilmiş olan 5 İşletme Bölümü son sınıf öğrencisi kullanılmıştır. Herbir öğrenci değişik semtlerde 50'şer örneklem bireyi ile görüşmüştür. 250 soru formundan 195'i geri dönmüştür. Ancak soru formlarından sadece 155'inin eksiksiz ve doğru olarak doldurulduğu, çalışmada kullanılabilecek nitelikte olduğu görülmüştür.

Örneklem grubunu oluşturan kişilerin demografik özellikleri Tablo.2'de verilmektedir. Örneklem yarısına yakını (n=68, %= 43,9) 31-45 yaş grubundadır. Örneklem % 29,7'si (n=46) ise 18-30 yaş arasındadır. Gelir grupları incelendiğinde ise örneklem üçte birine yakını 300.000.001 ile 600 milyon TL arasında bir gelire sahiptir. Bunu % 22,6'lık bir oranla 600.000.001-1 milyar TL aralığında gelire sahip kişiler takip etmektedir. Üst ve alt gelir gruplarındaki bireylerin örneklem grubuna oranı ise sırasıyla % 14,8 ve % 18,1'dir.

Deneklerin yarısına yakın bir bölümü (%43,9) orta veya lise mezunudur. Bu grubu % 25,8'lik bir dağılımla üniversite mezunları takip etmektedir. İlkokul mezunlarının oranı ise %18,1'dir. Örneklem genellikle orta düzeyde eğitilmiş kişilerden oluştuğu söylenebilir. Örneklem bireyleri en yoğun olarak Karşıyaka, Bornova, Alsancak ve Buca'dan seçilirken Bayraklı, Yeşilyurt, Urla

ve Konak en az sayıda örneklem bireyinin mülakat yapıldığı yerler olmuştur. Üç ve dört kişilik aileler örneklemede yaklaşık % 30'arlık bir paya sahiptir. Aile başına düşen ortalama birey sayısı da 3,3'tür.

Tablo.2: Örneklem Demografik Özellikleri (n=155)

DAĞILIM		n	%
ÖZELLİK			
YAŞ	18-30	46	29,7
	31-45	68	43,9
	46-60	35	22,5
	61 ve üstü	6	3,9
GELİR	300 milyon TL ve altı	28	18,1
	300.000.001-600 milyon TL	48	31,0
	600.000.001-1 milyar TL	35	22,6
	1.000.000.001-1,5 milyar TL	21	13,5
	1.500.000.0001 TL ve üstü	23	14,8
EĞİTİM	İlkokul mezunu	28	18,1
	Orta-Lise mezunu	68	43,9
	Üniversite mezunu	40	25,8
	Yüksek Lisans ve Doktora mezunu	16	10,3
	Diğer (*)	3	1,9
SEMT	Karşıyaka	30	19,4
	Bornova	23	14,8
	Alsancak	22	14,2
	Buca	16	10,3
	Hatay	13	8,4
	Balçova	12	7,7
	Gazimemir	10	6,5
	Güzelyalı	9	5,8
	Narlıdere	7	4,5
	Bayraklı	6	3,9
	Yeşilyurt	4	2,6
	Urla	2	1,3
Konak	1	0,6	
HANE HALKI NÜFUSU	1-2 Kişi	36	23,2
	3-4 Kişi	103	66,5
	5-6Kişi	16	10,3

* "Okur-yazar olan" ve "okuma yazma bilmeyen" en düşük eğitim düzeyindeki denekleri kapsamaktadır.

II.2. Soru Formu

Soru formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde örneklem bireylerinin yaşı, geliri, oturduğu semt, hane halkı sayısı ile ilgili sorular yer almaktadır. Soru formunun ikinci bölümü, örneklem grubunun kriz

sonrası deterjan satın alma davranışı ile ilgili soruları içerirken üçüncü bölümü, kriz öncesi satın alma davranışlarını incelemeye yönelik soruları kapsamaktadır. Krizden önce örneklem bireylerinin deterjan satın alımındaki gerçek davranışlarının gözlemlenmesi ya da verilerinin toplanması mümkün olmadığından örneklem bireylerine “krizden önce” nasıl bir satın alma davranışı içinde oldukları sorularak bu dönemdeki çamaşır deterjanı satın alma davranışları ile ilgili bilgi toplanmıştır.

Soru formunda kriz sonrası satın alma davranışlarının kriz öncesi satın alma davranışlarından önce sorulmasının nedeni tüketiciyi yönlendirmemektir. İkinci ve üçüncü bölümlerde çamaşır yıkama sıklığı, yöntemi, 3 aylık çamaşır deterjanı tüketim miktarı (kg. cinsinden), hane halkında satın alma kararını veren ile satın alımı yapan kişilerin kimler olduğu, tercih edilen marka çeşidi (pazar markası, özel marka, açık deterjanlar), çamaşır deterjanı seçimini etkileyen özelliklerin satın alma kararını etkilemedeki önemi ile ilgili sorulara yer verilmektedir.

Çamaşır deterjanı seçiminin etkileyen özelliklerin belirlenmesi için örneklem grubunu temsil edebilecek tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilmiş olan; farklı gelir, eğitim ve yaş grubundaki 20 bayan tüketiciye deterjan seçim kararında önemli olan unsurları belirtmeleri istenmiştir. Bu gruptan elde edilen bilgiler çerçevesinde 12 değişken belirlenmiştir. Bu değişkenler; kalite, renk koruyucu özelliğinin olması, beyazlatıcı özelliği, kireci önleyen katkı maddesinin olması, kokusu, fiyatı, paketinin kullanım kolaylığı, promosyon hediyeleri, markası, cevaplayıcının daha önce kullanıp memnun kalması, eş-dost tavsiyesi ve kalite belgesinin olmasıdır. Bu özelliklerin içinden “koku”, “fiyat”, “marka”, “promosyon hediyeleri” ve “eş-dost tavsiyesi” Varinli ve Çakır [20]’ın çalışmalarında kullandığı değişkenlerdir. Böyle bir benzerlik olmasına karşın adı geçen çalışmada çamaşır deterjanı seçim kararını etkileyen 9 değişken kullanılmışken, bu çalışmada 12 değişken belirlenmiştir. Bu değişkenlerin satın alma kararındaki önem dereceleri 5 aralıklı Likert ölçeği (1=hiç önemli değil, 5= çok önemli) ile ölçülmüştür. Ekonomik krizle beraber satın alma kararında etkili olan 12 özelliğin önem derecelerinin ortalamalarında herhangi bir değişim olup olmadığını belirlemek için bu özellikler soru formunda kriz öncesi ve kriz sonrası olmak üzere iki kez sorulmuştur.

Soru formunda yer alan soruların bir kısmı açık uçlu olup, diğerleri çoktan seçmeli ya da Likert ölçeği şeklindedir. Soru formundaki anlam, yazım ve şekil hatalarını düzeltmek amacıyla soru formu araştırma örneğini temsil edecek 20 bayan tüketiciye test ettirilmiş ve gerekli düzeltmeler yapıldıktan sonra soru formu son halini almıştır. Her bir soru formu yaklaşık 10-15 dakika uzunluğundadır. Soru formları 1-15 Ağustos 2002 tarihinde İzmir’de uygulanmıştır. Soru formlarından elde edilen veriler SPSS bilgisayar istatistik programında

çeşitli analizler (frekans, ortalama, çapraz tablolar, t-testi, ANOVA, faktör analizi gibi) yapılarak değerlendirilmiştir.

III. BULGULAR

Çamaşır deterjanının markasına ve çeşidine karar veren ile satın alan kişilerin dağılımı Tablo.3’te yer almaktadır. Satın alınacak marka ve çeşide kendi karar veren bayanların sayısı 138 (%89,0)’dir. Diğer bir ifadeyle, örneklemin tümüne yakın bir bölümü aile içinde çamaşır deterjanının çeşidine ve markasına karar veren kişidir.

Tablo.3: Aile Bireyleri İçerisinde Çamaşır Deterjanı Satın Alma Kararını Veren ve Satın Alan Kişilerin Dağılımı (n=155)

KARAR VEREN	SATIN ALAN	n	%
Evin Hanımı	Evin Hanımı	103	66,5
	Evin Beyi	13	8,4
	Beraber	21	13,5
	Diğerleri	1	0,6
	Toplam	138	89,0
Evin Beyi	Evin Hanımı	-	-
	Evin Beyi	3	1,9
	Beraber	1	0,6
	Diğerleri	-	-
	Toplam	4	2,6
Beraber	Evin Hanımı	-	-
	Evin Beyi	-	-
	Beraber	6	3,9
	Diğerleri	-	-
	Toplam	6	3,9
Diğerleri	Evin Hanımı	-	-
	Evin Beyi	-	-
	Beraber	-	-
	Diğerleri	7	4,5
	Toplam	7	4,5
GENEL TOPLAM		155	100,0

Örneklemin % 66,5’u (n=103) hem deterjan marka ve çeşidine kendisinin karar verdiğini, hem de deterjanı kendisinin satın aldığını belirtmiştir. Bu sonuç, aile içinde kadının çamaşır deterjanı satın alma kararında çok önemli bir yeri olduğunu, karar verici ve satın alıcı rollerini üstlendiğini, dolayısıyla da örneklemin kadınlardan oluşmasının çalışmanın amacı açısından doğru bir karar olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo.4 örneklem grubunun üç aylık ortalama çamaşır deterjanı tüketim miktarını göstermektedir. Kriz öncesinde ortalama üç aylık tüketim miktarı 9,7 kg. iken kriz sonrasında bu miktar 8,3 kg.’a düşmüştür. Gelir gruplarına göre incelendiğinde ise kriz öncesinde gelir

gruplarının tükettiği çamaşır deterjanı miktarında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($F=1,75$; $p=0,141$). Buna karşın kriz sonrasında gelir grupları arasındaki çamaşır deterjanı tüketimi ortalama miktar olarak anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($F=3,58$; $p=0,008$).

Tablo.4: Gelir Gruplarına Göre Kriz Öncesi ve Sonrasında Hane Halkının Üç Aylık Çamaşır Deterjanı Tüketimi

Gelir Grupları	Çamaşır Deterjanı Tüketimi (kg.)							
	Kriz Öncesi				Kriz Sonrası			
	n	\bar{x}	F	p	n	\bar{x}	F	p
300 milyon TL ve altı	28	7,5	1,75	,141	28	5,5	3,58	,008
300.000.001-600 milyon TL	47	10,5			47	8,7		
600.000.001-1 milyar TL	35	9,6			35	8,7		
1.000.000.001-1,5 milyar TL	21	11,7			21	11,1		
1.500.000.0001 TL ve üstü	22	8,9			22	7,8		
TOPLAM	153	9,7			153	8,3		

Gelir arttıkça çamaşır deterjanı tüketiminin de kilogram olarak arttığı görülmektedir. Aynı şekilde krizden alt gelir grupları da etkilenmekte ve daha az deterjan tüketmektedirler. Ancak en üst gelir düzeyinde çamaşır deterjanı tüketimi azalmaktadır. Bunun ve kriz öncesi farklı gelir gruplarının çamaşır deterjanı tüketim miktarları arasında anlamlı bir fark bulunamamasının nedeni deterjan tüketiminin kişi başına hesaplanmaması olabilir. Yapılan t-testi sonunda kriz öncesi ve sonrasında tüketilen ortalama çamaşır deterjanı miktarı arasında çok anlamlı derecede bir farklılık bulunmuştur ($t=-5,735$; $p=0,000$). Yani krizden sonra tüketilen çamaşır deterjanı miktarı, kriz öncesine göre önemli derecede azalma göstermektedir.

Cevaplayıcıların kullandıkları çamaşır yıkama yöntemi ile ilgili dağılım Tablo.5'te gösterilmektedir. Tablo.5'te kriz öncesi ve sonrasında çamaşır yıkamada kullanılan yöntemle ilgili yüzdelik dağılım gösterilmektedir. Örneklemin % 41,3'ü ($n=64$) kriz öncesinde sadece çamaşır makinesi kullandıklarını belirtmişlerdir. Bunlardan 52 kişisi kriz sonrasında da sadece çamaşır makinesi kullanmaya devam ettiklerini söylemişlerdir. Kriz öncesinde sadece çamaşır makinesi kullanan cevaplayıcıların 10'u krizden sonra genellikle çamaşır makinesi kullandığını, 2'si ise hem makine kullandığını, hem de elde yıkadığını belirtmiştir. Diğer bir deyişle, 64 kişiden 12 kişisi krizle birlikte sadece çamaşır makinesi kullanmak yerine bazı çamaşırını elde yıkamaya başlamışlardır.

Örneklemin yarısından fazlası da ($n=81$; $\%= 52,3$) kriz öncesinde çamaşırını genellikle çamaşır makinesi ile yıkadıklarını belirtirken bunlardan 76'sı kriz sonrasında çamaşır yıkama yöntemini değiştirmemiştir.

Kriz öncesi genellikle çamaşır makinesi kullandıklarını belirten örneklem bireylerinden 4 kişi ise krizden sonra çamaşırını bazen ya da genellikle elle yıkadıklarını belirtmişlerdir. Kriz öncesi ve kriz sonrası çamaşır yıkama yönteminde farklılık göstermeyenlerin sayısı 133'tür. Ancak bir kısım denek ($n=17$) krizden sonra daha fazla elle yıkama yöntemine yönelmişlerdir.

Tablo.5: Kriz Öncesi ve Sonrasında Kullanılan Çamaşır Yıkama Yöntemi

ÇAMAŞIR YIKAMA YÖNTEMİ		n	%
KRİZ ÖNCESİ	KRİZ SONRASI		
Sadece Makine	Sadece Makine	52	33,5
	Genellikle Makine	10	6,6
	Makine/Elle	2	1,2
	Genellikle Elle	-	-
	Sadece Elle	-	-
	Toplam	64	41,3
Genellikle Makine	Sadece Makine	1	0,7
	Genellikle Makine	76	49,0
	Makine/Elle	3	1,9
	Genellikle Elle	1	0,7
	Sadece Elle	-	-
	Toplam	81	52,3
Makine/Elle	Sadece Makine	-	-
	Genellikle Makine	1	0,6
	Makine/Elle	3	1,9
	Genellikle Elle	1	0,7
	Sadece Elle	-	-
	Toplam	5	3,2
Genellikle Elle	Sadece Makine	2	1,2
	Genellikle Makine	1	0,7
	Makine/Elle	-	-
	Genellikle Elle	1	0,7
	Sadece Elle	-	-
	Toplam	4	2,6
Sadece Elle	Sadece Makine	-	-
	Genellikle Makine	-	-
	Makine/Elle	-	-
	Genellikle Elle	-	-
	Sadece Elle	1	0,6
	Toplam	1	0,6
GENEL TOPLAM		155	100,0

Örneklemin grubunun çamaşır yıkama sıklığına bakıldığında (Tablo-6) kriz öncesinde de kriz sonrasında da örneklemin yarısından fazlası haftada 2-3 kez çamaşır yıkadığını belirtmiştir ($n_0=105$, $\%_0=67,7$; $n_s=97$, $\%_s=62,6$). Ancak bu oran kriz öncesinde %67,7 iken kriz sonrasında haftada 2-3 kez çamaşır yıkadığını belirtenler örneklemin %62,6'sını oluşturmaktadır. Her gün çamaşır yıkayanların sayısında krizle birlikte bir azalma görülmektedir ($n_0=21$, $n_s=8$). Haftada bir ve daha seyrek çamaşır yıkayanların sayısında ise krizle beraber bir artış olmuştur ($n_0=29$, $n_s=50$).

Tablo.6: Çamaşır Yıkama Sıklığı

Yıkama Sıklığı	Kriz Öncesi		Kriz Sonrası	
	n	%	n	%
Her gün	21	13,5	8	5,2
Haftada 2-3 kez	105	67,7	97	62,6
Haftada 1 kez	26	16,8	40	25,8
2 haftada 1 kez	2	1,3	8	5,2
Ayda 1 kez	1	0,6	2	1,3

Cevaplayıcıların ambalajlı ve açık deterjan çeşitlerindeki tercihlerinin dağılımı Tablo.7'de gösterilmektedir. Kriz öncesinde de, sonrasında da matik deterjanlarda en fazla tercih edilen ambalaj büyüklüğü 3-5 kg.'dır ($n_0=76$, $\% = 50,3$; $n_s=92$, $\%_s=61,7$). Ambalajlı matik deterjanlarda küçük boy paketlerin (5 kg. ve daha az) kriz sonrasında daha fazla tercih edildiği görülmektedir ($n_0=86$, $\%_0=56,9$; $n_s=104$, $\%_s=69,8$). Elde yıkama deterjanlarında ise kriz öncesi ve sonrasında en fazla küçük boy (520gr.-750gr.) ambalajlar tercih edilmektedir ($n_0=29$, $\%_0=50,9$; $n_s=32$, $\%_s=51,6$). Ambalajlı sabun tozunda en küçük boy ambalajların tercihinde artış olmuştur ($n_0=4$, $\%_0=40,0$; $n_s=8$, $\%_s=61,5$).

Tablo.7: Ambalajlı ya da Açık Deterjanda Tercih Edilen Çeşit

DETERJAN ÇEŞİDİ		KRİZ ÖNCESİ		KRİZ SONRASI		
		n	%	n	%	
AMBALAJLI	MATİK	0,75 - 2 kg.	10	6,6	12	8,1
		3-5 kg.	76	50,3	92	61,7
		6-8 kg.	16	10,6	13	8,7
		10-15 kg.	49	32,5	32	21,5
		TOPLAM	151	100,0	149	100,0
AMBALAJLI	EL DETERJANI	0,52-0,75 kg.	29	50,9	32	51,6
		1,3 kg.	12	21,0	13	21,0
		2-2,5 kg.	16	28,1	17	27,4
		TOPLAM	57	100,0	62	100,0
AMBALAJLI	SABUN TOZU	0,7 kg.	4	40,0	8	61,5
		1,3 kg.	5	50,0	4	30,8
		2 kg.	1	10,0	1	7,7
		TOPLAM	10	100,0	13	100,0
		x				
AÇIK	MATİK	2 kg. ve daha az	1	7,7	6	35,3
		3 kg.-5 kg.	8	61,5	8	47,1
		6 kg.-8 kg.	2	15,4	1	5,8
		10 kg. ve üzeri	2	15,4	2	11,8
		TOPLAM	13	100,0	17	100,0
		x		3,82 ± 2,90		4,69 ± 2,93
	EL DETERJANI	0,5 kg.	-	-	2	18,2
		1-1,5 kg.	3	33,3	5	45,4
		2-3 kg.	6	66,7	4	36,4
		TOPLAM	9	100,0	11	100,0
		x		1,55 ± 0,88		1,94 ± 0,73
	SABUN TOZU	1 kg.	1	50,0	-	-
		2 kg.	-	-	2	100,0
		3 kg.	1	50,0	-	-
		TOPLAM	2	100,0	2	100,0
x			2,00 ± 1,41		2,00	

Matik ve el deterjanlarını açık olarak alanların sayısı krizden sonra artmıştır. Matik deterjanlarını açık

olarak alanların sayısı 13 kişiden 17 kişiye çıkarken açık olarak satın alınan matik deterjan miktarı ortalama olarak 3,82 kg.'dan 4,69 kg.'a çıkmıştır. Açık el deterjanını tercih edenlerin sayısı kriz öncesinde 9 iken kriz sonrasında bu sayı 11'e çıkmıştır; ortalama ise 1,55 kg.'dan 1,94 kg.'a yükselmiştir. Açık matik deterjanlarda özellikle 2 kg. ve daha az miktarlarda alan cevaplayıcıların oranı %7,7'den %35,3'e çıkmıştır. Açık el deterjanlarında ise 1,5 kg. ve daha az miktarlarda alan cevaplayıcıların oranı % 33,3'ten % 63,6'ya yükselmiştir. Açıkta satılan sabun tozunda ise satın alan kişilerin sayılarında ve alınan miktarların ortalamalarında bir değişiklik olmamıştır.

Cevaplayıcıların pazar markası, özel marka ve açık deterjan tercihlerindeki değişimler Tablo.8'de görülmektedir. Cevaplayıcıların % 92,3'ü ($n=143$) pazar markalarını tercih ederken kriz sonrasında pazar markalarını tercih edenlerin oranı % 76,8'e ($n=119$) düşmüştür. Krizden önce özel marka çamaşır deterjanı tercih ettiğini belirtenler örneklemin % 5,8'ini ($n=9$) oluştururken kriz sonrasında bu oran % 19,4'e ($n=30$) yükselmiştir. Açık deterjanı tercih eden cevaplayıcıların oranında da kriz sonrasında % 1,9'dan ($n=3$) % 3,9'a ($n=6$) doğru bir artış görülmektedir. Krizle beraber cevaplayıcılar daha pahalı olan pazar markalarından daha ucuz olan özel markalara ya da açık deterjanlara yönelmişlerdir.

Tablo.8: Tercih Edilen Çamaşır Deterjanı Markasında Değişim

MARKA ÇEŞİDİ	KRİZ ÖNCESİ		KRİZ SONRASI	
	n	%	n	%
Pazar markası	143	92,3	119	76,8
Özel marka	9	5,8	30	19,4
Açık	3	1,9	6	3,9
TOPLAM	155	100,0	155	100,0

Cevaplayıcıların marka tercihleri gelir düzeyleri açısından incelendiğinde (Tablo.9) ise özellikle 600 milyon TL'nin üzerinde geliri olan cevaplayıcılar kriz öncesinde de sonrasında da açık deterjan almadığı görülmektedir. Kriz öncesi özel marka ve açık çamaşır deterjanı tercih ettiklerini belirten cevaplayıcıların tercihleri kriz sonrasında da değişmemiştir. Ancak pazar markasını tercih edenler krizden etkilenmiş ve kriz sonrasında her gelir grubundan özel marka ya da açık çamaşır deterjanlarına bir yönelim olmuştur. Bu değişim en fazla düşük gelir grubunda (300 milyon TL ve altı) görülmektedir. Kriz öncesinde pazar markası tercih eden 25 kişiden 7'si ($\%=28,0$) özel marka ve açık çamaşır deterjanı tercih etmeye başlamıştır. 1-1,5 milyar TL. arasında gelire sahip olan cevaplayıcılar içinde önceleri pazar markasını tercih ettiğini belirten 20 kişiden 5'i ($\%=25$) özel markalara kaymıştır. Oysa üst gelir gruplarında pazar markalarından özel markalara ya da

Tablo.9: Tercih Edilen Çamaşır Deterjanı Markasının Gelir Grubuna Göre Dağılımı

GELİR	KRİZ SONRASI MARKA ÇEŞİDİ	KRİZ ÖNCESİ MARKA ÇEŞİDİ							
		Pazar Markası		Özel Marka		Açık		TOPLAM	
		n	%	n	%	n	%	n	%
300 milyon TL ve altı	Pazar Markası	18	72,0	-	-	-	-	18	64,3
	Özel Marka	6	24,0	1	100,0	-	-	7	25,0
	Açık	1	4,0	-	-	2	100,0	3	10,7
	TOPLAM	25	100,0	1	100,0	2	100,0	28	100,0
300.000.001-600 milyon TL	Pazar Markası	36	85,7	-	-	-	-	36	75,0
	Özel Marka	4	9,5	5	100,0	-	-	9	18,8
	Açık	2	4,8	-	-	1	100,0	3	6,3
	TOPLAM	42	100,0	5	100,0	1	100,0	48	100,0
600.000.001-1 milyar TL	Pazar Markası	28	84,8	-	-	-	-	28	80,0
	Özel Marka	5	15,2	2	100,0	-	-	7	20,0
	Açık	-	-	-	-	-	-	-	-
	TOPLAM	33	100,0	2	100,0	-	-	35	100,0
1.000.000.001-1,5 milyar TL	Pazar Markası	15	75,0	-	-	-	-	15	71,4
	Özel Marka	5	25,0	1	100,0	-	-	6	28,6
	Açık	-	-	-	-	-	-	-	-
	TOPLAM	20	100,0	1	100,0	-	-	21	100,0
1.500.000.0001 TL ve üstü	Pazar Markası	22	95,7	-	-	-	-	22	95,7
	Özel Marka	1	4,3	-	-	-	-	1	4,3
	Açık	-	-	-	-	-	-	-	-
	TOPLAM	23	100,0	-	-	-	-	23	100,0

açık deterjanlara yüksek oranda bir kayma beklenmeyen bir sonuçtur [16-17].

Krizle beraber pazar markasından daha ucuz olan markalara kayan cevaplayıcıların gelir grubu içindeki yüzdelere bakıldığında en düşük yüzdeye sahip olan gelir grubu 1,5 milyar TL ve üzeridir. Diğer bir ifadeyle, bu gelir grubundaki cevaplayıcılardan çok küçük bir bölümü (n=1, %=4,3) pazar markasından daha ucuz olan özel markalara kaymıştır.

Cevaplayıcıların çamaşır deterjanı seçimini etkileyen özelliklerin cevaplayıcı açısından önem derecelerinin ortalamaları Tablo.10'da verilmektedir (Yapılan faktör analizi sonunda 12 özellik kriz öncesi ve sonrasında farklı sayıda faktör altında toplanmaktadır. 12 özellik kriz öncesinde 4, sonrasında 3 faktör altında toplanmaktadır. Bu durumda faktörler arasında karşılaştırma yapmak mümkün olmayacağından faktör analizinde elde edilen veriler kullanılmamıştır). Kriz öncesinde çamaşır deterjanı seçiminde etkili olan özellikler içerisinde en yüksek ortalamaya sahip ilk üç özellik sırasıyla "Kalitesi" (x=4,46), "beyazlatıcı özelliği" (x=4,45), "renk koruyucu özelliğinin olması" (x=4,25)'dir. En düşük ortalamaya sahip üç özellik ise "eş-dost tavsiyesi" (x=2,62), "paketinin kullanım kolaylığı" (x=2,97), "promosyon hediyeleri" (x=3,08)'dir.

Oysa Varinli ve Çakır [20]'ın çalışmasında en önemli üç özellik temizleme gücü, kokusu ve fiyatıdır. Bu çalışmada ise en önemli üç özelliğin (kalitesi, beyazlatıcı özelliği, renk koruyucu özelliğinin olması) "temizleme gücü" ile ilgili olduğu düşünülürse bu boyutun her iki çalışmada da satın alma kararını etkileyen önemli bir değişken olduğu söylenebilir. Ancak Varinli ve Çakır [20]'ın çalışmasında fiyat ve koku seçim kararını etkileyen en önemli ikinci ve üçüncü özellikler olarak ortaya çıkarken bu çalışmada bu iki özellik 12 değişken içinde sırasıyla 6. ve 7. derecede önemli özellikler olarak bulunmuştur.

Kriz sonrasında çamaşır deterjanı seçiminde etkili olan özelliklerden en yüksek ortalamaya sahip ilk üçü sırasıyla "Fiyatı" (x=4,44), "beyazlatıcı özelliği" (x=4,34) ve "Kalitesi" (x=4,20)'dir. Kriz sonrası seçimde önem açısından en düşük ortalama değere sahip üç özellik ise "eş-dost tavsiyesi" (x=2,64), "paketinin kullanım kolaylığı" (x=3,03) ve "promosyon hediyeleri" (x=3,19)'dir. Kriz öncesinde de, sonrasında da "kalitesi" ve "beyazlatıcı özelliği" en yüksek ortalama değere sahip iki özellik olmuştur. Buna karşın, "eş-dost tavsiyesi", "paketinin kullanım kolaylığı" ve "promosyon hediyeleri" her iki zaman dilimi için de en düşük önem ortalamalarına sahip üç özellik olarak değerlendirilmiştir.

Tablo.10: Çamaşır Deterjanı Seçimini Etkileyen Özelliklerin Önem Dereceleri: Ortalama ve t Değerleri

ÖZELLİKLER	KRİZ ÖNCESİ		KRİZ SONRASI		Kriz Öncesi ve Sonrası Farklılıklar		
	Ortalama	s.s.	Ortalama	s.s.	Ortalama Değerler Arasındaki Fark	T Değeri	Önem Düzeyi
Kalitesi	4,46	,80	4,20	,96	-,2581	-4,524	,000
Renk Koruyucu Özelliğinin Olması	4,25	,99	3,97	1,15	-,2710	-4,783	,000
Beyazlatıcı Özelliği	4,45	,85	4,34	,86	-,1097	-2,133	,035
Kireci Önleyen Katkı Maddesinin Olması	3,77	1,13	3,59	1,18	-,1806	-3,065	,003
Kokusu	3,98	,94	3,77	1,08	-,2065	-3,944	,000
Fiyatı	4,06	1,05	4,44	,95	,3806	6,048	,000
Paketinin Kullanım Kolaylığı	2,97	1,11	3,03	1,22	6,452E-02	,805	,422
Promosyon Hediyeleyeri	3,08	1,23	3,19	1,28	,1032	1,608	,110
Markası	4,05	1,0	3,75	1,02	-,3032	-4,194	,000
Cevaplayıcının Daha Önce Kullanıp Memnun Kalması	4,20	,97	4,15	,98	-5,1613E-02	-,769	,443
Eş-dost Tavsiyesi	2,62	1,26	2,64	1,27	1,935E-02	,213	,832
Kalite Belgesinin Olması	3,83	1,24	3,70	1,35	-,1290	-1,497	,137

“Kalitesi”, “renk koruyucu özelliğinin olması”, “beyazlatıcı özelliği”, “kireci önleyen katkı maddesinin olması”, “kokusu”, “markası”, “cevaplayıcının daha önce kullanıp memnun kalması”, “kalite belgesinin olması” özelliklerinin önem ortalamaları krizden sonra azalmıştır. Diğer bir ifadeyle, bu özelliklerin önemi cevaplayanlar açısından eski önemini yitirmiştir. Bu özelliklerden “cevaplayıcının daha önce kullanıp memnun kalması” ve “kalite belgesinin olması” dışındaki diğer özelliklerin kriz öncesi ve sonrasındaki önem derecelerinin değerlendirmeleri arasındaki fark anlamlıdır. Kriz sonrasında ürünün “fiyatı”, “paketinin kullanım kolaylığı”, “promosyon hediyeleyeri” ve “eş-dost tavsiyesi”nin önemi ortalama olarak artmış olsa da bu artış sadece “fiyat” özelliğinde anlamlı derecede farklılık göstermektedir ($p=0,000$). Yani, kriz sonrasında ürünün “fiyatı” kriz öncesine göre cevaplayıcılar açısından daha önemli olarak değerlendirilmiştir. Bu iki dönemde fiyatın öneminin değerlendirilmesi anlamlı derecede farklılık göstermektedir.

IV. SONUÇ ve ÖNERİLER

Cevaplayıcılardan alınan veriler, hane halkı içinde çamaşır deterjanı satın alma kararını veren ve satın alan kişinin genellikle kadın olduğunu göstermektedir. Kadınları, eşler takip etmektedir. Bu nedenle çamaşır deterjanı üreten firmaların tutundurma faaliyetlerinde hedef kitle olarak öncelikle evin hanımını daha sonra da eşleri seçmeleri kampanyanın başarısı için gereklidir.

Çamaşır deterjanı tüketimi krizden sonra azalmıştır. Kriz öncesi ve sonrasındaki tüketim

miktarlarının ortalama değerleri arasında anlamlı derecede bir farklılık vardır. Oysa Migros'un verilerine göre deterjan tüketimi miktar (kg.) olarak artsa da parasal değer olarak azalmaktadır [13]. Gelir grupları içinde en düşük gelire sahip cevaplayıcılar krizden daha fazla etkilenmiş ve krizden sonra ortalama tüketim miktarı en fazla düşen grup olmuştur.

Örneklem grubunun çamaşır yıkama sıklığı da kriz sonrasında azalmıştır. Her gün ve haftada 2-3 kez çamaşır yıkayan cevaplayıcı sayısı 126'dan 105'e düşmüştür. Daha seyrek çamaşır yıkayanların sayısı ise artmıştır. Diğer bir ifadeyle, örneklem bireyleri çamaşırını biriktirip bir kerede daha fazla çamaşır yıkayarak tükettikleri deterjan miktarını dolayısıyla da masraflarını azaltmaya çalışmaktadırlar.

Kriz öncesinde de sonrasında da çamaşır yıkamada makine en fazla tercih edilen yöntem olmuştur. Kriz sonrasında örneklem bireylerinin çamaşır yıkama yönteminde önemli bir değişiklik olmamıştır. 155 kişiden 133'ü kriz öncesinde kullandığı yöntemi kriz sonrasında da kullandığını belirtmiştir. Kriz sonrasında en büyük değişim sadece makine ile çamaşır yıkayan örneklem bireylerinde görülmektedir. Bu kişiler sadece makine ile yıkama yerine elle yıkama yöntemini de kullanmaya başlamışlardır.

Deterjan çeşidi (matik-el deterjanı- sabun tozu) ile ilgili tercihlerdeki değişim ambalajlı ve açıkta satılan markasız ürünler açısından incelenmiştir. En dikkat çekici değişim ambalajlı matik deterjanların tercihinde görülmektedir. 6 kg. ve daha büyük boyalarda matik deterjan alan örneklem bireyleri daha küçük boy

ambalajları tercih etmeye başlamıştır. Ambalajlı el deterjanı ve sabun tozu alanların sayısında bir artış görülmektedir. Bu bulgu çamaşır deterjanı kullananların krizle beraber daha fazla ikame ürünlere (sabun tozu) kaydığını göstermenin yanı sıra çamaşır elle yıkayanların sayısında da artış olduğuna işaret etmektedir. El deterjanına talebin artmasının nedeni çamaşır makinesi deterjanının daha pahalı olması ve örneklem bireylerinin çamaşır yıkamak için makineyi daha az tercih etmeye başlaması olabilir.

Açıkta satılan markasız deterjanlar içinde matik ve el deterjanı kullananların sayısında ve satın alınan miktarlarda da bir artış olmuştur. Bu da beklenen bir sonuçtur. Ekonomik krizle beraber tüketicinin daha ucuz olan ambalajsız ve markasız ürünlere kaydığı Fırat [16,17] ile Seçkin [13] tarafından da belirtilmiştir. Ancak açıkta satılan sabun tozunda benzer bir artış görülmemektedir.

Cevaplayıcıların marka (pazar markası- özel marka- markasız deterjanlar) tercihlerindeki değişim incelendiğinde pazar markalarını kullananların sayısının azaldığı, buna karşın özel markalı ve açıkta satılan markasız deterjanları tercih edenlerin sayısının arttığı görülmektedir. Ancak kriz öncesinde özel marka ya da açıkta satılan markasız deterjanları tercih eden örneklem bireylerinin tercihlerinde krizden sonra bir değişim görülmemektedir. En büyük değişim pazar markası kullanan örneklem bireylerinde görülmüştür. Pazar markasından daha ucuz markalara kayma en fazla en düşük gelir grubunda görülmektedir. Yüksek gelir grubundakiler kriz öncesinde de sonrasında da açıkta satılan markasız ürünleri kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Markasız ürün tercih edenler daha çok düşük gelire sahip bireylerdir. Kurtuluş ve diğerlerinin [18] yaptığı çalışmada da özel markalı ürünlerin daha çok fiyata ve promosyona duyarlı kişiler tarafından tercih edildiğini göstermektedir. Kriz durumunda fiyata duyarlılığı en fazla artan grubun da düşük gelir grubundaki tüketiciler olması beklenmektedir.

Ekonomik krizle beraber tüketicinin daha ucuz markalara (özel markalar) ve daha sonra da en ucuz markasız ürünlere yönelmesi beklenen bir sonuçtur [13,16,17]. Deterjan sektöründe gelir düzeyi yüksek olan tüketicilerin deterjanı temel ihtiyaç maddesi olarak görmesi nedeniyle fiyat değişikliklerinden ve krizden daha az etkilenecekleri; bunun yanında düşük gelirli tüketiciler için fiyatın belirleyici unsur olduğu ve bu tüketicilerin krizle beraber daha ucuz olan açık deterjan türlerine yöneleceği daha önce yapılan çalışmalarda da belirtilmiştir [19].

Kriz öncesinde ve sonrasında ürünün "kalitesi" ve "beyazlatıcı özelliği" örneklem grubu tarafından satın alma kararında en önemli ilk üç unsur içinde yer almaktadır. Ancak kriz öncesinde çamaşır deterjanının

"renk koruyucu özelliği" en önemli ilk üç özellik içinde değerlendirilirken kriz sonrasında bu özellik önemini yitirmiş ve ürünün "fiyat"ının önemi artarak en önemli ilk üç özellik içinde yer almıştır. Diğer bir ifadeyle, krizden sonra fiyat seçim kararında çok önemli bir özellik olarak ortaya çıkarken, kriz öncesinde ve sonrasında da ürünün tutundurulması ile ilgili özellikler ("eş-dost tavsiyesi", "paketinin kullanım kolaylığı", "promosyon hediyeleri") seçim kararında en önemsiz özellikler olarak değerlendirilmiştir. Bu bulgular, çamaşır deterjanı üreticilerinin kaliteden ve beyazlatma özelliğinden ödün vermemeleri gerektiğini, bunun yanında kriz sonrasında fiyatın tüketiciler açısından daha çok önem kazandığını göz önünde bulundurarak üreticilerin kar marjlarını mümkün olduğu kadar düşük tutmaları ya da daha ucuz ürünler ve markalar yaratıp bunları pazara sürmeleri gerektiğini göstermektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] KATONA, G., **Psychological Analysis of Economic Behavior**, McGraw-Hill, New York, 1963, ss.63,133.
- [2] KOTLER, P.; ARMSTRONG, G., **Principles of Marketing**, Prentice Hall International Inc., New Jersey, 2001.
- [3] MUCUK, İ., **Pazarlama İlkeleri**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1998.
- [4] SOLOMON, M.R.; STUART, E.W., **Marketing: Real People, Real Choices**, Prentice Hall, New Jersey, 2000, s.152.
- [5] ALLPORT-STEWART, C.M.N., **Economics**, 2nd Ed., Cambridge University Press, Cambridge, 1980, ss.36-47.
- [6] KARABULUT, M., **Tüketici Davranışı: Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı**, Minnetoğlu Yayınları, İstanbul, 1981.
- [7] CEMALCILAR, İ., **Pazarlama: Kavramlar-Kararlar**, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1987.
- [8] KOCACIK, F., **Tüketim Eğilimleri ve Sorunları: Sivas Merkez İlçe Örneği**, Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları, No: 69, Sivas, 1998, ss.25-28,30.
- [9] USLU, A.T., "Ekonomik Kriz Dönemlerinde Stratejik Pazarlama Yönetimi ve Tüketici Davranışları", **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 1, 1999, ss.465-478.
- [10] ERKAN, H., **Ekonomi Sosyolojisi**, Alper Matbaası, İzmir, 1991, ss.135-136.
- [11] ORTAÇ, R., "Ekonomik Kriz ve Yeni Ekonomik Program", **Konya Ticaret Borsası Dergisi**, Yıl: 4, Sayı: 9, Mayıs 2001, ss.26-29.

- [12] <http://www.die.gov.tr>
- [13] SEÇKİN, F.S., "Yeni Tüketiciyi Anlayın", **Capital**, Yıl: 9, Sayı: 10, Ekim 2001, ss.85-88.
- [15] AKTARMA, M., "Hızlı Tüketim Alışkanlıkları Krizden Nasıl Etkilendi?", **Capital**, Yıl: 9, Sayı: 10, Ekim 2001, s.65.
- [14] DURSUN, Y.; NAKİP, M., **1994 Ekonomik Krizinin İşletmelerin Pazarlama Faaliyetleri ve Tüketiciler Üzerindeki Etkileri**, Üniversite-Sanayi Araştırma İşbirliği Vakfı, Yayın No: 1, Kayseri, 1997.
- [16] FIRAT, E., "İstanbul Dışında Neler Oluyor?", **Capital**, Yıl: 9, Sayı: 11, Kasım 2001, ss.80-84.
- [17] FIRAT, E., "Alışverişte En Son Tablo", **Capital**, Yıl: 9, Sayı: 12, Aralık 2001, ss.62-66.
- [18] KURTULUŞ, S.; YENİÇERİ, T.; YARAŞ, E., "Perakendeci Markalı Ürün Satın Alan Bayan Tüketicilere İlişkin Alt Pazar Bölümlerinin Oluşturulması Üzerine Bir Pilot Araştırma", **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt: 30, Sayı: 1, Nisan 2001, ss.51-67.
- [19] Özgül, Handan (1994), **Deterjan Sanayii**, İstanbul:Türkiye İş Bankası Yayınları, İktisadi Araştırma Müdürlüğü.
- [20] VARİNLİ, İ.; ÇAKIR, Y.E., "Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler ve Çamaşır Deterjanı Üzerine Bir Uygulama", **Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı: 14, 1999, ss.92-110.

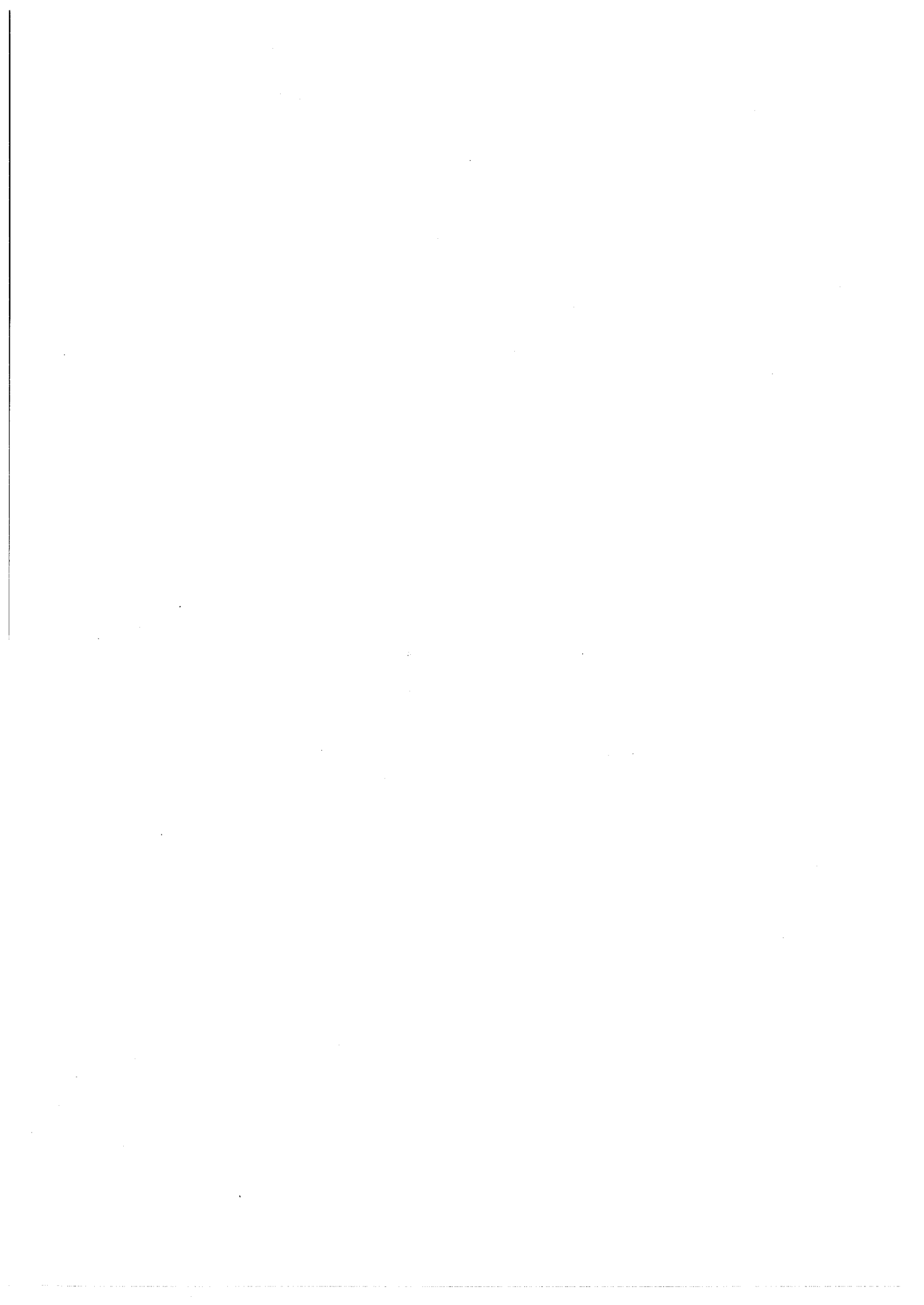


Ayşe Gül BAYRAKTAROĞLU

Dokuz Eylül Üniversitesi,
İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü
Kaynaklar Kampüsü
35160 Buca – İZMİR

Tel: +90 (232) 453 50 42 - 3143
gul.bayraktar@deu.edu.tr

Ayşe Gül BAYRAKTAROĞLU has Ph.D. of Business Administration at Dokuz Eylul University Social Sciences Institute. She is Assistant Professor at Dokuz Eylul University, Faculty of Business, Department of Business Administration. Her research areas are country-of-origin (made-in) image, advertising, consumer behavior and political marketing.



HEDEF PAZARLARDA KONUMLANDIRMA STRATEJİLERİNİN BELİRLENMESİ VE TÜKETİCİ ALGISININ DEĞERLENDİRİLMESİNDE YAŞANAN SORUNLAR

T. Sabri ERDİL

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme, Yrd.Doç.Dr.

POSITIONING STRATEGIES FOR TARGETED MARKETS AND PROBLEMS WITH REGARD TO EVALUATION OF CONSUMER PERCEPTION

Abstract: Choice of targeted market segment and determination of positioning strategy has been one of important marketing activities depending upon developments in marketing conditions. One difficulty in determining positioning strategy is that products and services with different brand names are treated as if they are very similar to each other. Defining criteria for differentiating products and planning marketing mix makes the positioning strategy important. Another problem is the difficulty of choosing targeted group in the market segment. Definition of consumer group having similar behaviour and determination of behaviour criteria has been given significant importance in the literature. One reason behind this is that today consumers are more knowledgeable about products and services than before. Under these circumstances positioning has become an important and difficult task to perform for marketing managers. Another point is that until recently firms have been able to maintain perceptual positioning via promotion and advertisement efforts. However, today positioning goods and services for target markets of specific consumer groups is concerned with building perception for the products and needs a clear definition of marketing mix strategy. All marketing efforts should therefore be directed to targeted consumer perception.

This study deals with the important elements of building perceptual positioning of products and services for targeted markets.

Keywords: Positioning, Positioning Strategy, Consumer Perception, Perception Mapping

HEDEF PAZARLARDA KONUMLANDIRMA STRATEJİLERİNİN BELİRLENMESİ VE TÜKETİCİ ALGISININ DEĞERLENDİRİLMESİNDE YAŞANAN SORUNLAR

Özet: Hedef pazar bölümünün seçimi ve hedef pazara özgü konumlandırma stratejisinin belirlenmesi pazar koşullarındaki gelişmelere bağlı olarak önemli pazarlama faaliyetlerinden biri olmuştur. Konumlandırma stratejisinin belirlenmesinde en büyük güçlük farklı markalı mal ve hizmetlerin pazarda çok benzer özelliklerle işlem görmesidir.

Kısaca farklı markalı benzer mal ve hizmetleri ayırt edecek kriterlerin ve pazarlama planlamasının oluşturulmasının güçlüğü konumlandırma stratejisini önemli kılmaktadır.

Diğer önemli sorun pazar bölümlenmesinde hedef kitle seçiminin zorluğudur. Benzer tüketici davranışını gösteren kitlenin tanımlanması ve davranış kriterlerinin belirlenmesi yapılan literatür çalışmalarında önemli bir pazarlama faaliyeti olarak karşımıza çıkmaktadır. Buradaki güçlüğü doğuran şey tüketicinin çok geniş düzeyde mal ve hizmet bilgisine veya pazar bilgisine sahip olmasıdır. Ulusal ve uluslararası pazarlardaki mal ve hizmet bilgilerine sahip olmak tüketiciler açısından bu günün yaşanan koşullarında hiç de zor değildir. Pazarlama yöneticisi için konumlandırma bu yoğun Pazar bilgisi koşullarında güçleşmiştir.

Konumlandırma için bir başka önemli konu, işletmeler yakın zamanlara kadar tüketici kitlesi üzerinde hedeflenen algısal konumlandırmayı daha çok tanıtım ve tutundurma çabalarıyla oluşturabiliyordu. Ancak konumlandırmada hedef pazarlara özgü geliştirilen mal ve hizmetlerle ilgili tüketici algısının istenen noktada oluşturulması bir bütün olarak uygun pazarlama bileşenleri stratejisinin oluşturulmasına bağlıdır. Kısaca tüm pazarlama çabaları hedeflenen tüketici algısının oluşturulmasına yönelmelidir. Yapılan çalışmadaki özgünlük bu üç nokta üzerinde yoğunlaşmaya yönelik olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Konumlandırma, Konumlandırma Stratejileri, Tüketici Algısı, Algı Haritalama

I. GİRİŞ

Artan tanıtım faaliyetleri, artan rekabet koşulları ve pazarlama iletişim çabalarında markaların konumlandırılmasının ve diğer markalardan ayırt edilmesinin önemi gittikçe artmaktadır. Özellikle pazarlarda yeni markalar ve farklılaşan benzer ikame ürünlerin artmaya başlaması konumlandırmayı daha

önemli bir konu olarak ortaya çıkarmıştır. Pazardaki benzer mal çeşitlerinin artmasıyla markalar arasındaki farklar azalmış ve üstünlükler yada tanımlayıcı özelliklerin vurgulanması işletmelerin yönelmek zorunda kaldıkları bir çalışma alanı haline gelmiştir.

Bütünleşik pazarlama iletişiminin araçları ve çabaları farklılaştıkça konumlandırma stratejisinin önemi

de artacaktır. Bunu, daha çok, mal ve hizmetlerin farklılaştırma maliyetlerinin azalması ve tutundurma alanındaki bilgi iletişim araçlarındaki baş döndürücü gelişmelerde izlemek mümkündür. Yeterince çalışılmayan pazarlama konuları içinde yer alan markaların konumlandırılması çeşitli açılardan incelenmeye değer önem arz etmektedir. Bu çalışmada konumlandırmanın rekabet boyutunda, pazarlama iletişimi boyutunda ve pazar bölümlenmesi veya hedef pazar bölümünün seçiminde irdelemeler yapılmıştır. Çalışma daha çok teorik irdelemeyi esas alan konuyla ilgili literatür taraması üzerinde yoğunlaşmıştır. Özellikle mal ve hizmet açısından pazarlarda markaların oldukça çeşitlenmesi, rekabetin yoğunlaşması ve tutundurma araçlarının çok daha etkin kullanılması pazarlama biliminde çeşitli gelişmeleri meydana getirmiştir. Gelişmeler benzer ürünlerin çoğalması ve markalar arasındaki rekabetin yoğunlaşmasını sağlamış ve işletmelerin kendi ürünlerinin pazardaki konumlanmasını işletmelerin hedeflediği noktada tutmak güçleştirmiştir. İşletmelerin hedef aldıkları pazar bölümüne ulaşmak için planlanan konumlandırmayı hedef tüketicilerin algılamalarında sağlamak ve uygun pazarlama programlarının geliştirilmesi aynı yönde içerikte paralellik arz etmektedir. Markaların konumlandırılması hem hizmetler sektöründe hem de mal pazarlarında artan ve farklılaşan markaların oluşmasıyla işletmeler için önem kazanmaya başlamıştır. Özellikle rakiplerin artması ve tüketicilerin çözümüyle güçlükleri nedeniyle homojen olmayan pazarları bölümleyerek tanımlamak ve planlanan uygun algılamayı oluşturacak konumlamayı belirlemek oldukça güçleşmiştir. Konumlandırmada kullanılacak çeşitli yaklaşımların seçimi ve işletme hedefleriyle uyumlaştırılması pazardaki imajın tanımlanmasını sağlamaktadır. Ayrıca çalışmada bu konularla ilgili literatürden ve uygulamalardan çeşitli tanımsal değerlendirmeler yapılmıştır.

II. KONUMLANDIRMA KAVRAMI

Pazarlamada önceleri tutundurma ve reklam esaslı ve marka imajına bağlı bütünleşik pazarlama iletişimi kavramı ön plana çıkmaya başlamışken daha sonra aynı içeriklere sahip markaların artmasıyla tüketicilerin ayırt etme yeteneği gelişmiş ve konumlandırma kavramı genel kabulde gelişmeye başlamıştır. Konumlandırma, işlevsel olarak potansiyel tüketicilerin bir markayı, ürün hattını veya işletmeyi algılamalarını amaçlara uygun olarak etkilemek için belirli bir pazarlama karmasını geliştirir. Kısaca konumlandırma işlevi tüketicilerin zihninde istenen algıyı oluşturmayı hedeflemektedir. Etkin konumlandırma hedef tüketici algısını yada rakip ürünlerin tanımladığı rekabet ortamının kriterlerini kullanmak zorundadır [1]. Pazarlamacılar belirli bir marka mal yada hizmetin farklılığını ön plana çıkararak ürünlerini ayırt etmeye yada tüketicileri satın almaya ikna etmeye çalışırlar. Ancak her zaman ayırt ediciliği ürün

farklılığıyla sağlamak mümkün olmayabilir. Bu nedenle pazarlamacılar, bir markanın tüketicilerini konumlanmanın algısal boyutlu niteliğiyle etkileyerek yüksek hacimli talep yaratmayı tercih ederler. Konumlandırma sürecinde uygulanacak programda pazarlama yöneticisinin görevi hedeflenen uygun müşteri algısını oluşturmaktır [2]. Markaların çoğalmaya başladığı pazarda bir markanın mal ve hizmetlerinde konumlandırma tüketicilerin algılarını, rakip ürünlere kıyasla tepkilerini ve mal veya hizmete ilişkin oluşturulan pozitif duygulardan oluşan bir bütündür. Bir başka kısa değerlendirmede ise 'konumlandırma kavramı tüketici zihninde bir bakış açısı, bir imaj veya bir pozisyon yaratmak olarak düşünülebilir' [3]. Ürünlerde konumlandırma sürecinin başarıya ulaşması ürün yaşam eğrisindeki gelişim süreciyle de ilgilidir. Bir başka açıdan bakıldığında ürün niteliklerinin konumlandırma amacına uygun gelişimi sağlayamamışsa ya da sadece rakiplerin ürünlerine bağlı olarak konumlandırma stratejisine yönelmek amaç sapması meydana getirebilir [4].

Bu alanda çalışanlar konumlandırmayı kavramsal olarak tanım birliğine varılarak çözümlenmeden adeta kaçınılmışlar. Ancak işlevsel açıdan görüş birliğine varılan noktalar olmuştur [5]:

- Pazarlama işlevlerini sürdürmekte kolaylaştırıcı rol oynamaktadır.
- Konumlandırma hedef tüketici eğilimlerine dayandırılarak çözümler üretmelidir.
- Konumlandırma hedef tüketicilerin ihtiyaçları, algılamaları, tutumları, koşulları, ürün kullanma biçimleri ve tepkileri gibi alanlarda yapılan araştırmalara dayalı olması halinde belirli bir başarıya ulaşabilir.
- Pazarlama faaliyetlerinde makro ve mikro düzeydeki alanlarda çözümlenme yeteneğine sahiptir.
- Hedef tüketicinin belirli bir ürüne yönelik algıladığı konumlandırma ürünün gerçek fiziksel niteliğinden daha çok işletmenin tutundurma çabalarıyla oluşturduğu fiziksel içerikli olmayan zihinsel algıya bağlı olarak oluşturulabilir.

Görüş birliğine varılan bu noktalardan hareketle tanımlamaya gidilirse bir marka ile mal veya hizmeti, seçilen hedef pazar bölümleri, rekabet ortamı ve işletme imkanları bakımından hedef tüketicilerin belirgin algılarını, tutumlarını ve tüketim alışkanlıklarının oluşturulmasında istenen pozitif noktaya ulaşmasını sağlayan bir süreç olarak görmek mümkündür [6]. Konumlandırma tüketici zihnindeki ayırt edici algılamayı farklılaştırmaya bağlı olarak gerçekleşmektedir. Örneğin, hızlı beslenmeye yönelik (fast food) bir restoran markasının ürün farklılaştırmasında kullanılan malzeme,

hardal, içecek ve yardımcı malzemelerdeki farklılaştırma yerine üretim standartlarında daha hijyenik bir ortamın oluşturulmasını ön planda tutarak konumlandırmaya gidilmektedir.

III. PAZAR BÖLÜMLEME ÇABALARI ve HEDEF PAZARA ÖZGÜ KONUMLANDIRMA

Bütünleşik pazarlama iletişimi ve bilgi iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler yeni ürün tasarımı ve ürün farklılaşmasının hem maliyetini azaltmış hem de hızını artırmıştır. Bu temel nedenlerle pazarda mal ve hizmetler bir birlerine benzeşmeye, markalar alabildiğine çoğalmaya, fiyatlar daha fazla rekabetçi olmaya ve ürün yada hizmetlerin nitelikleri daha fazla benzeşmeye başlamıştır. Pazarda alternatif marka ve ürünlerin alabildiğine çeşitlenmesi tüketicilere mukayese imkanını sağlamıştır. Pazar farklı nitelik ve nicelikteki tüketicilerden oluşur. Pazarlamacı açısından temel farklılıklar istekler, imkanlar, statüler, satın alma davranışları ve satın alma uygulamaları şeklinde özetlenebilir. Bu bölümlene kriterleri mal ve hizmetin türüne göre de değişiklik gösterebilir.

Ancak bu temel farklılıklar bile pazar bölümlenmesini zorunlu kılmaktadır [7].

Pazar bölümlenmesinin gerçekleştirilmesi için bir çok yöntem kullanılabilir. Ancak etkin bir pazar bölümlenmesi yapmak işletmelerin her zaman zorlandıkları bir alandır. İşletmeler için önemli olan pazar bölümlenmesi ve hedef pazarın tanımlanması pazarlama yönetiminin stratejik planlama sürecini oluşturmaktadır. Kısaca hedeflenmiş müşteriler ne istiyor ve işletmenin pazarda rekabet gücünü sürdürebilmesi için neler yapmaya ihtiyacı vardır. Bu soruların cevaplandırılması işletmenin etkin pazar bölümlenmesinde izlediği strateji ile ilgili ipuçlarını ortaya çıkarmaktadır. Ürün ve hizmetleri konumlandırmadaki süreçte de bu iki temel strateji izlenmektedir. Birinci yaklaşım tüketiciye ikinci yaklaşım rekabete ağırlık vermektedir. Pazarın bölümlenmesinde izlenen çeşitli yaklaşımlardan söz etmek mümkündür ancak klasik temel yaklaşım kısaca aşağıdaki gibi özetlenebilir [8]:

- Pazar bölümlenmesi için ölçütler belirlenir.
- Bölümlenme için ayrıntı ve sınırlamalar saptanır.
- Hedef pazar bölümünün çekiciliği ve pazar payının tanımlanması yapılır.
- Hedef pazar seçilir.
- Hedef pazara yönelik etkin konumlandırma yapılır.

• Hedef pazara özgü pazarlama karması tanımlanır.

Yeni ürün yada yeni markalarda veya farklılaştırılmış ürünlerde aynı bölümlenmeden yararlanılabilir.

Burada esas amaç pazarın bölümlenmesinden çok hedef pazara özgü etkin konumlandırma stratejilerinin geliştirilmesi ve oluşturulmasıdır. Bu arada pazardaki konumlandırmanın belirlenmesi, pazarlama çabaları ve amaçları arasındaki uyumun sağlanması işletmeler için karşılaşılan zorluklardan birisidir. Literatürde genelde izlenen işlem sırası, pazar bölümlenmesinin kriterlerinin oluşturulması ve gerekli tanımlamaların yapılması, belirlenen pazar bölümündeki avantaj ve dezavantajların belirlenmesi, bu ortamda hedef pazar seçimi sürecinde konumlandırma çalışmalarının yapılması ve netice olarak ilgili pazar karmasının hazırlanması şeklindedir [1]. Ancak bu klasik süreç Pazar çevresi dinamikleriyle oluşan Rekabet koşullarında sürekli dinamik bir değişimi zorunlu kılmaktadır. Mevcut bir ürün için potansiyel müşterilerin algılayacağı şekilde konum değişikliği için farklı düzenlemeler de geliştirilebilir [2]. Gelişen rekabet, gelişen tanıtım ortamları, gelişen iletişim ve üretim sistemlerinde bu kısıt zorunlu olarak dinamik bir nitelikte işletmelerin karşısına çıkmaktadır.

Yapılan bir çok tanım içerisinde konumlandırma, tüketici yönündeki algılayış veya marka ile ilgili yargının karşılaştırma atmosferinde oluşması olarak görülebilir. Belirli bir noktada oluşan bu yargının değiştirilmesi veya planlı olarak farklılaştırılması aşamasında sorunlar yaşanmaktadır. Sorun mamul bileşenindeki farklılaştırma, tanıtım metni veya tanıtım ortamındaki farklılaştırma yada tüm pazarlama bileşenlerindeki farklılaştırmanın planlanan konumlandırmaya ulaşmadaki önemli kısıtları oluşturmasıdır [9]. Kısaca, tüketici algısındaki konumlandırmanın farklılaştırılmasında sorunlar yaşanmaktadır. Pazar ve tüketiciyle ilgili araştırma bulgularının ortaya çıkarılması veya güvenirliliğinin yanında, rakip markaların gelişimini ve tüketici algılayışının sürekli değişimini bir sorun olarak görmek gerekmektedir.

İşletmeler konumlandırma için mamul bileşenlerini ve rakiplerinin mamul bileşeni niteliğinin yanı sıra başka faktörleri de kullanmalıdır. Örneğin, işletme misyonunda düşük fiyat lideri olmak yada kullanım süresinin uzunluğunu vurgulayarak bir amacı sağlamaya yönelik konumlandırma yapmak mümkündür. Mevcut ürüne yönelik müşteri algısını değiştirmeyi içeren konumlandırma stratejisi, ürün niteliklerini ya da 4P'yi hedef almak zorunda olmalıdır. Ürün üzerindeki niteliklerin iyileştirilmesi, fiyatın daha ucuz olması ya da daha pahalı olması gibi dört pazar bileşeniyle ilgilenmek konumlandırmanın temel amacı olmalıdır [2].

Çalışmada konumlandırmanın marka imajı ve işletme hedef pazarı açısından irdelenmesi literatürdeki çalışmalardan yararlanarak yapılmıştır. Konuyla ilgili çeşitli yaklaşımlar da mümkün olduğu ölçüde göz önünde bulundurulmuştur. Bu arada konumlandırmada mamul hattının oluşturulması veya genişletilmesi, tanıtım ortamında kullanılan mesajlar, markalama ve paketleme gibi faaliyet alanlarında kullanılacak vurgunun uyumu da farklı bir yaklaşımla ele alınmaktadır [9].

Konumlandırmadaki etkinlik işletmelerin hedef pazara ulaşmak ile pazarlama bileşenleri stratejisi arasındaki ilişkiden ortaya çıkar. Konumlandırmada genellikle geliştirilen pazarlama bileşenleriyle potansiyel müşteri algılarının, oluşturulan markaya yada ürün hattına pozitif etkisi amaçlanmaktadır.

IV. KONUMLANDIRMA STRATEJİLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ VE UYGULAMA ESASLARI

Malları yada hizmetleri belirlemede iki temel ayırım kullanılabilir. Bunlardan biri soyut nitelikli diğeri ise somut nitelikli bileşenler içerir. Soyut olan bileşen subjektif algısal ayırt edici nitelikli uyarıcı sembolleri, somut bileşenler ise fiziksel nitelikli doyumları ifade ederler. İşlevsel bir yarar sunarken işlevsel amacın ötesinde ürün değerini artıran yada ayırt eden, isim, sembol, tasarım, yada işaretle bütünleşen algısal içerikli bir değeri de ifade ederler [9]. Tüketiciler mal yada hizmetlerin değerlendirilme sürecinde;

- Ürünün somut niteliklerini,
- Somut niteliklere atfedilen değeri,
- Markaya yönelik algısal inançları,
- Ürünün işlevsel değerini yorumlayan bir sıra izlemektedir.

Özellikle somut nitelikli ayırt edici özellikler gittikçe azalmaktadır. Bu nedenle öznel yada yargısal değer yaratmada önemli bir etkiye sahip konumlandırmaya yönelik iletişim çabaları tüketici zihninde istenen farklı değer yaratmaya ilişkin bir görev üstlenmektedir. Bu ayırım çoğunlukla somut farklar üzerinde oluşturulabilirken çoğu zamanda tüketicilerin algılamasında yapılmaya çalışılmaktadır [9]. Örneğin, mutfakta kullanılan soğutucunun 'derin dondurucu' ile ilgili ayırt edici özelliği somut gerçek bir farkı ifade eder ve bu konumuyla pazarda önemli avantajlar sağlayabilir. Öte yandan bir kozmetik yada deterjan ürününün ayırt ediciliği büyük ölçüde algısal içerikli renk, koku ve ambalajlamadaki farklarla ifade edilmektedir.

Konumlandırma stratejisinde öncelikle kimin belirleyici olduğu veya daha aktif rol oynayacağı belirlenmesi gerekmektedir. Bu konuda çeşitli yorumlara rastlanmaktadır. Konumlandırmada marka ve ürünün hukuki sahibi işletme, rekabet ortamı (rakipler) ve tüketiciler belirleyici etken yada edilgen rol oynamaktadırlar. Kavramsal tanımlardan hareketle bakılırsa 'markaları üreticiler değil tüketiciler konumlandırır' yorumu stratejinin belirlenmesinde daha anlamlı gözükmektedir. Öte yandan konumlandırmada strateji olarak markanın mal ve hizmetlerine yönelik çeşitli içerikler kullanılabilir [10];

• İşlevsel yararın ön plana alındığı konumlandırma stratejisi. Mal veya hizmetin müşteriye sağladığı işlevsel yararı ön plana alarak konumlandırmaya yönelmek. Daha çok nitelik ve içeriğin ayrıcalığının vurgulanması, tüketicinin algısında daha etkin kılınması şeklinde bir stratejinin izlenmesi. Örneğin, bir içimlik süt ürünü markasının değişik mineralleri daha sağlıklı bir içerikle sunduğunu vurgulayan konumlandırma stratejisi. Bir elektrikli süpürge 'Vacume cleaner' dünyanın en etkin ve verimli temizleyicisi olduğu vurgusuyla konumlandırma stratejisinin kullanılması.

• Konumlandırmada fiyat ve kalitenin kullanılması stratejisi. Bu içeriğin esası yüksek fiyatın kalitenin bir işareti şeklinde yada her hangi bir kalitenin en düşük fiyatı şeklinde konumlandırma stratejisidir.

• Kullanım alanı veya uygulamanın vurgulanması stratejisi. Buradaki konumlandırmada kullanım yeri ve zamanı kullanılmaktadır. Örneğin telefonla haberleşmede bir sevgi iletişiminin vurgulanması (AT&T) yada kolalı bir içeceğin sadece yemekte değil aynı zamanda keyif için veya serinlemek için de içilebileceğinin vurgulanması.

• Ürün kullanıcılarının vurgulanması stratejisi. Bu yöntemde mal yada hizmetin kullanıcılarına özgü nitelikler vurgulanarak, müşteri algısında konumlandırılmaya çalışılır. Bir günlük yayının (Bir Gazetenin) okuyan veya düşünen insanların gazetesi veya kozmetik ürününde kendine güvenen ya da özgür kadınların kozmetiği şeklinde bir vurgunun kullanılması.

• Belirli bir ürün sınıfının vurgulanması stratejisi. Konumlandırmada bir ürün kategorisinin kullanılması, daha çok tutundurmada kullanılan bir vurgudur. Örneğin, margarin üreticisinin yeni ürününün bir tereyağı markası olduğunu ifade eden bir konumlandırma şekli gibi.

• Rakiplerle kıyaslama yapan konumlandırma stratejisi. Bir markanın ürün yada hizmetlerini rakiplerle karşılaştırarak farkların vurgulanmasıyla konumlandırmaya yönelmesi şeklinde uygulanır.

Pazarlama yöneticileri işletmelerde çoğunlukla ifade edilen stratejilerin birini kullanmakla birlikte, özel durumlarda bir kaçını birlikte kullanabilmektedir. Literatürde konumlandırma stratejilerinin geliştirilmesinde daha farklı yöntemlerde kullanılmaktadır. Diğer farklı stratejileri pazarda ilk olma, pazarda ürün veya markayı tek hale getirmek pazarda lider olarak konumlandırmak, lidere göre konumlandırmak, rakiplere karşı konumlandırma ve üretici grup işletmelerin imajını kullanma şeklinde özetlenebilir [5]. İşletme marka veya ürün olarak daha güçlü bir pazar konumlandırmasına sahipse rekabet ortamındaki daha küçük işletmelerle karşı karşıya gelmemeye dikkat etmelidir [11].

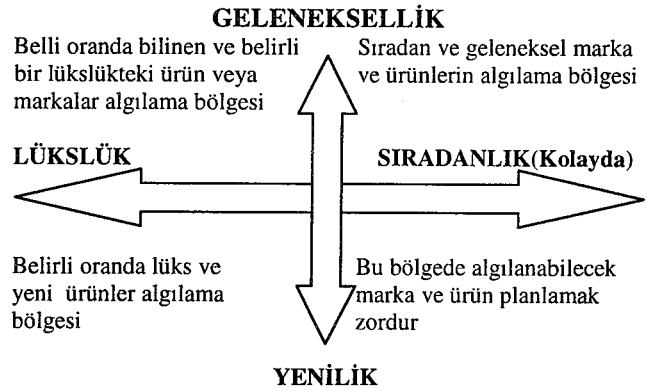
Bu ayrımlarda konumlandırmanın tüketicinin mevcut algısına yönelik bir karşı strateji olduğunu düşünebiliriz. Bir başka ifade ile mal veya hizmetle ilgili müşterinin zihninde var olan bir düşünceye yeni bir markayla yeni bir boyut kazandırmak gerekmektedir. Doğru konumlandırmada hedef kitlenin alışkanlıklarının, algılarının ve tepkilerinin doğru tanımlanması ile mümkün olmaktadır. Ayrıca hedef pazar bölümündeki tüketicilerin mal veya hizmete ilişkin hedefledikleri imajın ne olacağına tanımlanması gerekmektedir. Konumlandırmada oluşturulacak kavrayış tüketicinin algısından hareketle geliştirilmelidir. Mal ya da hizmete odaklanmak yeterli olmayacaktır.

Bir başka ayırım konumlandırma uygulamasında kullanılması gereken kriterlerin seçimini dikkate almaktadır [12]. Konumlandırma müşteri için belirgin olmalıdır, müşterinin değer verdiğini belirlediğimiz özelliklerin açık bir dille vurgulanmış olması gerekmektedir. Konumlandırma, mal veya hizmetin gerçek üstünlüğünün üzerinde vurgusunu oluşturmalıdır. Konumlandırma rakip marka ve ürünlerden mutlak farkını yada rekabet avantajını belirgin bir şekilde yansıtmak zorundadır. Konumlandırma özellikle rakiplerin imajı ve marka kimliğinin belirlenerek farklılıkların oluşturulması yada üstünlüklerin vurgulanması yönünde ilgili vurgu noktaları saptanmalıdır [2]. Son olarak pazarda tüketici ile yalın ve motive edici bir iletişim biçimi kullanması hedeflenen konumlandırma algısının oluşmasını kolaylaştırabilir.

V. TÜKETİCİ ALGILAMASI İLE HEDEF KONUMLANDIRMA STRATEJİSİNİN UYUMU

Konumlandırmanın değerlendirilmesi ve hedeflenen tüketici algısının ölçülmesi için markaların, mal veya hizmetlerin pazardaki etkinliğini izleme sürecine ihtiyaç vardır. Tüketicilerin algı ölçümlenmeleri ile ilgili kullanılan çeşitli tekniklerden *algılama haritaları* (perceptual mapping), tercihler haritası (preferences map) ve çok boyutlu ölççekler

(multidimensional scaling) kullanılmaktadır. Ancak pratikte daha çok algılama haritalarının kullanıldığı izlenmektedir [2]. Algılama haritaları tüketici davranışlarını açıklayan, tüketicilerin rakip markaları veya ürünleri nasıl konumlandığını gösteren grafiksel tasarımlardır. Algılama haritaları özet bir ifadeyle markaları belli olan ürün ve hizmetlerin özellikleri ile ilgili iki yada daha çok boyutunun müşterilerce algılanışını gösteren bir grafikdir. (Şekil 1) Algılama haritaları, aynı zamanda müşteri yaklaşımını ve rakip ürünlerin konumunu karşılıklı olarak analiz etmede kullanılabilir. Ayrıca, konumlandırma stratejisinin oluşturulmasında algılama haritaları hedef müşteri kitlesine yönelik pazarlama bileşenlerinin belirlenmesi için yön göstermek açısından destekleyici amaçla kullanılabilir.



Şekil.1: Marka / Ürünlerin Müşterilerce Algılama Haritaları,

Kaynak: Kinneary, T.C. ve Diğerleri, 1996 s.168 [7].

Pazarlama yönetimi algılama haritalarının oluşturulmasında hedef pazardan tüketiciler için tercih edilen ürün özelliklerini tanımlayacak bilgiye, ürünün yenilik, klasiklik, lüks ve sıradanlık düzeyinin tanımlanmasına ihtiyaç duymaktadır. Ayrıca göreceli olarak diğer markalarla ilgili tüketici algısını belirleyen bilgiye ve hedef müşteri için ideal konumu gösteren noktanın tanımlama bilgisine gerekmektedir. Burada ideal konum noktası hedef tüketicilerin ürünlerle ilgili tüm tercihlerinin tanımlandığı noktadır. Bir başka yaklaşımda tüketici algılama haritalarının analizinde dört temel kriter kullanılmaktadır [1].

Ürün Özellikleri: Hedef pazardaki ürün veya ürün gruplarının tüketici satın alma davranışı üzerinde en etkili özelliklerdir. Hedef pazardaki tüketicinin algılama etkileyecek ürünlere ilişkin değişkenlerin tanımlanması gerekir. Özellikle pozitif içerikli ürün özelliklerinin istenen biçimde ürüne kazandırılması istenen algılamayı sağlar.

Ürün Konumlandırmaları: Her tüketici tanıdığı veya herhangi bir şekilde duyduğu markalarla ilgili zihinsel algısında bir yargıya sahiptir. Bu algı marka veya

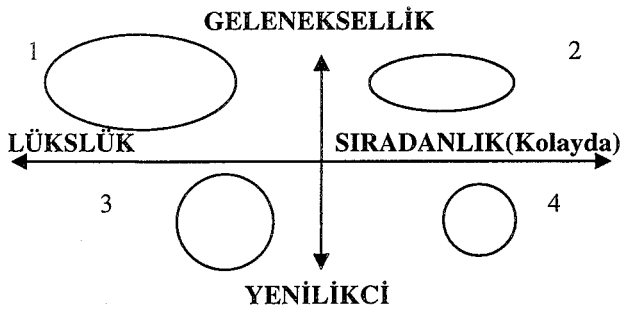
ürünün konumlandırma stratejisinden yada tüketicinin onu yorumlamasından ortaya çıkmaktadır. Marka bilgisinin zenginliğine bağlı olarak ta kıyaslama yaparak belirli bir algıyı oluşturur.

Müşteri Konumlandırmaları : Her tüketici ideal ürün veya markaların özelliklerini tanımlayan zihinsel algıya sahiptir. Benzer zihinsel algıya sahip olan tüketici kitlesinin tanımlanması hedef pazar bölümünün seçimi olarak ifade edilebilir

Ürün ve Müşteri Konumlandırmasındaki Uyum: Tüketici algısındaki konum ile ürün veya markanın fiili konumu arasındaki ilişki pazar tahminini ifade etmektedir. Aradaki mesafe satış tahminlerinde bir ölçümleme yöntemi olarak kullanılmaktadır.

Bu analizler öncelikle mevcut markanın veya ürünün tüketicilerdeki algısal konumunu yorumlama imkanı sağlamaktadır. Aynı algısal analizlerle ideal konumlama noktalarından hareketle pazara yeni sunulacak ürün veya markaların ideal konumunu ortaya çıkartmak ayrıca ,söz konusu analizlerle potansiyel pazarı yada pazardaki talebi tanımlamak mümkündür. Pazarlama alanında yeni bir konumlandırma yöntemini geliştirmek mümkündür. Bu yöntemde hedeflenen pazar payına ulaşmada yaşanan sorunları oluşturan faktörlerin analizi ile potansiyel pazar talebi belirlenebilir.

Hedef alınan sonuçların test edilmesini sağlayacak analitik ölçümlerinin geliştirilmesi ideal konumlama noktasının değişkenlerini tanımlama açısından önemlidir [13].



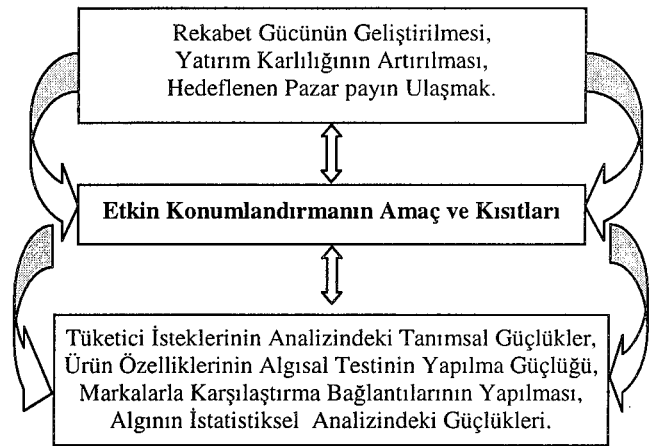
Şekil.2: İdeal Tüketici Algılama Noktalarının Seçimi
Kaynak : Kinneer, T.C.ve diğerleri,1996 ,s. 169 [7]

Algılama haritalarında tanımlanabilecek dört ayrı bölgede marka ve ürünler algısal olarak konumlandırılabilir. Şekil.2'de görüldüğü gibi, birinci bölüm pazarda kaliteli ve seçimli lüks ürünler yada markaların daha yüksek fiyatla tanımlanan algısal bölgeyi içermektedir. Kusursuz ürünler veya markalar ve kusursuz tüketici tatmini ve satış sonrası hizmetler söz konusu olabilir. Algılama haritalarındaki dairesel kümeler bölgelerindeki ideal noktaları tanımlamaktadır. Algılama haritalarındaki ideal noktalar ideal konumu

ifade etmektedir ve tüketiciler tarafından tanımlanmış bir çok özelliğin bir araya toplandığını gösteren noktalar [7]. Bu noktadaki ürünler birbirine çok benzeşse de tüketicilerin tercihlerini ifade etmektedir. Her ideal nokta kümesinin büyüklüğü hedef pazardaki tüketici grubunun sayısını bir ölçüde potansiyel pazarın büyüklüğünü ayrıca o alandaki tüketici ve ürünlerin ideal özelliklerinin bir karışımını bulmayı sağlar. Haritanın ikinci bölümündeki ideal alanda her ülke pazarında farklı büyüklüğü ifade eden pazar kesimini ve klasik sıradan geleneksel ürünlerin özellikleri tanımlanabilir. Algılama haritalarında her bölüm için ideal noktalar belirlenerek bu bölümlere özgü ideal özelliklerin ürünlere kazandırılması güvenli yoldur [3]. Daha düşük fiyatlı belirli kalitedeki kolayca elde edilebilecek ürünler veya markalar ifade edilmektedir. Üçüncü bölge daha seçici yeni geliştirilmiş ve lüks ürün ve markaların özelliklerini gösteren tüketici algısını oluşturmaktadır. Yüksek satın alma gücüne mensup tüketici kesiminin meydana getirdiği pazar bölümünü ifade eder. Bu pazardaki ürünler daha çok prestij markalarını oluşturur.

Yapılan literatür taramasıyla teorik bulguların ortaya çıkardığı sonuçla bakıldığında konumlandırmanın amaç ve kapsamının ve günümüz koşullarında karşılaşılan sorunları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

Pazarlama programlarına yansiyacak, tüketicilere özgü ölçümlenerek üretilmiş kriterlerin belirlenmesi ve uygulanması yaşanan önemli sorunları teşkil etmektedir. Konuyu aşağıdaki gibi bir tablo ortamında şekillendirmek mümkündür:



Şekil.3: Konumlandırmadaki Amaç ve Karşılaşılan Temel Sorunlar

Mal veya hizmetin algılanmasındaki konumlandırma amacı çoğunlukla rekabet koşullarındaki işletmelerin karlılığını korumak veya artırmaktır. Bir çok kez ifade edildiği gibi özellikle tanıma yönelik iletişim ortamı, pazardaki markaların çoğalması ve üretim süreçlerinde oluşan gelişmeler konumlandırmayı daha

önemli kılınmıştır. Buna karşılık tüketici algısında meydana getirilmek istenen konumlandırmanın gereği ve önemi artmıştır.

Konumlamada karşılaşılan güçlükleri veya sorunları kısaca maddeler halinde ifade edersek;

- Değişen tüketici algısındaki istek ve ihtiyaçların analizinde karşılaşılan sorunlar. Burada sorun hızlı değişen pazar koşullarına bağlı olarak gelişiyor. Hızlı değişimin kaynağı büyük hızla artan yenilenmiş veya farklılaştırılmış ürün ve markaların meydana getirdiği yoğun rekabet koşullarıdır.

- Tüketici isteklerinin tanımlanabileceği algısal testlerin yapılabilme güçlüğü. Eğilim testlerinin oluşturulması ve toplanan doğrusal özelliği olmayan verilerin analiz güçlükleri.

- İlgili verilerle üretilen sonuçlardan pazarlama programlarının oluşturulmasında karşılaşılan güçlükler.

- İstenen tüketici algısının oluşturulmasında kullanılacak tutundurma ortamı ve ürün özelliklerinin tanımlanmasındaki güçlükler.

- Farklı markalara yönelik tüketici algısının tanımlanması ve karşılaştırılmasındaki güçlükler. Rekabet koşullarında hızla kayan pazar talebine bağlı olarak klasik pazar tahminlerinin yapılması, pazar potansiyelinin belirlenmesine ilişkin öngörülerin güçlüğü.

Güçlükler genel olarak tüketicinin istek ve ihtiyaçlarının analizinde karşılaşılan sorunlar şeklinde ifade edilebilir. Burada özellikle, algılamayı etkileyecek kriterlerin belirlenmesi ve pazarlama programlarına alınması önemli bir yer tutmaktadır.

Sorunun çözümü tüketici algısındaki analizinin etkin bir biçimde yapılmasına bağlı olduğu ifade edilebilir. Öncelikle hedef pazarın seçimi, tüketici davranışları ve satın alma kararındaki süreçlerin etkin analizi sorunun çözümüne önemli katkı sağlar. Aynı şekilde ürün özellikleriyle tüketici algıları arasındaki ilişkinin tanımlanma güçlüğü tanıtım iletişimindeki simge sembol veya vurguların üretimini zorlaştırılmaktadır [14].

Ürüne ilişkin özelliklerin belirlenmesi, amaçlanan algının oluşumuna bağlı olarak tanımlanması ve tasarlanması gerekiyor. Örneğin ürünün nitelikleri, kalite ve fiyat bileşenlerinin tüketici algısına göre yeniden düzenlenmesi veya konumlanması gerekmektedir.

Pazardaki diğer markaların tüketicideki algısı ve göreceli üstünlük veya zayıflıkları oluşturulmak istenen konumlandırmada bağlantı noktaları olarak

düşünülmektedir. Oluşturulacak pazarlama ve tanıtım programlarında karşı nitelikler, sunumda tasarlanmalı ve vurgulanmalıdır. Bütün bu güçlüklerle rağmen hızla farklılaşan pazar çevresi değişkenlerinin ürettiği parametrelerin optimizasyonu ile etkin bir konumlandırma yapılabilir. Etkin bir konumlandırmada uyumlaştırma ve denkleştirme çabalarının sürekli olarak dinamik bir ortamda sürdürülmesi, hızlı değişen pazar koşulları için önemli bir zorunluluktur.

VI. SONUÇ

Oluşan yeni koşullarda pazarlama veya işletme yönetiminin hedeflenen pazar kesiminde istenen tüketici algısını oluşturacak konumlandırmayı yapması oldukça güçleşmiştir.

Sorun pazardaki benzer ürün veya hizmetlerin çoğalması ve pazarda bir çok markanın oluşmasında yoğunlaşmaktadır. Ayrıca tüketici algısını oluşturan tanıtım ve pazarlama iletişimi ortamındaki hızlı gelişmeler konumlandırmadaki etkinliğin ölçümünü güçleştirmiştir.

Öncelikle pazar bölümlemesinin yapılmasında, hedef pazar bölümünün seçiminde ve seçilen müşteri kitlesine uygun pazarlama programının geliştirilmesi sorunu her zaman işletmeleri zorlamaktadır. Pazar bölümlemesi, bölümlenme kriterlerinin saptanması ortaya çıkacak bölümlerin tanımlanması ve işletme için uygun bölümlerin oluşturulması konumlandırmanın önemli aşamalarını oluşturur. Hedeflenen tüketici kitlesinde istenen algının oluşturulmasını sağlayacak pazarlama programlarının geliştirilmesi işletmeler için önemli bir olgudur.

Yine hedef pazar kitlesinde izlenecek konumlandırma stratejilerinin oluşturulması ve seçimi, sadece tanıtım çabalarının planlanmasıyla veya örgütlenmesi ile ilgili değildir. Tüm pazarlama faaliyetlerinin hedef kitle üzerinde istenen etki ve algıyı oluşturmaya bağlıdır. Rakipler karşısında ürün veya markanın analizini yapmaya imkan veren algılama haritaları arzulanan değişikliklerde yol gösterebilir.

Algılama haritalarıyla hedef tüketicilerin tanımlandığı ideal noktaları belirleyerek planlanacak ürün ve markaların özelliklerine ulaşmak mümkündür. Örneğin, mağazalar yada süper marketler pazardaki potansiyel tüketicilerin algısındaki özelliklerin içerdiği ideal noktaların marka ve ürünlerini seçmek isterler. Pazarda benzer bir çok ürün ve markanın talep edilmesi durumunda bu ayrımların yapılması daha da önemli hale gelmektedir. Yakın zamana kadar sınırlı sayıda marka ve ürünün olduğu pazarlarda konumlandırma sorunu fazla yaşanmamaktaydı. Bu koşullarda hedef pazarın tanımlanması ve pazarlama karışımının oluşturulması

güçleşmektedir. Konumlandırma daha sonra imaj haline dönüşecek tüketicinin algılama biçiminin iyi tahmin edilmesi gerekir.

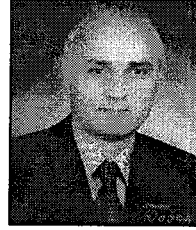
Sonuçta iyi planlanmış pazarlama karması, belirlenmiş olan bir hedef pazar bölümünde konumlandırma stratejisinin temelini oluşturur. Bu konularla ilgili pazarlama yöneticisinin amacı rekabetin yoğun olduğu pazarlarda hedef tüketicinin algısına uyumlu konumlamayı yapabilecek bir pazarlama stratejisi geliştirmektir.

Sonuç olarak işletmelerin hedef pazara özgü geliştirmek istedikleri pazarlama karışımını oluşturmak için tüketicilerin algılama haritalarından yararlanması gerekir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] GIANNIAS, D.A., "Market Positioning of Diffeentiated Products," *International Journal of The Economic of Business*, Vol. 6 Issue: 1, February 1999, s.29
- [2] AAKER, D.A., *Strategic Marketing Management*, 4th Ed., John Wiley and Sons. 1975, ss.73-75,93,94.
- [3] KOTLER, P., *Marketing Management*, 9th Ed., Prentice Hall, 1997, ss.42,295.
- [4] PERREAULT, E.J.; McCARTHY, E.J., *Basic Marketing: A Global Managerial Approach*, Irwin Pub., 1996, s.111.
- [5] MARKEN, G.A., "Marketing Positioning Needs New Look, New Emphasis", *Public Relations Quarterly*, Vol.42, No: 3, 1997, ss.42,43.
- [6] BURNETT, J.I., *Promotion Management: Stratejic Approach*, West Publishing Co. 1984, ss.181.
- [7] KINNEAR, T.C.; BERNHART, K.L.; KRENTLER, K.A., *Principles of Marketing*, 4th Ed., Harper Collins, 1996, ss.169,223.
- [8] BİR, A.A. "Bir Mamul Nasıl Konumlanır", *Pazarlama Dünyası*, Sayı: 22, 1993, s.53.
- [9] CHARLES, W.Jr.; HAIR, J.F.; McDANIEL, C., *Marketing*, South Western College Publishing, Ohio, 1996, ss.201-205.
- [10] KALRA. A.R.; GOODSTEIN, C., "The Impact of Advertising Positioning Strategies on Consumer Price Sensitivity", *Journal of Marketing Research*, Vol.35, No: 2, 1998, s.210.
- [11] STANTON, W.J.; ETZEL, M.J.; WALKER, B.J., *Fundamentals of Marketing*, 10th Ed., Mc Graw Hill, 1994, s.238.

- [12] ARNOLD, D., *The Handbook of Brand Management*, Addison-Wesley Publishing Company, 1993, ss.93-94.
- [13] KALAFATIS, S.P.; TSOGAS, M.H.; BLANKSON, C., "Positioning Strategies in Business Markets", *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol.15, No: 6, 2000, ss.416-437.
- [14] McCORMIC, J.M., "Marketing Segmentation Could Make Big Mergers Pay Off", *American Banker*, Vol.163, 09.02.1998, ss.8-11.



T. Sabri ERDİL

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
Ressam Namık İsmail Sk. No.1
34290 Bahçelievler – İSTANBUL

Tel: +90 (212) 507 99 25
serdil@marmara.edu.tr

T. Sabri ERDİL has Ph.D. of Marketing at Marmara University Social Sciences Institute. His research areas are marketing management, international marketing, sales management, marketing information system.

İŞLETMELERDE TOPLUMSALLAŞMA KAVRAMININ ÖRGÜTTE İŞGÖRENİ İŞE ALIŞTIRMA EĞİTİMİ ALANINDAKİ KONUMU VE İŞLEVİ

Olçay Bige AŞKUN

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

THE FUNCTION AND THE POSITION OF SOCIALIZATION PROCESS DURING ORGANIZATIONAL EMPLOYEE WORK ORIENTATION PROGRAM

Abstract: In this article, the effects of socialization over a new coming employee are examined while considering the process of learning the attitudes, values and behaviors expected of the employee by the organization. There is a very little difference between a new born baby and a new employee. Similar to a baby who needs socialization to survive in an environment, the new employee also needs socialization to exist in that organization. Organizational socialization is the process by which the newcomers develop personal identities and learn particular attitudes, values and behaviors the employers and the organization expect from them. Through the process of socialization, organization exerts considerable power on the new members by teaching them how they need to behave and work in the organization. In other words, organizational culture is also learned by socialization. And orientation is the milestone of this process.

Keywords: Organizational Socialization, Education, Personnel, Organization

İŞLETMELERDE TOPLUMSALLAŞMA KAVRAMININ ÖRGÜTTE İŞGÖRENİ İŞE ALIŞTIRMA EĞİTİMİ ALANINDAKİ KONUMU VE İŞLEVİ

Özet : Bu makalede toplumsallaşma kavramı ele alınmış ve bu kavramın bir örgüte yeni katılan iş gören üzerindeki etkileri ile işletmenin iş görenden beklediği tutum, değer ve davranışların öğrenilebilmesi süreci incelenmeye çalışılmıştır. Yeni iş gören ile dünyaya gelen bir bebek arasında çok az fark vardır, bir bebek öncelikle yaşamını devam ettirebilmek için toplumsallaşma sürecine nasıl gereksinim duyuyorsa, yeni iş görenin işletmedeki durumu da hemen hemen benzerdir. Örgütte toplumsallaşma etkinliklerinin temel amacı; özellikle yeni iş göreni, örgütün etkili bir üyesi durumuna getirmektir. Bu bağlamda "toplumsallaşmanın" en önemli aşamalarından birisi "işe alıştırma eğitimi"dir. Bütün işletmelerin kendi bünyelerine yeni katılan iş görenlere hem kendilerini öğretmeleri hem de yeni katılanı tanımaları gerekmektedir. Bu karşılıklı birbirini "tanuma ve anlama" dönemi eğitim olmasızın çok uzun ve yanılmalarla dolu bir süreci gerektirebilir. Bu çalışma işletmelerde toplumsallaşma sürecinin nasıl işlenmesi gerektiği ile ilgili bir deneme niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsallaşma, Eğitim, İş gören, Örgüt, İşe Alıştırma

I. GİRİŞ

Toplumsallaşma süreci; yeni doğan bir bebeğin yaşama ve topluma uyum sağlaması için ne kadar önemli ve gerekliyse [1], işletmeye başvuran bir iş gören adayının, işe kabul edilmesinden sonra işine ve işletmeye uyum sağlaması için o kadar gereklidir [2]. İşletmeye yeni alınan iş gören için işe başladığı ilk gün, çoğu kez yaşamı boyunca etkisinde kalacağı olaylarla geçebilir. İşletme yeni iş görenini ilk günden kazanabileceği gibi kaybedebilir de işte bu bağlamda işgörenin toplumsallaşma sürecinin en temel amacı; işgörenin kendisini stresten uzak, rahat hissetmesini sağlayabilmektir. İşe yeni başlayan kişi çoğunlukla iyi bir iş başarısı göstermeye isteklidir. Daha ilk başta hayal kırıklığı yaşayan ve morali bozulan bir işgörenin kısa sürede kendini iyi hissetmesi ya olası değildir ya da çok uzun zaman alabilir. Düşük bir moralle işe başlamaması için kendisine sadece arkadaşça bir karşılama yapılması yeterli değildir. İşe yeni alınan işgören, işletme ile

karşılaştığı ilk dakikadan itibaren toplumsallaşma sürecinin bir parçası olacaktır.

II. TOPLUMSALLAŞMA KAVRAMI

Örgütler, karmaşık sosyal sistemlerdir. Hem örgütün hem de iş görenin kendilerine özgü tutum, değer ve davranışları bulunmaktadır. Örgütsel amaçların başarılması örgütsel ve bireysel tutum, değer ve davranışların uzlaştırılmasıyla olanaklı olabilir. Bu uzlaştırma süreci ise toplumsallaşma olarak adlandırabileceğimiz süreçle başarılıdır. Toplumsallaşma, bir örgüte yeni katılan işgörenin, kendisinden beklenen tutum, değer ve davranışları öğrenmesi sürecidir. Bu süreçte yer alan etkinliklerin temel amacı; işgöreni, örgütün etkili bir üyesi durumuna getirmektir.

Toplumsallaşma hem eski tutum, değer ve davranışların terk edilerek yenilerinin kazanılması hem de örgüt amaçlarının, bu amaçları başarmak için gereken

araçların, görevsel sorumlulukların, örgütsel norm ve değerlerin öğrenilmesi sürecini içerir. İşgören açısından da toplumsallaşmanın önemi büyüktür. İşgörenin örgüte katılarak bir kariyere başlaması ve bu kariyerde ilerlemesi, örgüt tarafından uygulanan toplumsallaşma programına ve bireyin bu programdaki başarısına bağlıdır [3]. İşgören olarak birey ile örgütün kültürlerinin karşılıklı ilişkisi toplumsallaşma süreci ile öğrenilmektedir [4].

Toplumsallaşma aynı zamanda işletme kültürünü, işletme içinde yaşayan tüm çalışanlara benzer bir süreçte benimsetmeye çabalamaktadır. Örgüt kültürü; tüm işgörenin davranışlarını ve örgütün genel görüntüsünü biçimlendiren, semboller aracılığıyla öğrenilebilen ve öğretilen nesilden nesile aktarılabilen değişebilen nitelikteki değer, düşünce ve normlar bütünüdür [5]. Örgüt kültürü; üyeler tarafından paylaşılan değerler, normlar ve davranış modellerini ortaya koyar [6], ortak alışkanlıklar, töreler, gelenekler, dil ile örgütün temel değer ve inançlarını çalışanlara ileten simge, seremoni ve mitolojilerin toplamından oluşur ve tüm çalışanlara toplumsallaşma süreci ile öğretilmektedir [7].

Bu bağlamda "Toplumsallaşma"nın en önemli aşamalarından birisi "İşe Alıştırma Eğitimi"dir.

III. TOPLUMSALLAŞMA VE İŞGÖRENİ İŞE ALIŞTIRMA EĞİTİMİNİN TANIMI VE ÖNEMİ

Toplumsallaşma sürecinde işe alıştırma eğitimi, en kısa anlatımla bir öğrenme sürecidir ve bu eğitimle sadece davranışların değişmesi hedeflenmemektedir. Bu eğitim aynı zamanda işgörenin bilgi kapasitesini artırma, yetenek ve becerileri geliştirme özelliği ve düşünce yapısını besleyen bir değişim olgusu olarak da değerlendirilmelidir. Bu eğitim özetle; kurumsal bilgi edinme ve davranışların iyileştirilmesi olarak tanımlanabilir.

Toplumsallaşma sürecinde işe alıştırma eğitimi; işe yeni başlayan işgörenin işletme ile ilgili öğrenmesi gereken tüm bilgi ve becerileri kapsar. İşletmenin tarihi, işletmede çalışanlar, işletmenin birimleri, birim yöneticileri, üst düzey yöneticilerinin kimler olduğu, işletmenin iletişimde bulunduğu tüm dış çevre grupları; rakipleri, müşterileri, finans grupları vb.nin kimler olduğu, işletmedeki teknolojik araçların kullanımı, işletmenin politikaları, çalışma koşulları, izinler, işletme binasının özellikleri, çalışma ve dinlenme saatleri, işgörenin kimlerle hangi birimde nelere dikkat ederek çalışması gerektiği, işletme için gerekli ve her işgörenin işletme tanıtımı için kullanması gereken bilgiler, işgörenin biriminde hangi araçları nasıl kullanacağı, işletme içi ve dışı iletişimde nelere dikkat edeceği, işletmenin kültürel özelliklerinin, işletme içi grupların özelliklerinin neler olduğu... vb bilgilerin yeni başlayan

işgörene mutlaka zamana bırakmadan öğretilmesi gerekmektedir. Nasıl olsa zamanla kendisi öğrenecektir diyerek işgöreni bu süreçte yalnız bırakmak mutlaka çeşitli yanlışlara ve hatta telafisi çok zor olan bir takım hatalar yapmasına yol açabilecektir.

Toplumsallaşma sürecinde işe alıştırma eğitimi; kişinin üyesi olduğu kurumun ortamında nasıl yaşayacağı, nelere dikkat etmesi gerektiği, yapmakla yükümlü olduğu işlerin nasıl yapılması gerektiği konularında harita görevi görür. İşgörenin yeni rolüne, örgütün kültürüne, yeni işine kısa sürede uyum sağlamasını kolaylaştıran bir süreçtir. [8]. Ayrıca işgörenin eğitim öncesi sahip olduğu bilgi ve beceriler eğitim programı sonrasındaki kazanımlarla kişinin ve örgütün yaşamında aktif olarak rol alacaktır. Bu eğitiminin verimli olması; yeni işgörenin örgüt hakkındaki bilgileri büyük bir merakla veya öğrenmeye istekli olması ile doğrudan ilişkilidir [9].

Toplumsallaşma sürecinde işe alıştırma eğitimi, bir sonraki adımda işgörenlerin ya da oluşturduğu grupların işletmede yüklendikleri ya da ileride yüklenecekleri görevleri daha etkili ve başarılı yapabilmeleri için mesleki bilgi ufuklarını genişleten, düşünce, rasyonel karar alma, davranış, tutum, alışkanlık ve anlayışlarında olumlu değişimler yapmayı amaçlayan, bilgi, görgü ve becerileri arttıran eğitsel eylemlerin tümünü geliştirmeyi hedefleyebilir.

IV. TOPLUMSALLAŞMA SÜRECİNDE İŞGÖRENİ İŞE ALIŞTIRMA EĞİTİMİNİN AMAÇLARI

Eğitim bir öğrenme sürecidir. Amacı ise; eğitileni davranış değişikliğine yöneltmek ve davranış değişikliğini sağlayacak aktiviteleri oluşturmaktır. Eğitim, öğrenmeyi sağlamak amacıyla tasarlanır.

Toplumsallaşma sürecinde işe alıştırma eğitiminin amaçlarını ve yeni işgörene yapılan katkılarının neler olduğunu sıralayacak olursak [10];

1) Bu eğitim; işgöreni, çevresine karşı zor durumda bırakabilecek; "beceriksizlik, ihmal edilme, işletmenin rutin araçları ve işlerini anlayamama" gibi sorunlardan en kısa zamanda kurtarmalıdır. Ancak bu eğitimin en önemli rollerinden birisi işgörenin işten ayrılma olasılığının düşmesinde olacaktır. Böyle bir eğitim süreci geçirmeyen işgörene ilk günlerde fazlasıyla gereksinim duyduğu destek verilmediği hatta kendisine kırıncı davranıldığına, işle ve işyeri ile ilgili düşünceleri olumsuz gelişebilecek ve böylelikle süreç hem işletme hem de işgören için sıkıcı olmaya başlayacaktır. Motivasyonu ve morali düşük bir işgörenden işletme beklediği verimi alamayabilir işgören de çalışma isteğini yitirebileceği için verilen görevleri titizlikle yapamayacaktır [11]. Bu durumun işletmeye ve işgörene

olan maliyeti oldukça fazla olacaktır. Üstelik işgören işten ayrılmayı tercih ederse işletme yeniden işgören bulma, seçme ve çalıştırma sürecini tekrar edecek, işgören ise olumsuz bir bakış açısıyla yeni bir işletmeye şüphe ile yaklaşabilecektir.

2) Bu eğitiminin ikinci amacı ise; yeni işgörenin yürüteceği işin koşulları, uyacağı kurallar ve sağlanan sağlık, iş güvenliği, iş sırasındaki dinlenmeler, işletmenin politikaları, işletmenin tarihi, işletme çalışanları, ve çalışanlarına sağladığı olanaklar hakkında kendisine noksansız bilgi vermektir. Yeni işgörene daha başlangıçta iş ve işletmeyle ilgili gereken bilgiler verilmezse işgörenin kafasında cevabı verilmemiş bir çok soru kalacak ve bunların cevaplarını bulabilmek için sık sık üstlerine ve diğer çalışanlara gidip danışacak, herkes gereksiz yere zaman kaybedecek ve işlerine olan konsantrasyonları bozulduğu için verim düşüklüğü yaşanacaktır. İşgörenin aklına takılan soruları kendi başına bulma çabası ise işletmede belli kuralların veya düzenin bozulmasına neden olabilecektir.

Özetle [12]; İşgören işe alıştırma eğitimi sayesinde kendisini örgütün bir parçası gibi hissedecek, örgütün dilini, geleneklerini, misyonunu, tarihini, yapısını öğrenmeye başlayacak ve örgütün temel çalışma ilkelerini daha iyi anlayacaktır. Böylelikle daha başlangıçta işgörene yükümlülükleri, sorumlulukları ve haklarının neler olacağı öğretilerek, sonradan bunların bilinmemesi nedeniyle doğacak tüm yakınlıklar önlenebilecektir.

V. TOPLUMSALLAŞMA SÜRECİNDE İŞGÖRENİ İŞE ALIŞTIRMA EĞİTİMİNİN KAPSAMI

Toplumsallaşma sürecinde işe alıştırma eğitiminin içeriği oluşturulurken 1) İşletme işe alıştırma eğitimine hangi bilgileri dahil etmelidir bir başka deyişle eğitimin içeriği nasıl oluşturulacaktır? 2) Bu bilgiler yeni işgörelere nasıl aktarılacaktır? 3) Gerekli bilgilerin işgörelere tarafından alınıp alınmadığı veya bilgileri işletmenin başarılı bir biçimde aktarıp aktarmadığı nasıl anlaşılacaktır? 4) Etkili eğitim ile işgörenin davranış veya tutum değişikliğine gitmesi arasında bir ilişki olup olmadığı.. vb soruların yanıtlarını işletmenin vermiş olması gereklidir [13]. Bu eğitim aynı zamanda "Yeni İşgören işletmede neleri bilmek gereksinimindedir" sorusuna ilişkin olarak da düzenlenebilir. Ancak etkili bir işe alıştırma eğitimi için şu sorular mutlaka sorulmalıdır [14];

1) **İşgörenin Alışılmış Günlük İş Yaşantısı:** İşe kaçta geleceği, arabası varsa nereye park edeceği, herhangi bir konuda yardım için kime danışacağı, yıllık izinleri hakkında bilgiyi nereden alacağı, kime rapor vereceği, üstlerinin kimler olduğu, öğle yemeğinin nerede

ve nasıl yenileceği, işyerine hangi kıyafetlerle geleceği, bir oda ve masasının olup olmayacağı, işgörenin işletme içindeki yeri ve önemine ilişkin bilgiler aktarılmalı, işgörenin üstleri ve çalışma arkadaşları ile birlikte işletmeyi kısa sürede sahiplenmesine çabalanmalıdır. İlk günden işgörene rahatlıkla soru sorma ve eleştiride bulunabilme fırsatı verilmelidir.

2) **İşgörene Sağlanan Çeşitli Yararlar ve Hizmetler:** İşgörene sağlanan yardımların, sosyal hizmetlerin olup olmadığı, işletmenin işgörelere sağladığı yararların neler olduğu sorularının cevaplanması gerekir. İşgörenin kişisel, sosyal ve iş ile ilgili gereksinimlerini nereden nasıl karşılayacağı bilgisi verilmelidir.

3) **İşgören Politikaları:** İşletmenin çalışma felsefesi, amaçları, işgörelere ilgilendirecek bütün politikaların aktarılması gerekmektedir. Ayrıca işgörenin maliyetleri ve israfları önleyebilmesi için sorumluluk duygusunun geliştirilmesine çalışılmalıdır. İşgörene verilecek ücret, sigorta ve kesintiler ile ilgili ayrıntılı bilgi verilmelidir.

4) **İş yeri Güvenliği:** İşletmeye giriş çıkışlarda dikkat edilmesi gereken kurallar ve eğer kullanılması gereken teknolojik araçlar varsa bunların güvenli bir biçimde nasıl kullanılacağı aktarılmalıdır. İşletmenin hem dışarıdan gelebilecek hem de içeride oluşabilecek ciddi kazalara karşı aldığı önlemler aktarılmalıdır.

5) **İşletme Örgütü ve Eylemleri:** Yeni işgörene işletme ile ilgili biçimsel ve biçimsel olmayan bilgiler en kısa zamanda verilmelidir [15]. Bir başka deyişle; işletme çalışanları, birimleri, işgörenin üstleri, astlar ve yatay çalışma arkadaşları tanıtılmalı, bu kişilerin ne gibi işlerden sorumlu oldukları, orunları (mevkii) belirtilmeli ve işgörenin işletme çalışanları ile kısa sürede işbirliğine girmesi sağlanmalıdır. İşini daha fazla etkili nasıl yapabileceği, işletmenin kendisinden ne beklediği, performans sonuçlarını nasıl öğreneceği, işletmenin ödüllendirme sisteminin nasıl olduğu, ne tür davranışların işletme çalışanları tarafından benimsenip benimsenmediği, üstleri ve çalışma arkadaşlarına nasıl davranması gerektiği, terfilerin nasıl yapıldığı, Ayrıca işletmenin dış çevresinde hangi grupların yer aldığı ve bu gruplardan en önemlileri ve işgörenin sıklıkla iletişim kurmak durumunda olacakları ile ilgili bilgiler ayrıntılı olarak verilmelidir. Eğitimin içeriğinde yeni işgörene örgütün biçimsel yapısının da öğretilmesi vardır ancak eğitim, örgütteki biçimsel ve biçimsel olmayan güç ilişkilerini, politikanın boyutlarını öğretme konusunda yetersiz kalacaktır [7]. İşletmenin biçimsel yapı bilgisi örgütte kimin önemli olduğunu anlamasına yol açacaktır ama politikalar genellikle biçimsel yapıda görünen otoritenin dışında yer almaktadır. Biçimsel olmayan yapı bu nedenle örgütte işlerin nasıl yürüdüğü, kimin gerçekte önemli olduğu, işlerin nasıl yapıldığı gibi bilgilerin

öğrenilmesi açısından çok kritik bir rol oynamaktadır [12].

6) **İşletmenin Ürün ve Hizmetleri:** İşletmenin ürün ve hizmetleri ayrıntılı olarak işgörene tanıtılmalı ve işletmenin ürün ve hizmet üreten bütün birimleri gezdirilmelidir.

7) **İşletmenin Tarihsel Süreci:** İşgören işletmenin kuruluş nedenlerini, kurucularını, iş ahlakı anlayışını, amaçlarını, şimdiye kadar kimlerle birlikte çalışıldığını öğrenmelidir.

VI. TOPLUMSALLAŞMA SÜRECİNDE İŞGÖRENİ İŞE ALIŞTIRMA EĞİTİMİNİN YÖNTEMLERİ

Toplumsallaşma sürecinde İşe alıştırma eğitimi işletmelerde; işgörenin örgüte, diğer çalışanlara, çevreye ve topluma yararlı olacak biçimde, yasalara da uyularak, yönetilmesini sağlayan işlev ve çalışmaların tümünden sorumlu olan İnsan Kaynakları birimince yürütülmelidir. Bu birim işletmelerde görev yapan insanların birbirleriyle olan ilişkileri ve işletmeyle olan ilişkilerinin düzenlenmesi, iyileştirilmesi, işletme ve bireyin ortak amaçları doğrultusunda geliştirilmesi için yapılan faaliyetlerin yönetiminden sorumludur. Bu bağlamda İnsan Kaynakları birimleri, işgörenin amaçları ile işletmenin amaçlarının gerçekleştirilmesini kolaylaştırmak ve ikili arasındaki işbirliğini kuvvetlendirmek anlamında çok önemli bir göreve sahiptir. İşletme ve işgören işbirliğinin sağlanması işgörenin işletmeye katıldığı ilk günden başlamalıdır. Bu bağlamda insan kaynakları birimleri Toplumsallaşma sürecinde İşe alıştırma eğitimini 5 değişik yöntem [10] uygulayarak gerçekleştirebilirler. Bunlar sırasıyla ;

1) **İşletmeyi Tanıtıcı Yayınlar:** İşletmenin; tarihçesi, kuruluş öyküsü, kurucuları, neler ürettiği / nasıl hizmet verdiği, nerelerde kurulduğu, kimlerle çalıştığı, hangi birimlerin olduğu, politikalarının ve amaçlarının neler olduğu, dış çevresinde hangi grupların olduğu, kimlere hizmet verdiği ile ilgili konularda ayrıntılı bilgilerin yer alacağı tanıtım kitapçıklarının düzenlenmesi oldukça önemlidir. Böylece işe yeni başlayan işgören bu yayınlar sayesinde işletme ile ilgili genel bilgileri kolaylıkla edinecektir.

2) **Konferanslar, Açık Oturumlar, Grup Toplantıları:** Özellikle işe toplu alımlar gündeme geldiğinde bu tür toplantılar yeni işgörenlerin tümüne aynı anda eğitim verebilme olanağı nedeniyle işletmeye kolaylık sağlayacaktır. Bunun yanında işletme ile ilgili düzenlenen herhangi bir konudaki konferans, açık oturum ve grup toplantılarına özellikle yeni işgörenlerin katılımı oldukça önemlidir. Bu toplantılar sayesinde işgörenler, işletmeyi, uygulamalarını, çalışanları ve işletme ile ilgili

kural ve politikaları kolaylıkla öğreneceklerdir. Karşılıklı iletişim kurma olanağı tanındığında ise işgörenler sorularını rahatlıkla sorabileceklerdir.

3) **Görsel – İşitsel Teknikler:** İşletmeyi tanıtıcı video kasetler, CD'ler, filmler, fotoğraflar, toplantı kasetleri, sunumlar yardımıyla işgörenler işletme ile ilgili bilgileri çok daha etkili bir biçimde öğrenebilirler. Materyallerin hem göze hem kulağa hitap etmesi, renkli olması işgörenler için çok daha ilgi çekici olacaktır. Bu araçlar kullanılarak işgörene işletmenin belki de hiç göremeyeceği birimleri hiç karşılaşmayacağı bir çalışanı tanıtılabilir. İşletme için geçmişte oldukça önem taşıyan ama işgörenin artık katılmasının mümkün olmadığı önemli bir toplantı hakkında bilgi verilebilir. Bu teknikler sayesinde işgörenin işletmeyi çok yönlü bir biçimde tanınması sağlanacaktır.

4) **İşletme Gezileri:** İşletmeyi tanıtılabilmenin belki de en etkili yolu işletme gezileridir. Bu geziler sayesinde işgören işletmenin her köşesini gezerek, inceleyerek tanıma fırsatını sağlayacaktır. Çalışanları işbaşında izlemek, işletmenin araçlarını, birimlerini bizzat gözlemleyerek tanımak işgörene çok fazla katkı sağlayacaktır. Bu geziler sayesinde diğer birim çalışanları da işgöreni tanıma fırsatı elde edecekler ve bu arada işgören, işlerinin başında olan diğer çalışanlara sorularını anında yöneltebilecektir. İşletme gezilerinin işletmeyi çok iyi tanıyan bir insan kaynakları uzmanı tarafından yapılmasında fayda vardır. İşletme belirli plan dahilinde gezdirilmeli, işgörenin kafasında herhangi bir karışıklık yaratılmamalıdır.

5) **Üstler veya Bu Konuda Çalışan Uzmanlarca Yürütülecek Bireysel Görüşmeler:** Yeni işgörenin işletmede ilk günleri oldukça zor geçebilir. Bu süreci kolaylaştırmanın bir yolu da işgörenle sıklıkla birebir görüşme yapmaktır. Bu görüşmeler hem işgörenin işletmeye ısınmasını sağlayacak hem işletme ile ilgili öğrenilmesi gerekenleri kolaylaştıracak hem de görüşme yapanların işgöreni daha yakından tanınmasını sağlayacaktır. Ancak bu görüşmeler işgöreni yoracak ve üzecek bir biçimde değil ona işletmeyi, işini ve diğer çalışanları tanıtmaya odaklı ve işgörenin işletme ile kısa sürede işbirliği yapmasını sağlayacak biçimde olmalıdır.

VII. SONUÇ

Yeni işgörenin işletmeye başvurması ve alımından sonra başlayan süreç oldukça zordur. İşletme yeni işe alınan kişiden kendisine en kısa sürede uyum sağlamasını beklemekte, işgören ise yeni işyerinde huzurla ve istikle çalışıp çalışmayacağı endişesini taşımaktadır. İki tarafın da birbirleri hakkında bir çok yanıt bekleyen sorusu olacaktır. Yeni işgören ile dünyaya gelen bir bebek arasında çok az fark vardır, bir bebek öncelikle yaşamını devam ettirebilmek için toplumsallaşma sürecine nasıl

gereksinim duyuyorsa, yeni işgörenin işletmedeki durumu da hemen hemen benzerdir. Bu bağlamda işe alındıktan sonra toplumsallaşma süreci başlayan işgörene bu yolda öncelikle işletmenin insan kaynakları birimi uzmanları yardımcı olmalıdır. Toplumsallaşma süreci kapsamlı bir eğitim programını içerir. Bu sürecin en büyük amacı işgörenele işletmeyi birbirlerine tanıtabilmektir. Bu eğitim sayesinde işgören yeni işletmeye kolaylıkla uyum sağlayabilecek, öğrenmesi gereken bilgileri, kuralları, işletmenin çalışma ve yaşama koşullarını tanımaya ve uygulamaya başlayacaktır. Bu eğitim ne kadar kapsamlı olursa işgörenin işletmeye uyum süreci o kadar kısa olacaktır. Bu eğitim aynı zamanda işe yeni alınan işgörenin işletmeyi tanıyamamaktan kaynaklanan yanlışları yapmasına ve uyum sağlayamama sorunu yüzünden kısa sürede işten ayrılma isteğine engel olabilecek ve işgörenin işletmenin amaçlarını yerine getirebilmek için diğer çalışanlarla işbirliği yapmasını kolaylaştıracaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] GIDDENS, A., *Sociology*, Blackwell, UK, 2001, s.699.
- [2] TAORMINA, R.J.; BAUER, T.N., "Organizational Socialization in Two Cultures: Results From The United States and Hong Kong", *International Journal of Organizational Analysis*, Vol.8, Issue: 3, 2000, ss.262-289.
- [3] CAN, H.; AKGÜN,A.; KAVUNCUBAŞI, Ş.,*Kamu ve Özel Kesimde Personel Yönetimi*, Siyasal Kitabevi, Ankara, 1995, s.157.
- [4] FOGARTY, T.J.; DIRSMITH, M.W., "Organizational Socialization as Instrument and Symbol: An Extended Institutional Theory Perspective", *Human Resource Development Quarterly*, Vol.12, Issue: 3, 1995, ss.247-266.
- [5] SCHEIN, E.H., "Organizational Socialization and The Profession of Management", *Sloan Management Review*, 1998, ss.53-64.
- [6] ATAMAN, G., *İşletme Yönetimi*, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2001, s.518.
- [7] CHAO, G.T.; O'Leary-KELLY, A.M.; WOLF, S.; KLEIN, H.J.; GARDNER, P.D., "Organizational socialization: Its Content and Consequences", *Journal of Applied Psychology*, 79, 1994, ss.730-743.
- [8] FISHER, C.D., "Organizational Socialization: An Integrative Review", *Research in Personnel and Human Resources Management*, 4, 1986, ss.101-145.
- [9] REIO, T.G.; WISWELL, A., "Field Investigation of The Relationship Among Adult Curiosity, Workplace Learning, and Job Performance", *Human Resource Development Quarterly*, Vol.11, Issue: 1, 2000, ss.5-30.
- [10] AŞKUN, İ., *İşgören*, Bayteş Yayıncılık, İstanbul, 1982, ss.442,447
- [11] MAIER, G.W.; BRUNSTEIN, J.C., "The Role of Personal Work Goals in Newcomers' Job Satisfaction and Organizational Commitment: A Longitudinal Analysis", *Journal of Applied Psychology*, Vol.86, Issue: 5, 2001, ss.1034-1042.
- [12] KLEIN, H.J.; WEAVER, N.A., "The Effectiveness of An Organizational-level Orientation Training Program in the Socialization of New Hires", *Personnel Psychology*, Vol.53, Issue: 1, 2000, ss.47-66.
- [13] MOORHEAD, G.; GRIFFIN, R.W., *Organizational Behaviour:Managing People and Organizations*, H. Mifflin Comp., USA, 1995.
- [14] ANAKWE, U.P.; GREENHAUS, J.H. "Effective Socialization of Employees: Socialization Content Perspective", *Journal of Managerial Issues*, Vol.11, Issue: 3, 1998, ss.315-329.
- [15] LAHTI, R.K.; DARR, E.D.; VALDIS, E.K., "Developing The Productivity of A Dynamic Workforce: The Impact of Informal Knowledge Transfer", *Journal of Organizational Excellence*, Vol.21, Issue: 2, 2002, ss.13-21.

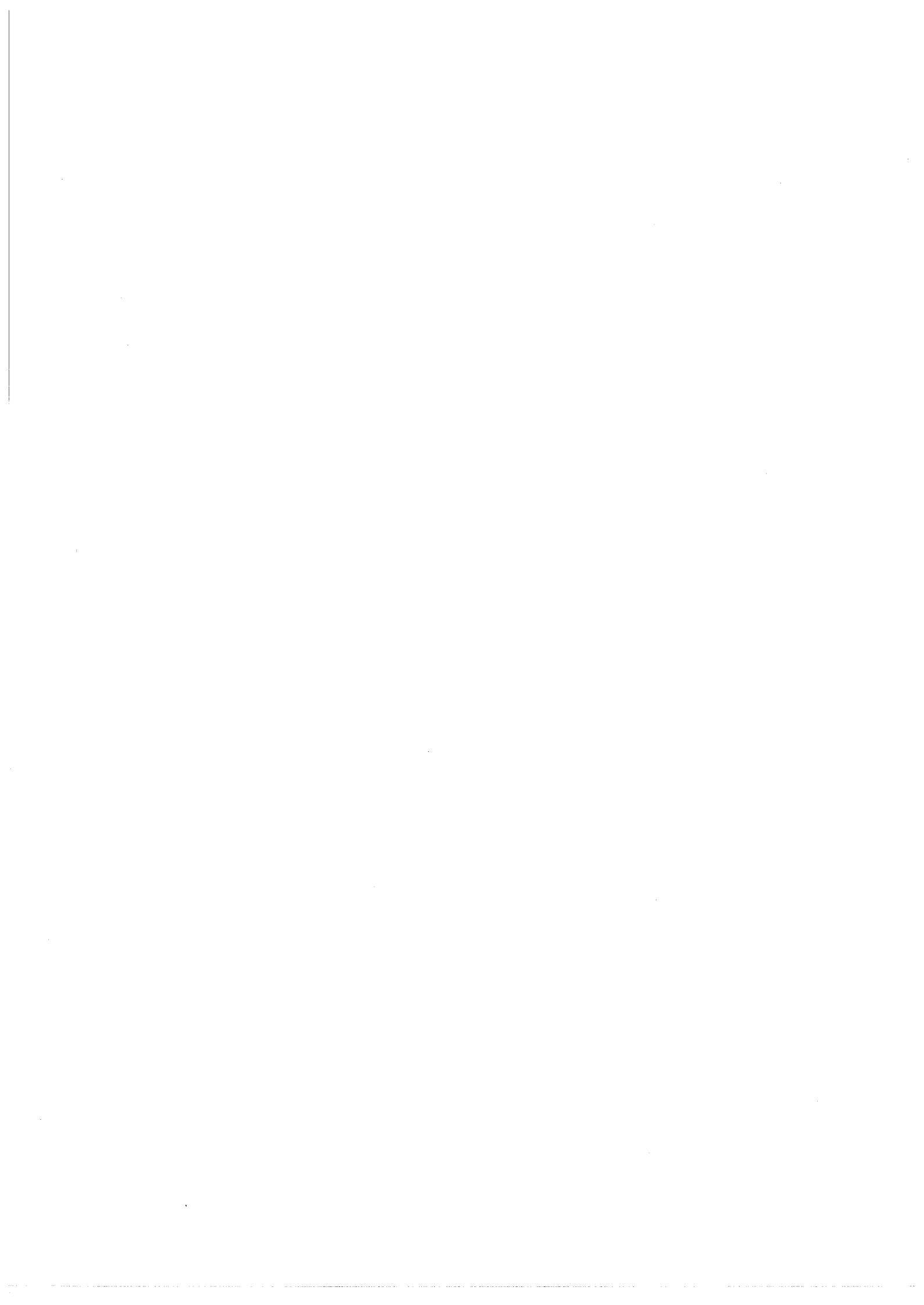


Olçay Bige AŞKUN

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
Ressam Namık İsmail Sk. No.1
Bahçelievler – İSTANBUL

Tel: +90 (212) 507 99 25-1496
olcayb@marmara.edu.tr

Olçay Bige AŞKUN has Ph.D. of Management and Organization at Marmara University Social Sciences Institute. She is Lecturer of Management and Organization at Marmara University. Her research areas are industrial sociology, business sociology, organizational communication, organizational culture, organizational psychology, human resources management.



ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NİN DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ'NE KATILMASININ TÜRKİYE'NİN TEKSTİL ve KONFEKSİYON İHRACATINA MUHTEMEL ETKİLERİ

Belgin AYDINTAN

Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Öğretim Görevlisi, Dr.

THE POSSIBLE EFFECTS OF PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA'S PARTICIPATION WITH THE WORLD TRADE ORGANIZATION'S EFFECTS ON TURKISH TEXTILE AND READY-MADE WEAR EXPORTS

Abstract: The possible effects, of the Peoples Republic of China's (PRC) participation with in the World Trade Organization, on Turkish textile and ready-made wear exports to the USA and EU are discussed in this paper.

As a result, countries which have competitive trade advantages, particularly PRC will be a serious threat for Turkey in the European Union and U.S. markets in near future. PRC with cheap labor have superior trade power in inexpensive products but of low quality. For this reason the sector needs to be reorganized in order to be able to protect Turkey's international market share in this area.

Keywords: World Trade Organization, European Union, The Sectors of Turkish Textile and Ready-Made Wear

ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NİN DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ'NE KATILMASININ TÜRKİYE'NİN TEKSTİL ve KONFEKSİYON İHRACATINA MUHTEMEL ETKİLERİ

Özet: Bu çalışmada, Çin Halk Cumhuriyeti'nin Dünya Ticaret Örgütü'ne üyeliğinin, Türkiye'nin Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri'ne olan tekstil ve konfeksiyon ihracatını ne yönde etkileyebileceği tartışılmaktadır.

Sonuç olarak, DTÖ üyeliği ile Çin gibi rekabet gücü yüksek ülkeler gerek AB gerek se ABD pazarında Türkiye için ciddi bir tehlike durumuna geleceklerdir. Çin başta olmak üzere, işgücü maliyeti çok düşük uzak doğu ülkelerinin düşük kaliteli ve ucuz mamullerde sahip olacağı üstünlük dikkate alınarak Türkiye'nin uluslararası piyasalarda tekstil ve konfeksiyon sektöründeki payının ve rekabet gücünün korunabilmesi için, sektörün yeniden yapılandırılması ihtiyacı doğmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dünya Ticaret Örgütü, Avrupa Birliği, Türk Tekstil ve Konfeksiyon Sektör

I. GİRİŞ

Tekstil ve konfeksiyon sektörü Türkiye ekonomisinin ve ihracatının lokomotifidir. Rekabette, ucuz işgücü, ucuz hammadde, teşvik gibi birçok faktör önemli birer rol oynamakla beraber endüstriye yön verenlerin nitelikleri de son derece önemli ve kalıcıdır.

Türk tekstil ve konfeksiyon sektörü, hızlı karar alabilen, atak, ön sezileri güçlü, ekonomik ve sosyal çevreyi anlamaya çaba gösteren insanların yoğun olduğu bir endüstridir. 2001 yılındaki krizin etkisiyle iç pazarın hemen hemen yok olmasıyla, çıkış yolu olarak dış pazarlara odaklanılmıştır. Türk tekstil ve konfeksiyon üreticileri, stok maliyetlerinden kaçınan Avrupalı ve ABD'li alıcılar için önemli bir tedarikçi olma özelliğini geliştirmektedir. Sektör temsilcileri için, hızlı servis (Quick Response), Türkiye'nin en büyük avantajıdır. Standart ürünlerde büyük üretim kapasitesine sahip olan Çin gibi Asya ve Uzak Doğu ülkeleri ile rekabette en büyük avantaj standart bir kalite ve hızlı servistir [1].

Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon sektöründe Avrupa ve ABD pazarındaki en büyük rakipleri ÇHC,

Hindistan, Tayvan, Malezya, HongKong, Pakistan ve Ürdün'dür [2]. Türkiye'de üretilen tekstil ve hazır giyim mamülleri, aynı ÇHC ve diğer rakip ülkelerde olduğu gibi alt ve orta düzey tüketiciye hitap eden pamuk yoğunluklu bir yapıya sahiptir. Ancak bu durum marka ve moda konusunda son derece ileri olan AB sanayisi ile farklılık göstermektedir. Dolayısıyla rakip piyasalar, AB için yeni ihraç pazarları yaratırken Türkiye'ye fazla bir yarar getiremeyebilir. ÇHC ürünleri, tüm rekabet kurallarını alt üst eden maliyet ve ihracat politikası yardımıyla dünya üzerinde hızla yayılmıştır [3]. Çin ekonomisi sadece ucuz işçiliğe dayanan üretimle kısıtlı kalmamakta, "çip" üretimi gibi kritik sektörlerde de güçlü adımlarla ilerlemektedir [4].

ABD, ÇHC'in DTÖ'ne girmesi dolayısıyla bu ülke ile yapmış olduğu ticaret anlaşmasına, pazarını anormal ihracat artışı gibi beklenmedik durumlara karşı korumak amacıyla "korunma önlemi (safeguard)" maddesi koydurmuştur. Bu madde ile ABD, ÇHC'ne uygulanan kotaların 2005 yılında kaldırılması sonrasında herhangi bir ürün kategorisinde 2008 yılına kadar olağan dışı bir artış olması durumunda, sözkonusu kategoride ÇHC'ye yeni kotalar uygulayabilecektir. ABD'nin ÇHC'ne yönelik bu "korunma önlemi" aralarında AB ve

Türkiye'nin de bulunduğu tüm DTÖ ülkeleri için de geçerlilik taşımaktadır. Türk tekstil ve konfeksiyon üreticileri için ABD'nin göstermiş olduğu bu duyarlılığı, AB'nin de göstermesi gerekmektedir. Aksi takdirde Türkiye açısından tekstil ve konfeksiyon sektörü, AB pazarında ciddi sorunlarla yüzyüze gelecektir [3].

II. TÜRKİYE'NİN AB ile GÜMRÜK BİRLİĞİ ÇERÇEVESİNDE İTHALAT ve İHRACAT DURUMU

Türkiye ile Avrupa Birliği (AB) arasındaki ortaklık ilişkisi 1 Aralık 1964 tarihinde yürürlüğe giren Ankara Anlaşması'na bağlıdır. 1 Ocak 1996 tarihinde Gümrük Birliği'nin yürürlüğe konulmasıyla AB ile devam eden ortaklık ilişkisinde son döneme geçilmiştir. Gümrük Birliği'nin tamamlanması ile birlikte taraflar arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulamaya başlamıştır. Bu durumun tek istisnası, 1996 yılında başlayan ve 2000 yılı sonuna kadar süren beş yıllık geçiş döneminde, otomobil, ayakkabı, deriden mamuller ve mobilya gibi kısıtlı sayıdaki ürünler için üçüncü ülkelere karşı OGT hadlerinden daha yüksek gümrük vergileri uygulanması olmuştur. 2000 yılı başında bu durum sona ermiş ve tüm sanayi ürünleri bakımından OGT uygulanmasına başlanmıştır.

Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesiyle Türkiye'nin AB ve EFTA (European Free Trade Association: Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi. Üyeleri: Avusturya, Norveç, İsveç, İsviçre, Finlandiya, İzlanda [5] ülkelerinden gerçekleştirdiği sanayi ürünleri ithalatında ağırlıklı koruma oranı yüzde 10'dan sıfıra düşmüştür. Üçüncü ülkelere gerçekleştirilen ithalat bakımından ise bu oran 1996 yılında yüzde 15'den yüzde 5.6'ya düşmüştür. 2001 yılında ise Türkiye'nin ortalama koruma oranının yüzde 4.5 seviyesine indiği gözlemlenmiştir.

Dünya ticaretinde yaşanan gelişmeler ve Avrupa'da ulaşılan bölgesel entegrasyon düzeyi Türkiye-AB Gümrük Birliği'nin çerçevesinin belirlenmesinde etkili olmuş ve gerek ikili ticarete gerek se üçüncü ülkelerle ticarete tarafların aynı ticaret ve rekabet kurallarına tabi olmasını gerektirmiştir. Bu durumda Türkiye'nin, AB'nin Ortak Ticaret ve Rekabet Politikalarına uyumu öngörülmektedir. Gümrük Birliği kararı uyarınca Türkiye şu alanlarda Topluluk Ortak Ticaret Politikasına paralel düzenlemeler gerçekleştirmiştir:

- Ticarete ortak kurallar
- Yeni ticaret politikası araçları
- Kotaların Yönetimi

- İhracatta ortak kurallar
- Resmi destekli ihracat kredileri
- Topluluğun tercihli rejimi
- Dış ticarete standardizasyon
- Hariçte işleme rejimi
- Dahilde işleme rejimi
- Bazı üçüncü ülkelere ithalatta ortak kurallar
- Dampingli ve sübvansiyonlu ithalata karşı koruma
- Tekstil ürünleri ithalatında otonom düzenlemeler
- Tekstil ürünleri ithalatında ortak kurallar

Gümrük Birliği çerçevesinde AB'nin tercihli otonom rejimlerine uyum sağlanması yönünde çalışmalar halen devam edilmektedir. AB'nin diğer ülkelerle kurduğu ortaklık ilişkilerine göre daha kapsamlı bir entegrasyon modeli olan Gümrük Birliği'nin tamamlanması, Türk ekonomisini etkileyen en önemli gelişme olmuştur.

Türkiye ile AB arasındaki ilişkilerin en önemli unsuru ticarettir. İkili ilişkilerde ticaretin ağırlığının, Gümrük Birliği'nin tamamlanmasından sonra daha da arttığı gözlemlenmektedir. 2000 yılında AB, Türkiye'nin ihracatında yüzde 52.5, ithalatında ise yüzde 48.9'luk payıyla en önemli ticaret ortağı konumundadır. Aynı dönemde, Türkiye yüzde 1.71'lik payıyla AB'nin ithalatında, Çek Cumhuriyeti, Polonya ve Macaristan'ın ardından 13.sırada yer almaktadır. AB'nin ihracatı bakımından Türkiye'nin yüzde 3.18'lik payla ABD, İsviçre, Japonya ve Polonya'nın ardından beşinci sırada yer aldığı gözlemlenmektedir.

Gümrük Birliği'nin beş yıllık uygulama dönemi içinde Türkiye'nin, AB'nden ithalatı Gümrük Birliği öncesi döneme kıyasla yaklaşık iki kat artarak 26.3 milyar dolara ulaşmış ancak, AB'ne yönelik ihracattaki artış, beklentilerin çok gerisinde kalmıştır. İhracat, 1995 yılındaki 11 milyarlık seviyeden, 2000 yılında 14.3 milyar dolara yükselmiştir. 1998-1999 yıllarında global ekonomik kriz ve iç piyasadaki durgunluk nedeniyle açıkta azalma eğilimi izlenmişse de, mali kriz dönemi koşullarının ortadan kalkmaya başlaması ve Türkiye'nin makro ekonomik dengeye yönelmesiyle, AB'den yapılan ithalat tekrar yükselmiştir. 2000 yılında Türkiye'nin AB ile ticaretindeki açık bir önceki yıla göre yüzde 70 artış göstererek yaklaşık 12 milyar dolar düzeyine yükselmiştir. 2001 yılının ilk altı aylık döneminde ise, Türk Lirasının büyük ölçüde değer kaybına uğraması ve ekonomideki küçülme nedeniyle dış ticaret açığı büyük ölçüde kapanma eğilimine girmiş ve 1994 yılından bu yana ilk defa AB ile ticarete ihracatın ithalatı karşılama oranı yüzde 80'ler seviyesinin üstüne çıkmıştır.

Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesinden bu yana gerçekleşen radikal değişikliklere rağmen Türkiye, AB ülkelerinin rekabetçi baskısına karşı koyabilmede başarılı olmuştur. Bu bağlamda, Türkiye'nin rekabetçi bir yapıya, dinamik ve esnek bir sanayiye sahip olduğu, özel sektörü geliştirmiş bir girişimcilik anlayışının yönlendirdiği söylenebilir [6].

III. TÜRKİYE'NİN AB ile GÜMRÜK BİRLİĞİ ÇERÇEVESİNDE TEKSTİL ve KONFEKSİYON SEKTÖRÜNÜN DURUMU

Genel ekonomi içinde tekstil ve konfeksiyon sektörünün, üretim ve istihdamdaki payları (Tablo.1) gözönüne alındığında, ülkemiz ekonomisinin en önemli sektörlerinden biri olduğu söylenebilir.

Tablo.1: Genel Ekonomi İçinde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Üretim ve İstihdam Verileri

Üretim Değeri (Milyar Dolar USD)	Yurtiçi Tüketim (Milyar Dolar USD)	Gayri Safi Milli Hasıla İçindeki Oran (%)	Sanayi Üretimi İçindeki Oran (%)
21.5	14	10.7	14.2
İmalat Sanayi Üretimi İçindeki Oran (%)	Toplam İstihdam İçindeki Oran (%)	Sanayi İstihdamı Oran (%)	Toplam ihracat İçindeki Oran (%)
16.3	11	28	36.7

Kaynak: www.dtm.gov.tr, 2002 [6].

AB ile gerçekleştirilen Gümrük Birliği'nin arkasından Türkiye, AB tekstil ve giyim pazarına kısıtlanmaya tabi olmadan giriş olanağı kazanırken, diğer taraftan AB tarafından 51 ülkeye karşı belirli tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatında uygulanan miktar kısıtlaması ve gözetim önlemleri Ortak Ticaret Politikası'na (OTP) uyum kapsamında Türkiye tarafından da uygulanmaya başlanmıştır. Böylece AB tarafından uygulanan önlemlerin ticaret sapsması yoluyla aşılmasının önlenmesi amaçlanmıştır. Türkiye için ithalatta miktar kısıtlaması seviyeleri belirlenirken Türk sanayinin ihtiyacı da gözönüne alınmış ve geleneksel ticaret akışının olumsuz etkilenmesine izin verilmemiştir.

Bugüne kadar aralarında Çin Halk Cumhuriyeti, Pakistan, Malezya, Güney Kore, Endonezya gibi önemli tedarikçilerin de bulunduğu 24 ülke ile sözkonusu önlemlerin çift taraflı kontrol sistemi kapsamında yürütülebilmesi amacıyla Mutabakat Zabıtları imzalanmıştır. Halen, 16 ülke ile imzalanan Mutabakat Zabıtları yürürlüktedir. Anlaşma sağlanamayan 30 ülkeye karşı ise tek taraflı denetim sistemi çerçevesinde miktar kısıtlaması ve gözetim önlemi uygulanmaya devam edilmektedir.

1996 yılından itibaren Gümrük Birliği kapsamında AB tarafından Türkiye'ye uygulanmakta olan tekstil ve konfeksiyon kotaları kaldırılmıştır [7]. Türkiye tarafından, AB uygulamaları paralelinde belirli üçüncü ülkelere karşı yürürlüğe konulan tekstil ve konfeksiyon kısıtlamalarıyla ilgili olarak Hindistan, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) Panel sürecine başvurmuş ve Panel sonucunda kısıtlamaların GATT (General Agreement on Tariffs and Trade: Genel Ticaret ve Tarife Anlaşması: Dünya ülkeleri arasında ticareti engelleyen gümrük tarifeleri, kotalar gibi her türlü sınırlamaları kaldırmayı amaçlayan uluslar arası nitelikte bir anlaşmadır. Türkiye, 1950-1951 yıllarında Torquay'da (İngiltere) yapılan müzakereler sonucunda GATT'a katılmıştır [5] 1994'ün XI ve XIII.'üncü Maddelerine aykırılıkları nedeniyle kaldırılması gerektiğine karar verilmiştir.

Gümrük Birliği sonrasında, 1995 ve 2000 yılları arasında yapılan bir değerlendirmede AB'ne yönelik tekstil-konfeksiyon ihracatının miktar olarak yüzde 372 oranında bir artış göstermesine karşın, ihracat değerindeki artışın aynı dönemler itibarıyla yüzde 21 ile sınırlı kaldığı görülmektedir. Bu değerler Türkiye'nin sadece AB'ne ihracatında değil, diğer ülkelere olan ihracatında da aynıdır. Bu durum, sektördeki ihracat birim fiyatlarında büyük bir düşüşü ve Gümrük Birliği sonrasında ihracatta bir fiyat baskısının varlığını göstermektedir. Türkiye ne kadar büyük bir üretici olursa olsun, birim fiyatları tek başına belirleyemeyeceği için, ihracatın yüksek olduğu pazarlar açısından, birim fiyattaki düşüşün büyük oranda diğer tedarikçilerden kaynaklandığını düşünmek mümkündür. İhracat değerinin, miktardan düşük olmasının bir diğer nedeni ise, AB'nde tek para sistemine geçişle birlikte tekstil-konfeksiyon ihracatımız EURO bazına yüzde 75 oranında bir artış göstermesine karşın, aynı dönemde Dolar bazındaki artış oranı yüzde 21'de kalmıştır.

Türkiye, tekstil ve giyim ihracatında AB ülkelerini "geleneksel pazar" olarak nitelendirmektedir. 2000 yılı verileriyle Türkiye'nin en fazla tekstil-konfeksiyon ürünü ihraç ettiği ilk beş ülkeden (Almanya, ABD, İngiltere, İtalya ve Fransa) dördü AB üyesi ülkedir. Bu ülkelere ek olarak, Hollanda, Belçika, Lüksemburg ve İspanya, AB üyeleri arasında sektör ihracatı bakımından en önde gelen pazarlar arasında yer almaktadır.

2000 yılı itibarıyla AB'ne yönelik olarak gerçekleştirilen tekstil ve konfeksiyon ihracatımız Gümrük Birliği öncesi dönemdeki (1995 yılı) rakamlar ile kıyaslandığında; tekstil ihracatımız yüzde 32 oranında bir artış gösterirken, konfeksiyon ihracatımızdaki artışın yüzde 19'da kaldığı görülmektedir. Yine bu dönemde, AB'nin toplam tekstil ithalatında, Türkiye'nin payı 1.3 puan yükselerek, yüzde 9.4'den, yüzde 10.7'ye; konfeksiyon ithalatındaki payı ise 0.5 puanlık bir artışla yüzde 11.1'den 11.6'ya yükselmiştir.

Türkiye'nin, Gümrük Birliği'nden sonra AB'ne yönelik konfeksiyon ihracatındaki artış oranının sınırlı kalmasının en önemli nedenlerinden biri, konfeksiyon sektöründe Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkeleri (MDAÜ) ile Kuzey Afrika ülkeleri kaynaklı rekabet olabilir. Son yıllarda AB ülkeleri tekstil mamullerini Türkiye'den tedarik ederken, giyim mamullerini coğrafi olarak daha yakın olan Doğu Avrupa ülkelerinde ve Kuzey Avrupa ülkelerinde, çeşitli ekonomik avantajları, özellikle ucuz işgücü maliyetlerini de gözönünde bulundurarak imal ettirebilmektedirler. MDAÜ'nin AB'nin konfeksiyon ithalatı içindeki payı 1988 yılında yüzde 7.5 iken, 2000 yılında 10 puanlık bir artışla yüzde 17.5 seviyelerine yükselmiştir. Aynı dönemde Türkiye'nin payı yüzde 8.6'dan yüzde 11.2'ye yükselmiştir. Bu durumda artış sadece 2.6 puan olmuştur. Türk Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yaptığı araştırmaya göre, Gümrük Birliği'ne bağlı olarak, yatırım teşvik belgeleri, döviz tahsisat tutarları, iş yeri sayıları, istihdam, toplam ödemeler, sektörün hammadde ve ara mamul ithalatı ve sektörün ihracatı gibi değişkenler bakımından bir büyüme olduğu tespit edilmiştir. Saatlik işçilik maliyetleri açısından 1989-1998 döneminde bir yükselme görülmemekte, aksine, özellikle işsizlik oranının yüksekliği nedeniyle bir düşüş tespit edilmektedir. Bu durum rekabet gücü açısından olumlu olarak değerlendirilebilir. Gümrük Birliği ile birlikte üreticilere sağlanan başka bir avantaj da, gümrük vergilerinin indirilmesinin girdi fiyatlarına yansımadır [6].

DTÖ üyeleri arasında gerçekleşmekte olan tekstil ve konfeksiyon ticareti, 1 Ocak 1995 tarihinde yürürlüğe girmiş olan Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşması (ATC) kuralları uyarınca yapılmaktadır. On senelik dönem için hazırlanmış olan ATC'nin Ocak 2005 tarihinde sona ermesi ile tüm kotalar yürürlükten kaldırılacaktır [8]. Dünya tekstil ticareti, 2005 yılı başından itibaren kotaların kaldırılmasıyla beraber tümüyle DTÖ'nün kural ve disiplinlerine tabi olacaktır. Bunun sonucunda Türkiye, halen AB pazarına kotasız girişten kaynaklanan avantajını da yitirecektir. Türkiye'ye, tekstil ve giyim ürünleri de dahil olmak üzere hassas olunan ürünler için AB'nin destek vermesi çok önemlidir [6].

IV. SERBEST TİCARET ANLAŞMALARININ (STA) TÜRK TEKSTİL ve KONFEKSİYON İHRACATINA ETKİLERİ

STA (Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Romanya, Litvanya ve Estonya), 1998 yılı içerisinde yürürlüğe girmiştir. Türkiye'nin toplam ihracatı 2001 yılının ilk altı aylık döneminde, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 10 oranında artmasına karşın, STA ülkeleri ile ihracat yüzde 17 oranında artmıştır. 2001 yılının ilk yarısında, tekstil-konfeksiyon sektörü bakımından toplam ihracat yüzde 2 artmasına karşın, STA ülkelerine olan ihracat yüzde 3 oranında artmıştır.

STA'nın tekstil-konfeksiyon sektöründeki ihracatımıza etkileri bakımından Türkiye-İsrail STA (1997) çarpıcı bir örnek teşkil etmektedir. İsrail, 1995 yılında tekstil-konfeksiyon ihracatımızda 48.3 milyon Dolar ile 21. Sıradayken, 2000 yılında bu rakam 218 milyon Dolarlık ihracat ile 9. Sıraya yükselmiştir. Benzer bir eğilim, Türkiye-Romanya STA'da da görülmektedir. 1995 yılında Romanya'ya olan tekstil-konfeksiyon ihracatımız 54 milyon Dolar seviyesinden, 2000 yılında 152 milyon Dolara yükselmiştir.

Mevcut durumda Akdeniz ülkeleri ile tercihli anlaşmalar yapılmasına yönelik çalışmalar sürdürülmektedir. Bu çerçevede, sözkonusu ülkelerin AB ile mevcut düzenlemeleri esas alınarak Mısır, Fas, Tunus ve Filistin ile müzakere süreci başlatılmıştır. Cezayir, Malta ve Ürdün ile görüşmelerin başlatılmasına ilişkin çalışmalar devam etmektedir [6].

V. DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ (DTÖ)

a. 1947 ve 1948'de Havana'da toplanan 50'ye yakın ülke temsilcisi uluslararası ticaretin serbestleştirilmesi amacıyla biraraya gelmişler ve geçici olarak GATT'ı imzalamışlardır. Geçici olarak ortaya çıkan GATT daha sonra sürekli bir kuruluş haline gelmiştir. Mal ticaretine ilişkin çok taraflı kuralları belirleyen GATT'ın temel amacı, üye devletlerin birbirleriyle adil ve tam rekabet koşulları altında ticaret yapabilecekleri serbest ve açık bir ticaret sistemi oluşturmaktır.

GATT kapsamında 1947-1993 yılları arasında sekiz çok taraflı ticaret müzakeresi (round) yapılmıştır. GATT çerçevesinde yapılan müzakerelerin sonucusu olan Uruguay turu 1993'te tamamlanmış ve daha önce dışarıda bırakılan fikri haklar ve hizmet ticareti gibi konuların anlaşmalar kapsamına dahil edilmesinin yanı sıra DTÖ'nün kuruluşu da bu turda gerçekleşmiştir. Temelinde devletlerin işbirliği ilkesi olan müzakerelere dayalı GATT'dan farklı olarak sürekli bir örgüt olan DTÖ, anlaşmazlıkları çözme gibi güçlü yetkilerle kurulmuştur.

DTÖ, 1 Ocak 1995 tarihinde fiilen çalışmaya başlamış ve Uruguay Round Anlaşmaları yürürlüğe girmiştir. Türkiye'nin, DTÖ'ye üyeliği 26 Mart 1995 tarihinde başlamıştır. GATT ile bu anlaşmanın bünyesinde oluşturulmuş tüm ek anlaşmalar tek bir çatı altında toplanmaktadır. Bu şekilde, tüm ülkelerin zaman içinde ve kalkınma düzeylerinin izin verdiği ölçüde aynı yükümlülükleri üstlenmesinin amaçlandığı belirtilmektedir.

DTÖ; üye ülkeler arasında ticari ilişkilerin sürdürülmesi için ortak kurumsal yapıyı oluşturacaktır. Sözkonusu anlaşmalar şu şekilde belirtilmiştir [9]:

- Mal Ticaretinde Çok Taraflı Anlaşmalar,
- GATT 1994,
- Tarım Anlaşması,
- Bitki ve Hayvan Sağlığı Önlemleri Uygulama Anlaşması,
- **Tekstil ve Giyim Anlaşması,**
- Ticarete Teknik Engeller Anlaşması,
- Ticarete Bağlantılı Yatırım Tedbirleri Anlaşması,
- GATT 1994'ün VI'ncı Maddesinin Tatbikine İlişkin Anlaşma,
- GATT 1994'ün VII'nci Maddesinin Tatbikine İlişkin Anlaşma,
- Sevk Öncesi İnceleme Anlaşması,
- Menşe Kuralları Anlaşması,
- İthalat Lisansları Anlaşması,
- Sübvansiyonlar ve Telif Edici Tedbirler Anlaşması,
- Koruma Tedbirleri Anlaşması.

DTÖ, uluslar arası ticarete engellerin, kısıtlamaların ve yasaklamaların kaldırılmasını, dünya ticaretinin kural ve disiplinlere dayalı, saydam ve tahmin edilebilir bir sisteme oturtulmasını, kaynakların daha verimli kullanılmasını, ticaretin serbestleştirilmesini ve artırılmasını amaçlamaktadır [10].

VI. ULUSLARARASI TİCARETE ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NİN DIŞ TİCARET DURUMU

Çin Halk Cumhuriyeti'nin yıllar itibariyle dış ticaretini şu tablo ile özetlemek mümkündür:

Tablo.2: Çin Halk Cumhuriyeti'nin Yıllar İtibariyle Dış Ticaret Durumu

Milyar Dolar (USD)	1997	1998	1999	2000	2001
İhracat	182,8	183,7	194,9	249,2	266,2
İthalat	142,4	140,2	165,7	225,1	243,6
Dış Ticaret Fazlası	40,4	43,5	29,2	24,1	22,6

Kaynak: www.onlinerehber.com, 2002 [11].

ÇHC'nin dış ticareti 2001 yılında 22,6 milyar dolarlık fazla vererek bir önceki yıla oranla yüzde 7,5 artışla 509,8 milyar USD olmuştur. İhracat 266,2 milyar USD ve ithalat 243,6 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. ÇHC'nin, DTÖ'ye üye olması ile birlikte dış ticaret için elverişli bir ortam oluşacağı ve 2003'den itibaren hem ithalat hem de ihracattaki artış oranının yükseleceği

tahmin edilmektedir [11].

VI.1. Çin Halk Cumhuriyeti'nin Ticaret Ortakları

ÇHC'nin 2001 yılında en çok ticaret yaptığı ülkeler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo.3: 2001 Yılında Çin Halk Cumhuriyeti'nin Başlıca Ticaret Ortakları (1.000 USD)

ÜLKELER	İHRACAT	İTHALAT
JAPONYA	44.957.574	42.796.910
AVRUPA BİRLİĞİ	40.904.079	35.723.017
ABD	54.282.686	26.202.230
HONG-KONG	46.546.640	9.422.950
ASEAN	18.385.412	23.229.312
TAYVAN	5.000.240	27.339.448
RUSYA	2.711.161	7.959.384
AVUSTRALYA	3.570.428	5.426.402
KANADA	3.346.092	4.028.467
TÜM ÜLKELER	266.154.635	243.613.492

Kaynak: www.onlinerehber.com, 2002 [11].

Tablodan bakıldığında ÇHC'nin en çok ticaret yaptığı ülke yüzde 17 ile Japonya'dır. Daha sonra yüzde 16 ile ABD ve yüzde 15 ile AB ülkeleri gelmektedir. Hong-Kong, Tayvan ASEAN (Association of Southeast Asian Nations: Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği: 1967'de Endonezya, Malezya, Filipinler, Singapur ve Tayland tarafından kurulmuştur [5] olarak adlandırılan Güneydoğu Asya Ülkeleri de sırasıyla yüzde 1, yüzde 6 ve yüzde 8 ile başlıca ticaret ortakları arasında yer almaktadır [11].

VI.2. Çin Halk Cumhuriyeti'nin Dünya Ticaret Örgütü'ne Üyeliği ve Bu Üyeliğin Dünya Ticaret Örgütü Üyesi Ülkelere Etkisi

DTÖ'nün 12 Kasım 2001 tarihinde Katar'ın Doha kentinde yapılan toplantısında, ÇHC'nin üyelik başvurusu kabul edilmiştir. ÇHC'nin üyeliğine girişini takiben Tayvan da ayrı bir gümrük bölgesi olarak Çin'le beraber DTÖ üyesi olarak kabul edilmiştir.

ÇHC'nin, DTÖ'ne kabulünün dünya ticareti açısından önemli etkileri olması beklenmektedir. DTÖ üyesi ülkeler açısından ele alındığında, ÇHC'nin örgüte girmesi öncelikle Çin pazarının serbestleşmesi neticesinde ortaya çıkacak yeni olanaklar açısından önemlidir. İçlerinde Türkiye'nin de bulunduğu DTÖ üyesi ülkelerin çoğunun, birçok konuda ÇHC'ne en çok kayırlan ülke prensibini uyguluyor olması, Çin ürünlerinin bu ülke pazarlarına kolay girmesine imkan veriyordu. Sınırlı sayıda ürün grubu için Çin ürünlerine uygulanan kısıtlamalar bulunmaktaydı. Buna karşın ÇHC kendi pazarını yabancı ürün ve hizmetlere karşı yüksek koruma

oranları ile korumakta olduğundan, DTÖ sonrasında beklenen serbestleşmenin öncelikle ÇHC tarafından verilen tavizlerden kaynaklanması beklenmektedir. Bununla birlikte ÇHC'nin DTÖ üyeliğinden başlıca beklentisi yabancı sermaye girişinde yaşanması beklenen artıştır. DTÖ'ne girişle birlikte yabancı sermaye firmalarının faaliyetlerini sektörel ve coğrafik olarak sınırlandıran birçok kısıtlama kaldırılacaktır. Diğer yandan, imalat ve hizmetlerde korumacılığın azalmasıyla dışarıdan gelecek rekabet özellikle kısa vadede yerli imalatçı ve hizmet sağlayıcıları olumsuz etkileyecektir.

ÇHC'nin DTÖ kurallarını ne derecede etkin olarak uygulayabileceği soru işaretidir. Birçok sektörde, beş yıllık bir geçiş döneminin öngörülmüş olmasına rağmen, uygulama aşamasında yerel hükümetlerin, özellikle işsizliği önlemek amacıyla bölgesel korumacılığı devam ettirme eğilimine girmesi muhtemel gözükmektedir. Bu nedenle, ÇHC pazarının DTÖ kuralları çerçevesinde serbestleşmesinin zaman alacağı söylenebilir. Bu durum ilk aşamada aşırı beklenti içine girmiş bulunan birçok batılı firma için hayal kırıklığı yaratabilir.

ÇHC'nin, DTÖ'ne giriş anlaşması kapsamında mal ve hizmetlerde pazara giriş ve fikri mülkiyet hakları gibi konularda vermiş olduğu başlıca tavizler şu şekilde özetlenebilir [11]:

1. DTÖ üyesi tüm ülkelere eşit muamele sağlanacaktır. Tüm yabancı kişi ve kuruluşlar ticaret hakları açısından eşit olacaktır,
2. İç pazar ve ihracat için üretilen ürünlere iki fiyat uygulaması ve diğer ayrımcı uygulamalar kaldırılacaktır,
3. Üç yıl içinde tüm işletmeler çok kısıtlı sınırlamalar dışında tüm ürünlerin ithalat ve ihracatını ve iç ticaretini yapabilecektir,
4. Bazı madenler, tütün, tahıllar ve akaryakıt gibi belirli ürünlerde devlet monopolü devam ederken hali hazırda yabancılara kapalı olan diğer alanlar açılacaktır,
5. Fikri mülkiyet hakları açısından üyeliğe geçişle beraber TRIPS anlaşması uygulanmaya başlanacaktır,
6. Üyeliği takip eden ilk 12 yıl içinde Çin menşeli ürünlerin DTÖ üyesi ülkelere herhangi birinin iç pazarına zarar vermesi ya da zarar verme tehlikesi doğurması durumunda özel geçiş dönemi koruma tedbirleri, ilgili ülkelere uygulanabilecektir,
7. Gümrük tarifelerinin büyük bir bölümü 2004'e kadar, diğerleri ise 2010'a kadar azaltılacaktır,
8. Çin tarım ürünlerine ihracat sübvansiyonu vermeyecektir,

9. Tekstil sektöründe 31.12.2005 tarihinde tüm DTÖ üyesi ülkelerin kotaları kaldırılması ile beraber, Çin'e uygulanan kotalar da kaldırılacak ancak 2008'e kadar DTÖ üyesi ülkelere Çin menşeli ürünlerin zarara neden olması durumunda özel önlemler uygulanabilecektir,

10. Hizmet ticaretinde verilen tavizler, telekom, bankacılık ve sigortacılık alanlarındadır,

11. Turizm, eğlence ve taşımacılık hizmetlerinde üyeliği takip eden 3 ile 5. Yıllar içinde yüzde 100 yabancı sermayeli firmaların kurulmasına izin verilecektir

VII. ÇİN HALK CUMHURİYETİ'NİN DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ'NE KATILIMININ TEKSTİL ve KONFEKSİYON İHRACATIMIZA MUHTEMEL ETKİLERİ

ÇHC'nin DTÖ üyesi olmasıyla beraber, dünya ticaretinde yüksek bir ihracat potansiyeline sahip olan Çin'e karşı, tek taraflı kısıtlamalar ve yasaklar gibi ayrımcı önlemler alınamayacak ve ÇHC'nin ihracatında önemli artışlar gerçekleşecektir. İhracatı artacağı tahmin edilen sektörlerin başında da tekstil ve konfeksiyon sektörü gelmektedir. Çin'in DTÖ'ne üye olması, DTÖ'nün "Tekstil ve Konfeksiyon Anlaşması"na tabi olması, bunun sonucunda da anlaşma uyarınca 2005 yılında kotaların kaldırılmasından ve DTÖ üyelerine uygulanan tarifelerden yararlanması, dünya tekstil ve konfeksiyon pazarlarında daha çetin bir rekabet yaşanacağı anlamına gelmektedir.

Diğer yandan Çin'in DTÖ'ne katılım protokolü uyarınca, 2008 yılı sonuna kadar olan dönemde Çin'den tekstil ve konfeksiyon ithalatındaki artışın pazar bozucu bir etkisi olması durumunda, koruma önlemlerine başvurulabilecektir. Bu önlem, Çin'e kota uygulamakta olan tüm ülkeler tarafından başvurulabilecek bir önlemdir. Bu koruma önlemi 2008 yılı sonuna kadar Çin'i ABD ve AB pazarlarında bir ölçüde kontrol altına alabilecek bir mekanizma olarak görülmektedir.

Çin, tekstil ve hazır giyim konusunda dünyanın en büyük ihracatçısı durumundadır. Hazır giyim emek yoğun bir üretimi gerektirmesi ve Çin'in bol ve düşük maliyetli işgücü açısından sahip olduğu avantaj, bu sektörde büyüme potansiyelinin yüksek olmasını sağlamaktadır. Çin kaynaklı konfeksiyon ürünlerinin büyük çoğunluğu düşük ve orta kaliteli ürünler olmasına rağmen Çin hazır giyim sanayi, özellikle Hong Kong'daki üreticilerin girişim ve faaliyetleri ile yüksek katma değerli ve kaliteli üretime doğru yönelmektedir. Diğer taraftan elyaf, iplik ve kumaş gibi sermaye yoğun nitelikli tekstil ürünlerinde de Çin, eski ve fazla kapasitenin elden çıkarılması ve üretimin modernleştirilmesi suretiyle tekstil sanayisini yeniden yapılandırma sürecine girmiştir.

elyaf, iplik ve kumaş gibi sermaye yoğun nitelikli tekstil ürünlerinde de Çin, eski ve fazla kapasitenin elden çıkarılması ve üretimin modernleştirilmesi suretiyle tekstil sanayisini yeniden yapılandırma sürecine girmiştir.

Çin son yıllarda kaliteli ve yüksek değerli üretime yönelmiştir. Bunda, çeşitli ülkeler tarafından Çin'e uygulanan miktar kısıtlamalarının payı vardır. Bu değişimin bir diğer nedeni de, dünyanın yüksek değerli hazır giyim tedarikçisi konumundaki Hong Kong'un bu ülkedeki konfeksiyon üretimini yönlendirmeye başlamasıdır. Saat başına işçilik ücreti 1996'da 0,58 Dolar'lık iken, 1998 yılında 0,61 Dolar'a çıkmıştır. Bu yükselmeye rağmen Çin yine de dünyadaki en düşük işçilik maliyetinin söz konusu olduğu ülkelerden biridir. Ancak özellikle sektördeki firmaların çoğunun devlet mülkiyetinde olmasının bir sonucu olarak işgücü verimliliğinin düşük olması, maliyet avantajını kısıtlamaktadır [12].

VII.1. Çin Halk Cumhuriyeti'nin Dünya Ticaret Örgütü'ne Katılımının Avrupa Birliği Pazarı ile Tekstil ve Konfeksiyon İhracatımıza Muhtemel Etkileri

Tekstil ve konfeksiyon, AB sanayisinin önemli bir sektörünü oluşturmaktadır. 1999 yılı verilerine göre sektör, 178 milyar Euro'luk cirosuyla, AB'nin toplam sanayi üretimi içinde yüzde dört oranında bir pay almıştır. Bu rakam içerisinde tekstil yüzde 60 (109 milyar Euro), konfeksiyon ise yüzde 40 (69 milyar Euro) oranında bir paya sahiptir. Sektör tekstilde 1.160.000 kişi, konfeksiyonda 924.000 kişi olmak üzere toplam 2.084.000 kişiye istihdam imkanı sağlamaktadır. Bu rakamın AB'nin toplam istihdamındaki payı yüzde 7,6'dır. AB tekstil ve konfeksiyon ürünleri imalatında İtalya % 28, İngiltere % 14, Almanya %13 ve Fransa % 12'lik pay ile ilk sıralarda yer almaktadır. Tekstil ve konfeksiyon sektörü, AB dış ticaret rakamları içinde önemli bir yer tutmaktadır:

Tablo.4: Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün Avrupa Birliği Dış Ticaretindeki Yeri

2000 Yılı	İthalat (%)	İhracat (%)
Tekstil	2.8	3.1
Konfeksiyon	6.0	1.8
TOPLAM	8.8	4.9

Kaynak: www.dtm.gov.tr/ab/ÇINnotu, 2002 [12].

Teknik tekstil ürünleri, AB sanayinin önemli bir dalını oluşturmaktadır. Teknik tekstil, hem belirli nihai ürünler için hem de tekstil mamullerinin sanayide özel amaçlar için kullanılmasını ifade etmektedir. Üretiminde ileri teknoloji kullanılan yüksek dirençli iplikler ve özel olarak tabakalanmış ya da elastik dokumalar nihai teknik

tekstil ürünlerine örnek teşkil etmektedir. Otomotiv sektörü, döşemecilik, ev tekstili ve inşaat sektörleri teknik tekstilin en önemli kullanım alanlarını oluşturmaktadır. Teknik tekstil üretimi AB'nin toplam tekstil üretimi içinde yüksek bir paya sahiptir. Teknik tekstil alanındaki ar-ge harcamaları, geleneksel tekstil sektörüne göre çok daha yüksektir. Bu üretim dalı modadan ziyade belirli teknik ihtiyaçların karşılanmasına yönelik olduğundan bu ürünlerin performansı sektörün başarısını belirlemektedir.

AB, sektörde önemli ölçüde bir rekabet gücüne sahip olup, 1999 yılında 2,1 milyar Euro'luk bir ticaret fazlası elde etmiştir. 1998 yılında AB'nin başlıca teknik tekstil pazarları, ABD, İsviçre, Türkiye, Polonya, Çin, Japonya ve Norveç'tir. Son yıllarda AB'de teknik tekstil ile kaliteli ve markalı ürünler haricindeki üretimin, Hariçte İşleme Rejimi ve Tercihli Ticaret Rejimleri gibi ticaret politikası araçları sayesinde işgücü maliyetinin daha düşük olduğu MDAÜ ve Mağrip ülkelerine kayma eğiliminde olduğu gözlemlenmektedir.

Tekstil ürünlerinde AB pazarında uzun yıllardan beri Türkiye'nin en önemli rakiplerinden biri olan ÇHC'ne karşı 1996 yılında Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesi ile önemli bir avantaj kazanılmış ve 1996'dan önce AB pazarındaki payı ÇHC'den daha düşük olmasına karşın, bu tarihten itibaren 2000 yılına kadar ÇHC'nin önüne geçmiştir. 2000 yılında Türkiye, AB'nin tekstil ürünleri ithalatında ÇHC ve ABD'den sonra üçüncü sırada, hazır giyim ithalatında ise ÇHC'den sonra ikinci sırada yer almıştır.

Tekstil ve konfeksiyon ürünlerinde ÇHC'nin AB pazarındaki payı Türkiye'ye kıyasla daha fazladır. DTÖ'ne üyelik ile ÇHC'ne uygulanan kotaların kaldırılmasıyla tekstil ve konfeksiyon sektörümüzde ciddi sorunlarla karşılaşılacağı ortaya çıkmaktadır. Kotaların kademeli olarak kaldırılmasıyla ÇHC'nin AB'ne ihracatında bir atış gerçekleşecektir.

Kısa vadede kotaların kaldırılacağı kategorilerde ÇHC'nin AB pazarındaki payında yaşanması beklenen muhtemel artışın, kotaların tümüyle kaldırılması gereken 2005, en geç 2009 yılında tüm tekstil ve konfeksiyon sektör ürünleri bakımından yaşanacağı, bu durumun Türkiye'nin yanı sıra AB pazarının diğer önemli tedarikçilerini daha yoğun bir rekabet ortamına iteceği açıktır [12].

VII.2. Çin Halk Cumhuriyeti'nin Dünya Ticaret Örgütü'ne Katılımının ABD Pazarı ile Tekstil ve Konfeksiyon İhracatımıza Muhtemel Etkileri

ABD, dünyanın en büyük ve en etkin tekstil sanayilerinden birine sahiptir. Son on yıldır firmalar, yoğun teknoloji yatırımları gerçekleştirerek üretimi ve kapasiteyi artırmak suretiyle yeniden yapılanmaktadırlar. Sektör, büyük miktarlarda ticari malların üretiminde,

baskı, boyama ve tamamlama işlemlerinde yüksek verimlilik düzeylerine ulaşmıştır. Tekstil atölyeleri de konfeksiyon sektörünün ihtiyaçlarına paralel olarak üretimde esnekliği geliştirme amaçlı teknoloji yatırımlarını gerçekleştirmektedirler. Hazır giyimle karşılaştırıldığında tekstil sektörü, iplik, örme kumaş, halı ve ev tekstili gibi çoğu önemli kalemlerde ithalattan kaynaklanan rekabete daha az maruz kalmaktadır.

NAFTA (North American Free Trade Agreement: Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması: ABD, Kanada ve Meksika tarafından oluşturulmuştur (Yüksel,1999:65)) anlaşmasının 1994 yılında yürürlüğe girmesinin ardından, ABD'nin NAFTA ülkelerinden ithalatı geleneksel tedarikçiler aleyhine bir artış göstermiştir. Kanada ve Meksika, ABD'nin başlıca tedarikçileri durumundadır. ABD'nin NAFTA ve İsrail ile mevcut Serbest Ticaret Anlaşmaları haricinde de tekstil ve konfeksiyon sektörü ticaretini yakından ilgilendiren iki farklı tercihl düzenlemesi bulunmaktadır. Bunlardan ilki Özel Statüyü Haiz Sanayi Bölgesi (QIZ) modeli, ikincisi ise "2000 Yılı Ticaret Yasası" adıyla bilinen tercihl ticaret düzenlemesidir. Bu düzenlemelerle yaratılan kotasız ve gümrük vergisiz ithalat ve fason işleme avantajları sonucu anılan ülkelere yapılan ithalatta artış yaşanmıştır.

QIZ modeli Orta Doğu Barış sürecine katkıda bulunmak amacıyla 1996 yılında, ABD Kongresi tarafından yürürlüğe konulmuştur. Bu modelde, QIZ bölgelerinin İsrail-Mısır ve İsrail-Ürdün sınırlarına kurulması ve bu bölgelerde işlem gören ürünlerin ABD'ye gümrük vergilerinden ve her türlü ticari engelden muaf olarak ihraç edilmesi öngörülmektedir. Bu rejimde ürünlerin tercihl düzenlemeden yararlanabilmesi için her iki ülkeden (İsrail-Mısır ya da İsrail-Ürdün) ithal edilen girdilerin, üretilen nihai ürünler için payının yüzde 35'e ulaşması gerekmektedir [12]. Ancak QIZ önerisini Mısır siyasi nedenlerden dolayı kabul etmemiştir [13].

ABD tarafından uygulanmakta olan diğer bir tercihl ticaret modeli ise "2000 Yılı Ticaret Yasası" adıyla 2000 yılı içerisinde yürürlüğe konulan, Sahra Afrika ve Karayipler'de bulunan 70'den fazla ülkede üretilen ürünlerin belirli koşulları yerine getirmesi halinde, ABD pazarına gümrük vergilerinden muaf ve kotasız olarak girmesine imkan tanınmasını öngören modeldir. Bu modelde, Sahra Afrika ve Karayip ülkeleri için herhangi bir limite tabi olmaksızın, gümrük vergisi muafiyeti ve kota dışı uygulamadan yararlanarak, 2008 yılına kadar belirli limitler dahilinde ABD'ne ihracat imkanı sağlamaktadır.

ABD'nin 1999 ve 2000 yıllarında toplam tekstil ve konfeksiyon ürünleri ithalatı, sırasıyla 67,7 ve 76,3 milyar Dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu yıllarda ABD'nin tekstil ve konfeksiyon ithalatında ÇHC, Meksika ve Kanada'nın ardından üçüncü sırada yer almıştır. 1999 ve

2000 yıllarında ABD'nin tekstil ve konfeksiyon ithalatı içerisinde, ÇHC'nin payı 8,4 ve 9,2 milyar Dolar ile yüzde 12 düzeyinde gerçekleşirken, aynı yıllar itibariyle Türkiye'nin payı yüzde 1,7 ve yüzde 1,9 ve gerçekleşen ihracat 1,1 ve 1,4 milyar Dolar seviyesinde olmuştur. Bu değerler, AB pazarının aksine Türkiye'nin ABD pazarında ÇHC ile rekabet edemediğini ve ÇHC'nin bu pazarda Türkiye'ye kıyasla çok daha etkin olduğunu göstermektedir. ABD halen, 42 kategoride ülkemize kota uygulamaktadır. Türkiye'nin kotaya tabi olduğu kategorilerin hemen hemen tamamında ÇHC kotalarını tamamen kullanmaktadır. Bu itibarla, ÇHC'nin DTÖ'ne katılımı ertesinde ABD'nin bu ülkeye yönelik kotaları kaldırdığı ölçüde, ÇHC'nin pazar payını artırması ve Türkiye gibi herhangi bir tercihl düzenlemeden yararlanmayan diğer önemli tedarikçilerin pazar paylarında da ÇHC'ne karşı bir gerileme olması muhtemel gözükmektedir.

1999 yılında imzalanan ABD-ÇHC DTÖ'ne Giriş Anlaşmasına göre, ÇHC menşeli tekstil ve konfeksiyon ürünleri için mevcut kotalar 2005 yılı başına kadar devam edecektir. Bu tarihten sonra 1.1.2009 yılına kadar, ABD'nin, bu ülke kaynaklı tekstil ve konfeksiyon ithalatında pazar bozucu seviyelerde bir artış olması durumunda gerekli koruma önlemlerini almasına imkan tanınmıştır [12].

VIII. SONUÇ

Dünyanın en büyük tekstil üreticisi ve ihracatçısı olan ÇHC'nin DTÖ üyeliği ile kısa vadede belirli ürünlerde, uzun vadede ise tüm ürünlerde kotaların kaldırılmasıyla, AB ve ABD'ne yönelik tekstil ve konfeksiyon ihracatımızın olumsuz yönde etkilenmesi kaçınılmazdır.

2005 yılında tüm DTÖ üyelerine yönelik kotaların kalkması ile beraber, dünya tekstil ticaretinde ortaya çıkacak serbestleşmenin yaratacağı rekabet ortamında Türkiye şimdilik önemli avantajlara sahip olduğu AB pazarında büyük bir rekabetle karşılaşacaktır. Aynı şekilde, ABD pazarında Türkiye'nin şimdilik tabi olduğu kotaların kaldırılması, bu pazara daha fazla ihracat yapılmasının önündeki engellerin aşılmasına yardımcı olacaktır. Ancak bu kotaların Türkiye'ye rakip ülkeler için de kaldırılacağı düşünüldüğünde, kotaların rekabet güçlerini kullanmalarını engellemesi nedeniyle yeteri kadar pazar paylarını artıramayan Çin gibi rekabet gücü yüksek ülkeler gerek AB gerek se ABD pazarında Türkiye için ciddi bir tehlike durumuna geleceklerdir.

Çin başta olmak üzere, işgücü maliyeti çok düşük uzak doğu ülkelerinin düşük kaliteli ve ucuz mamullerde sahip olacağı üstünlük dikkate alınarak Türkiye'nin uluslararası piyasalarda tekstil ve konfeksiyon sektöründeki payının ve rekabet gücünün

korunabilmesi için, sektörün yeniden yapılandırılması ve ağırlık olarak moda-marka ve kaliteyi ön plana alan bir yaklaşım içine girmesi gerekmektedir. Dünya ile rekabete edebilecek yöndeki çabalara yeni bir hız kazandırılması zorunluluk haline gelmiştir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] YÜKSEL, C., *Tekstil Araştırma Dergisi*, Sayı:1, 2002, s.4.
- [2] mail.aso.org.tr/asomedy/kasim2002/dosyaklasim2002 <30.06.2003>.
- [3] ÖZELÇİ, H., *Hedef*, Sayı: 108, 2002, ss.52-53.
- [4] DERELİ, D., "Global Ekonomik Konjoktürde Türk Ekonomisinin Geleceği", *Durum*, Mayıs 2002, ss.52-63.
- [5] YÜKSEL, Ö., *Uluslararası İşletme Yönetimi ve Türkiye Uygulamaları*, Gazi Büro Yayınları, Ankara, 1999.
- [6] www.dtm.gov.tr/ab/textil/gumtexnot.htm, <10.12.2002>.
- [7] GÜNEŞ, İ.F., "Stratejik Ortak: ABD", *Durum*, Mayıs 2002, ss.108-119.
- [8] AB Danışmanlık, "Dünya Ticaret Örgütü Millenium Round Gündemi ve AB", *Durum*, Mayıs 2002, ss.80-102.
- [9] www.gumruk.gov.tr/disiliskiler/uluslar.htm, <10.12.2002>
- [10] YENİARAS, N., "Artan Uluslararası Rekabet Ortamı ve Uymak Zorunda Olduğumuz Uluslararası Kurallar Çerçevesinde İhracatta Devlet Yardımları", *Durum*, Nisan 2003, ss.52-58.
- [11] www.onlinerehber.com/uluslar ar.../cin_ukle_profil_i_dis_ticaret_ve_istatistikler.as, <10.12.2002>.
- [12] www.dtm.gov.tr/ab/ÇİNnotu.htm, <10.12.2002>.
- [13] ÜLKER, M., "Nitelikli Sanayi Bölgeleri", *Global Bülten*, Kasım 2002, ss.14-23.



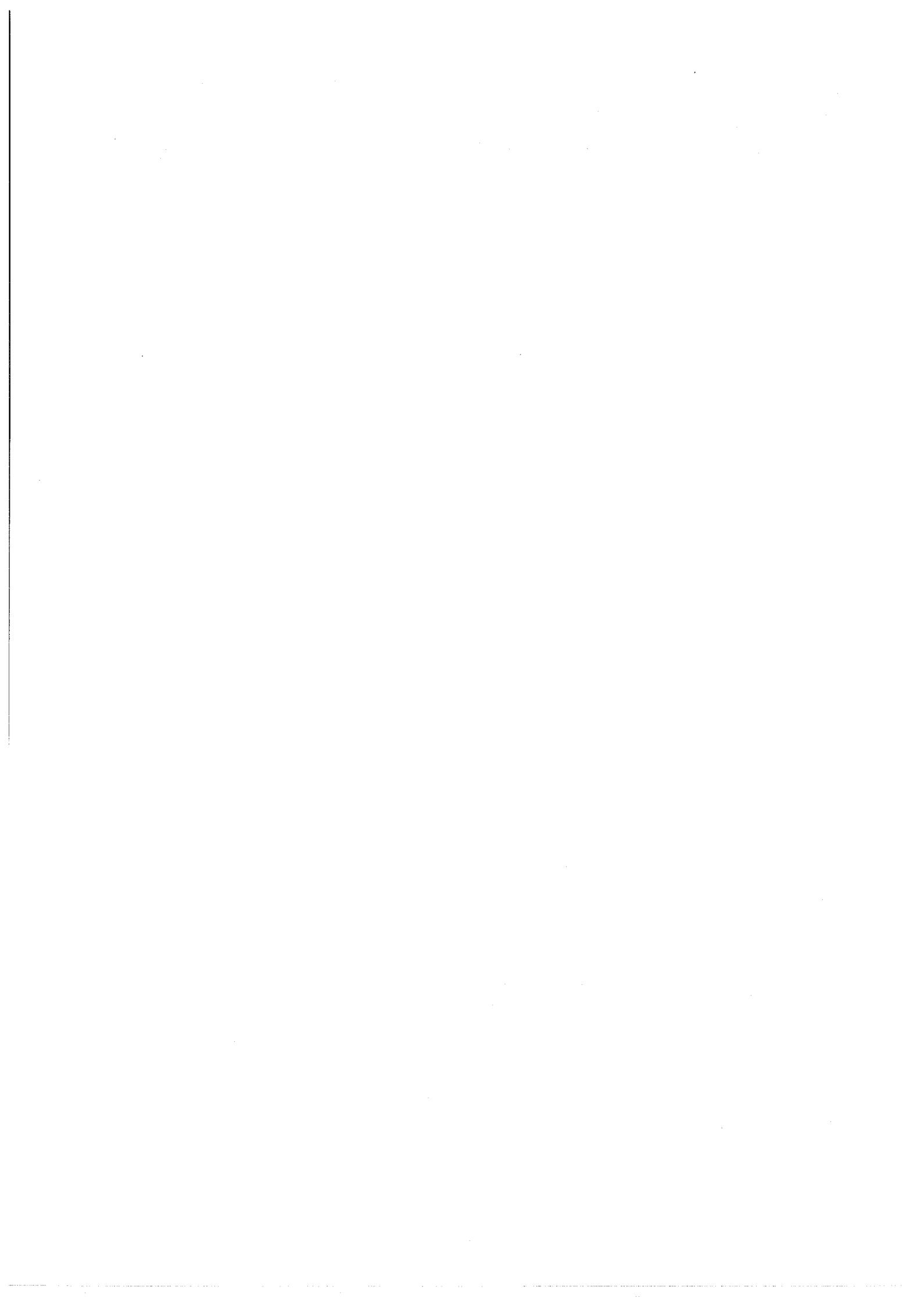
Belgin AYDINTAN

Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
İşletme Bölümü
Beşevler – ANKARA

Tel: +90 (312) 212 68 53 - 1473

abelgin@gazi.edu.tr

Belgin AYDINTAN has Ph.D. of Business Management at Gazi University Social Sciences Institute. She is Lecturer in Business Management at Gazi University. Her research areas are Strategic management, organization theory, functions of management, corporate alliances.



KAMUYU AYDINLATMA ARACI OLARAK FİNANSAL RAPORLARIN HİSSE SENEDİ GETİRİ ORANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN SINANMASI

Erdinç ALTAY¹, Duygu ANIL²

¹*İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı, Dr.*
²*İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Anabilim Dalı*

EXAMINING THE EFFECT OF FINANCIAL REPORTS, AS A MEAN OF PUBLIC DISCLOSURE, ON RATE OF STOCK RETURNS

Abstract: *This paper examines the effect of financial reports, as a mean of public disclosure, on asset returns in the period between 1993-2001. In this period, results of the development in information technology are increasingly utilized in accounting operations. Accounting process in a firm produces important information for the public which decides to invest or not. Developments in information technology enables quick, low cost and more dependable information. While at the same time it is also beneficial for the investor in the sense of reaching and analyzing information quickly. So, null hypothesis of "a wide use of information technology in accounting process does not positively affect public disclosure" is tested on ISE-30 index firms. Total period is divided into 34 sub-periods parallel to the quarterly financial reporting periods. The effects of financial report announcements on firm specific stock returns are examined by testing the statistical significance of the difference between announcement day return and other days' returns. As a result, a strong evidence of significant effect of financial reports on asset returns and a positive trend of this effect towards last years parallel to the development in technology could not be reached. 10 days lead and lagged reactions are also examined. As a result, null hypothesis of the study could not be rejected.*

Keywords: *Security Returns Reactions, Rate of Asset Returns, Financial Reporting, Investor Behavior, Capital Market Efficiency, Behavior of Stock Market Prices, Capital Asset Pricing Model*

KAMUYU AYDINLATMA ARACI OLARAK FİNANSAL RAPORLARIN HİSSE SENEDİ GETİRİ ORANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN SINANMASI

Özet: *Bu makalede, 1993-2001 yılları arasındaki dönemde varlık getirileri üzerinde kamuyu aydınlatma aracı olarak finansal raporların etkisi incelenmiştir. Finansal raporlama süreci içerisinde işletmeler, kamuya, yatırım kararı alma veya almama konusunda önemli bilgiler üretmektedirler. Bilgi teknolojilerindeki gelişmeye bağlı olarak bilgi, yatırımcıya daha çabuk, düşük maliyetle ve daha güvenilir olarak ulaşmaktadır. Yatırımcı, bu sayede bilgiye ve bu bilginin analizine çabuk ulaşma faydasını sağlamaktadır. Bu kapsamda makalenin sıfır hipotezi finansal raporlama sürecinde bilgi teknolojilerinin geniş kullanımı kamuyu aydınlatma konusunda olumlu yönde etki yaratmamaktadır. Bu hipotez İMKB'de yer alan İMKB-30 endeksinde yer alan işletmelerde test edilmiştir. Belirlenen süre, üçer aylık finansal raporlama süreleri dikkate alınarak 34 alt dönemde incelenmiştir. İşletmelerin finansal raporlarını yayınladıkları gündeki hisse senedi getiri oranlarının, diğer günlerdeki getiri oranlarıyla aralarındaki fark istatistiksel olarak anlamlılığı açısından test edilmiştir. Yapılan testlerde, finansal raporların getiri oranları üzerinde bir etkisi olduğu ve bu etkinin bilgi teknolojilerindeki gelişmeye paralel olarak yıllar itibariyle gelişme gösterdiği konusunda anlamlı bir kanıt ulaşılamamıştır. Finansal raporların yayınlanmalarından önceki ve sonraki on günlük dönemler de aynı zamanda incelenmiş ve anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır. Sonuç olarak, bu çalışmanın sıfır hipotezi reddedilememiştir.*

Anahtar Kelimeler: *Hisse Senedi Getiri Sonuçları, Varlık Getiri Oranları, Finansal Raporlama, Yatırımcı Davranışları, Piyasa Etkinliği, Hisse Senedi Piyasa Fiyat Davranışları, Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli*

I. GİRİŞ

Muhasebe uygulamalarında kullanılan geleneksel yöntemlerin yerini gelişen bilgi teknolojilerinin sağladığı yeni olanaklar almaktadır. Dünyada bilgi işlem ve iletişim teknolojilerinde gerçekleşen gelişmelere paralel olarak, ülkemizde de şirketlerin bu olanaklardan daha fazla yararlanmaya başladıkları ve gerek şirket içi, gerekse şirket dışı karar alıcılara daha hızlı, güvenilir, düşük maliyetli ve yaygın bilgiler üretilmeye başlandığı

gözlenmektedir. Karar alma mekanizmasının sağlam temellere oturabilmesi ve belirsizlik ortamında daha rasyonel ve hızlı karar alınabilmesi için güvenilir bilgiye ihtiyaç duyulmaktadır. Şirketlerin kamuya açıkladıkları dönemsel finansal raporların esas işlevlerinden birisi, kamuyu aydınlatma ilkesi doğrultusunda yatırımcılara güvenilir bilgiler sunma ve böylelikle ekonomideki sermayenin en etkin yatırım alanlarına yönlendirilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla şirketlerle ilgili doğru bilgilerin kamuya açıklanması, bireysel yatırımcıların

servetlerini artırabilmeleri ve en karlı alanlara yatırım yapabilmeleri anlamında yararlı veriler sunarken, aynı zamanda da genel ekonomi için tasarrufların doğru alanlarda kullanımını sağlanması işlevini yerine getirmektedir.

Şirketlerin kamuyu aydınlatma olgusunu yerine getirirken kullandıkları başlıca araç finansal raporlardır. Dönemsel finansal raporlar aracılığıyla piyasaya giren bilginin şirketlerin gerçek değerlerini değiştirdiği ölçüde hisse senedi fiyatlarına yansımaları, etkinliğin bir göstergesi olarak görülmektedir. Etkin bir piyasada, piyasaya giren yeni bilgi; anında, doğru ve tam olarak hisse senedi fiyatlarına yansımakta, böylece her hisse senedi "gerçek değerine" ulaşmaktadır. Doğal olarak bütün sermaye piyasalarının bu anlamda piyasaya giren tüm bilgileri anında hisse senedi fiyatlarına yansıtacak derecede tam etkin olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu konuda farklı etkinlik dereceleri için yapılmış çok sayıda araştırma, gerek gelişmiş sermaye piyasalarında (Bkz: Fama[1], Fama[2], Fama[3], Sweeney[4], Fama[5], Ohlson and Pennman[6], Lo and MacKinlay[7]) ve gerekse İMKB'de (Bkz: Erdoğan[8], Önderoğlu[9], Köse[10], Muradoğlu[11]) ileri düzeyde bir etkinliğin varlığından söz etmenin güç olduğunu göstermektedir. Ancak gelişen bilgi işlem ve iletişim teknolojilerine paralel olarak; kamuya açıklanan bilginin daha sağlıklı ve hızlı üretilmesi, karar alıcıların söz konusu bilgiye daha kolay ve yaygın bir şekilde ulaşabilmesi, elde edilen bilginin çok daha hızlı analiz edilebilmesi ve değişen koşullara göre daha hızlı alım satım yoluyla hisse senedi fiyatlarına yansıtılabilmesi, dolayısıyla da önceki yıllara göre giderek piyasa etkinliği derecesinin artmaya başlaması beklenmektedir.

Kamuyu aydınlatmanın ne derecede etkin olduğu; bu ilke doğrultusunda açıklanan bilgilerin gerçek anlamda yatırımcılara ne ölçüde ulaştığı, yatırımcılar tarafından ne ölçüde değerlendirildiği ve bu bilgilerin hisse senedi fiyatlarına ne derecede yansıdığı ile yakından ilgilidir. Dolayısıyla zamanla gelişen bilgi teknolojilerinin daha yaygın kullanımının kamuyu aydınlatmaya olan etkisini inceleyebilmek için, finansal raporlar yoluyla piyasaya giren bilginin hisse senedi getiri oranları üzerindeki etkisinin zamanla gelişiminin araştırılması gerekmektedir.

Bu bağlamda, bilginin hisse senedi getiri oranları üzerindeki etkisinin araştırılması üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Gelişmiş sermaye piyasalarında farklı tip bilgilerin hisse senedi getiri oranları üzerindeki etkileri ile ilgili olarak Bkz: Latane[12], Pearce and Roley[13]). İMKB'de işlem gören şirketlerin açıkladıkları muhasebe karları ile hisse senedi getiri oranları arasındaki ilişkileri 1988-1992 dönemi arasında yıllık finansal raporları kullanarak, inceleyen bir çalışmada (Özer[14]), karların hisse senedi getiri oranları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Finansal raporların hisse senedi getiri oranları üzerindeki etkisini 1992-1995

döneminde 6 aylık ve yıllık finansal raporları kullanarak inceleyen bir başka çalışma (Odabaşı[15]) ise incelenen dönemde finansal rapor açıklama günlerinde, hisse senedi getiri oranlarının, diğer günlerdeki getiri oranlarından anlamlı olarak farklı olduğunu, diğer bir deyişle finansal raporların hisse senedi getiri oranlarını etkilediğini tespit etmiştir.

Bu çalışmada ise, bilgi teknolojilerindeki gelişme doğrultusunda şirketlerin muhasebe departmanlarında daha yoğun olarak yeniliklerden yararlanılmasının finansal raporlar aracılığıyla kamuyu aydınlatma üzerindeki etkisi, sermaye piyasasına giren yeni bilginin hisse senedi fiyatlarına ne derecede yansıdığı ve bu etkinin yıllar itibariyle gelişimi 1993-2001 dönemi üçer aylık finansal raporlar kullanılarak incelenmektedir. Bu çalışmanın sıfır hipotezi; "bilgi teknolojilerindeki gelişmeler seyrinde kamuyu aydınlatmanın hisse senedi getiri oranları üzerinde olumlu bir etkisinin bulunmadığı" şeklinde ileri sürülmüştür.

II. ARAŞTIRMANIN TASARIMI

II.1. Veriler

Çalışma kapsamında incelenen ve örnek kütleli oluşturan şirketler, 2001 Ocak ayı itibariyle İMKB-30 endeksinde yer alan işletmelerdir. Çalışmada kullanılan birinci grup veri kümesi; şirketlerin açıkladıkları üçer aylık finansal raporlarının yayınlanma tarihleridir. Örnek kütlede yer alan her şirket için 1993/3'ten başlayarak 2001/6'ya kadar olan 34 ayrı finansal rapor açıklama tarihleri incelemede kullanılmıştır. Bu veriler İMKB haftalık bültenleri ve İMKB web sayfasından elde edilmiştir. İkinci grup veri kümesi ise; incelenen şirketlere ait hisse senetlerinin Ocak 1993-Aralık 2001 dönemi arasındaki günlük düzeltilmiş kapanış fiyatlarından elde edilen günlük sürekli getiri oranlarıdır. Sürekli getiri oranları, ardışık günlerdeki kapanış fiyatlarının doğal logaritmalarının birinci farkları olarak hesaplanmıştır:

$$R_{i,t} = \ln (P_{i,t} + D_{i,t}) - \ln (P_{i,t-1}) \quad (1)$$

$R_{i,t}$ = i hisse senedinin t zamanındaki sürekli getiri oranı,

$P_{i,t}$ = i hisse senedinin t zamanındaki kapanış fiyatı,

$D_{i,t}$ = i hisse senedi için t zamanında ödenen hisse başına karpayı.

Çalışmada kullanılacak olan "Pazar Portföyü"nü temsil etmek amacıyla sermaye piyasasında yer alan bütün hisse senetlerini en geniş şekilde içermesi açısından; çalışma döneminde İMKB'deki en fazla sayıda hisse senedi içeren endeksler kullanılmıştır. Bu nedenle Ocak 1993 – Aralık 1996 tarihleri arasında İMKB Bileşik Endeksi; Ocak 1997 – Aralık 2001 tarihleri arasında ise

İMKB Ulusal Endeksi'nden türetilen sürekli getiri oranları "Pazar Portföyü" getiri oranları olarak kullanılmıştır.

II.2. İnceleme Dönemi

Yapılan incelemede Ocak 1993-Aralık 2001 dönemi; finansal rapor açıklama gününe paralel olarak, 34 ayrı alt döneme ayrılmıştır. 1993/3, 1993/6, 1993/9, 1993/12, 1994/3 , ... , 2001/6 şeklinde belirlenen alt dönemler için aşağıda açıklanan metodoloji doğrultusunda finansal raporlama aracılığıyla kamuyu aydınlatmanın sağladığı bilgi girişinin etkisi analiz edilmiş ve dönemler bazında söz konusu olası etkinin seyri incelenmiştir. Oluşturulan her alt dönem, bir önceki finansal rapor açıklanma tarihinden 10 gün sonra başlamakta, bir sonraki finansal rapor açıklanma tarihinden 10 gün önce sona ermektedir.

İnceleme dönemi olarak 1993-2001 döneminin seçilmesinin nedeni, özellikle bu yıllarda gerek yazılım, gerek donanım anlamında, bilgi teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerin işletmelerin muhasebe departmanlarında kullanımının yaygınlaşmaya başlamasıdır.

II.3. Araştırmanın Varsayımları

Bu çalışma, kamuyu aydınlatma araçlarından birisi olan dönemsel finansal raporların hisse senedi getiri oranları üzerindeki etkisini dönemler itibariyle incelemektedir. Bu anlamda uygulanan araştırma yönteminde yapılan varsayımlar şu şekilde sıralanabilir;

- 1993-2001 dönemleri arasında incelenen finansal raporlar; şirketlere ait bilanço, gelir tablosu ve bu tablolara ait dipnotlar ile şirketin yükümlülükleri ve gerçekleşmesi muhtemel riskleri hakkında bilgileri içeren açıklayıcı ekleri kapsamaktadır,

- İnceleme kapsamına alınan şirketler, uygulamada finansal raporlarını, faaliyet raporlarını ve bunun gibi dokümanlarını İMKB'nin ve kendilerinin web sayfalarında ilan etmektedirler,

- Bilgi teknolojisi, inceleme dönemi içinde giderek artan bir gelişme seyretmektedir,

- Örnek kütle içinde yer alan şirketler, İMKB'de işlem gören şirketler içinde belirli kriterlere sahip ve ekonominin önde gelen firmaları arasında olması nedeniyle muhasebe departmanlarında bilgi teknolojilerinin sunduğu olanaklardan giderek daha fazla yararlanmaktadırlar,

- Yatırımcılar, bilgi teknolojilerindeki gelişmeye paralel olarak finansal raporlara daha kolay, hızlı ve yaygın olarak ulaşabilmektedirler,

- Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli'nde ileri sürüldüğü gibi, genel ekonomik ve siyasi olaylardan kaynaklanan risk ve getiri oranı, "Piyasa Modeli" ile hesaplanabilir ve yatırımcı beklentileri piyasa endeksi ile ifade edilen tek faktörlü modelle tahmin edilebilir,

- Aşırı getiri oranları, şirkete özgü beklenmeyen getiri oranlarıdır,

- Finansal Varlıkları Fiyatlama Modeli'nin varsayımları geçerlidir,

- Çalışmada kullanılan endeksler, piyasada bulunan tüm riskli varlıkları içeren Pazar Endeksi'ni doğru şekilde temsil etmek için yeterlidir.

II.4. Metodoloji

Finans teorisine göre, sermaye piyasasında işlem yapan yatırımcılar, varlıkları elde tuttukları süre boyunca kendilerine sağlayacakları getirileri ve bu getirilerin olasılık dağılımlarını göz önünde bulundurmaktadırlar. Diğer bir deyişle, yatırımcılar, yatırım kararlarını varlıkların beklenen getiri oranlarına ve risklerine dayalı olarak vermektedirler. Hisse senetlerine ait değerlendirme sürecinde beklentilerin oluşturulmasında temel girdilerden birisi, hisse senetlerine özgü bilgi akışıdır. Bu anlamda şirketlerin finansal raporları yayımlandığında yatırımcılar, kendilerine sunulan bilgiler doğrultusunda firmalara özgü beklentilerini oluşturmakta veya mevcut beklentilerini revize etmektedirler. Yatırımcılar, bilgi akışına paralel olarak yeniden oluşturdukları beklentilere uygun "alım-satım" kararları alarak, hisse senetlerinin fiyatlarının yeniden oluşmasını ve piyasanın yeniden dengeye ulaşmasını sağlamaktadırlar. Bilgiye paralel olarak alım-satımın oluşmasının altında yatan temel nedenlerden birisi, yatırımcıların, piyasaya giren bilgiyi birbirlerinden farklı yorumlamaları ya da önceki yargılarında değişikliğin meydana gelmesidir [16]:

Finansal raporların yayınlanmasından önce firmaya özgü bilgilerin bir şekilde bazı yatırımcıların eline geçmesi; yayımlandığında ise birçok yatırımcıya ulaşmaması; yatırımcılar tarafından doğru şekilde algılanmaması ve değerlendirilememesi; finansal raporların firma ile ilgili gerçek bilgileri yansıtmadığı konusunda bir yargıya sahip olunması gibi kamuyu aydınlatma işlevinin tam olarak yerine getirilmediği durumlarda finansal raporların açıklandığı günlerde, piyasaya giren "yeni bilgi" doğrultusunda getiri oranında anlamlı bir değişim beklenmemektedir.

Yukarıdaki argümandan hareketle çalışmada test edilecek hipotez; finansal raporların açıklandığı günlerde meydana gelen fiyat değişimlerinin, diğer günlerden istatistiksel olarak daha farklı olmadığıdır. Bu hipotez ele alınan çalışma dönemi boyunca her finansal rapor açıklama dönemi için ayrı ayrı test edilmiştir. Gelişen teknolojiye paralel olarak açıklanan bilgilerin yatırımcılar tarafından etkin olarak değerlendirilmesinde olumlu gelişmenin varlığı konusunda istatistiksel deliller araştırılmaktadır.

Çalışmada kullanılan metodoloji, temel olarak piyasaya giren yeni bilginin hisse senedi getiri oranlarına yansımaları test eden ve Fama, Fisher, Jensen ve Roll [5]; Scholes [17]; ve Kaplan ve Roll [18] tarafından "yeni bilgi girişinin hisse senedi getiri oranları üzerine etkileri"ni incelemek amacıyla kullanılmış oldukları yöntemle dayanmaktadır.

Varlık getiri oranları, Sharpe [19], Lintner [20] ve Mossin'in [21] ortaya koyduğu Finansal Varlık Fiyatlama Modeli (FVFM) doğrultusunda iki temel riske koşut olarak değişkenlik göstermektedir. Bunlardan birincisi, bütün piyasayı etkileyen temel ekonomik ve siyasi faktörlerden kaynaklanan sistematik risk, ikincisi ise yalnızca hisse senedine özgü gelişmelerden kaynaklanan sistematik olmayan risktir. Bu anlamda bir hisse senedinin herhangi bir günlük getiri oranı, pazara bağlı ve pazara bağlı olmayan getiri oranı olarak iki kısma ayrıştırılabilmektedir. Aşağıda yer alan tek indeksli model her iki tür getiri oranını ayrıştırmak için kullanılmıştır:

$$R_{i,t} = a_i + b_i R_{m,t} + e_{i,t} \quad (2)$$

$R_{i,t}$ = i hisse senedinin t zamanındaki getiri oranı,

a_i = regresyon sabit terimi,

b_i = i hisse senedinin getiri oranının pazar portföyü getiri oranına karşı duyarlılığı,

$R_{m,t}$ = pazar portföyünün t zamanındaki getiri oranı,

$e_{i,t}$ = hata terimi

$$(E(e_{i,t})=0, cov(e_{i,t}, R_{m,t})=0, cov(e_{i,t}, e_{i,k})=0)$$

Yukarıdaki denklemde yer alan ($a_i + b_i R_{m,t}$) terimi hisse senedinin pazara bağlı getiri oranını, hata terimi ($e_{i,t}$) ise hisse senedinin ait olduğu şirkete özgü getiri oranını ifade etmektedir. Hata terimleri normal dağılıma sahip ve sabit varyanslıdır. Dolayısıyla yukarıda belirtilen denklem parametreleri her hisse senedi için tahmin edildiğinde, yalnızca şirkete özgü bilgiden kaynaklanan getiri oranı, karakteristik doğru denkleminden hareketle aşağıdaki gibi elde edilebilir:

$$e_{i,t} = R_{i,t} - \hat{R}_{i,t}$$

$$e_{i,t} = R_{i,t} - (a_i + b_i R_{m,t}) \quad (3)$$

Yukarıda (2) numaralı denklemle gösterilen regresyon modeline ait parametreler, incelenen 34 ayrı alt dönemin her biri ve inceleme kapsamındaki bütün şirketler için ayrı ayrı tahmin edilmiştir. Parametrelerin tahmin edilmesinde kullanılan zaman serisi; incelenen finansal raporun açıklanma tarihi ($t_{f,0}$), bir önceki finansal raporun ilan edilme tarihi ($t_{\bar{a},0}$) ve bir sonraki finansal raporun açıklanma tarihi ($t_{s,0}$) olmak üzere:

$$(t_{\bar{a},+11}; \dots; t_{f,-11}; t_{f,+11}; \dots; t_{s,-11})$$

şeklinde belirlenmiştir.

Parametre tahmininde kullanılan gözlem değerlerinin seçiminde her finansal raporun açıklandığı gün ile öncesindeki ve sonrasında onar günün alt dönem içinden çıkarılmasının nedeni, yatırımcıların finansal raporların sağladığı bilgilere karşı olası bir erken ya da gecikmeli reaksiyonunu arındırmaktır. Bunun için, yukarıda belirlenen günlerdeki hisse senedi getiri oranları ile pazar endeksi arasındaki regresyon, en küçük kareler yöntemi ile çözümlenerek yalnızca pazara dayalı getiri oranı ($\hat{R}_{i,t}$) tahmin edilmiş, daha sonra ise denklem (2) de gösterildiği gibi gerçekleşen getiri oranından tahmini pazara dayalı getiri oranı çıkarılarak tüm dönem için ($t_{\bar{a},+11}; \dots; t_{s,-11}$) aşırı getiri oranları ($e_{i,t}$) tahmin edilmiştir.

Çalışmada, finansal raporların hisse senedi getiri oranları üzerindeki etkilerin incelenmesinde kullanılan dönemler şu şekilde özetlenebilir:

Bir finansal raporlamanın incelenmesi için ele alınan tüm zaman serisi;

$$t = (t_{\bar{a},+11}; t_{\bar{a},+12}; \dots; t_{f,-11}; t_{f,-10}; t_{f,-9}; \dots; t_{f,0}; \dots; t_{f,+9}; t_{f,+10}; \dots; t_{s,-12}; t_{s,-11})$$

Aşırı getiri oranlarının tahmini için regresyonun uygulandığı dönem;

$$t^* = (t_{\bar{a},+11}; \dots; t_{f,-11}; t_{f,+11}; \dots; t_{s,-11})$$

Finansal rapor etkisinin getiri oranları üzerine yansımalarının sınındığı dönem;

$$t' = (t_{f,-10}; t_{f,-9}; \dots; t_{f,-1}; t_{f,0}; t_{f,+1}; \dots; t_{f,+9}; t_{f,+10})$$

Çalışma özellikle finansal rapor açıklama günü ve etrafındaki onar günün oluşturduğu toplam 21 günlük süre üzerinde odaklanmıştır. Finansal raporların, getiri oranları üzerindeki etkisinin incelenmesinde yalnızca açıklama günü değil, açıklama gününden önceki ve sonraki 10 güne bakılmasının nedeni, raporlamanın etkisinin ilan tarihinden önce ya da sonra herhangi bir zamanda ortaya çıkabileceği görüşüdür.

Finansal raporların hisse senedi getiri oranları üzerindeki etkisinin araştırılması için, finansal raporların açıklandığı gün ve bu gün etrafındaki yirmi gün için her bir hisse senedine özgü getiri oranındaki değişiminin, diğer günlerdeki (t^*) getiri oranlarındaki değişiminden istatistiksel olarak farklılığı test edilmiştir. Bu amaçla; incelenen aşırı getiri oranları, diğer bir deyişle hisse senetlerine özgü getiri oranları, yalnızca söz konusu şirkete ait gelişmelerden kaynaklanan getiri oranları olmaktadır. Dolayısıyla herhangi bir gün bir hisse senedine ait getiri oranı, finansal raporların açıklanması ile oluşturulabilecek olumlu veya olumsuz bir bilgi girişinden kaynaklanabileceği gibi, finansal raporların dışında şirkete özgü daha farklı olumlu ya da olumsuz bir bilgidir de kaynaklanabilmektedir. Teorik olarak hisse senedine özgü getiri oranının ($e_{i,t}$) işareti, bilginin olumlu veya olumsuz olmasına paralel olarak değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle; finansal raporun taşıdığı olumlu bilgi sonucu açıklama gününde meydana gelen pozitif bir aşırı getiri oranının, diğer günlerde piyasaya giren farklı bilgiler sonucu ortaya çıkacak pozitif ve negatif getiri oranlarının ortalaması ile karşılaştırılması hatalı sonuç verebilmektedir. Bu hatayı ortadan kaldırmak için hisse senetlerine özgü getiri oranlarının kareleri kullanılarak işaretlerin etkisi ortadan kaldırılmıştır.

Bu amaçla; $t' = (t_{f,-10}; \dots; t_{f,+10})$ döneminde her güne ait aşırı getiri oranının karesi, diğer günlerdeki aşırı getiri oranlarının karelerinin ortalamasına bölünmüş, finansal rapor etkisi altında bulunan günlerdeki getiri oranının diğer günlere göre büyüklüğü ($u_{i,t'}$), aşağıdaki formülle hesaplanmıştır:

$$u_{i,t'} = \frac{e_{i,t'}^2}{Ae_{i,t^*}^2} \quad (4)$$

$$t' = t_{f,-10}; \dots; t_{f,0}; \dots; t_{f,+10}$$

$$t^* = t_{\bar{t},+11}; \dots; t_{f,-11}; t_{f,+11}; \dots; t_{s,-10}$$

Hata terimlerinin karelerinin ortalaması, hata terimlerinin varyansına eşit olacağından, (4) numaralı denklem buna göre yeniden yazıldığında;

$$Ae_{i,t^*}^2 = s^2(e_{i,t^*})$$

$$u_{i,t'} = \frac{e_{i,t'}^2}{s^2(e_{i,t^*})} \quad (5)$$

$u_{i,t'}$ değişkeninin iki kare oranı haline gelmesi sonucu, değerler F dağıldığı söylenebilir. Bu dağılımdan hareketle finansal raporun etkisinde bulunduğu düşünülen günün, diğer günlerden farklılığının test etme amacıyla $u_{i,t'}$ 'nin 1'den ne kadar farklı olduğu incelenmiştir. $u_{i,t'}$ 'nin 1'den büyük olması, finansal raporun etkisinde bulunduğu düşünülen günde meydana gelen getiri oranının diğer günlerden daha fazla olması, 1'den küçük olması durumunda bu günlerdeki getiri oranının diğer günlerden daha az olması ve oranın 1 olması durumunda ise, arada fark olmaması anlamına gelmektedir.

Her bir hisse senedinin inceleme dönemindeki aşırı getiri oranının, diğer günlere göre yüzde konumunu gösteren $u_{i,t'}$ değerlerinin ortalamasının alınması finansal tablo dışı şirketlere özel getiri oranı değişimi kaynaklarını ortadan kaldırabilme konusunda yardımcı olmakta ve finansal rapor etkisini test edebilmede kullanılacak bir değer sunmaktadır:

$$Au_{i,t'} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N u_{i,t'} \quad (6)$$

ya da

$$Au_{i,t'} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \left(\frac{e_{i,t'}^2}{Ae_{i,t^*}^2} \right) \quad (7)$$

Yukarıda yer alan $Au_{i,t'}$ değerinin 1 olması, finansal raporun etkisinde olabileceği varsayılan günlerdeki getiri oranlarındaki değişimin diğer günlerden farklı olmadığı, aksi halde ise bir farkın bulunduğu anlamına gelmektedir. Her bir bilanço dönemi için (toplam 34 dönem) hesaplanan $Au_{i,t'}$ değerlerinin 1'den farklılığının test edilmesi için kullanılan test istatistiği aşağıdaki gibi gösterilebilir (Odabaşı[14]: 9):

$$Z(Au_{i,t'}) = \frac{\sum_{i=1}^N (u_{i,t'} - 1)}{\left[\sum_{i=1}^N 2(n_i - 3)/(n_i - 6) \right]^{1/2}} \quad (8)$$

$Au_{i,t'}$ değeri F dağılımına uygundur ve her dönem için finansal tablo etkisindeki günlerdeki aşırı getiri oranlarının diğer günlerden farklılığının anlamlılığını test etmede kullanılmıştır.

III. AMPİRİK BULGULAR

Yukarıda bahsedilen metodoloji doğrultusunda 34 farklı finansal raporun incelendiği alt dönemler için elde edilen Au_{it} değerleri ve istatistiksel olarak anlamlılıklarına ilişkin sonuçlar Tablo.1, Tablo.2 ve Şekil.1-Şekil.21'de gösterilmektedir.

Tablo.1'de, finansal raporların sunduğu bilgiye dayalı olarak gerçekleşen hisse senedi getiri oranlarının diğer günlerde meydana gelen şirkete özgü getiri oranlarının ortalamasından ne derecede farklı olduğunu

gösteren Au_{it} değerleri ve F istatistiğine göre anlamlılık düzeyleri incelenen her bir finansal rapor sırasıyla gösterilmektedir. Elde edilen sonuçlara göre, 0,05 düzeyinde anlamlı bulunan değerlerin oldukça az olduğu buna karşın yüksek bir hata seviyesini gösteren 0,10 anlamlılık düzeyi ile elde edilen sonuçların yine çalışmada beklenen sonuçları destekler nitelikte olmadığı görülmektedir. Finansal raporların etkisi olması durumunda beklenen sonuç; özellikle $t_{f,0}$ gününde Au_{it} değerlerinin 1'den büyük ve istatistiksel olarak anlamlı olması ve bu anlamlılık seviyesinin yıllar itibariyle artmasıdır.

Tablo.1. Au_{it} Değerleri ve Anlamlılık Düzeyleri

t	1993		1993		1994		1994		1995		1995		1996		1996		1996		1997	
	3	6	9	12	3	6	9	12	3	6	9	12	3	6	9	12	3	6	9	12
Tf.-10	0.565	0.424	0.633	0.568	1.189	0.924	2.048 **	0.819	2.799 *	0.279	0.285	0.409	0.676	0.566	0.508	0.411	0.660			
tf.-9	0.544	0.706	0.748	1.243	0.436	1.307	0.950	1.161	2.698 *	0.692	0.584	0.430	0.659	0.446	0.430	0.538	0.705			
tf.-8	1.245	0.199	0.479	0.312	0.753	1.051	1.641	0.385	2.116 **	0.432	0.485	0.757	1.045	0.173	0.409	0.794	0.346			
tf.-7	1.498	0.499	0.851	0.595	0.842	0.867	1.579	0.638	2.855 **	0.946	0.869	1.225	2.200 **	0.614	0.353	0.883	0.395			
tf.-6	1.202	0.871	0.666	0.749	0.673	0.809	0.997	1.255	2.088 **	0.629	1.087	0.727	1.047	0.336	0.919	1.298	0.765			
tf.-5	0.739	0.374	0.740	0.840	1.009	0.755	1.042	0.903	2.910 *	1.241	0.495	0.834	0.910	0.263	0.734	0.437	0.814			
tf.-4	0.650	0.785	0.568	0.674	0.780	0.376	2.059 **	0.781	2.337 **	0.566	0.845	0.653	0.462	0.460	0.418	0.559	0.389			
tf.-3	1.400	0.420	0.476	0.542	0.732	1.047	0.851	0.893	1.133	0.578	0.596	1.196	0.506	1.049	0.247	0.798	0.516			
tf.-2	0.482	0.520	0.659	0.356	0.762	0.996	1.103	0.980	2.956 *	0.672	0.419	0.954	0.463	0.712	0.374	0.567	0.560			
tf.-1	0.970	0.286	0.461	0.502	0.925	0.737	1.137	0.743	1.411	0.593	0.687	0.985	0.713	0.531	0.686	0.631	0.230			
tf.0	1.328	0.377	0.661	0.299	1.967 **	1.473	1.021	1.834	0.668	0.761	0.599	1.078	0.575	0.959	0.734	0.556	0.543			
tf.+1	1.641	1.179	0.614	0.568	1.354	1.129	2.710 *	1.167	1.533	0.751	0.567	2.338 *	0.610	1.379	0.986	0.808	1.385			
tf.+2	1.298	0.877	0.892	0.493	0.954	0.752	0.585	1.157	2.040 **	0.963	1.093	1.127	0.637	0.769	0.499	0.583	0.880			
tf.+3	1.386	0.423	0.762	0.569	0.933	1.258	0.401	1.528	0.762	0.601	0.514	0.800	0.542	0.441	0.582	0.801	0.765			
tf.+4	0.885	0.707	0.533	0.740	0.403	0.446	0.922	1.094	0.710	0.288	0.527	1.018	0.292	0.626	0.466	0.473	0.508			
tf.+5	1.127	0.346	0.714	0.598	0.513	0.481	1.174	1.173	1.639 **	0.687	0.526	1.045	0.286	0.539	0.365	0.686	0.320			
tf.+6	0.880	0.535	0.471	0.739	0.787	0.582	0.502	0.647	1.651	0.739	0.188	0.410	0.656	0.439	0.477	0.540	0.654			
tf.+7	0.761	0.356	0.529	0.659	0.547	0.291	0.305	0.927	1.343	0.737	0.296	0.562	0.817	1.216	0.361	0.438	1.380			
tf.+8	0.738	0.363	0.576	0.572	2.199 **	0.606	0.724	0.722	1.233	0.811	0.254	0.654	1.222	0.561	0.396	0.568	0.803			
tf.+9	0.398	0.444	0.436	0.605	0.707	0.791	2.133 **	1.780	1.851	0.797	0.277	0.418	0.635	0.320	0.458	0.337	0.955			
tf.+10	0.867	1.122	0.613	0.338	1.322	0.662	0.698	3.391 *	2.236 **	0.539 **	0.629	1.043	1.077	0.355	0.299	0.326	1.160			
t	1997		1997		1998		1998		1999		1999		2000		2000		2001		2001	
	6	9	12	3	6	9	12	3	6	9	12	3	6	9	12	3	6	9	12	3
tf.-10	0.456	0.631	0.667	3.603	0.647	0.376 *	0.827	0.697	0.600	0.628	0.357	0.849	0.558	0.552	0.655	0.277	0.261			
tf.-9	0.649	1.502	0.647	3.246	0.154	0.316 *	0.833 **	0.578	0.337	0.426	0.322	0.582	0.519	0.830	0.477	0.538	0.517			
tf.-8	0.331	1.753	0.337	2.075	0.235	0.269 **	0.714	0.361	0.408	0.676	0.283	0.653	0.306	0.730	0.520	0.361	0.224			
tf.-7	0.684	1.684	0.333	2.098	0.103	0.196 **	0.530 **	0.675	0.365	0.358	0.836	0.595	0.231	0.358 *	0.471	0.612	0.322			
tf.-6	0.698	1.031	0.425	4.585	0.369	0.546 *	0.626	0.542	0.325	0.345	0.913	0.462	0.265	0.246	0.463 **	0.536	0.451			
tf.-5	0.266	2.194 **	0.587	2.058 **	0.380	0.371 **	1.213	0.374	0.158	0.255 **	0.393	0.718	0.323	0.220	0.576 **	0.334	0.279			
tf.-4	1.165	1.292	0.443	1.007	0.290	0.451	0.896	0.651	0.636	0.164	0.269 *	1.117	0.230	0.745 *	1.191	0.264	0.178			
tf.-3	1.388	0.668	0.524	0.660	0.579	0.506	0.429	0.974	0.320	0.377	0.226	1.268	0.431	0.351	0.574	0.547	0.246			
tf.-2	0.709	0.638	0.287	1.270	0.425	0.240	1.039	0.615	0.536	0.487	0.469	1.127	0.751	0.306	0.215	0.424 *	0.214			
tf.-1	0.782	0.923	0.362	1.143	0.313	0.156	0.652	0.736	0.327	0.613	0.330	0.607	0.498	0.197	0.184 **	0.884 *	0.271			
tf.0	0.935	0.865	0.516	0.620	0.345	0.425	0.876	0.557	0.411	0.529	0.696	0.477	0.569	0.338	0.535	0.499	0.269			
tf.+1	0.591	2.051 **	0.711	3.890 **	0.933	1.048 *	0.924	1.159	0.510	0.777	0.445	1.007	0.541	0.347	0.390	0.721	0.317			
tf.+2	1.015	1.491	0.304	1.123	0.388	0.459	0.479	0.333	2.161	0.619 *	0.363	1.283	0.352	0.346	0.520	0.493	0.214			
tf.+3	0.313	1.145	0.408	2.030	0.576	0.474 **	0.635	1.019	1.588	0.328	0.479	0.881	0.539	0.233	0.326 **	0.318	0.410			
tf.+4	0.638	1.211	0.384	1.125	0.226	0.572	0.552	0.962	0.981	0.691	0.334	0.339	0.324	0.207	0.126 **	0.436 *	0.318			
tf.+5	0.611	0.830	0.273	1.504	0.271	0.763	0.419	0.606	0.841	0.435	0.554	0.587	0.422	0.656	0.174	1.001 *	0.421			
tf.+6	0.180	1.056	0.581	0.773	0.311	0.592	0.517	0.267	0.537	0.377	0.363	0.746	0.383	0.387	0.231	0.444 *	0.373			
tf.+7	0.194	0.513	0.269	1.187	0.339	0.475	0.471	1.333	1.183	0.457	0.321	0.753	0.273	0.173	0.331 **	0.433	0.432			
tf.+8	0.306	0.760	0.311	1.897	0.360	0.479 **	0.389	0.461	1.042	0.455	0.182	0.652 **	0.378	0.186	0.310 **	0.202	0.181 **			
tf.+9	0.452	1.020	0.322	2.060	0.521	0.764 **	0.560	0.926	0.607	0.765	0.209	0.558 **	0.732	0.220	0.336 **	0.331	0.353			
tf.+10	0.325	0.689	0.717	0.773	1.124	0.272	0.420	0.910	0.930	1.195	0.188	0.297 **	0.723	0.896	0.228	0.292 *	0.396			

* 0,05 düzeyinde anlamlı, ** 0,10 düzeyinde anlamlı

Tablo.2'de ise finansal rapor açıklama gününde; bu günden önceki 10 ayı günde ve bu günden sonraki 10 ayı günde incelenen 34 finansal rapor döneminin kaç tanesinde $Au_{i,t}$ değerlerinin 1'den büyük, kaç tanesinin 1'den küçük ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve bu değerlerin yüzde oranları verilmiştir. Şekil.1-Şekil.2' de ise incelenen finansal raporlar itibariyle $Au_{i,t}$ değerlerinin düzeyi, zamana karşı seyri ve anlamlılık seviyeleri gösterilmektedir.

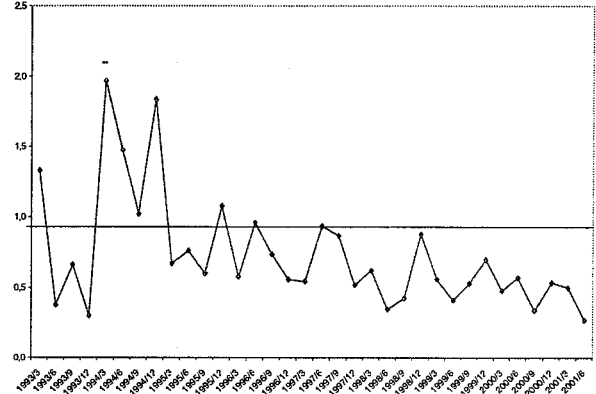
Tablo.2. $Au_{i,t}$ Değerleri ve Anlamlı $Au_{i,t}$ Değerleri Oranları

t	$Au_{i,t} > 1$				$Au_{i,t} < 1$			
			%10 seviyesinde anlamlı				%10 seviyesinde anlamlı	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
$t_{f,-10}$	4	11.76	2	5.88	30	88.24	1	2.94
$t_{f,-9}$	6	17.65	1	2.94	24	70.59	2	5.88
$t_{f,-8}$	7	20.59	1	2.94	27	79.41	1	2.94
$t_{f,-7}$	7	20.59	2	5.88	27	79.41	3	8.82
$t_{f,-6}$	8	23.53	1	2.94	26	76.47	2	5.88
$t_{f,-5}$	7	20.59	3	8.82	27	79.41	3	8.82
$t_{f,-4}$	7	20.59	2	5.88	27	79.41	2	5.88
$t_{f,-3}$	7	20.59	0	0.00	27	79.41	0	0.00
$t_{f,-2}$	5	14.71	1	2.94	29	85.29	1	2.94
$t_{f,-1}$	3	8.82	0	0.00	31	91.18	2	5.88
$t_{f,0}$	6	17.65	1	2.94	28	82.35	0	0.00
$t_{f,+1}$	15	44.12	5	14.71	19	55.88	4	11.76
$t_{f,+2}$	10	29.41	1	2.94	24	70.59	1	2.94
$t_{f,+3}$	7	20.59	0	0.00	27	79.41	2	5.88
$t_{f,+4}$	4	11.76	0	0.00	30	88.24	2	5.88
$t_{f,+5}$	7	20.59	2	5.88	27	79.41	0	0.00
$t_{f,+6}$	2	5.88	1	2.94	32	94.12	1	2.94
$t_{f,+7}$	6	17.65	0	0.00	28	82.35	1	2.94
$t_{f,+8}$	5	14.71	1	2.94	29	85.29	4	11.76
$t_{f,+9}$	5	14.71	1	2.94	29	85.29	3	8.82
$t_{f,+10}$	9	26.47	2	5.88	25	73.53	3	8.82

III.1. Finansal Raporların Yayınlanma Tarihinde Hisse Senedi Getiri Oranları Üzerindeki Etkisi ile İlgili Bulgular

Tablo.1 ve Tablo.2'de özetlenen bulgulardan da görülebileceği gibi 34 finansal rapor açıklama döneminin yalnızca %17,65'inde (6 dönem) $t_{f,0}$ 'da $Au_{i,t}$ değerleri 1'den büyük bulunmuştur. İstatistiksel olarak anlamlı ve 1'den büyük $Au_{i,t}$ değerlerine sahip dönem oranı ise ancak % 2,94'dir (1 dönem). Diğer bir deyişle, finansal raporların açıklandığı gün, finansal raporun yatırımcılara sunduğu bilgilerin getiri oranları üzerindeki etkisinin, diğer günlerdeki şirkete özgü getiri oranlarından istatistiksel olarak daha fazla anlamlı olmadığı gözlenmektedir. Buna karşın, söz konusu gündeki aşırı

getiri oranı dönemlerin hiçbirinde, diğer günlerdeki aşırı getiri oranından istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde düşük bulunmamıştır. Dolayısıyla, finansal raporların ilan edildiği $t_{f,0}$ gününde kamuya açıklanan bilgilerin hisse senedi getiri oranları üzerinde yeterli düzeyde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı şeklinde ortaya konulabilecek sıfır hipotezi reddedilememektedir.



Şekil.1: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Günündeki ($t_{f,0}$) $Au_{i,t}$ Değerleri

Elde edilen değerlerin istatistiksel anlamlılıklarının yeterli olmaması yanında zaman bazında gösterdiği değişkenlik Şekil.1 yardımıyla analiz edildiğinde, incelemenin ilk dönemlerinde, özellikle 1993/3, 1994/3, 1994/6, 1994/9, 1994/12 ve 1995/12 dönemlerinde, finansal raporların sunduğu bilgiye paralel şirkete özgü getiri oranının, diğer günlerdeki aşırı getiri oranı ortalamasından daha fazla olduğu görülmektedir. Bir diğer deyişle söz konusu dönemlerde kamuya açıklanan bilgilerin piyasa tarafından fiyatlarına yansımaya olasılığının diğer günlerdeki aşırı getiri oranlarına göre yüksek olduğu görülmektedir. Buna karşın, ilerleyen dönemler incelendiğinde $Au_{i,t}$ değerlerinin sürekli bir azalan trende sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla elde edilen sonuçların, giderek finansal raporlar aracılığıyla piyasaya sunulan bilgilerin, kamuya açıklandığı tarihte, yatırımcılar tarafından şirkete özgü diğer bilgilerden daha az değerlendirildiği ve hisse senedi fiyatlarına yansıdığı yönünde olduğu söylenebilir.

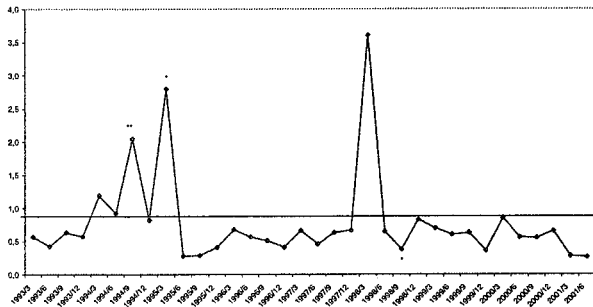
III.2. Finansal Raporların Hisse Senedi Getiri Oranları Üzerindeki Erken Etkisi ile İlgili Bulgular

Finansal raporların kamuya açıklandığı günde ($t_{f,0}$) yeterli düzeyde ve anlamlı olarak hisse senedi getiri oranları üzerinde bir etkisinin gözlemlenmemesi, söz konusu olası etkinin açıklama gününden önceki günlerde ortaya çıkmasından kaynaklanabilir. Bu nedenle, yalnızca $t_{f,0}$ değil, $t_{f,-1}$ ile $t_{f,-10}$ günleri arasındaki dönem de ayrıca incelenmiştir.

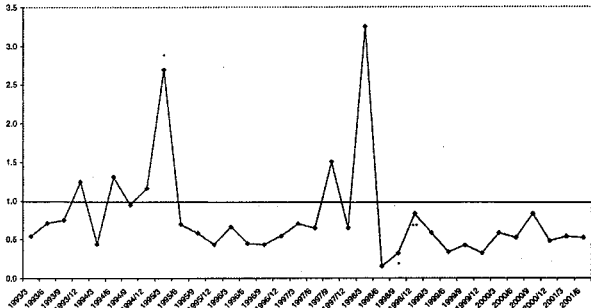
Finansal raporların açıklanmasından önceki 10 günlük dönemde; incelenen 34 dönemin oldukça azında anlamlı 1'den büyük $Au_{i,t}$ değerlerinin bulunması, finansal rapor etkisinin açıklama gününden önceki 10 günlük dönem içinde görülmediği şeklinde sınanacak bir sıfır hipotezini reddetmeye yönelik yeterli delile sahip olunmadığı anlamına gelmektedir.

Finansal rapor açıklama gününden önceki 10 günlük dönem incelendiğinde elde edilen başka bir sonuç ise, söz konusu dönemde finansal raporun getiri oranları üzerindeki öncü etkisinin, firmaya özgü diğer bilgi girişlerinin etkisinden daha az olduğu konusunda da yeterli delillere ulaşılamamasıdır. Tablo.2'de $Au_{i,t} < 1$ ve %10 seviyesinde anlamlı değerler kısmında da görülebileceği gibi 1'den küçük ve anlamlı değerlerin dönemler bazında görülme oranı da oldukça düşüktür. 1'den büyük ve anlamlı değerlerin dönemler itibariyle görülme oranı % 0 ($t_{f,-1}$) ile %8,82 ($t_{f,-5}$) arasında değişirken; anlamlı ve 1'den küçük değerlerin oranı da %0 ($t_{f,-2}$) ile %8,82 ($t_{f,-7}$ ve $t_{f,-5}$) arasında değişmektedir.

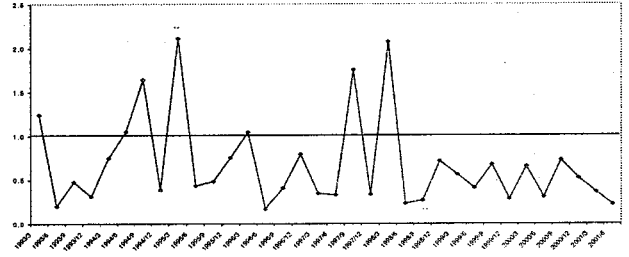
Finansal raporların hisse senedi getiri oranlarına açıklama tarihinden önce yansımalarına ilişkin değerlendirmeler için dönemler itibariyle $Au_{i,t}$ değerlerinin seyri Şekil.2-Şekil.11 başlıklı grafiklerden de izlenebilir.



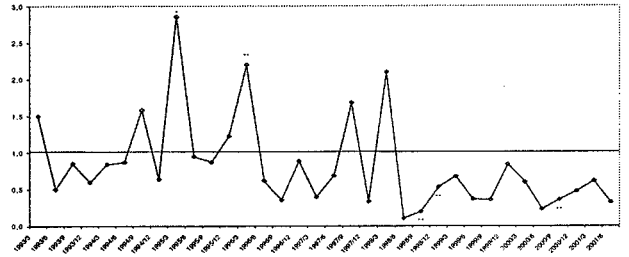
Şekil.2: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 10 gün Önce (tf,-10) Aui,t Değerleri



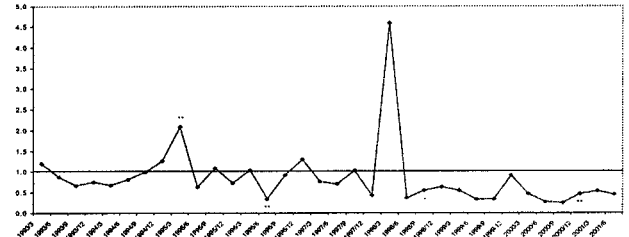
Şekil.3: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 9 gün Önce (tf,-9) Aui,t Değerleri



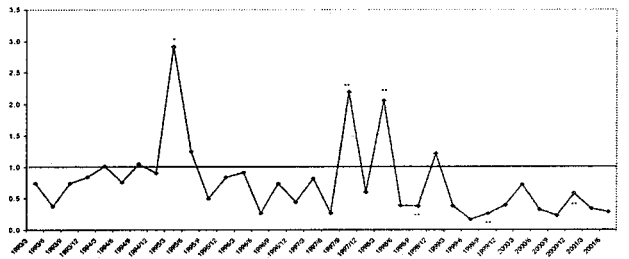
Şekil.4: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 8 gün Önce (tf,-8) Aui,t Değerleri



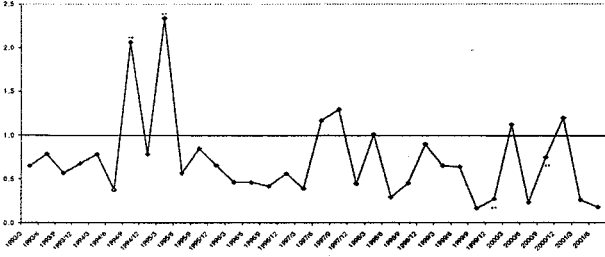
Şekil.5: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 7 gün Önce (tf,-7) Aui,t Değerleri



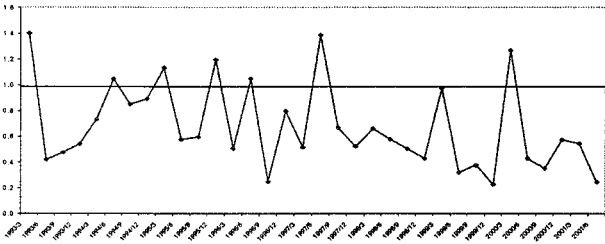
Şekil.6: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 6 gün Önce (tf,-6) Aui,t Değerleri



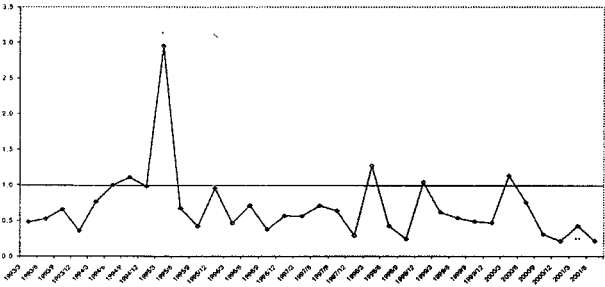
Şekil.7: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 5 gün Önce (tf,-5) Aui,t Değerleri



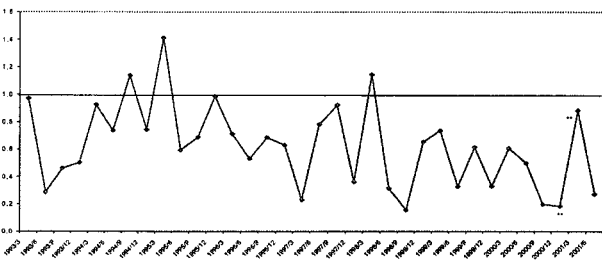
Şekil.8: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 4 gün Önce ($t_f,-4$) $A_{ui,t}$ Değerleri



Şekil.9: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 3 gün Önce ($t_f,-3$) $A_{ui,t}$ Değerleri



Şekil.10: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 2 gün Önce ($t_f,-2$) $A_{ui,t}$ Değerleri



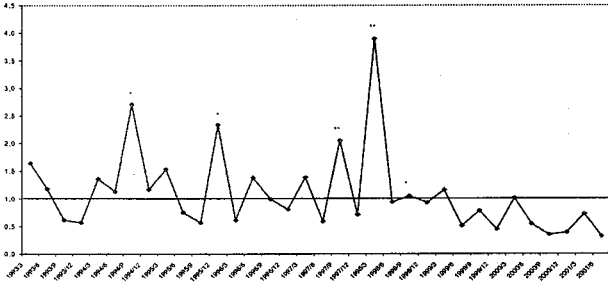
Şekil.11: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 1 gün Önce ($t_f,-1$) $A_{ui,t}$ Değerleri

Açıklama gününden önceki günler itibarıyla hazırlanan grafikler incelendiğinde (Şekil.2-Şekil.11), $A_{ui,t}$ değerlerinin giderek artan bir trend izlediği görülmektedir. Dolayısıyla finansal raporların, açıklamadan önceki 10 gün içinde hisse senedi getiri oranları üzerinde bir erken etkisinin yansıdığına dair yeterli delil bulunmamaktadır. Elde edilen bu bulgu, finansal raporların sunduğu bilgilerin yatırımcılar tarafından açıklama gününden daha önce elde edilmediği, ya da hisse senedi getiri oranlarına yansıtılmadığı anlamına gelmemekte, yalnızca açıklama gününden 10 gün önceye kadar olan dönem içinde böyle bir etkinin görülmediği anlamına gelmektedir. Oysa ki, söz konusu etki, 10 günden daha önce yatırımcılar tarafından hisse senedi fiyatlarına yansıtılmış olabilir. Ancak böyle bir durumun var olması da bilgi teknolojilerindeki gelişmenin kamuyu aydınlatma açısından olumlu bir etkiye sahip olduğunu söylemek için yeterli bir bulgu olmaz. Çünkü, arzu edilen durum, kamuya açıklanan bilginin, sermaye piyasasına girdiği anda tüm yatırımcılara eşit olarak ulaşması ve fiyatlara yansması gerektiğidir. Kamuya açıklanacak olan bilginin çok önceden elde edilmesi, fiyatlara yansması ve bu yapının yıllar itibarıyla giderek artan bir trende sahip olması, piyasa etkinliği açısından ve bilgi teknolojilerinin kamuyu aydınlatma anlamında faydasının tespiti açısından olumsuz bir durum olmaktadır.

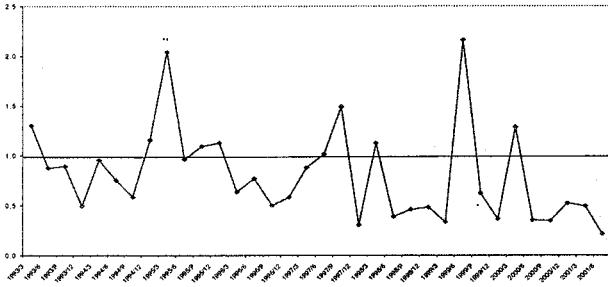
III.3. Finansal Raporların Hisse Senedi Getiri Oranları Üzerindeki Gecikmeli Etkisi ile İlgili Bulgular

Finansal raporların hisse senedi getiri oranları üzerindeki gecikmeli etkisi; açıklama tarihinden ($t_{f,0}$) sonraki 10 günlük dönemde ($t_{f,+1}; \dots; t_{f,+10}$) incelenmiştir. Tablo.2'de de görülebileceği gibi istatistiksel olarak anlamlı ve 1'den büyük $A_{ui,t}$ değerlerinin en çok görüldüğü gün, açıklama gününden bir gün sonradır (%14,71). Ancak 34 dönemin 5'i anlamına gelen bu oranın düşüklüğü, finansal raporların, hisse senedi getiri oranları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu kanısını desteklememektedir. Diğer gecikme günlerine bakıldığında da %10 seviyesinde anlamlı $A_{ui,t}$ değerlerinin oldukça az olduğu görülmektedir. Dolayısıyla finansal raporların sunduğu bilgilerin hisse senedi getiri oranı üzerinde diğer günlerden daha fazla gecikmeli bir etkisinin olduğuna dair yeterli delillere ulaşılamamıştır.

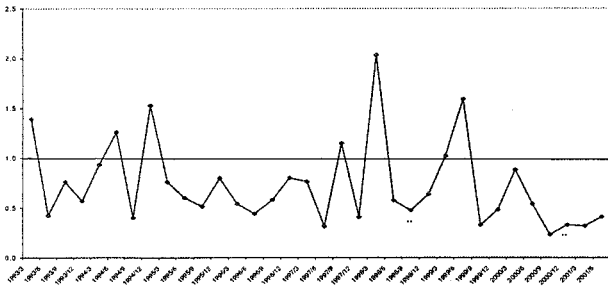
Finansal raporların hisse senedi getiri oranları üzerindeki gecikmeli etkisinin yıllar itibarıyla seyri Şekil.12 - Şekil.21'de görülmektedir.



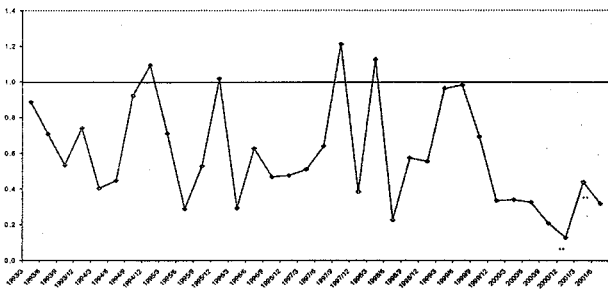
Şekil.12: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 1 gün Sonra (tf,+1) Aui,t Değerleri



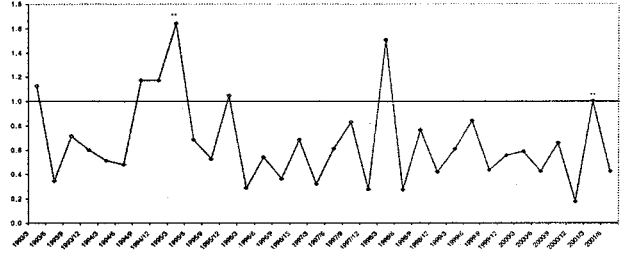
Şekil.13: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 2 gün Sonra (tf,+2) Aui,t Değerleri



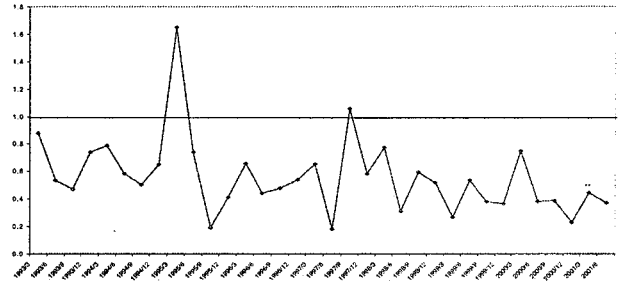
Şekil.14: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 3 gün Sonra (tf,+3) Aui,t Değerleri



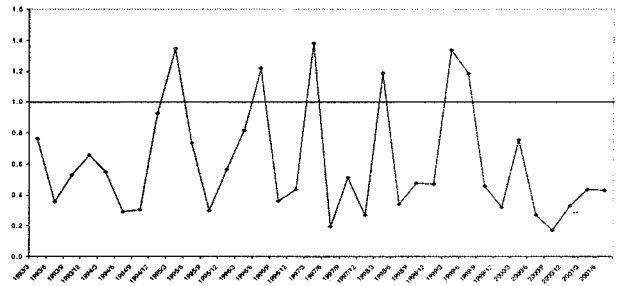
Şekil.15: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 4 gün Sonra (tf,+4) Aui,t Değerleri



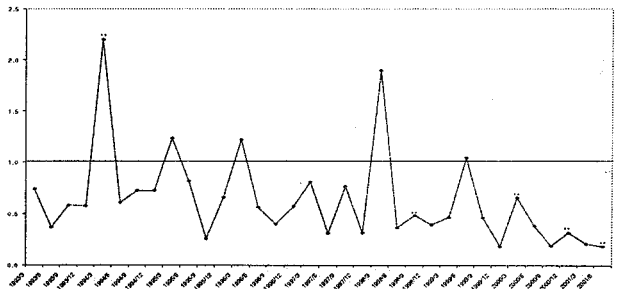
Şekil.16: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 5 gün Sonra (tf,+5) Aui,t Değerleri



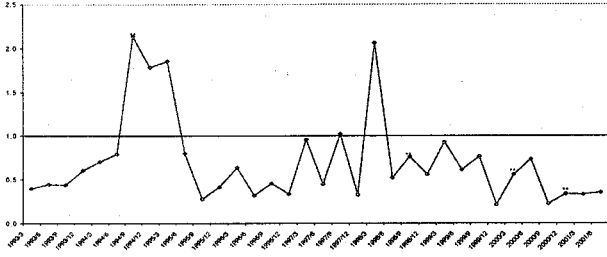
Şekil.17: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 6 gün Sonra (tf,+6) Aui,t Değerleri



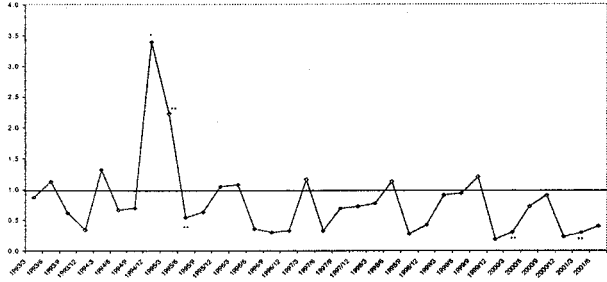
Şekil.18: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 7 gün Sonra (tf,+7) Aui,t Değerleri



Şekil.19: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 8 gün Sonra (tf,+8) Aui,t Değerleri



Şekil.20: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 9 gün Sonra (tf,+9) Aui,t Değerleri



Şekil.21: Dönemler İtibariyle Finansal Rapor Açıklama Gününden 10 gün Sonra (tf,+10) Aui,t Değerleri

Bilgi teknolojilerindeki gelişmenin muhasebe uygulamalarında daha yaygın ve yoğun kullanımı ile finansal raporların yatırımcılar açısından daha sağlıklı bilgi kaynağı haline gelmesi beklenmektedir. Bu nedenle, üretilen grafiklerden elde edilmesi beklenen sonuç; gecikmeli bir etkinin varlığı durumunda, $Au_{i,t}$ değerlerinin artan bir trend izlemesidir. Bu durumda bilgi teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak, şirkete özgü temel bilgi kaynağı olan finansal raporların sunduğu bilgilerin, diğer bilgilere göre yatırımcılar tarafından daha etkin değerlendirilip, hisse senedi getiri oranlarına yansıtıldığı söylenebilir. Dolayısıyla böyle bir sonucun elde edilmesi durumunda teknolojik gelişmelerin kamuyu aydınlatma üzerinde olumlu etkisinin olduğu kanısına varılabilir.

Açıklama gününden sonraki günlere ait $Au_{i,t}$ değerlerinin dönemler itibariyle gösterildiği grafikler incelendiğinde, giderek artan bir trende rastlanmamasından dolayı, finansal raporlar yoluyla kamuya açıklanan bilgilerin gecikmeli olarak hisse senedi fiyatlarına yansıtıldığı görüşü desteklenmektedir.

IV. SONUÇ

Bu çalışmada 1993-2001 döneminde, bilgi teknolojilerindeki gelişme seyrinde kamuyu aydınlatmanın hisse senedi getiri oranları üzerindeki etkisi, İMKB-30 endeksine dahil şirketlere ait 1000'in

üzerinde finansal rapor açıklama tarihi kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgular, son yıllarda, finansal raporların açıklanma tarihlerinde hisse senedi fiyatlarının finansal raporların sunduğu bilgiye reaksiyonunun istatistiksel olarak diğer günlerden daha farklı olmadığı yönündedir. Finansal raporlama yoluyla piyasaya giren bilginin erken ya da gecikmeli etkisi incelendiğinde de elde edilen bulgular farklı olmamıştır. Sonuç olarak "kamuya açıklanan bilgilerin hisse senedi getiri oranları üzerinde yeterli düzeyde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığı" şeklinde ileri sürülen sıfır hipotezi reddedilememiştir.

Elde edilen sonuçların; İMKB-30 endeksinde bulunan ve teknolojiyi daha yoğun olarak kullandığı varsayılan işletmelerde, 9 yıllık dönemde meydana gelen bilgi teknolojilerindeki gelişmenin, kamuyu aydınlatma yoluyla hisse senedi fiyatları üzerinde olumlu bir etkisinin net olarak görülmemesinin olası nedenleri:

(i) İMKB'nin yeterli düzeyde etkinliğe ulaşamaması olması: Piyasanın etkin olmaması nedeniyle yeni bilginin yatırımcılarca sağlıklı bir şekilde değerlendirilememesi,

(ii) finansal raporların sunduğu bilgilerin çok daha önceden fiyatlara yansımış olması: Şirket performansı ile ilgili finansal raporların açıklanmasından önce oluşan beklentilerin hisse senedi fiyatlarına daha önceden yansımaları ve raporların açıklandığı tarihte elde edilen bilgilerin beklentiler doğrultusunda olması nedeniyle yatırımcıların yeni bilgiye tepki vermemesi,

(iii) finansal raporların sunduğu bilgilerin, yatırımcıların alım satım kararlarını değiştirecek düzeyde güven vermemesi,

(iv) yatırımcıların, yatırım kararlarını alırken finansal raporların sunduğu bilgilerden farklı bilgi ve kriterleri kullanmayı tercih etmeleri,

(v) finansal raporlarda yer alan bilgilerin, yatırımcılar tarafından şirkete özgü diğer bilgilerden daha az değerlendirildiği ve hisse senedi fiyatlarına yansıtıldığı,

şeklinde özetlenebilir.

Çalışma sonucunda finansal raporlar aracılığı ile piyasaya bilgi girişinin hisse senedi getiri oranları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunmadığı yönünde bulguların elde edilmesi, yukarıda belirtildiği gibi birbirinden tamamen farklı iki temel nedenden kaynaklanabilir. Bunlardan birincisi, İMKB'nin etkin olmayan bir sermaye piyasası olmasından ötürü şirketlerin gerçek değerlerini değiştirecek nitelikteki yeni bilgilerin hisse senedi fiyatlarına yansımadağı yönündedir. İkincisi ise ele alınan 32 farklı finansal rapor açıklama döneminin tümünde şirket performanslarının tamamen yatırımcı beklentileri doğrultusunda

gerçekleşmiş olduğu şeklinde ifade edilebilir. Söz konusu bu iki argümandan birincisi, daha önce de belirtildiği gibi Erdoğan[8], Önderoğlu[9], Köse[10], Muradoğlu[11]'nin İMKB'nin etkinliği üzerine yapmış olduğu etkinlik testlerinin sonuçları ile birlikte ele alındığında daha gerçekçi ve anlamlı olarak düşünülebilir. Zira ikinci argüman olan şirket performanslarının 1993-2001 dönemi boyunca sürekli olarak yatırımcı beklentilerine paralel bir seyir izlemesi, ya da İMKB gibi yeni gelişmekte olan, halka açıklık oranı ve işlem hacmi sınırlı ve zayıf etkinlik düzeyi dahi sorgulanan bir piyasada şirket performanslarının yatırımcı beklentileri doğrultusunda olması çok gerçekçi gözükmemektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] FAMA, E.F., "The Behaviour of Stock Market Prices", *The Journal of Business*, Vol.38, January 1965, pp.34-105.
- [2] FAMA, E.F., "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work", *The Journal of Finance*, May 1970, pp.383-417.
- [3] FAMA, E.F.; BLUME, M.E., "Filter Rules and Stock Market Trading", *The Journal of Business*, January 1966, pp.266-241.
- [4] SWEENEY, R.J., "Some New Filter Rule Tests: Methods and Results", *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, Vol.23, No: 3, September 1988, pp.285-300.
- [5] FAMA, E.F.; FISHER, L.; JENSEN, M.; ROLL, R., "The Adjustment of Stock Prices to New Information", *International Economic Review*, Vol.20, No :2, February 1969, pp.1-21.
- [6] OHLSON, J.A.; PENNMAN, S.H., "Volatility Increases Subsequent to Stock Splits: An Empirical Aberration", *Journal of Financial Economics*, Vol.14, No: 2, June 1985, pp.251-266.
- [7] LO, A.W.; MACKINLAY, A.C., "Stock Market Prices Don't Follow Random Walks: Evidence from a Simple Specification Test", *The Review of Financial Studies*, Vol.1; No: 1, 1988, pp.41-66.
- [8] ERDOĞAN, O., *Sermaye Piyasası Etkinliği ve İMKB'de Uygulaması*, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ, İstanbul, 1992.
- [9] ÖNDEROĞLU, G., *Etkin Piyasa Teorisi ve İMKB Üzerine Bir Uygulama*, Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1993.
- [10] KÖSE, A., "Etkin Pazar Kuramı ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Etkin Pazar Kuramının Zayıf Şeklini Test Etmeye Yönelik bir Çalışma: Filtre Kuralı Testi", *İ.Ü.İşletme Fakültesi Dergisi*, C.22, S: 2, Kasım 1993, ss.105-127.
- [11] MURADOĞLU, G., "Türk Hisse Senedi Piyasasında Zayıf Etkinlik: Takvim Anomalileri", *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.11, 1993, ss.51-62.
- [12] LATANE, H.A.; MAURICE, O.; JONES, C.P., "Quarterly Data, Sort-Rank Routines, and Security Evaluation", *The Journal of Business*, Vol.43, Issue: 4, October 1970, pp.427-438.
- [13] PEARCE, D.K.; ROLEY, V.V., "Stock Prices and Economic News", *The Journal of Business*, Vol.58, Issue: 1, January 1985, pp.49-67.
- [14] ÖZER, G., *Muhasebe Karları ile Hisse Senedi Verimleri Arasındaki İlişkiler: İMKB'de Deneysel Bir Analiz*, Sermaye Piyasası Kurulu, Yayın No: 31, Ankara, 1996.
- [15] ODABAŞI, A., "Security Returns' Reactions to Earnings Announcements: A Case Study on the Istanbul Stock Exchange", *Boğaziçi Journal, Review of Social, Economic and Administrative Studies*, Vol.12, No: 2, 1998, pp.3-19.
- [16] BAMBER, L.S.; BARRON, O.E.; STOBBER, T.L., "Differential Interpretations and Trading Volume", *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, Vol.34, No: 3, September 1999, pp.369-386.
- [17] SCHOLES, M.S., "The Market for Securities: Substitution versus Price Pressure and The Effects of Information on Share Prices", *The Journal of Business*, Vol.45, No: 2, April 1972, pp.179-210.
- [18] KAPLAN, R.S.; ROLL, R., "Investor Evaluation of Accounting Information: Some Empirical Evidence", *The Journal of Business*, Vol.45, No: 2, April 1972, pp.225-257.
- [19] SHARPE, W.F., "Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium Under Conditions of Risk", *The Journal of Finance*, Vol.19, No: 3, September 1964, pp.425-442.
- [20] LINTNER, J., "The Valuation of Risk Assets and Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets", *Review of Economics and Statistics*, 1965, pp.13-37.
- [21] MOSSIN, J., "Equilibrium in a Capital Market", *Econometrica*, October 1966, pp.768-783.



Duygu ANIL

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi,
Maliye Bölümü, İşletme Anabilim Dalı
Beyazıt Kampüsü Eminönü / İSTANBUL

Tel: +90 212 440 00 00-11774
anilduygu@hotmail.com

Duygu ANIL is Ph.D. student of Accounting and Finance at Marmara University Social Sciences Institute. She is Research Assistant at İstanbul University. Her research areas are management control systems, cost management systems, management decision making, financial reporting and accounting standards and internal auditing.

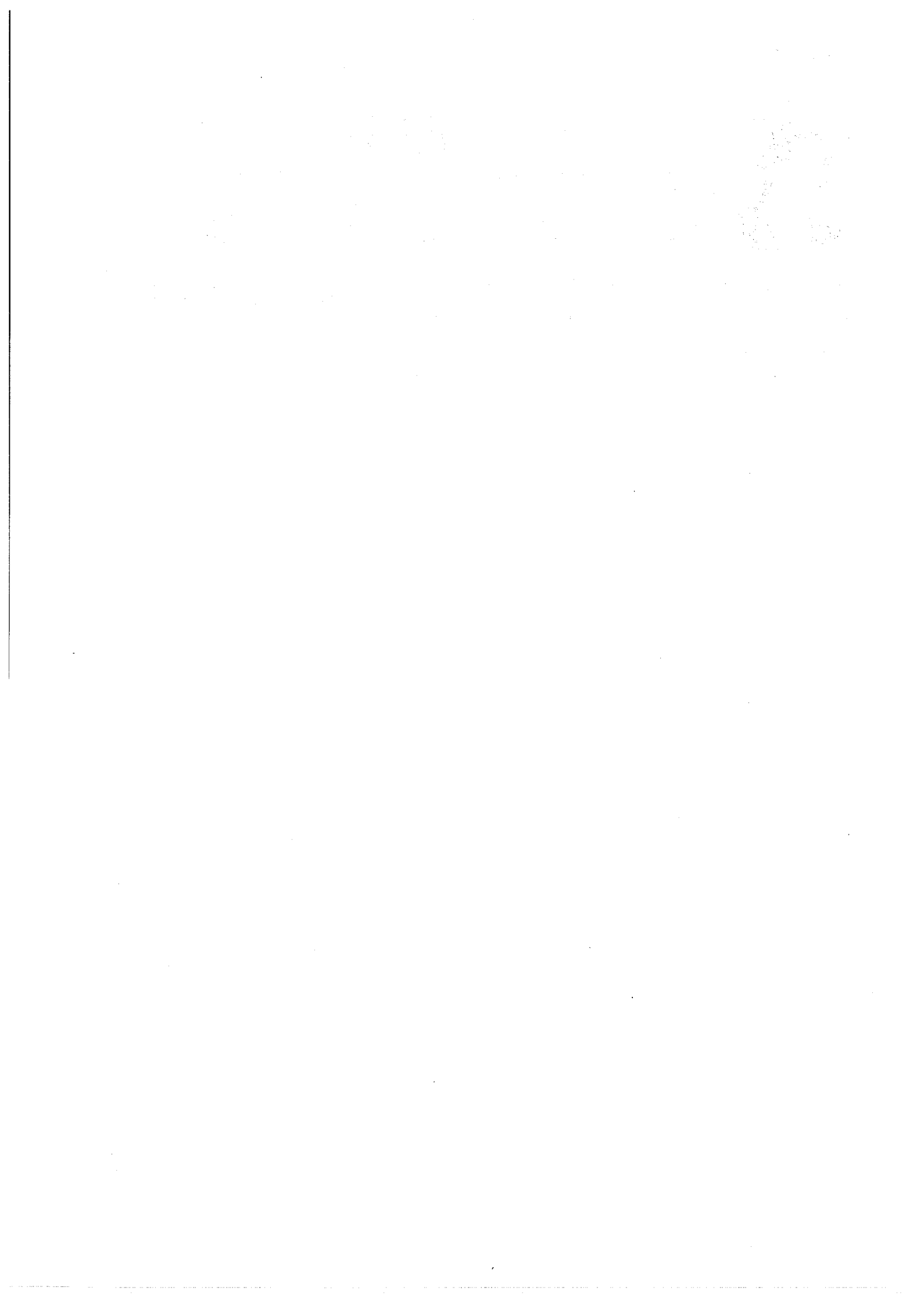


Erdinç ALTAY

İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi,
Maliye Bölümü, İşletme Anabilim Dalı
Beyazıt Kampüsü Eminönü / İSTANBUL

Tel: +90 212 440 00 00-11619
erdincaltay@hotmail.com

Erdinç ALTAY has Ph.D. of International Business at İstanbul University Social Sciences Institute. He is Research Assistant at İstanbul University. His research areas are theory of finance, asset pricing models, capital market efficiency and portfolio management.



BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ

Gökhan YOLAÇ¹, Nevzat DEMİR²

^{1,2}Fırat Plastik A.Ş.

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION

Abstract: Communications is one of the important elements and play a very important role within marketing mix. Efficient implementation of communicating can have a major contribution to the company's success. Companies communicate with the promotional component of the marketing mix and would want to increase the effects of advertising, personal selling, sales promotion and public relations. Each of the promotional mix components may have a different effect on the market, and sometimes also an adverse effect. Therefore, to avoid the adverse effects and create a synergy, companies should employ integrated marketing communications. In this article integrated marketing communication (IMC) which is new approach last decade in marketing communication has been evaluated. Firstly the concept of communicating with target markets through an integrated system is been carefully analyzed. Later on the definition of integrated marketing communication has been given. Then characteristics of integrated marketing communication have been explained. The advantages and disadvantages of implementing integrated marketing communication are discussed. Factors which have stimulated emerging integrated marketing communication are summarized. Major implementation problems have been cited and thoroughly evaluated. Finally, implications for further research are represented.

Keywords: Integrated Marketing Communication, Communication, IMC.

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ

Özet: İletişim pazarlama karmasının önemli bir unsuru olup , pazarlama karması içinde önemli bir yer tutmaktadır. İletişimin etkin bir şekilde uygulanması işletmelerin başarısına büyük katkılarda bulunabilir... Pazarlama karmasının, tutundurma bileşeni yoluyla iletişim kuran işletmeler; reklamnın, kişisel satışın, satış geliştirmenin ve halkla ilişkilerin ortak etkisini arttırmak isterler. Her bir tutundurma bileşeninin farklı düzeyde etkisi olabileceği gibi, işletmenin pazarlama amaçlarına ters düşebilecek, istenilmeyen sonuçlar da olabilir. Bunun için işletmeler, hem olumsuz etkilerden kaçınmak, hem de ortak kullanımın sinerjik etkisinden yararlanmak için bütünleşik pazarlama iletişimi uygulamalıdır. Bu makalede pazarlama iletişiminde son on yılın yeni yaklaşımlarından biri olan bütünleşik pazarlama iletişimi konusu ele alınmıştır. Önce hedef pazarlar ile bütünleşik bir sistem yoluyla etkin bir şekilde iletişim kurmanın yöntemleri etraflıca analiz edilmiştir. Sonra bütünleşik pazarlamanın tanımı yapılmıştır. Daha sonra ise bütünleşik pazarlamanın özellikleri açıklanmış ve bütünleşik pazarlama iletişiminin yarar ve sakıncalarından bahsedilmiş, bütünleşik pazarlama iletişimini ortaya çıkaran nedenler sıralanmıştır. Uygulamada karşılaşılabilecek temel problemler ortaya konulmuş ve değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, geleceğe dönük önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Bütünleşik Pazarlama İletişimi, İletişim, BPI.

I. GİRİŞ

Günümüz rekabet ortamında işletmelerin sürdürebilir rekabet avantajlarına sahip olmaları, küreselleşen dünya ekonomisinde son derece önemlidir. Pazarlama, işletmelerin, rekabet ortamında farklılaşmalarını sağlayan bir araç konumundadır. Pazarda yer alan müşteri ve tüketiciler ile rakiplere göre daha iyi iletişim kurabilen, ürünlerini, hizmetlerini ve sahip oldukları markaları, hedef pazarlara daha iyi anlatabilen işletmeler, rekabet avantajı elde edebilmektedirler. Denilebilir ki; pazarlama ve onun bir alt karması durumunda bulunan tutundurma, etkin bir iletişim aracı olarak kullanılması durumunda, işletmeleri bir adım öne çıkarmaktadır.

Çalışmada; son on yılın pazarlama ve yeniliklerinden biri olduğu ileri sürülen bütünleşik pazarlama iletişiminin, bir tutundurma aracı olarak

kullanımı üzerinde durulmuştur. Bu amaçla, önce bütünleşik pazarlama iletişimi tanımı verilmiş; sonra bütünleşik pazarlama iletişiminin özellikleri, fayda ve sakıncaları açıklanmış; daha sonra ise, bütünleşik pazarlama iletişiminin uygulanması ele alınarak incelenmiştir.

II. BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİNİN TANIM VE KAPSAMI

Pazarlama iletişimi 21. yüzyılda, sürdürülebilir rekabet avantajı açısından temel konu olarak ele alınmaktadır [1]. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde tüketiciler, tüketimi arttırmaya yönelik, birbirinden bağımsız onlarca mesaj bombardımanına maruz kalmaktadırlar. İletişimin etkinliği açısından, mesajların belirli bir stratejik şemsiye altında toplanmasında fayda olduğu söylenebilir [2]. Bütünleşik pazarlama iletişimi (BPI) kavramı farklı bakış açılarıyla ele alınmakta, bu

konuda uzmanların ve akademisyenlerin hemfikir olduğu genel bir tanımlamada birleşmede zorlanılmaktadır. Bu zorluk, kavramın içeriğinden kaynaklanmakla birlikte, söz konusu farklı tanımlar bazı ortak unsurları kapsamaktadır. Bu itibarla, BPİ’de kullanılan tüm çabaların bir “disiplini”, “tek sesliliği”, “uyumu” ve “bütünleşmesi” gibi kavramlarla tanımlanmaya çalışılmaktadır [3].

İşletmeler tutundurma metodları olarak, sırasıyla kişisel satış, reklam ve halkla ilişkilerden yararlanmaya başlamışlardır. Bu metodlara sonra satış geliştirme yöntemleri eklenmiştir. Daha sonra geleneksel bu dörtlü ayırımı beşinci unsur olarak doğrudan pazarlama katılmıştır. Bu metodları ayrı ayrı kullanmak yerine tüm bunları birbiriyle bağlantılı bir biçimde kullanma zorunluluğu oluşmuştur. Bu zorunluluk, “bütünleşik pazarlama iletişimi” kavramını ortaya çıkarmıştır [4].

İşletmeler tutundurma metodlarını farklı farklı yönlerde kullandıklarında hedef kitlelerde istenen davranış ve tepkiler oluşmamaktadır. Oysa BPİ çabaları içinde yer alan bütün araçların hedef kitlelere tek ses , birleştirilmiş bir mesaj ve imajla ulaşması için koordine edildiği bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu yaklaşımda, satış odaklı iletişim stratejileri yerine, müşteri odaklı stratejiler uygulanmaktadır. BPİ kavramı aynı zamanda bir süreci de kapsamaktadır. Bu süreç uzun dönemde kurumsal kimliğe katkı sağlayacak ve aynı zamanda yönetsel anlamda iletişimi kullanacak bir yaklaşımı gerekli kılmaktadır. BPİ kavramı olarak, pazarda üstünlük yaratacak tarzda tüm pazarlama iletişimi faaliyetlerinin pazarlama karması unsurları ile bütünleştirilmesini sağlayacak bir sinerji oluşturmaktadır [3].

BPİ, başlangıçta bir pazarlamacının mesajlarını ve pazar motivasyonunu düzene koyup koordine ederek, bunları mevcut ve potansiyel tüketicileri yönlendiren oldukça basit bir kavram olarak gözükmektedir. Pazarlama anlayışında her zaman tüketici ihtiyaçlarına odaklanıldığı varsayımı söz konusu iken, BPİ uygulamasında ilk defa tüketici, işletmenin pazarlama faaliyetlerinin odak noktasına oturtulmuştur. Farklı unsurlardan oluşan tutundurma faaliyetlerinin entegrasyonu, diğer bir deyişle bir bütün haline getirilmesi ile, yaratılan sinerji sayesinde en güçlü iletişim etkisi gerçekleştirilebilecektir [5].

BPİ, en basit ifade ile, bütün pazarlama iletişimi faaliyetlerini bir araya getirmektedir. Pek çok kimse bunu çeşitli tutundurma karması unsurlarının bütünleştirilmesi işlemi olarak algılamaktadır. Ancak konuya sadece bu açıdan bakılması, BPİ kavramının bünyesinde barındırdığı-daha sonra ele alınacak olan- çeşitli özellikleri ortaya koyamamaktadır [5]. İşte BPİ’nin çeşitli pazarlama iletişim unsurlarının birleştirilmesinden çok daha fazla boyuta sahip tanımlara ihtiyaç vardır. Bu çerçevede, Amerikan Reklam Acenteleri Birliği (American Association of Advertising Agencies -

AAAA)’ne göre BPİ: “Çeşitli iletişim disiplinlerinin-reklam, satış geliştirme, halkla ilişkiler gibi-stratejik rollerini değerlendiren ve bunları açıklık, tutarlılık ve maksimum iletişim etkisi sağlamak üzere bir araya getirip kapsamlı bir planın katma değerini kabul eden bir pazarlama iletişim planlaması kavramıdır [6]. Bu tanım maksimum iletişim etkisi elde etmek için tüm tutundurma metodlarını kullanan süreci odaklanmaktadır. BPİ kavramının öncülerinden olan Northwestern Üniversitesi öğretim üyelerinden Don Schultz gibi bazı uzmanlar tüketici ve potansiyel tüketicinin bir ürün veya hizmet ile birlikte, sahip olduğu tüm marka kaynakları veya işletme temas kaynaklarını göz önüne alan daha geniş kapsamlı bir perspektif içinde ele almaktadırlar. Bu görüşü savunulara göre, tüm pazarlama faaliyetlerinin planlanması ve tutundurma programlarının hepsinin birbiri ile koordinasyonu gerekmektedir. Böylece işletmeler, sadece müşterileriyle iletişimi ya da tutundurma faaliyetlerini değil, tüm pazarlama iletişimi stratejisini kabul etmelidirler [6].

Pazarlama literatüründe BPİ kavramı farklı yaklaşımlarla ele alınmış ve çeşitli şekillerde tanımlanmıştır [3]. Örneğin, Schultz, Tannenbaum ve Lauterborn tanımlarında müşteri odaklı bir yaklaşım ortaya koymuşlardır [7]. BPİ süreci, müşteri ile başlamakta ve ikna edici iletişim programları geliştirilip uygulanmakta ve hedef kitenin davranışının doğrudan ya da dolaylı bir biçimde etkilenmesi amaçlanmaktadır. Bu yaklaşımda, tüketici motive edilerek satınalma yolunda harekete geçirilmektedir. Ayrıca, müşteri sadakati sağlamak üzere, ürün ya da hizmet hakkında tüketicilere tüm bilgiler verilmektedir.

Terence A.Shimp’in BPİ tanımında, kurum içindeki ve dışındaki bütün iletişim çalışmaları ile pazarlama karmasını oluşturan tüm unsurları tek bir ses ve tek bir disiplin içinde planlama gerekliliğini vurgulamıştır. Thomas R. Duncan ise, BPİ’de hedef kitlelere, hissedarlar, çalışanlar ve diğer ilgili gruplara gönderilen mesajlar ile ürünün, markanın topluma gönderdiği tüm mesajların stratejik olarak denetlenmesi gereğini vurgulamıştır. Benzer şekilde Riels de, işletme içi ve dışı bütün mesajların, amaca yönelik olarak planlanması gerektiğini belirtmiştir [8]. Bütün bu bilgiler ışığında, BPİ en genel şekliyle şöyle tanımlanabilir: İşletmelerin ürettiği ürün yada hizmetlerle ilgili alınacak her kararın müşteri odaklı ve satınalma davranışına etki edecek iletişim boyutunu düşünerek alınması ve farklı kararların bir disiplin içinde uyumlaştırılarak, stratejik bir yaklaşım ile planlanması ve sinerji yaratılması sürecidir [3].

III. BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİNİN ÖZELLİKLERİ, YARAR ve SAKINCALARI

III.1. Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Özellikleri

BPI'nin en önemli özelliği, pazarlama iletişimi araçlarının ve faaliyetlerinin bir plan çerçevesinde, pazarlama karmasının tüm unsurları ile entegrasyonunu sağlamasıdır. Bu entegrasyonda kişisel satış, reklam, halkla ilişkiler, satış geliştirme ve doğrudan pazarlama faaliyetleri tek bir ses ve ortak bir tema sağlamaya yönelik olarak kullanılmaktadır. Bu doğrultuda, mesajlar amaca ve hedef kitleye uygun kanalları ile uygun zamanda iletilmektedir. Kanalları ve mesajları arasındaki tutarlılık ve işbirliğinin yarattığı sinerjinin sonucunda ise iletişim çalışması daha etkin ve verimli olmaktadır [9].

BPI'nin özellikleri, sadece farklı tanıtım ve pazarlama iletişimi unsurlarının biraraya getirilmesinden oluşmamakta ve daha fazla bir kapsamda olup, klasik yaklaşımlardan farklı ve çok sayıda çarpıcı özelliği bünyesinde bulundurmaktadır. Bu özellikler genel olarak aşağıdaki başlıklar altında incelenebilir:

-BPI yaklaşımında tüm iletişim araçlarının pazarlama karması unsurlarıyla bütünleşmesi ve planlanması esastır [3].

-Pazarlama iletişim hedefleri diğer kurumsal hedeflerle uyumlu olarak net bir biçimde tanımlanır ve pazarlama iletişimi faaliyetleri, daha tutarlı ve sinerji yaratacak bir şekilde yayılmayı içeren planlı bir yaklaşımla ele alınır. Böylece işletme içinde, pazarlama karması unsurlarıyla ilgili olarak alınacak tutundurma kararları, birbirini destekleyecek şekilde planlanır ve oluşturulur.

-BPI'de sadece mevcut potansiyel ya da nihai müşterilerle sınırlı kalmaz, sadece bu kesimlere odaklanılmaz, tüm hedef kitleye yönelik planlar ve çalışmalar yapılır.

-Tüm tanıtım faaliyetleri ve ilgili herkesin etkin bir biçimde yönetilmesi, tüm ürün/marka çalışmalarının birleştirilmesi, kişisel ve kişisel olmayan tüm tutundurma karması unsurlarının bütünleştirilmesi hedeflenir.

-Pazarlama iletişimi mesajları sadece kitle iletişim kanallarıyla değil tüm medya araçları kullanılarak iletilir. Pazarlama iletişiminde kullanılan mesajların karşılıklı çıkarları koruyucu veya uyumsuzluğu en aza indirecek düzeyde olmasına çalışılır [5].

-Teknolojinin tüm araçları pazarlama alanında verimli ve etkin bir biçimde kullanılır. Veritabanı oluşturma ve birebir pazarlama, gelişmiş bilgisayar teknolojilerinin kullanılması ile daha kolaylaşmıştır.

-Tüketici ve müşterilere odaklanılarak, satınalma davranışlarının tekrar edilmesi sağlanır. Böylece doğrudan tüketicilerin satınalma davranışlarını etkileyecek mesajlar üretilir ve kullanılır.

-BPI ile ölçümleme yapmak mümkün olabilmektedir. Pazarlama iletişimindeki bütün faaliyetlerin aynı hedef ve amaçlar doğrultusundaki başarıları da test edilerek ölçümlenir. Oysa klasik pazarlama iletişimi yaklaşımında sadece reklamın ve halkla ilişkiler unsurlarının etkinliği ölçümlenmektedir.

-BPI'de interaktif (karşılıklı iletişim ve etkileşim) bir süreç söz konusudur. Bu süreçte tüketiciler aktif olarak yer alır, karşılıklı ve çift yönlü bir iletişim vardır.

-BPI'de stratejiler veri tabanları kullanılarak planlanır ve uygulanır. Bu veri tabanları; pazar bölümlerini, tüketicilerin satınalma alışkanlıkları ve davranışlarını, markaya, kurumsal kimliğe yönelik tutumları, demografik, sosyolojik, psikolojik ve coğrafi özellikleri kapsamaktadır.

-BPI'de içeriden dışarıya değil, dışarıdan içeriye doğru planlama yapılmakta, stratejik kararlar pazar esaslı ve tüketicilerin istek-ihtiyaçları doğrultusunda alınmaktadır. Böylece, üretim yerine müşteri esaslı bir yapı oluşturma amaçlanmaktadır.

-BPI kararları ve stratejileri, önceki yıllara ait verilerden ve bütçelerden faydalanılarak hazırlanmaz. Bunun yerine, planların ve stratejilerin uygulanacağı döneme ait amaç ve hedeflere uygun biçimde bütçeler ve planlar "sıfır esaslı" bir biçimde yapılmaktadır [3].

III.2. Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Yararar ve Sakıncaları

III.2.1. Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Yararları

BPI'nin işletmelere sağlayacağı yararlar, üç ana başlık altında toplanabilir. Bunlar [10]:

1. Sinerji Etkisi
2. Mesaj Tutarlılığı Oluşturması
3. Kurumsal Bütünlük Sağlamasıdır

1. Sinerji Etkisi: Sinerji ile bireysel, bağımsız çabaların her birinin yarattığı etki ile elde edilen yarardan, bağımsız çabaların toplamının yarattığı yarar, daha fazladır. Pazarlama iletişimi unsurlarının her birinin bütünlük içinde çalışması ile elde edilecek yarar artırılmaktadır. Böylece, bütünlüğün sağlayacağı pazarlama iletişimi etkisi, her bir unsurun ayrı ayrı çalışmasından daha fazla olacaktır. Örneğin, dağınık ve

tutarsız bir biçimde iletilen mesajların yaratacağı etki, bu iletişim çabalarının bütünleşik bir yaklaşımla ele alınması durumunda ortaya çıkacak sinerji etkisinden dolayı daha az olacaktır. Benzer bir biçimde ajanslar aracılığıyla oluşturulacak iletişim etkisi, bilgi akışının paylaşılması ve bütünleşik bir şekilde kullanılmasıyla sinerji yaratacak biçimde kullanılabilir. Ajansların, iletişim unsurlarını koordineli bir biçimde çalışmasıyla verimlilik ve etkinlik artacaktır. Bu ise maliyetlerin düşmesini, mesajların etkinliğinin artmasını beraberinde getirecektir. Ayrıca, BPI ile pazarlama performansını arttırmak mümkün olmakta, satışlar ve karlar üzerinde olumlu etkiler yaratabilmektedir.

Linton ve Morley BPI'den beklenebilecek 10 potansiyel yararı şöyle belirlemişlerdir [5]:

1. Kreatif (yaratıcı) bütünlük
2. Tutarlı mesajlar
3. Tarafsız pazarlama tavsiyeleri
4. Medyanın daha iyi kullanılması
5. Pazarlama konusunda maksimum derecede etkinlik
6. Çalışmada verimlilik
7. Tasarruf
8. Yüksek kaliteli ve tutarlı hizmet
9. Daha kolay iş ilişkileri
10. Daha büyük ajans sorumluluğu

Bütünleşmenin sağlanamaması durumunda bu yararları elde etmek yerine "negatif sinerjiden" de söz edilebilir. Negatif sinerji; BPI unsurları arasında sinerji sağlanamamasının negatif etkilerini açıklamak üzere kullanılmıştır. Bütünleşme her zaman kolaylıkla yapılamaz. Fakat bir kere gerçekleştirildiğinde, BPI'nin 4 E'leri ve 4 C'leri sinerjik bütünleşme avantajları yaratmaktadır. BPI'nin 4E ve 4C'leri şunlardır [5]:

4E'ler;

1. Ekonomiklik (Economical): Mali ve diğer kaynakların kullanımında en az maliyet.
2. Verimlilik(Efficient): İşleri doğru yapma
3. Etkinlik (Effective) : Doğru işleri yapma
4. Arttırıcı (Enhancing): Geliştirici, çoğaltıcı etki

4C'ler;

1. Tutarlılık (Coherence): Mantıksal açıdan birbirleriyle bağlantılı ve tam anlamıyla tutarlı
2. Uyumluluk (Consistency): İç tutarsızlığa sahip değil, anlaşma, uyum ve mutabakat.
3. Süreklilik (Continuity): Zamanla bağlantılı ve uyumlu
4. Tamamlayıcı iletişim (Complementary communication): Bütün olarak bir denge yaratıcı, destekleyici iletişim.

2. Mesaj Tutarlılığı Oluşturması: Tüketicilere hergün binlerce mesajın iletiildiği göz önüne alındığında bu mesajların birbirleriyle tutarlı bir biçimde planlanması ve uygulanması çok daha önemli hale gelir. Konuya bütünsel bir bakış açısıyla yaklaşıldığında, iletişim programlarının tüm unsurları hedef kitlelere aynı mesajı tutarlı bir biçimde iletmek üzere düzenlenebilir. Pazarlama iletişiminin her bir unsuruna dönük ayrı ayrı stratejiler geliştirip uygulamaktansa, marka için tutarlı bir stratejinin geliştirilmesi daha yararlıdır. Böylece tüketici zihninde bir karışıklık yaratmaktan da kaçınılmış olur.

BPI yaklaşımında, pazarlama iletişim unsurlarının mesajları birleştirilerek, pazarda tutarlı ve etkili bir marka kimliği oluşturulur. Örneğin, halkla ilişkiler kampanyasında iletilmek istenen kurumsal mesajlar, kurum kimliği ve kurum imajı, doğrudan postalama kampanyasında, reklamlarda, web sitesinde iletilmek ve vurgulanmak istenen mesajla aynı şeyi söylemektedir [10].

Burada dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta ise, pazarlama iletişimi için kullanılan mesajlar farklı olabilir fakat bu mesajlar arasında bir çelişki olmamalı; kurum, marka ve ürün konumlandırması tehlikeye atılmamalıdır. Bu mesajlar; birbirleriyle tutarlı, uyumlu, sürekli ve bir bütünlük teşkil edecek biçimde tamamlayıcı olmalıdır [5].

3. Kurumsal Bütünlük: Kurum imajı, mal ve hizmetler ile bunlardan elde edilecek yarar tüketiciler için önemlidir. Tüketiciler kendilerini rahat ve güvencede hissettikleri kurumlara daha sıcak bakarlar. Kurumca yansıtılan imaj tüketicilerin kendilerini bu kurumlara yakın hissetmelerinde önemli rol oynar. Tüketicilerin istenen biçimde algılama yapabilmeleri, kurumsal bütünlük sayesinde gerçekleşir. Kurum içinde geliştirilecek bütünlük hem amaçlara ulaşmayı kolaylaştırır, hem de yansıtılan imajla tutarlı olur. İşletmenin farklı bölümlerinden ve işletme dışında ajanslardan oluşturulan birimleri kullanarak, çapraz ve fonksiyonel yönetim anlayışıyla, bütün mesajlar uyumlu hale getirilebilir ve bütünlük sağlanabilir [10].

III.2.2. Bütünleşik Pazarlama İletişiminin Sakıncaları

BPI yaklaşımının çeşitli sakıncalarından söz edilebilir. Bu sakıncalar işletme içi (içsel) faktörler ve işletme dışı (dışsal) faktörlerden kaynaklanabilir. İçsel faktörlerin birçoğu organizasyonla ve yaklaşımlarla ilgili iken, dışsal faktörler ise ajansların tutumları ile ilgilidir. BPI yaklaşımı kurum içinde bir takım yeni düzenlemeleri, organizasyonu ve bunun sonucunda da değişimi beraberinde getirir. Bu değişim ise, doğal olarak bir dirençle karşılaşır. Bu direncin nedenleri ise;

- Yönetimin BPI'nin yararlarını kavrayamaması,
- Planlama yaklaşımının getirdiği kısıtlılıklar,
- Birimler arasında üstünlük sağlama mücadelesi,
- Uzmanlık alanlarında uzmanlığı yitirme korkusunun ön plana çıkması sayılabilir.

Herhangi bir organizasyonda değişim olduğu zaman, sorumluluk, güç gibi kavramlar el değiştirecektir, dolayısıyla her birim gücünü, mevkiğini, kaynaklarını koruma güdüsüyle ya da korkusuyla değişime direnç gösterecektir. Bu durum ise değişik ilgi alanları, bilgi birikimi ve yetenekleriyle tüm bireylerin oluşturduğu bir organizasyon yapısının, en verimli, etkili ve üretken şekilde oluşturulmasının engellebilir [10].

Bazı organizasyonlarda promosyonel fonksiyonlar farklı bölümlerdedir. Örneğin; satış ekibi, reklam kararlarının alındığı kısımdan ayrı bir birim olabilir. Bu durumda, bir iç iletişim, koordinasyon eksikliği ve bilgi paylaşımında güçlükler ortaya çıkabilir. Bu ise BPI'nin sağlayacağı yararları azaltabilir. Bir işletmenin BPI yaklaşımından tam ve doğru olarak yararlanabilmesi için muhtemelen birçok değişiklik yapması gerekecektir. Bu değişikliklerin biri, tutundurma faaliyetlerine dahil ilgili tüm tarafların birlikte çalışmasını sağlamak için iç iletişimi yeniden yapılandırmaktadır. İkinci değişiklik, hedef kitle hakkındaki gerekli bilgileri toplamak için araştırma yapmayı gerektirir. Bu amaçla firmalar geniş kapsamlı müşteri veritabanları oluşturmak ve kullanmak zorundadır. Fakat bu veritabanlarını elde etmek ve korumak ve kullanmak maliyetlidir. Sonuçta, en önemli nokta üst yönetimin bütünleştirme çalışmalarını desteklemesidir. Bunun için ise güçlü liderlik gereklidir [11].

Dış faktörler de BPI'de çeşitli sakıncalar yaratabilirler. Bunların başında ajanslarla işletme arasındaki ilişkiler gelmektedir. İşletme açısından ajansların ve onların faaliyetlerinin koordinasyonu bir sorun olabilir. Diğer yandan ise ajanslar güç ve kontrolü kaybetme hissine kapılabilirler. Oysa BPI yaklaşımı işletme içi ve dışı faktörler arasında koordinasyonu ve

işbirliğini gerektirmektedir. Bu doğrultuda hem ajans yapıları hem de işletme yapıları BPI'ye elverişli hale getirilmelidir. Ajanslarla olan ilişkilerde özellikle bütçe kaygılarıyla bir ajansın gücü elinde tutma kaygıları ön plana çıkabilir [10].

IV. BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ YAKLAŞIMININ UYGULANMASI

IV.1. Bütünleşik Pazarlama İletişimini Ortaya Çıkaran Nedenler

Özellikle 1990'lardan itibaren gerek büyük gerekse küçük işletmeler tarafından benimsenen BPI yaklaşımına yönelişi destekleyen çok sayıda neden vardır. Bu yönelişin temelinde işletmelerin farklı iletişim unsurlarını stratejik olarak bütünleştirmenin değerini anlamaları yatar. Böylece işletmeler pazarlama iletişim çalışmalarını koordine ederek mükerrerliği önleyebilir, farklı tutundurma araçları arasındaki sinerjiden faydalanarak daha verimli ve etkin pazarlama iletişim programı geliştirebilirler. BPI yaklaşımına yöneliş aynı zamanda pazarlamacıların değişen ortama, özellikle tüketicilere ilişkin olarak, teknoloji ve iletişim araçlarına uyumunu yansıtmaktadır [6].

BPI yaklaşımının işletmeler tarafından kullanılmasının önemli hale gelmesinde çeşitli sebepler rol oynamaktadır; bu nedenleri şöyle sıralamak mümkündür [12]:

-Müşterilerin kendilerine önerilen mal yada hizmete ilişkin daha fazla bilgi talep etmeleri,

-İletişim ortamlarının yoğunluğuna bağlı olarak hedef kitleye ulaşmakta ve satın almaya ikna etmekte yaşanan güçlükler. Geleneksel reklamcılığın artan maliyetleri ve özellikle televizyon kanallarının çoğalması ile hedef kitleyi izlediği kanalda yakalama zorluğu,

-Pazardaki gelişmeler ve gittikçe artan küresel rekabet,

-Yeni medya ve iletişim kanallarının kullanılmaya başlanmasıyla geleneksel medyanın etki gücünün azalması,

-Bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşması sonucu veritabanlı maliyetlerde önemli azalmaların olması,

-Hedef kitlelere gönderilen mesajların güvenilirliğinin ölçümlerinde tespit edilen düşüşler.

Bütünleşik pazarlama iletişimin önemi, pazarlama iletişim karması araçlarının, birinin güçlü yönünün, diğerinin zayıf tarafını telafi edecek şekilde

bütünleştirilmesi gereğinden kaynaklanmaktadır. Bu yoldan sinerji etkisi yaratılmaktadır.

IV.2. Bütünleşik Pazarlama İletişimi Uygulama Sorunları

Bütünleşik pazarlama iletişimi yaklaşımının uygulanmasında karşılaşılan en önemli sorun uygulamanın kimin sorumluluğunda olacağıdır. Bu sorunun çözümü için iki yaklaşım vardır. Birinci yaklaşımda faaliyetlerin işletme içinde planlanıp, organize ve koordine edilerek uygulanması; ikinci yaklaşımda tüm bu çalışmaların kurum dışında ajanslar tarafından üstlenilerek uygulanması gerektiği ileri sürülmüştür [10].

Sorumluluğun kurum içinde ele alınması gerektiğini savunanlardan bir bölümü bu sorumluluğu pazarlama iletişimi yöneticisinin alması gerektiğini söylemektedir.

Bu konuda sorumluluğun halkla ilişkiler bölümünde olmasını savunanların yanı sıra, bölüm düzeyinde ele alınmasını savunanlar da vardır. Ayrıca kurum içinde iletişimin farklı alanlarından sorumlu bölümler takım çalışması anlayışıyla hareket ederek, beraber çalıştıkları ajanslardan aldıkları hizmetleri uyumlaştırarak, planladıkları faaliyetleri yaptıkları toplantılarda açıklayabilirler.

Kurum içinde bütünleşik pazarlama iletişimin uygulanmasını zorlaştıran diğer faktörler şöyle ele alınabilir [5]:

-Düşünce Yapısı. Pazarlama iletişimi sektörü üyeleri düşünce ve davranışlarıyla önyargılı bir biçimde bütünleşmeye karşıdır.

-Taksonomi ve Lisan. Tutundurma karmasını açıklamak için kullanılan lisan ve taksonmi (sınıflandırma biçimi), bütünleşme sürecinde zarar verici bir etkiye neden olmuştur.

-Organizasyonların Yapısı. Organizasyonların yapısı birbirinden farklı uzmanlık alanlarını tek bir bütün olarak yönetmeyi ve koordine etmeyi zorlaştırabilir.

-Seçkincilik (elitizm). Tutundurma karmasını oluşturan farklı unsurların uzmanları seçkinci bir davranış sergileyebilir. Sonuçta, bütünleşik pazarlama iletişimi faaliyet ve çabaları konusunda en iyi çözümü belirlemek için tutundurma karması unsurları uzmanlarını bir araya getirmek zorlaşmaktadır.

-Görevlerin Büyüklük ve Önemi. Bütünleşmeyi sağlamak için organizasyonlarda söz sahibi kişileri bir çatı altında toplamak zordur.

-Bütçe Yetersizliği. Stratejik ve uzun vadeli pazarlama iletişim programları için yapılan harcamalar şirket nezdinde bir yatırım aracı olarak görülmemektedir.

-Yönetici Yeteneği. Disiplinlerarası beceriler, bütünleşik pazarlama iletişimi önünde bir engel oluşturmaktadır. Çok sayıda beceriye ihtiyaç duyulduğu halde, bunlara sahip olan hayli azdır.

-Ajans Ödeme Sistemleri. Reklam ajanslarının gelirleri medyadan aldıkları komisyonlardan oluştuğu için, reklam ajansları daha ziyade reklam faaliyetlerini diğerlerine oranla ön planda ve üstün tutmak isterler. Zaman içinde ajans ödeme sistemleri değiştiğinden, reklam ajansları bütünleşmeye karşı olan davranışlarından vazgeçmektedirler.

-Bütünleşmenin Boyutları. Bütünleşik pazarlama iletişimi oluşturmak için farklı bütünleşme boyutlarını tek tek ele alınması gereklidir. Tutundurma karması unsurlarının bütünleşmesi yanında, yaratıcı unsurların iç ve dış organizasyonel faktörlerin bütünleşmesi de söz konusudur. Bütünleşmede bir başka boyut ise enformasyon ve veri tabanı ve coğrafi bütünleşme ile çoklu kitlelere ulaşma konusu olabilir.

-Ölçüm ve Değerlendirme Zorluğu. BPİ'ne karşı temel tenkitlerden birisi de, BPİ'nin ne olduğu ya da nasıl kullanıldığı ile ilgili olmayıp; etkinliğinin nasıl ölçülüp, değerlendirileceği ile ilgilidir [13].

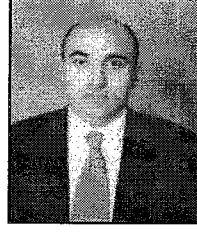
V. SONUÇ

BPİ, işletmelerin hedef pazarları ile etkin iletişim kurmaları ve bu yolla rekabet avantajı elde etmeleri yönünde geliştirilmiş bir yaklaşımdır. Pazarlamadan tutundurma karmasını ortak bir amaca yönlendirmek, işletmenin iç ve dış haberleşmesini belirli bir iletişim stratejisine bağlamak ve bu suretle işletmenin, dış çevresi faktörleri ile iletişiminde yeknesaklık yaratmak gibi hedefleri olan BPİ, uygulamada karşılaşılan temel bazı sorunlar nedeniyle, arzu edilen ölçüde yararlı olamamaktadır.

BPİ'nin uygulanmasını zorlaştıran engellerin ayrıntılı bir şekilde incelenerek, gerek teorik gerekse uygulamadan doğan eksikliklerin giderilmesi için araştırmalar yapılmalıdır. Bu konuda, gerek ajanslara gerek işletmelere ve işletme içinde pazarlama iletişimini sağlayan birimlere, profesyonel iletişim uzmanlarına önemli görevler düşmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] KITCHEN, P.J.; SCHULTZ, D.E., "IMC: What It is and Why Companies are Working that Way?", **New Ways for Optimising Integrated Communications**, ESOMAR, The Netherlands, 1997, ss.1-24.
- [2] HACKLEY, C.; KITCHEN, P., "IMC: a Consumer Psychological Perspective", **Marketing Intelligence & Planning**, Vol.16, Sayı: 3, 1998, s.229.
- [3] BOZKURT, İ., **Bütünleşik Pazarlama İletişimi**, Birinci Basım, Kapital Medya Hizmetleri, Ankara, 2000, ss.15-19.
- [4] MUCUK, İ., **Pazarlama İlkeleri**, 13. Basım, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2001, ss.172-173.
- [5] PICTON, D.; BRODERICK, A., **Integrated Marketing Communications**, Prentice Hall, 2001, ss.64-68,70,71,80-83.
- [6] BELCH, G.E.; BLECH, M.A., **Advertising and Promotion: an Integrated Communications Perspective**, 5th Ed., McGraw Hill, 2001, ss.11-12.
- [7] SCHULTZ, D.E.; TANNENBAUM, S.I.; LAUTERBORN, R.F., **Integrated Marketing Communications, Pulling It Together and Making It Work**, NTC Publications, Chicago,1993.
- [8] Van RIELS, C.B.M., **Principles of Corporate Communication**, Prentice Hall, 1995, s. 26.
- [9] TOSUN, N.B., **Pazarlama Halkla İlişkileri ve Reklam**, Türkmen Kitabevi, 2003, s.8.
- [10] ODABAŞI, Y.; OYMAN, M., **Pazarlama İletişimi Yönetimi**, Birinci Basım, İstanbul, 2002, ss.71-76.
- [11] ETZEL, M.J.; WALKER, B.J.; STANTON, W.J., **Marketing**, 12th edition, McGraw Hill, 2000, s.498.
- [12] KOCABAŞ, F.; ELDEN, M.; ÇELEBİ, S.İ., **Marketing P.R.**, 2. Baskı, Ankara, 2000, ss.61-62.
- [13] EAGLE, L.; KITCHEN, P.L., "IMC, Brand Communications, and Corporate Cultures Client/Advertising Agency Coordination and Cohesion", **European Journal of Marketing**, Vol. 34, Sayı 5/6, 2000, s. 667.

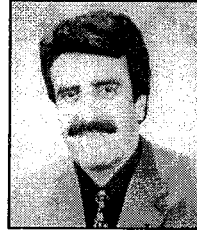


Gökhan YOLAÇ

Fırat Plastik San. Ve Tic.A.Ş.
Türkoba Köyü P.K. 12
Büyükkçekmece - İSTANBUL

Tel: +90 (212) 866 41 41
gyolac@firat.com

Gökhan Yolaç has a Ph.D. of International Business at Istanbul University Social Sciences Institute.

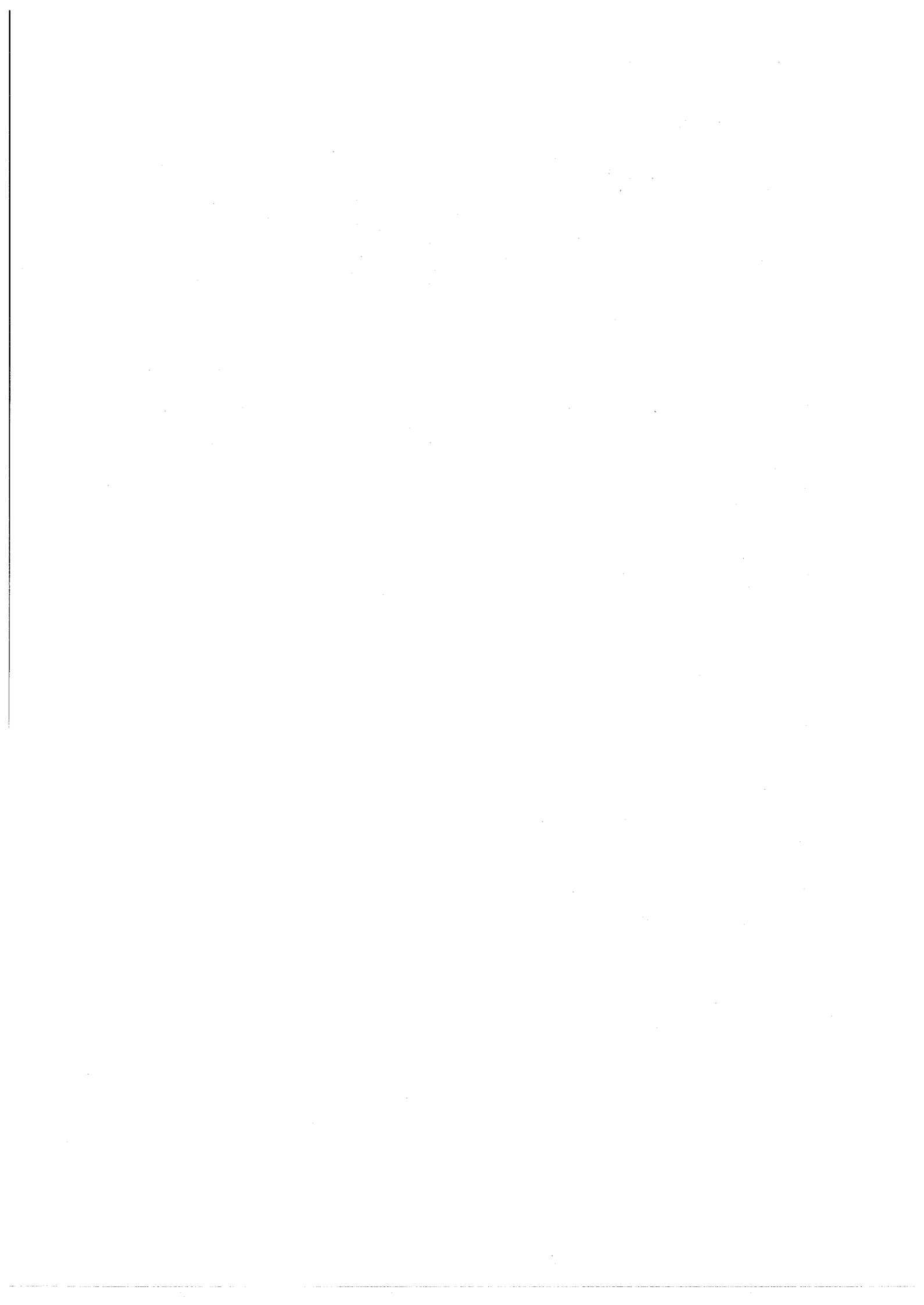


Nevzat DEMİR

Fırat Plastik San. Ve Tic.A.Ş.
Türkoba Köyü P.K. 12
Büyükkçekmece - İSTANBUL

Tel: +90 (212) 866 41 41
ndemir@firat.com

Nevzat Demir is a chairman of Fırat Plastik San. ve Tic. A.Ş.



TBBM 21. DÖNEM YASAMA ETKİNLİĞİ VE MİLLETVEKİLİ DAVRANIŞI

Haluk ALKAN¹, Nuh ATEŞ²,

¹K.S.Ü. Kamu Yönetimi Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

²K.S.Ü. Kamu Yönetimi Bölümü, Araştırma Görevlisi

THE LEGISLATIVE EFFORTS OF THE 21ST TERM GRAND NATIONAL ASSEMBLY OF TURKEY AND POLITICAL BEHAVIOUR OF DEPUTIES

Abstract: This study is aimed at determining the political attitudes of the deputies within the context of legislative proposals during the 21st term of the Turkish Grand National Assembly. First of a theoretical framework is given. Various classifications according to the deputies' relations with their constituents, their intentions towards legislative process, and their areas of interests are analysed. In addition, the results of previous studies undertaken concerning the TGNA are indicated. In the light of this theoretical framework, the legislative proposals given by deputies individually during the 21st term are taken as the basis of the study. The paper analyzes these political attitudes that are grouped under general effectiveness, national arrangements, local interests, occupational interests, political life, and party politics. Each of the attitudes are assessed with respect to the province-region, party, and occupation of the deputies. Finally, the paper summarizes the results reached throughout the study.

Keywords: Turkish Parliament, Roles of Deputy's, Policy Making, Political Parties in TBMM

TBBM 21. DÖNEM YASAMA ETKİNLİĞİ VE MİLLETVEKİLİ DAVRANIŞI

Özet: Çalışma milletvekili davranışlarının, Türkiye Büyük Millet Meclisi 21. Dönem yasama etkinliği kapsamında nasıl bir yönelime sahip bulunduğunu belirlemeyi amaçlamaktadır. Öncelikle konunun teorik çerçevesi ele alınmaktadır. Milletvekillerin seçmenleriyle olan ilişkilerine göre, yasam sürecine yönelimlerine göre, ilgi alanlarına göre yapılan çeşitli sınıflandırmalar incelenmektedir. Ayrıca TBMM üzerinde yapılan önceki çalışmaların sonuçları verilmektedir. Bu teorik çerçevenin ışığında 21. Dönem yasama etkinliği çerçevesinde milletvekillerinin kendi inisiyatiflerine tanınmış bulunan yasa önerileri temel alınmaktadır. Milletvekili eğilimleri, genel etkinlik; ulusal düzenlemeler; yerel çıkarlar; uğraş alanına ait çıkarlar; siyasal hayat ve parti politikaları olmak üzere beş düzeyde ele alınıp incelenmektedir. Her bir eğilim, milletvekilinin ili-bölgesi, üyesi bulunduğu parti ve uğraş alanı açısından ayrı ayrı değerlendirilmektedir. Ulaşılan sonuçlar çalışmanın sonuç kısmında özetlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk Parlamentosu, Milletvekili Rolü, Siyasal Yapım Süreci, TBMM'de Siyasal Partiler

I. GİRİŞ

Meclisler, çağdaş demokrasilerde yasama iktidarının temsil edildiği, vatandaşların kural koyma iktidarına katılımının somutlaştığı siyasal kurumlardır. Aynı zamanda bu kurumlar, toplumsal grupların, kurumsallaşmanın, farklı çıkar ve siyasal programların yansımaları bulduğu, bir yerde ülkenin toplumsal dokusuna ışık tutan sosyal bir yapıyı oluşturmaktadırlar. Bu nedenle siyasal bilim açısından parlamentoların kurumsal yapıları, işleyiş biçimleri, bileşimi, ürettiği kuralların niteliği ve arka planı önemli araştırma konularının başında gelmektedir. Meclislerin belirleyici aktörleri olan milletvekillerinin nitelikleri, kökenleri, davranış eğilimleri de bu çerçevede araştırmacıların ilgisini çeken konuların birini oluşturmaktadır.

Meclis içinde milletvekillerinin gösterdikleri davranış eğilimleri farklı açılardan incelenip sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmalardan ilki bir temsilci olarak kendini seçenlere karşı konumunu nasıl algıladığını sorgulamaktadır. Turan'ın belirlediği şekilde Wahlke ve

arkadaşları Amerikan Eyalet Meclisleri'nde yaptıkları incelemede bu açıdan üç tip milletvekili davranışı belirlemişlerdir. Bunlar delege, vasi ve karma tiplerdir. Delegeleler kendilerini seçen grupların taleplerine oldukça duyarlı şekilde hareket etmektedirler. Vasi tipindeki milletvekilleri ise tam tersine seçmenlerden çok kendi yargıları doğrultusunda hareket etmektedirler. Karma tipteki milletvekilleri ise seçmen talepleri ile kendi yargılarını bağdaştırmaya çaba harcayan, zaman zaman kendilerinin, zaman zaman da seçmen taleplerini öne çıkaran bir davranış eğilimine sahip bulunmaktadır [8].

İkinci bir sınıflandırma milletvekillerinin yasama sürecine yönelimlerini temel alır. Bu ayrıma göre, milletvekili etkinlik alanı olarak Meclis çatısı altındaki kurallar ve işlemlere ağırlık veriyorsa, başka bir ifade ile komisyonlara katılım, yasa önerileri sunmak, meclis işleyişi ile ilgili görevler üstlenmek yönünde çaba harcayorsa törenselsel; buna karşılık meclis dışı etkinlikler üzerinde yoğunlaşıyorsa, iş takibi yapmak gibi, fırsatçı bir davranış eğilimine sahip bulunmaktadır [1].

Üçüncü bir ayırım milletvekilinin yasama sürecindeki yönelim alanlarına göre şekillenir. Buna göre milletvekilleri parti politikalarını, yerel çıkarları, ulusal çıkarları önceleyen farklı yasama yönelimlerine sahip olabilirler. Kaynakların kıt olması bu kaynakların dağıtımını konusunda rekabeti zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla milletvekilleri de Mecliste temsilen geldikleri bölgelerin çıkarları konusunda rekabet içerisindedirler. Benzer şekilde, yerel düzeyde siyasaların uygulanmasından sorumlu bürokratların yönlendirilmesinde, seçmenler genellikle milletvekillerini bir nüfuz kanalı olarak kullanmak istemektedirler. Bu zorunluluklar milletvekillerini yerel çıkarlara duyarlı kılmaktadır [10]. Ancak bu her zaman geçerli bir olgu değildir. Özellikle milletvekillerinin seçilmelerinde parti politikalarının belirleyici olduğu; disiplinli parti rejimlerinin hakim bulunduğu, yasama sürecinde meclis grubu disiplininin önem kazandığı durumlarda milletvekili rolü, yerelden çok parti politikalarını önceleyen bir görünüm kazanabilir. Bu açıdan ABD Kongresi ile İngiltere Avam Kamarası örnekleri karşıt iki örneği oluşturmaktadır [7]. Buna daha kozmopolit ve kalabalık kent merkezlerinden gelen milletvekilleri üzerinde yerel talep baskısının azalacağı, dolayısıyla bu milletvekillerinin yerel çıkarlardan çok ulusal düzenlemelere dönük bir yasama sürecine yönelecekleri varsayımını ekleyebiliriz. Aynı şekilde yasama yöneliminde uğraş alanına ait kimlikler ve çıkarlara dönük bir davranış eğilimi de güç kazanabilir. Baskı grupları olarak farklı grupları temsil eden örgütler hem lobicilik yapmak suretiyle milletvekillerini yönlendirmek, hem de bizzat kendi temsilciliklerini milletvekili olarak parlamentoya sokarak çıkarları doğrultusunda bir yasama etkinliğinin gerçekleştirilmesine çaba harcaabilirler [5].

Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) üzerinde milletvekili davranışları ile ilgili farklı araştırmalar yapılmıştır. Kalaycıoğlu 1984 yılında 125 milletvekili ile yaptığı görüşmelere dayanan çalışmasında, milletvekili davranışına etki eden talep mekanizması üzerinde durmaktadır. Bu çalışmada seçmenin doğrudan kendini ilgilendiren talepleri daha fazla öne çıkardığı, bu talepler üzerinden milletvekili ile temasa geçtiği görülmektedir. Genel kamu siyaseti, yereli ilgilendiren talepler ve kişiye özgü taleplerin çok gerisindedir [2]. Bu talep profili, milletvekillerinin kamu siyasetini yönlendirecek yasama etkinliklerinden çok meclis dışı etkinliklere daha çok zaman ayırması gibi bir sonuç doğurabilir. Nitekim aynı çalışmada seçmen taleplerine ayrılan süreye zamanının yarısı ve daha fazlasını ayırdığını belirten milletvekili oranı %74'ü bulmaktadır [2]. Kalaycıoğlu yerel planda kişiye özgü taleplerin ve topluluğa hizmet sunulmasını amaçlayan taleplerin, siyasal temsil ilişkisinde ağırlık kazandığını vurgulamaktadır [2].

Turan, milletvekili davranışında seçmenlerine kazanım sağlamanın genel yasama etkinliğinin önüne geçtiğini vurgulayarak, bu milletvekillerinin hükümet ve

bürokrasiye nüfuz açısından bağlı oldukları parti iktidarda ise bu kazanımları daha kolay sağlayabildiklerinden uysal bir tutuma yöneldiklerini, tersi bir durumda ise partisine bağlılığının azaldığını belirtmektedir. Turan, Türk yasama sistemindeki yüksek dönüş oranı ve seçmenlere dönük eğilimin, milletvekillerinde seçmenlerine iş ve kazanım sağlayacak pozisyonlara geçme, meclis çalışmalarına devam etmeme, bir daha seçilememe olasılığının yüksekliği nedeniyle bireysel çıkarımı maksimize etmeye yönelme, dolayısıyla bazı özel ayrıcalıklar edinmeye çalışma gibi davranışlar beklediğini ileri sürmektedir. Turan, genel olarak iktidar ve muhalefet partilerinin meclisi birbirleri ile bir çatışma alanı olarak görme eğiliminde olduklarını dolayısıyla muhalefetin meclisi, yasama sürecini bloke etmek ve hükümeti etkisiz bırakma yönünde kullanmaya çabaladığını da vurgulamaktadır [9].

Kalaycıoğlu yasama sürecindeki kesintilerin, Meclis'in kurumsallaşma sürecine de olumsuz etki yaptığını belirleyerek, bunun kural dışı davranış eğilimini yükselten bir faktör olduğunu ileri sürmektedir [3]. Yine seçmenle patron ilişkilerine dayalı milletvekili davranışının, yasama organının kurumsal yozlaşması için elverişli bir ortam sağladığını vurgulamaktadır [4].

Genel olarak Türk yasama sisteminde milletvekili davranışının, kişisel talep ağırlıklı ve parlamento dışı etkinlik alanına yönelik, kurumsallaşamamanın getirdiği bir profesyonelleşme yetersizliğinin bulunduğu, dolayısıyla kurumsal yozlaşma potansiyelinin bulunduğu bir kurumsal zeminde şekillendiği belirtilebilir.

Buna karşılık milletvekili davranışının, yasama etkinliği kapsamında nasıl bir yönelime sahip bulunduğu yeterince irdelenmemiştir. Milletvekilleri kendi inisiyatiflerine tanınmış bulunan yasa önermelerinde hangi yönelimlere sahiptirler? Bu yönelimleri belli çıkar alanları çerçevesinde anlamlandırmak mümkün müdür? Yine milletvekillerinin partisel ve kişisel nitelikli yönelimlerinde belirleyici bir faktör oluşturmada mıdır? Çalışmamız bu çerçevede 21. dönem TBMM yasama dönemini temel alarak Türk yasama sisteminde milletvekili etkinliğinin bu görünümünü belirlemeyi amaçlamaktadır.

II. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ ve SINIRLILIKLAR

Belirtildiği gibi çalışma 21. Dönem yasama etkinlikleri kapsamında Meclis komisyonlarına gönderilmiş yasa önerilerinin sınıflandırılarak, milletvekillerinin yasamaya ilişkin rollerinin çeşitli değişkenler ışığında belirlenmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda toplam 1047 yasa önergesi incelenerek kendi içlerinde aşağıdaki başlıklar altında sınıflandırılmıştır.

- Ulusal boyutta düzenleme getiren yasa önerileri
- Yerel çıkarlara yönelik olarak verilen yasa önerileri

- Uğraş alanlarına ait çıkarlara yönelik olarak verilen yasa önerileri
- Parti politikaları doğrultusunda ve siyasi hayatın düzenlenmesine yönelik olarak verilen yasa önerileri
- Spesifik çıkarlara dönük yasa önerileri

Sınıflandırma kapsamında her bir başlık altında değerlendirilen yasa önerilerinin sayıları Tablo.1'de verilmektedir.

Tablo.1: Yasa Önerilerinin Sınıflandırılması

Yasa Önerilerinin Sınıflandırılması	N	%
Ulusal boyutta yasa önerileri	247	23,6
Yerel çıkar yasa önerileri	366	34,9
Uğraş alanına ait çıkar yasa önerileri	134	12,8
Parti politikaları doğrultusunda yasa önerileri	243	23,2
Siyasi hayatın düzenlenmesi yasa önerileri	42	4,1
Spesifik çıkar yasa önerileri	15	1,4
Toplam	1047	100

Çalışma kapsamında spesifik çıkarlara yönelik yasa önerileri sayıca az olmaları nedeniyle, değerlendirme dışında tutulmuş, diğer 4 başlık, milletvekillerine bağlı değişkenler ışığında incelenmiştir. Milletvekillerinin sınıflandırmaya paralel olarak davranış eğilimlerinin belirlenmesinde, örneklemi oluşturan 548 milletvekilinin özgeçmişleri incelenmiş, imza verdikleri yasa önerileri belirlenmiştir. Çalışmada milletvekillerinin (Bkz. Tablo.2), cinsiyeti, doğum tarihi, öğrenim durumu, temsil ettiği il ve bölgesi, partisi, uğraş alanı bağımsız değişken olarak alınmıştır. Cinsiyet, yaş ve öğrenim durumu genel yasama etkinliği analiz edilirken inceleme kapsamına alınmış, diğer konularda il-bölge, parti ve uğraş alanı değişkenleri ışığında milletvekili davranışları incelenmiştir. Böyle bir ayırımın yapılma nedeni, Meclis'teki dağılımların değerlendirmeye olanak vermemesidir. Örneğin cinsiyete bağlı bir değerlendirmede kadın milletvekili sayısının azlığı karşılaştırma yapmayı mümkün kılmamaktadır. Yine 548

milletvekilinin 500'ü yüksek öğrenim görmüş kişilerden oluşmaktadır. Dolayısıyla öğrenim durumu kategorilerinde sağlıklı bir karşılaştırma yapılamamaktadır.

Ayrıca çalışmanın sınırlılıkları şu şekilde sıralanabilir. Öncelikle, çalışma yalnızca yasa önerilerini kapsamakta, bunun dışındaki milletvekili rolü açısından açıklayıcı olan meclis kararları ve denetleme mekanizmaları ile ilgili etkinlikleri inceleme dışında bırakmaktadır.

İkinci olarak kategorileştirme milletvekiline özgü yapıldığından mesleki yasa önerileri sınıflandırılmasında bir zorluk bulunmaktadır. Bir uğraş alanına mensup mill milletvekilinin kendi konusunda bir öneri vermesi kolaylıkla anlaşılabilir. Ancak öneriye imza veren diğer milletvekilinin aynı uğraş alanından olmaması durumunda bir belirsizlik ortaya çıkmaktadır. Çalışmada milletvekili esas alındığından, o kişi için uğraş alanı olarak değerlendirilen öneri, diğer milletvekili için genel kategorisi içinde değerlendirilmektedir. Bunun nedeni böyle bir öneriye imza atan milletvekilinin önerisi genel anlamda faydalı olarak değerlendirmesi, kendisini ilgilendirmese de milletvekili arkadaşlarının isteğini kırmayarak imza atması veya dolaylı olarak kendisine seçmen ve yakınları tarafından bu yönde istemde bulunulması gibi farklı nedenlerle hareket etme olasılığı ve bunun belirlenmesinin olanak dışı olmasıdır. Bu nedenle imza veren milletvekili ile doğrudan bağlantılı olmayan önerilere ulusal düzenleme içinde yer verilmektedir.

Diğer bir sınırlılık milletvekilinin partilere göre dağılımıyla ilgilidir. Bilindiği gibi 21. dönem, Meclis'e giren partiler içinde bölünmelerin yaşandığı bir dönemdir. AKP, BBP, CHP, ÖDP, YTP, YP sonradan Meclis içinde oluşmuş partilerdir. Çalışmada partiler, Meclis'e girdikleri şekliyle gruplandırılmış, bağımsız üyelere ise Meclis'teki son dağılım temel alınmıştır.

Tablo.2: Milletvekillerinin Bölge,Cinsiyet,Doğum Tarihi,Öğrenim Durumu,Uğraş Alanı ve Partilere Göre Dağılımı

M.nin Bölgesi	N	%	M.nin Dgm Trh	N	%	M.nin Uğraş Alanı	N	%	M.nin Partisi	N	%
Marmara	129	23,6	1911-1920	2	0,4	Öğretim Üyesi	64	11,6	ANAP+YP	75	13,6
Ege	71	12,9	1921-1930	14	2,6	Bürokrat	74	13,5	DYP	82	15
Akdeniz	68	12,5	1931-1940	60	10,9	Sğlk Gr. Ser Mes.	46	8,4	DSP+YTP	126	23
İç Anadolu	93	16,9	1941-1950	207	37,8	Avukat	56	10,3	CHP+ÖDP	131	23,9
Karadeniz	76	13,8	1951-1960	210	38,3	Mühendis	82	15	MHP+BBP	106	19,4
Doğu Anadolu	57	10,5	1961-1969	55	10	İş Adamı	62	11,1	SP+AKP	28	5,1
Güney D. An.	54	9,8	Toplam	548	100	Hakim-Savcı	4	0,7	BAĞIMSIZ	548	100
Toplam	548	100	M.nin Öğr. Drm	N	%	Mali Müşavir	15	2,7			
M.nin Cinsiyeti	N	%	Yüksek	500	91,3	Sanayici	22	4,1			
Erkek	526	95,9	Lise	31	5,6	Çiftçi	22	4,1			
Kadın	22	4,1	Ortaokul	11	2	İşçi-Sendikacı	5	0,9			
Toplam	548	100	İlkokul	6	1,1	Özel Sek.Yön	48	8,8			
			Toplam	548	100	Memur	48	8,8			
						Toplam	548	100			

III. 21. DÖNEMDE GENEL YASAMA ETKİNLİĞİ

Bu başlık altında yasa önerileri kendi içlerinde bir ayrıma tabi tutulmaksızın, genel yasama etkinliği incelenecektir. Öncelikle yasama etkinliğine milletvekillerinin katılımına bakıldığında, 548 milletvekilinden 27'sinin yasa yapımı sürecinde hiçbir öneriye imza atmadığı görülmektedir. Başka bir ifade ile Meclis'in yaklaşık %5'i yasama etkinliğine katılmamıştır (Bkz.Tablo.3). İllere göre yasama etkinliğine katılmayan milletvekillerinin dağılımına bakıldığında İstanbul 8 milletvekili ile ilk, İzmir 4 milletvekili ile ikinci sırada gelmektedir. Oransal olarak bakıldığında ise yine ilk sırayı %29.6 ile İstanbul, ikinci sırayı ise yine %14.9 ile İzmir almaktadır. Bölgesel olarak yasama etkinliğine katılmayan milletvekillerinin dağılımına bakıldığında Marmara Bölgesinin ilk sırayı aldığı, bu bölgeyi Ege ve İç Anadolu Bölgelerinin izlediği görülmektedir. Doğu Anadolu Bölgesi milletvekilleri içinde ise yasama etkinliklerine katılmayan milletvekili bulunmamaktadır. Cinsiyet açısından bakıldığında kadın milletvekillerinin tamamının yasama etkinliğine katıldıkları, yasama etkinliğine katılmayan milletvekillerinin tamamının erkek olduğu görülmektedir.

Partiler açısından yasama etkinliğine katılmamakta öncelikle Meclis'in son resmi dağılımı dikkate alındığında ANAP, DSP, DYP'nin 5'er milletvekili ile ilk sırada yer aldıkları, bunu 4'er milletvekili ile MHP ve YTP'nin izlediği görülmektedir. İlginç bir bulgu iktidar partilerinin milletvekilleri arasında yasama etkinliğine katılmama oranının yüksek olmasıdır. Toplam 27 milletvekili içinden 17 kişi iktidar partilerinden gelmektedir. Meclis'in açılışındaki parti dağılımı açısından incelendiğinde, bu

sayı (ANAP+YP, DSP+YTP+CHP+ÖDP) 21'e yükselmektedir. Kısaca yasama etkinliğine katılım noktasında "muhalifet partileri" daha aktif bir görünüm sergilemektedirler. Yasama etkinliğine katılmama açısından DSP ve ondan ayrılan milletvekilinin katılmayan üyeler içinde %40 gibi bir oranı oluşturmaları dikkat çekicidir.

Milletvekillerinin doğum tarihleri açısından katılmaya bakıldığında; en aktif yaş grubunun 1951-1960 doğumlular olduğu görülmektedir. Rakamsal olarak 1941-1950 doğumlular, oransal olarak da 1921-1930 yaş grubunun daha az katılım gösterdikleri belirtilebilir.

21. dönem milletvekili profili de, genel olarak yüksek öğrenim görmüş milletvekillerinin ağırlıkta olduğu bir dağılıma sahiptir. 548 milletvekilinin 500'ü yüksek öğrenim görmüştür. Bunun bir sonucu olarak yüksek öğrenim mezunları arasında yasama etkinliğine katılmama diğer öğrenim gruplarına göre daha yüksektir. Oransal olarak yasama etkinliğine katılmama davranışında lise mezunları biraz daha öne geçmektedir. Buna karşılık ortaokul ve ilkokul mezunları yasama etkinliklerine katılmışlardır.

Dikkat çekici bir bulgu da, uğraş alanlarına göre katılım göstermeyen milletvekilleri dağılımında görülmektedir. 27 milletvekili içinde öğretim üyeleri ve bürokratlar toplam 14 kişi ile ilk sırada gelmektedir. Buna karşılık hakim-savcı, muhasebeci-mali müşavirler, ve sendikacılar aktif katılım gösteren uğraş alanları olarak öne çıkmaktadırlar.

Tablo.3: Yasama Etkinliğine Katılmayan Milletvekillerinin İl, Bölge, Cinsiyet, Öğrenim Durumu, Uğraş Alanı, Parti, Doğum Tarihlerine Göre Dağılımı

M.nin İli	N	%	M.nin Bölgesi	N	%	M.nin Uğraş Alanı	N	%	M.nin Partisi	N	%
Antalya	1	3.7	Marmara	11	40.8	Öğretim Üyesi	6	22.2	ANAP+YP	6	22,2
Balıkesir	1	3.7	Ege	5	18.5	Bürokrat	8	29.7	DSP+CHP+YTP+ÖDP	11	40,7
Bursa	1	3.7	Akdeniz	2	7.4	Sağlık Gru. Serbest Mes.	0	0	MHP+BBP	4	15
Gaziantep	1	3.7	İç Anadolu	4	14.8	Avukat	2	7.4	DYP	5	18.4
İstanbul	8	29,6	Karadeniz	2	7.4	Mühendis	3	11.1	SP+AKP	0	0
İzmir	4	14,9	Doğu Anadolu	0	0	İş Adamı	1	3.7	BAĞIMSIZ	1	3.7
Kayseri	1	3.7	Güney D. An.	3	11.1	Hakim-Savcı	0	0	Toplam	27	100
Konya	1	3.7	Toplam	27	100	Mali Müşavir	0	0	M.nin Doğum Tarihi	N	%
Kütahya	1	3.7	M.nin Cinsiyeti	N	%	Sanayici	1	3.7	1911-1920	0	0
Rize	1	3.7	Erkek	27	100	Çiftçi	3	11.1	1921-1930	2	7.4
Sinop	1	3.7	Kadın	0	0	İşçi-Sendikacı	0	0	1931-1940	7	25.9
Sivas	1	3.7	Toplam	27	100	Özel Sektör Yön.	2	7.4	1941-1950	14	51.9
Tekirdağ	1	3.7	M.nin Öğr.Drm	N	%	Memur	1	3.7	1951-1960	3	11.1
Şanlıurfa	2	7.4	Yüksek	25	92.5	Toplam	27	100	1961-1969	1	3.7
Karaman	1	3.7	Lise	2	7.5				Toplam	27	100
Osmaniye	1	3.7	Ortaokul	0	0						
			İlkokul	0	0						
Toplam	27	100	Toplam	27	0						

Genel Yasama etkinliğine katılım, 8 grup altında Tablo 4’de gösterilmektedir. Buna göre en fazla etkinlik 6-10 yasa önerisi düzeyinde gerçekleşmiştir. Hiç imza vermeyenler ve 1-5 öneriye imza veren milletvekillerinin toplamı 171 kişidir. Başka bir ifade ile milletvekillerininin %31’inin pasif katılım sergiledikleri belirtilebilir. Meclis’in genel etkinliğinin 1-15 öneri arasında yoğunlaştığı görülmektedir (Toplam 416 milletvekili). İllere göre genel yasama etkinliğine bakıldığında büyük kentlerden gelen milletvekillerinin çok aktif olmadıkları görülmektedir. Ankara milletvekillerinin tamamı yasama etkinliklerine katılmış, ancak bunların üçte birinden fazlası (10 milletvekili) yalnızca bir öneriye imza atmıştır. 16’dan fazla öneriye imza atan Ankaralı milletvekili sayısı yalnızca 4’tür. İstanbul’un 8 milletvekili hiç yasama etkinliğine katılmazken, 19’u yalnızca bir öneriye imza atmıştır (İstanbul milletvekillerinin yarıya yakını). 16’dan fazla öneriye imza atan milletvekili sayısı ise 4’tür. İzmir’de 4 yasama etkinliğine katılmayan, 4 tane de 1 öneriye imza atan milletvekili vardır. 16’dan fazla öneriye imza atan milletvekili sayısı ise yalnızca ikidir.

Tablo.4: Yasama Etkinlik Frekansı

Yasama Etkinliği	Sayı	N	%
0		27	4,9
1-5		144	26,3
6-10		170	31
11-15		102	18,6
16-20		52	9,5
21-25		40	7,3
26-35		8	1,5
36-50		5	0,9
Toplam		548	100

Buna karşılık küçük iller, büyük kentlere göre daha aktif bir tablo sergilemektedirler. Örneğin 36-50 arası öneriye imza atan 5 milletvekili içinde Mersin dışında büyük kentlerden milletvekili bulunmamaktadır. 26-35 yasa önerisi arasında imza atan 10 milletvekilinden yalnızca 1’i Ankara milletvekilidir. Dolayısıyla kent büyüklüğü ile milletvekili etkinliği arasında bir ilişkinin varlığından söz etmek güç görünmektedir.

Bölgeler açısından genel yasama etkinliğine bakıldığında ağırlığın yine 6-10 arasında imzada

bulunduğu görülmektedir (Tablo.5). Ancak burada Marmara, Ege ve Karadeniz Bölgeleri daha önde gelmektedir. Buna karşılık 1-5 arasında öneriye imzası bulunan milletvekilleri içinde Doğu ve Güneydoğu Bölgeleri milletvekilleri oransal olarak öne çıkmaktadırlar. Bölgelere göre dağılımda bir tek Güneydoğu Bölgesi milletvekillerinin 26 üzerinde öneri sunma kategorilerinde imzaları bulunmamakta, diğer bölgelerin belli bir düzeyde yer aldıkları görülmektedir. Doğu Anadolu Bölgesi’nin gösterdiği dağılım, özellikle 16’dan yukarı kategorilerde dikkat çekicidir.

Partiler açısından genel etkinlik değerlendirmesi yapılırken belirtildiği gibi, birbirlerinden ayrılan partilere üye milletvekilleri davranışları bir arada değerlendirilmiştir (Tablo.6). Bu çerçevede ANAP+YP, DSP+YTP+CHP+ÖDP; SP+AKP ile MHP+BBP ayrı ayrı değerlendirilmişler; DYP ve bağımsızlar için ise son milletvekili sayıları esas alınmıştır. Buna göre; etkinlik göstermeyen partiler içinde ilk sırayı iktidarın büyük ortağı DSP+YTP+CHP+ÖDP grubu yani Meclis’e DSP çatısı altında giren milletvekilleri almaktadır. Bu grubun %8.7’si Meclis’in yasama etkinliğine hiç katılmamıştır (Partilerle ilgili değerlendirme yapılırken, çalışmanın kapsam olarak yalnızca 21. Dönem etkinliklerini içermesi, dolayısıyla karşılaştırmalı bir yöntem izlenmemiş olması nedeniyle; Meclisi oluşturan sol ve sağ kanat partilerin milletvekili davranışları yalnızca incelenen döneme özgü belirlemeler olarak kabul edilmeli, partilerin temel eğilimi olarak genelleştirilmemelidir. Böyle bir genelleme ancak bir kaç dönem etkinliğin karşılaştırmalı olarak analizi ile mümkündür).

TBMM üyeleri ağırlıklı olarak 40-60 yaş grubu içinde yoğunlaşmışlardır. Meclis’in 21. dönemde bu yaş grubuna giren üyelerinin oranı %76.1’dir. Dolayısıyla yasama etkinliğine ağırlığını koyan da bu yaş grubu milletvekilleri olmuştur. Bu grubu daha yaşlı

(60-70) ve daha genç (30-40) yaş grupları izlemektedir. Her bir yaş grubunun kendi içindeki dağılımına bakıldığında sayıca az olmalarına karşın genç milletvekillerinin aktif bir katılım sergiledikleri söylenebilir (Tablo.7).

Tablo.5: Milletvekilinin Bölgesi/Yasama Etkinliği

	0		1-5		6-10		11-15		16-20		21-25		26-35		36-50		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Marmara	11	8,5	35	27,1	47	36,4	21	16,3	5	3,9	7	5,4	2	1,6	1	0,8	129	100
Ege	5	7	13	18,3	29	40,9	14	19,7	3	4,2	6	8,5	1	1,4	0	0	71	100
Akdeniz	2	2,9	13	19,1	21	30,9	13	19,1	11	16,2	5	7,4	1	1,5	2	2,9	68	100
İç Anadolu	4	4,3	26	27,9	22	23,7	20	21,5	13	13,9	7	7,6	1	1,1	0	0	93	100
Karadeniz	2	2,6	19	25	26	34,3	13	17,1	9	11,8	5	6,6	2	2,6	0	0	76	100
Doğu Anadolu	0	0	18	31,5	11	19,3	12	21,1	6	10,5	8	14	1	1,8	1	1,8	57	100
Güney D. An.	3	5,5	20	37,1	14	25,9	9	16,7	5	9,3	3	5,5	0	0	0	0	54	100

Öğrenim durumu açısından da TBMM ağırlıklı olarak yüksek öğrenim görmüş bir milletvekili profiline sahiptir. 500 milletvekili bu şekilde yüksek öğrenim görmüşlerdir. Dolayısıyla yüksek öğrenim gören milletvekilleri her kategoride katılım göstermişlerdir. Ancak yüksek öğrenim gören milletvekillerinin %5'i, lise mezunu milletvekillerinin %6,5'ü yasama etkinliğine katılmamışlardır (Tablo.8). Buna karşılık ortaokul ve ilkokul mezunları içinde yasama etkinliğine katılmayan milletvekili yoktur. Ancak bu milletvekillerinin katılım yoğunlukları yüksek öğrenim ve lise mezunlarının daha gerisindedir.

21. dönem milletvekili profili içinde uğraş alanları açısından en kalabalık grubu 82 kişi ile mühendis-mimar-

teknik uzman grubu oluşturmaktadır. Bu grubu 74 kişi ile bürokratlar, 64 kişi ile öğretim üyeleri, 62 kişi ile işadami-tüccar grubu izlemektedir. İşçi ve sendika temsilcileri 5 kişi ile, hakim ve savcılar 4 kişi ile en küçük grupları oluşturmaktadırlar. Daha farklı bir değerlendirme ile Meclis'te 190 kişinin devlet kurumlarında çalıştıkları, 199 kişinin uzmanlığa dayalı serbest meslek ile uğraştığı, 132 kişinin özel sektörü temsil ettiği, 5 kişinin işçi kesiminden olduğu, 22 kişinin de çiftçilikle uğraştığı belirtilebilir. Bu dağılım 21. Dönemde Meclis'te serbest meslek-bürokrasi grubunun uğraş alanına ait çıkarlar açısından daha baskın bir konumda bulunduğunu göstermektedir. Çeşitli özel sektör gruplarının Meclis içindeki ağırlığı da küçümsenmeyecek düzeydedir (Tablo.9).

Tablo.6: Milletvekilinin Partisi/Yasama Etkinliği

	0		1-5		6-10		11-15		16-20		21-25		26-35		36-50		T	T%
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
ANAP+YP	6	8	36	48	22	29,4	8	10,7	1	1,3	2	2,6	0	0	0	0	75	100
DSP+YTP+CHP+ÖDP	11	8,7	44	35	57	45,2	12	9,5	2	1,6	0	0	0	0	0	0	126	100
DYP	5	6,1	24	29,3	34	41,4	12	14,6	3	3,7	1	1,2	0	0	3	3,7	82	100
MHP+BBP	4	3,1	21	16	32	24,5	38	29	21	16	11	8,4	2	1,5	2	1,5	131	100
SP+AKP	0	0	7	6,6	20	18,8	28	26,5	23	21,7	23	21,7	5	4,7	0	0	106	100
BAĞIMSIZ	1	3,6	13	46,4	6	21,4	4	14,2	1	3,6	2	7,2	1	3,6	0	0	28	100

Tablo.7: Milletvekilinin Doğum Tarihi/Yasama Etkinliği

	0		1-5		6-10		11-15		16-20		21-25		26-35		36-50		T	T%
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
1911-1920	0	0	1	50	1	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	100
1921-1930	2	14,2	7	50	2	14,2	2	14,2	1	7,2	0	0	0	0	0	0	14	100
1931-1940	7	11,2	16	25,6	21	33,6	12	19,2	1	1,6	2	3,2	0	0	1	1,6	60	100
1941-1950	14	6,8	58	28	65	31,4	25	12,1	18	8,7	20	9,7	3	1,4	4	1,9	207	100
1951-1960	3	1,4	50	23,5	60	28,5	50	23,5	25	11,5	15	7	3	1,4	0	0	210	100
1961-1969	1	1,8	12	21,6	21	37,5	12	21,6	3	5,4	2	3,6	2	3,6	0	0	55	100

Tablo.8: Milletvekilinin Öğrenim Durumu/Yasama Etkinliği

	0		1-5		6-10		11-15		16-20		21-25		26-35		36-50		T	T%
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Yüksek	25	5	129	25,8	150	30	96	19,2	48	9,6	39	7,8	8	1,6	5	1	500	100
Lise	2	6,5	9	29,1	14	45,2	3	9,6	2	6,4	1	3,2	0	0	0	0	31	100
Ortaokul	0	0	3	27,3	4	36,3	2	18,2	2	18,2	0	0	0	0	0	0	11	100
İlkokul	0	0	3	50	2	33,3	1	16,7	0	0	0	0	0	0	0	0	6	100

Tablo.9: Milletvekilinin Uğraş Alanı/Yasama Etkinliği

	0		1-5		6-10		11-15		16-20		21-25		26-35		36-50		T	T%
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Öğretim Üyesi	6	9,4	13	20,3	18	28,1	17	26,6	5	7,8	5	7,8	0	0	0	0	64	100
Bürokrat	8	10,9	23	31,1	17	22,9	12	16,2	2	2,7	8	10,8	2	2,7	2	2,7	74	100
Sğlk Gr. Ser Mes.	0	0	11	23,9	18	39,1	7	15,2	4	8,7	4	8,7	2	4,4	0	0	46	100
Avukat	2	3,6	15	26,8	12	21,4	11	19,6	9	16,1	6	10,7	0	0	1	1,8	56	100
Mühendis	3	3,6	24	29,3	23	28,1	19	23,2	10	12,2	2	2,4	1	1,2	0	0	82	100
İş Adamı	1	1,6	15	24,2	25	40,3	11	17,7	5	8,1	5	8,1	0	0	0	0	62	100
Hakim-Savcı	0	0	1	25	1	25	1	25	0	0	0	0	0	0	1	25	4	100
Mali Müşavir	0	0	3	20	7	46,7	1	6,7	2	13,2	1	6,7	1	6,7	0	0	15	100
Sanayici	1	4,5	6	27,4	8	36,3	4	18,3	1	4,5	2	9	0	0	0	0	22	100
Çiftçi	3	13,6	9	40,9	6	27,3	2	9,1	2	9,1	0	0	0	0	0	0	22	100
İşçi-Sendikacı	0	0	2	40	1	20	1	20	0	0	1	20	0	0	0	0	5	100
Özel Sekt. Yön.	2	4,2	17	35,4	19	39,6	6	12,5	3	6,3	1	2	0	0	0	0	48	100
Memur-Öğretm.	1	2,1	5	10,4	15	31,2	10	20,8	9	18,8	5	10,4	2	4,2	1	2,1	48	100

Genel etkinlik açısından bu dağılıma bakıldığında sayısal olarak daha az olmalarına karşı çiftçilerin %13,6 oranında yasama etkinliğine katılmamaları dikkat çekicidir. Sayısal azlıklarına rağmen işçilerle, hakim ve savcıların aktif bir tutum sergiledikleri söylenebilir. Bürokratların yaklaşık %41'inin hiç imzası olmayanlarla 1-5 kategorisinde olması dikkat çekicidir. Bu bürokratların yasama faaliyetlerindeki etkinlikleri yüksek olmakla birlikte, grup kendi içerisinde önemli oranda bir pasif milletvekili sayısını barındırmaktadır. Öğretim üyeleri çok aktif olmamakla birlikte dengeli bir dağılım göstermektedirler. Serbest meslek grubu (sağlık, avukat, mühendisler, mali müşavirler) en aktif uğraş alanı grubu olarak değerlendirilebilir. Bu grup hemen her kategoride katılımında bulunduğu gibi, katılmama konusunda da en düşük orana sahip grubu oluşturmaktadırlar. Bu gruba memur ve öğretmenler izlemekte, özel sektör temsil eden gruplar ise (sanayici, tüccar, özel sektör yöneticileri) belirli bir ağırlığa sahip bulunmaktadır. Dolayısıyla genel yasama etkinliği açısından, sayısal açıdan kalabalık olan bürokrat ve öğretim üyelerinin oransal açıdan serbest meslek grubu, memur-öğretmen ve özel sektör temsilcilerinin daha gerisinde kaldıkları söylenebilir.

IV. ULUSAL DÜZENLEMELER VE YASAMA ETKİNLİĞİ

Bu başlık altında milletvekilinin uğraş alanı ve temsil ettiği il ve bölgeyle ilgili olmayan, yine başka bir özel durum ve çıkarı desteklemeyen yasa önerileri incelenmektedir (Bu grup altında toplanan yasa önerilerine; RTÜK'ün basın kartlı asgari ve zorunlu personel sayısını belirleme yetkisinin bu kurumdan alınarak, kanun tarafından doğrudan belirlenmesini içeren ve bu amaçla 3984 sayılı yasada ve Basın Yasasında değişiklik getiren 113 sayılı yasa önerisi; yine Türk Ceza Kanunun'da düzenlenen para cezalarının günün şartlarına göre yeniden belirlenmesini içeren 181 sayılı yasa önerisi örnek olarak verilebilir). Çalışmada bu kapsamda toplam 247 yasa önerisi değerlendirilmiştir.

Ulusal düzenlemeye dönük yasa önerisine imza atmayan milletvekillerine il düzeyinde baktığımızda Gümüşhane, Kars ve Kilis milletvekillerinin (toplam 7 kişi) hiç birinin genel düzenlemeye yönelik yasa önerisi vermedikleri, buna karşılık Adıyaman, Ağrı, Aydın, Bingöl, Bitlis, Bolu, Burdur, Edirne, Erzurum, Hakkari, Hatay, Muğla, Nevşehir, Tunceli, Batman, Bartın, Ardahan, Iğdır ve Karabük milletvekillerinin tamamının genel düzenlemeye ilişkin yasa önerilerine imza verdikleri görülmektedir. Dikkat edilirse bu açıdan küçük kentlerden gelen milletvekilleri ile, büyük kent milletvekilleri arasında bir ayırım söz konusu değildir. Hatta küçük kent milletvekillerinin genele dönük yasa önerileri konusunda daha aktif bir tutum sergiledikleri söylenebilir. Örneğin 68 İstanbul milletvekillerinden 35'i (%51,4), 24 İzmir milletvekillerinden 8'i (%33,3), 28 Ankara milletvekilinden 7'si (%25), genel yasa önerisine imza atmamışlardır. Adana, Bursa, Eskişehir, Gaziantep, Kayseri, Kocaeli, Konya gibi büyük kentlerde ağırlık genele dönük yasa önerilerindedir. Ancak bu illerde hiç öneri vermeyen milletvekilleri bulunmaktadır. Antalya'da genel yasa önerisine imza atmayan milletvekili sayısı il milletvekillerinin yarısıdır (6 kişi %50).

Bölgeler açısından dağılıma bakıldığında sırasıyla Marmara, İç Anadolu, Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri milletvekillerinin ulusal düzenlemelere dönük yasa önerilerine daha az katkı yaptıkları, en fazla katkının ise Ege Bölgesinden geldiği görülmektedir (Tablo.10). Hiç vermeyenlerle bir öneriye imza atanların oranı Marmara Bölgesinde %59'u, İç Anadolu Bölgesinde %60'ı, Güneydoğuda %70'i bulmaktadır. Buna karşılık Doğu Anadolu ve Akdeniz milletvekilleri içinde 1 öneriye imza atan milletvekilleri çoğunluktadır.

Genele dönük düzenlemeler konusunda Ege Bölgesi daha aktif bir dağılım göstermektedir. Genel olarak yoğunlaşma 1 öneride kalmaktadır. Meclis'te en kalabalık grubu oluşturan Marmara Bölgesi'nde 10'dan fazla öneri sunan bir milletvekili bulunmaktadır.

Tablo.10: Milletvekilinin Bölgesi/Yasama Etkinliği

	0		1-3		4-6		7-10		11-19		20-30		T	T%
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Marmara	43	33,3	63	48,9	19	14,7	4	3,1	0	0	0	0	129	100
Ege	15	21,1	33	46,5	21	29,6	1	1,4	1	1,4	0	0	71	100
Akdeniz	21	30,9	37	54,4	9	13,2	1	1,5	0	0	0	0	68	100
İç Anadolu	32	34,4	45	48,4	15	16,1	0	0	0	0	1	1,1	93	100
Karadeniz	26	34,2	38	50	10	13,2	2	2,6	0	0	0	0	76	100
Doğu Anadolu	15	26,3	38	66,7	2	3,5	0	0	2	3,5	0	0	57	100
G.Doğu Anadolu	18	33,3	34	63	2	3,7	0	0	0	0	0	0	54	100

Partiler açısından dağılıma bakıldığında genel düzenlemelere ilgisizlik açısından DYP (37,8), MHP+BBP (37,4) ve ANAP+YP (29,3)'nin ilk üç sırada geldikleri görülmektedir (Tablo.11). Ancak MHP+BBP ve DYP dışındaki gruplarda oranların birbirlerine yakın bulunduğu belirtilmelidir. Katılmayanlar ve yalnızca 1 öneriye imza atanlar açısından dağılıma bakıldığında ise DSP+YTP+CHP+ÖDP grubu dışındaki diğer tüm grupların milletvekillerinin yarısından fazlasının (MHP+BBP'nin milletvekillerinde yaklaşık %70) bu iki kategoride yer aldığı görülmektedir. Genele ilişkin düzenlemelerde Meclis'in sol kanadının daha aktif bir tutum sergilediği söylenebilir.

Uğraş alanına ait dağılım ve ulusal düzenleme ilişkisine bakıldığında çiftçi, tüccar-işadamları gruplarının genel düzenlemelere daha ilgisiz kaldıkları söylenebilir. Her iki grubun da yarıya yakını genel düzenlemelere ilişkin yasa önerilerine imza vermemişlerdir. Buna karşılık hakim ve savcılar içinde bu alanda önerge vermeyen milletvekili bulunmamaktadır. Öğretim üyeleri ve bürokratlar sayıca fazla olmalarına rağmen önemli ölçüde pasif bir milletvekili grubu barındırmaktadırlar. Buna karşılık genel düzenlemelerde çok aktif katılım sergileyen milletvekillerinin tamamı bürokrasi

kökenlidir. Avukatlar genel düzenlemeler konusunda aktif sayılabilecek uğraş alanı grupları olarak değerlendirilebilirler. Başka bir ifade ile ulusal düzenlemelerde hukukçu milletvekilleri aktif bir katılım göstermişlerdir.

V. YEREL ÇIKARLAR ve YASAMA ETKİNLİĞİ

Bu başlık altında, milletvekillerinin seçildikleri il ve yakın bölgesini ilgilendiren veya doğum yeri ile ilgili fayda sağlayıcı öneriler değerlendirilmektedir (Bu grup altında toplanan yasa önerilerine; bir grup Konya milletvekili tarafından verilen Konya Ovası ve Orta Anadolu Bölge kalkınma İdaresi Kuruluş ve Görevleri Hakkındaki yasa önerisi; yine Kayseri ilinde Kayseri Teknik Üniversitesi adı altında yeni bir üniversite açılması yönündeki yasa önerisi örnek olarak verilebilir). Yine kendi bölgesine bir kazanım sağlamak amacıyla, milletvekilinin başka bir yerel talebi dile getiren öneriye imza atması durumu da bu çerçevede değerlendirilmektedir. Örneğin kendi iline üniversite açılması için öneri veren bir milletvekilinin, bu öneriye imza atan başka bir milletvekilinin kendi iline üniversite açılması için verdiği öneriyi desteklemesi gibi.

Tablo.11: Milletvekilinin Partisi/Yasama Etkinliği

	0		1-3		4-6		7-10		11-19		20-30		T	T%
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
ANAP+YP	22	29,3	38	50,7	14	18,7	1	1,3	0	0	0	0	75	100
DSP+YTP+ CHP+ÖDP	32	25,4	61	48,4	30	23,8	3	2,4	0	0	0	0	126	100
DYP	31	37,8	40	48,9	7	8,5	3	3,6	0	0	1	1,2	82	100
MHP+BBP	49	37,4	63	48,1	17	13	0	0	2	1,5	0	0	131	100
SP+AKP	27	25,5	69	65,1	8	7,5	2	1,9	0	0	0	0	106	100
BAĞIMSIZ	9	32,1	17	60,8	2	7,1	0	0	0	0	0	0	28	100
G.Doğu Anadolu	18	33,3	34	63	2	3,7	0	0	0	0	0	0	54	100

Tablo.12: Milletvekilinin Uğraş Alanı/Ulusal Yasama Etkinliği

	0		1-3		4-6		7-9		11-19		30		T	T%
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Öğretim Üyesi	20	31,2	34	53,2	10	15,6	0	0	0	0	0	0	64	100
Bürokrat	26	35,2	36	48,6	7	9,5	1	1,3	3	4,1	1	1,3	74	100
Sağlık Gru. Serb.	10	21,7	31	67,4	5	10,9	0	0	0	0	0	0	46	100
Avukat	12	21,4	26	46,4	13	23,3	5	8,9	0	0	0	0	56	100
Mühendis	29	35,4	37	45,1	15	18,3	1	1,2	0	0	0	0	82	100
İş Adamı	28	45,2	31	50	3	4,8	0	0	0	0	0	0	62	100
Hakim-Savcı	0	0	2	50	2	50	0	0	0	0	0	0	4	100
Mali Müşavir	2	13,3	11	73,3	1	6,7	1	6,7	0	0	0	0	15	100
Sanayici	8	36,4	13	59	1	4,6	0	0	0	0	0	0	22	100
Çiftçi	11	49,5	11	49,5	0	0	0	0	0	0	0	0	22	100
İşçi-Sendikacı	1	20	3	60	1	20	0	0	0	0	0	0	5	100
Özel Sektör Yön.	13	27,1	22	45,8	13	27,1	0	0	0	0	0	0	48	100
Memur-Öğretmen	10	20,8	31	64,6	7	14,6	0	0	0	0	0	0	48	100

21. Dönemde 34 ilin milletvekillerinin tamamının yerel çıkarlara ilişkin yasa önerilerine imza verdikleri görülmektedir. Bu iller içinde Kocaeli, Manisa, Kahramanmaraş ve Diyarbakır gibi nüfus olarak önde gelen iller bulunmaktadır. Bunun dışındakiler 6 ve aşağı sayıda milletvekili çıkaran illerdir. Ağırlık Meclis'e 3 veya 2 temsilci gönderen küçük illerde. Yine Antalya, Kayseri, Trabzon, Şanlıurfa milletvekillerinin de yerel çıkarlara dönük önerilerde etkin oldukları görülmektedir. Buna karşılık büyük kentlerin milletvekilleri yerel konularda daha pasif bir tutum izlemişlerdir. Ankara'da 9 (%32,1), İstanbul'da 26 (%38,2), İzmir'de 8 (%33,3), Adana'da 5 (%35,7) milletvekili yerel önerilere imza vermemişlerdir. Pasif tutum yalnızca TBMM'ye çok milletvekili gönderen illere özgü bir olgu değildir. Örneğin Aydın, Malatya, Kırklareli, Sinop ve Çanakkale gibi Meclis'e az sayıda milletvekili gönderen illerde de yerel nitelikteki önerilere soğuk bir tutum görülmektedir.

Marmara Bölgesi milletvekilleri yerel çıkarlarla ilişkin önerilerde daha pasif bir tutuma sahiptirler. Bu bölgeyi Ege Bölgesi izlemektedir. Marmara Bölgesi milletvekillerinin %74'ü ya hiç önerge vermemiş ya da bir ile üç arasında öneriye imza atmışlardır (Tablo.13). Karadeniz ve İç Anadolu Bölgesi milletvekillerinin (Ankara dışında) yerel konulara oldukça duyarlı bir tutum sergiledikleri, Akdeniz, Doğu ve Güney Doğu Anadolu Bölgesi milletvekillerinin bu iki bölgeyi izledikleri görülmektedir.

Yerel çıkarlarla partiler arasındaki ilişkiye bakıldığında ise SP+AKP ile MHP+BBP SP+AKP grubunda yerel çıkarlarla ilişkili öneri vermeyen milletvekili oranı %2,8 gibi oldukça düşük bir düzeydedir. Bu oran DSP+YTP+CHP+ÖDP grubunda %48,4'e ulaşmaktadır. MHP+BBP grubunda ise yerel çıkarlarla ilgili öneriye imza atmayanlar %7,6 ile ikinci en az oranı oluşturmaktadırlar. DSP+YTP+CHP+ÖDP grubu yerel çıkarlara karşı en soğuk tutuma sahip gruptur.

Bunu %30,7 ile ANAP+YP; %20,7 ile DYP izlemektedir. Meclis'in en sağdaki kanadının 21. dönem yasama etkinliğinde yerel çıkarlarla ilişkin daha aktif bir tutum içinde olduğu, buna karşılık sol kanadın bu alanda oldukça pasif bir etkinlik dönemi geçirdiği söylenebilir.

Yerel çıkarlarla ilgili yasama etkinliğine katılımda da SP+AKP ve MHP+BBP grubu oldukça aktiftir. ANAP+YP grubunu %56'sı 1-3 kategorisinde önergeye imza atmışlardır. Aynı kategoride MHP+BBP oranı %32,8 iken bir sonraki (4-6) kategoride ANAP %12'ye gerilerken, MHP grubu %45,1'e yükselmektedir. SP+AKP grubu ise en aktif gruptur. Bu grup 7-9 kategorisinde %34,9 oranında bir katılım göstermektedir.

Uğraş alanları açısından yerel çıkarlara ait yasa önerilerine bakıldığında özel sektör yöneticilerinin bu konuda en pasif grubu, memur-öğretmen grubunun ise en aktif grubu oluşturduğu, bu grubu işadamları, tüccar ve sağlıkla ilgili serbest meslek grubundan gelen milletvekillerinin izlediği görülmektedir (Tablo.15). Buna karşılık muhasebeci- mali müşavir, mühendis ve teknik elemanlar, sanayiciler, çiftçiler ve avukatlar daha pasif bir tutum içerisindedir. Çiftçilerin yerel konularla ilgili daha pasif bir tutum sergilemeleri dikkat çekicidir.

Bir diğer dikkat çekici bulgu öğretim üyelerinin yerel çıkarlar konusunda gösterdikleri aktif tutumdur. Özellikle illere üniversite açılması, ilçelere meslek yüksek okulu kurulması, yeni fakülte açılmasına dönük önerilerde bu gruptan milletvekillerinin aktif bir katılım gösterdikleri ve farklı önerileri destekledikleri gözlenmektedir. Bürokrat, memur-öğretmen grubunun, öğretim üyeleri ile birlikte ele alındığında diğer uğraş alanı gruplarına göre aktif oldukları, başka bir ifade ile kamu görevlilerinin yerel çıkarlarla ilgili önerilerde, özel uğraş alanı gruplarına göre daha aktif davrandıkları belirtilebilir.

Tablo.13: Milletvekilinin Bölgesi/Ulusal Yasama Etkinliği

	0		1-3		4-6		7-9		10-12		13-19		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Marmara	44	34,1	52	40,3	19	14,7	9	7	4	3,1	1	0,8	129	100
Ege	17	23,9	38	53,5	14	19,8	1	1,4	1	1,4	0	0	71	100
Akdeniz	12	17,6	25	36,9	18	26,5	9	13,2	4	5,8	0	0	68	100
İç Anadolu	19	20,4	32	34,4	23	24,7	15	16,1	2	2,2	2	2,2	93	100
Karadeniz	10	13,1	33	43,4	20	26,4	7	9,3	4	5,2	2	2,6	76	100
Doğu Anadolu	11	19,3	20	35,2	14	24,6	9	15,7	2	3,5	1	1,7	57	100
Güney D. And	8	14,8	27	50	12	22,2	5	9,3	2	3,7	0	0	54	100

Tablo.14: Milletvekilinin Partisi/Ulusal Yasama Etkinliği

	0		1-3		4-6		7-9		10-12		13-19		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
ANAP+YP	23	30,7	42	56	9	12	1	1,3	0	0	0	0	75	100
DSP+YTP+ CHP+ÖDP	61	48,4	60	47,6	4	3,2	1	0,8	0	0	0	0	126	100
DYP	17	20,7	47	57,4	15	18,3	1	1,2	2	2,4	0	0	82	100
MHP+BBP	10	7,6	43	32,8	59	45,1	13	9,9	4	3,1	2	1,5	131	100
SP+AKP	3	2,8	22	20,8	29	27,4	37	34,9	11	10,3	4	3,8	106	100
BAĞIMSIZ	7	25	13	46,4	4	14,2	2	7,2	2	7,2	0	0	28	100

VI. UĞRAŞ ALANINA AİT ÇIKARLAR VE YASAMA ETKİNLİĞİ

Bu kategoride milletvekilinin yürüttüğü uğraş alanı ve üyesi bulunduğu meslek örgütleri ve derneklerle ilgili olarak verdiği veya desteklediği öneriler yer almaktadır (Bu grup altında toplanan yasa önerilerine; 547 sayılı Devlet Memurları Yasasına sağlık hizmetleri tazminatı konusunda değişiklik yapılmasını içeren 547 sayılı yasa önerisi; yine Gümrük Yasasında değişikliğe gidilerek, Gümrük Komisyoncusu Yardımcılarına iki yıl süre ile sınav şartı aranmaksızın Komisyoncu belgesi verilmesini içeren yasa önerisi örnek olarak verilebilir). 21. Dönem yasama etkinliği uğraş alanına ait çıkarlar açısından yoğun bir yasama etkinliğine sahne olmamıştır. Genel değerlendirmede uğraş alanına ait çıkarlarla ilgili öneriler 134 ile 4. sıradadır. Öncelikle bölgesel açıdan bu

önerilerde katılmama eğilimi tüm bölgelerde %69'un üstündedir. Oransal olarak Marmara ve Ege Bölgesinde daha duyarlı bir tutum gözlenmektedir. Güneydoğu ve Karadeniz Bölgeleri'nde ise oldukça pasif bir tutum sergilenmiştir.

Genel dağılıma bakıldığında, belirtildiği gibi Ege Bölgesi'nin ve Marmara Bölgesi milletvekillerinin bu konuda daha aktif oldukları belirtilebilir (Tablo 16).

Partisel dağılıma bakıldığında uğraş alanına ait çıkarlar konusunda MHP+BBP ve DSP+YTP+CHP+ÖDP gruplarının biraz daha aktif oldukları belirtilebilir. En pasif grubun SP+AKP grubu olduğu, genelde pasif tutum gösterse de ANAP+YP grubunun bu konuda bazı aktif milletvekillerine sahip bulunduğu gözlenmektedir (Tablo.17).

Tablo.15: Milletvekilinin Uğraş Alanı/Yerel Yasama Etkinliği

	0		1-3		4-6		7-9		10-12		13-19		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Öğretim Üyesi	14	21,8	23	35,9	18	28,2	5	7,8	4	6,3	0	0	64	100
Bürokrat	14	16,7	35	53,6	11	13,1	10	11,9	3	3,5	1	1,2	74	100
Sağlık Gru.	8	17,4	18	39,1	11	23,9	4	8,7	4	8,7	1	2,2	46	100
Serbest Mes.														
Avukat	13	23,2	23	41,1	14	25	6	10,7	0	0	0	0	56	100
Mühendis	22	26,8	35	42,8	16	19,5	6	7,3	1	1,2	2	2,4	82	100
İş Adamı	10	16,1	26	42	19	30,6	5	8,1	1	1,6	1	1,6	62	100
Hakim-Savcı	0	0	3	7,5	1	2,5	0	0	0	0	0	0	4	100
Mali Müşavir	4	26,6	6	40	1	6,7	3	20	1	6,7	0	0	15	100
Sanayici	6	27,3	8	36,4	3	13,6	3	13,6	2	9,1	0	0	22	100
Çiftçi	6	27,4	11	50	4	18,1	1	4,5	0	0	0	0	22	100
İşçi-Sendikacı	1	20	3	60	0	0	1	20	0	0	0	0	5	100
Özel Sektör Yön.	16	33,3	23	48	7	14,5	2	4,1	0	0	0	0	48	100
Memur-Öğretm.	7	14,6	13	27,1	15	31,2	9	18,7	3	6,2	1	2,2	48	100

Tablo.16: Milletvekilinin Bölgesi/Uğraş Alanına Ait Yasama Etkinliği

	0		1		2		3		4		5		7		8		10		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Marmara	89	69	27	20,9	8	6,2	2	1,5	1	0,8	0	0	1	0,8	1	0,8	0	0	129	100
Ege	50	70,4	15	21,2	2	2,8	1	1,4	0	0	2	2,8	1	1,4	0	0	0	0	71	100
Akdeniz	51	75	10	14,8	5	7,3	2	2,9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	68	100
İç Anadolu	69	74,2	17	18,3	3	3,2	2	2,1	0	0	1	1,1	0	0	0	0	1	1,1	93	100
Karadeniz	65	85,6	9	11,8	2	2,6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	76	100
Doğu Anadolu	45	78,9	6	10,5	5	8,8	0	0	0	0	1	1,8	0	0	0	0	0	0	57	100
Güney D. And	46	85,2	8	14,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	54	100

Tablo.17: Milletvekilinin Partisi/Uğraş Alanına Ait Yasama Etkinliği

	0		1		2		3		4		5		7		8		10		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
ANAP+YP	59	77,6	11	14,6	3	3,9	1	1,3	0	0	0	0	1	1,3	0	0	0	0	75	100
DSP+YTP+CHP+ÖDP	87	69	29	23	7	5,6	1	0,8	0	0	1	0,8	0	0	1	0,8	0	0	126	100
DYP	64	78	11	13,5	5	6,1	1	1,2	1	1,2	0	0	0	0	0	0	0	0	82	100
MHP+BBP	97	74	27	20,6	4	3,1	3	2,3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	131	100
SP+AKP	87	82,1	15	14,2	4	3,7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	106	100
BAĞIMSIZ	21	75	2	7,1	2	7,1	0	0	0	0	1	3,6	1	3,6	0	0	1	3,6	28	100

Uğraş alanı grupları ile uğraş alanına ait çıkarlar arasındaki ilişkiye bakıldığında muhasebeci-mali müşavirler uğraş alanı grubunun en aktif grubu temsil ettikleri belirtilebilir. Bunu öğretim üyeleri ve çiftçiler izlemektedir (Tablo 18).

Bürokratlar genelde aktif bir katılım göstermeseler de, uğraş alanına ait çıkarlarla ilgili aktif milletvekilleri barındırmaktadırlar. Memur-öğretmen grubu ve sanayiciler uğraş alanına ait çıkarlarla ilgili en pasif uğraş alanı grubunu oluşturmaktadırlar. Yerel çıkarlara karşı ilgisiz çiftçilerin uğraş alanına ait çıkarlar konusunda daha aktif olmaları, tersine yerel çıkarlar konusunda aktif bir tutuma sahip bulunan memur-öğretmen grubunun uğraş alanına ait çıkarlar konusunda daha pasif bir tavır sergilemeleri dikkat çekicidir.

Öğretim üyeleri dışında kamu çalışanlarının uğraş alanına ait çıkarlar konusunda daha ilgisiz kaldıkları, buna karşılık diğer uğraş alanı gruplarının da uğraş alanına ait çıkarlar konusunda aktif bir etkinlik sergilemedikleri belirtilebilir. Sanayicilerde, sendikacı-işçi milletvekilleri içinde teknik elemanlarda özel sektör yöneticilerinde uğraş alanına ait çıkarlar paralelinde yasama etkinliği derecesi oldukça düşüktür.

VII. SİYASET, PARTİ POLİTİKALARI VE MİLLETVEKİLİ DAVRANIŞI

Son olarak milletvekillerinin kendi partilerinin kamuoyunda temsil ettiği çıkarları temsil eden parti lideri, yöneticisi, grup başkanı milletvekillerinin öncülük ettiği

yasa önerileri ile yine genel parti politikasını yansıtmakta belirleyici olan ve 21. Dönem yasama etkinliklerinde önemli bir yeri olan anayasa değişiklikleri ile ilgili yasa önerileri aynı grupta toplanarak değerlendirilmektedir. Ayrıca doğrudan siyasal hayatın işleyişini ilgilendiren öneriler de bu değerlendirmeye eklenmiştir. Bu grup altında milletvekillerinin kendi partisi ve siyaset uğraş alanı ile yakından ilgili önerilerdeki tutumu analiz edilmeye çaba harcanmaktadır. Yine analiz bölgesel, partisel ve uğraş alanı düzeyinde yapılmaktadır.

Bölgesel açıdan parti politikaları ve milletvekillerinin eğilimi incelendiğinde genel olarak bütün bölgelerde parti politikalarını yansıtan önerilere katılımın yüksek olduğu görülmektedir (Tablo.19). Bütün bölgelerde katılmama oranı yaklaşık olarak %20 ve altındadır. Buna karşılık, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Marmara Bölgesi, İç Anadolu ve Ege Bölgesi katılmama eğilimi açısından önde gelmektedir. Ülkenin en geri kalmış bölgesinin üç gelişmiş bölgenin önünde gelmesi dikkat çekicidir. Parti politikalarına uyumluluğun, bireysel milletvekili davranışının öne çıktığı daha çok gelişmiş bölge temsilcilerinin özelliği olduğu varsayıldığında bu durum önem kazanmaktadır.

Güney Doğu Anadolu Bölgesi'nden gelen milletvekillerinin partinin genel politikası konusunda oransal olarak en isteksiz grubu oluşturdukları görülmektedir. En uyumlu bölgeler ise Doğu Anadolu, Karadeniz ve Akdeniz Bölgeleridir.

Tablo.18: Milletvekilinin Uğraş Alanı/Uğraş Alanına Ait Yasama Etkinliği

	0		1		2		3		4		5		7		8		10		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Öğretim Üyesi	38	59,4	19	29,7	4	6,2	3	4,7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	64	100
Bürokrat	61	82,5	5	6,9	3	4,1	1	1,3	0	0	2	2,6	1	1,3	0	0	1	1,3	74	100
Sağlık Gru.	30	65,3	10	21,7	4	8,8	0	0	0	0	1	2,1	0	0	1	2,1	0	0	46	100
Serbest Mes.																				
Avukat	38	67,8	12	21,5	3	5,3	1	1,8	0	0	1	1,8	1	1,8	0	0	0	0	56	100
Mühendis	64	76,8	11	13,2	6	7,2	1	1,2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	82	100
İş Adamı	54	86,4	7	11,2	1	1,6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	62	100
Hakim-Savcı	3	75	1	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	100
Mali Müşavir	6	39,6	8	52,8	1	6,6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	100
Sanayici	19	85,5	3	13,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	100
Çiftçi	15	17,5	4	18	2	9	0	0	1	4,5	0	0	0	0	0	0	0	0	22	100
İşçi-Sendikacı	4	80	1	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	100
Özel Sek. Yön.	41	86,1	5	10,5	1	2,1	1	2,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	48	100
Memur-Öğrt.	42	88,2	6	12,6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	48	100

Tablo.19: Milletvekilinin Bölgesi/Parti Politikası Yasama Etkinliği

	0		1-3		4-6		7-9		10-12		13-15		16-18		19+		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Marmara	24	18,6	52	40,3	28	21,7	15	11,6	9	7	0	0	0	0	1	0,8	129	100
Ege	13	18,3	27	38,1	18	25,4	7	9,8	3	4,2	2	2,8	1	1,4	0	0	71	100
Akdeniz	7	10,3	20	29,4	16	23,5	10	14,7	8	11,8	5	7,3	0	0	2	3	68	100
İç Anadolu	18	19,3	28	30,1	19	20,4	19	20,4	6	6,5	2	2,2	0	0	1	1,1	93	100
Karadeniz	9	11,8	27	35,5	22	29	12	15,8	4	5,3	0	0	1	1,3	1	1,3	76	100
Doğu Anadolu	7	12,3	14	24,6	17	29,8	9	15,8	4	7	4	7	2	3,5	0	0	57	100
Güney D. And	11	20,4	18	33,3	15	27,8	6	11,1	2	3,7	2	3,7	0	0	0	0	54	100

Partiler açısından dağılıma bakıldığında; parti politikasına en uyumlu grubun SP+AKP grubu olduğu görülmektedir (Tablo.20). Bu grup her kategoride katılım gösterdiği gibi, %3,8 gibi çok düşük bir düzeyde katılmama davranışı sergilemiştir. En uyumsuz grubu ise ANAP+YP milletvekilleri oluşturmaktadırlar. Bu grupta %40 oranında bir katılmama oranı bulunmaktadır. SP+AKP ve MHP+BBP grubu milletvekillerinin parti politikaları doğrultusunda daha aktif bir katılım sergiledikleri, diğer partilerde ise katılımın 1-6 kategorisi içinde yoğunlaştığı görülmektedir.

Uğraş alanı açısından parti politikalarına yönelik eğilimlerin dağılımına bakıldığında, en uyumlu grubun sağlık ve memur-öğretmen uğraş alanı grupları olduğu görülmektedir. Özellikle çiftçi ve bürokratların parti politikaları konusunda pasif bir kesimi barındırdıkları söylenebilir. Hukukçuların (avukatlar-hakim/savcı) parti politikaları konusunda diğer bir aktif grubu oluşturduğu, bürokratların, memur-öğretmenlerle birlikte bu konuda aktif tutum içinde bulunan milletvekillerini barındırdıkları

belirtilebilir. 13'ten fazla öneriye imza atan milletvekili içinde 6 bürokrat, 5 hukukçu, 4 memur-öğretmen ve 3 öğretim üyesi, diğer uğraş alanı gruplarında ise toplam 6 milletvekili bulunmaktadır (Tablo.21).

Belirtildiği gibi parti politikalarına uyum açısından anayasa değişikliği önerileri önemli bir göstergedir [6]. Anayasal zorunluluk olarak bu öneriler için milletvekili üye tam sayısının 1/3'ünün imzası gerekmektedir. Bu nedenle anayasa değişikliği ile ilgili önerilerde Meclis grubu içinde veya bir diğer partiden katılım sağlanarak önerge verilmesi, dolayısıyla parti içi yönlendirmenin daha görünür hale gelmesi söz konusudur. Ayrıca bu önerilerde partiler arası dağılım, iktidar ve muhalefet partileri arasındaki farklılıklar da parti politikaları ile milletvekili davranışının açıklanmasında aydınlatıcı olabilmektedir. Tablo.22'de görüldüğü gibi hemen her siyasi parti bu konularda aktif tutum içindedir. Anayasa değişiklikleri konusunda imza vermeyen toplam üç milletvekili bulunmaktadır.

Tablo.20: Milletvekilinin Partisi/Parti Politikası Yasama Etkinliği

	0		1-3		4-6		7-9		10-12		13-15		16-18		19+		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
ANAP+YP	30	40	35	46,7	8	10,7	1	1,3	1	1,3	0	0	0	0	0	0	75	100
DSP+YTP+ CHP+ÖDP	20	15,8	68	54	32	25,4	6	4,8	0	0	0	0	0	0	0	0	126	100
DYP	9	11	28	34,1	32	39	8	9,8	1	1,2	0	0	1	1,2	3	3,7	82	100
MHP+BBP	17	12,9	24	18,3	32	24,4	37	28,2	15	11,5	4	3,1	1	0,8	1	0,8	131	100
SP+AKP	4	3,8	24	22,6	24	22,6	25	23,6	16	15,2	10	9,4	2	1,9	1	0,9	106	100
BAĞIMSIZ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100

Tablo.21: Milletvekilinin Uğraş Alanı/Parti Politikası Yasama Etkinliği

	0		1-3		4-6		7-9		10-12		13-15		16-18		19+		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Öğretim Üyesi	12	18,8	17	26,6	20	31,2	7	10,9	5	7,8	3	4,7	0	0	0	0	64	100
Bürokrat	20	27	25	33,8	15	20,3	5	6,8	3	4,1	4	5,4	1	1,3	1	1,3	74	100
Sağlık Gru. Serbest Mes.	4	8,7	19	41,3	11	23,9	6	13,1	4	8,7	2	4,3	0	0	0	0	46	100
Avukat	9	16,1	17	30,4	11	19,6	11	19,6	4	7,1	2	3,6	1	1,8	1	1,8	56	100
Mühendis	10	12,2	29	35,4	26	31,7	11	13,4	4	4,9	1	1,2	0	0	1	1,2	82	100
İş Adamı	9	14,5	19	30,6	15	24,2	11	17,7	7	11,3	1	1,7	0	0	0	0	62	100
Hakim-Savcı	1	2,5	2	5,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2,5	4	100
Mali Müşavir	2	13,3	3	20	5	33,3	4	26,7	1	6,7	0	0	0	0	0	0	15	100
Sanayici	3	13,6	9	40,9	6	27,3	2	9,1	2	9,1	0	0	0	0	0	0	22	100
Çiftçi	7	31,8	7	31,8	6	27,3	2	9,1	0	0	0	0	0	0	0	0	22	100
İşçi-Sendikacı	0	0	3	60	0	0	1	20	1	20	0	0	0	0	0	0	5	100
Özel Sek. Yön	10	20,8	25	52,1	6	12,5	5	10,4	1	2,1	1	2,1	0	0	0	0	48	100
Memur-Öğret.	2	4,2	11	22,9	13	27,1	13	27	5	10,4	1	2,1	2	4,2	1	2,1	48	100

Tablo.22: Milletvekilinin Uğraş Alanı/Parti Politikası Yasama Etkinliği

	0		1		2		3		4		5		6		7		8		9		T	T %
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%				
ANAP+YP	0	0	4	5,3	3	4	3	4	7	9,3	13	17,3	7	9,3	20	26,8	18	24	0	0	75	100
DSP+YTP+ CHP+ÖDP	0	0	0	0	4	3,2	6	4,8	10	7,9	15	11,9	20	15,9	27	21,4	41	32,5	3	2,4	126	100
DYP	2	2,4	33	40,3	38	46,4	5	6,1	0	0	2	2,4	0	0	1	1,2	1	1,2	0	0	82	100
MHP+BBP	0	0	5	3,8	4	3,1	9	6,9	5	3,8	20	15,2	16	12,2	34	26	35	26,7	3	2,3	131	100
SP+AKP	0	0	91	85,9	9	8,5	0	0	0	0	2	1,9	2	1,9	1	0,9	1	0,9	0	0	106	100
BAĞIMSIZ	1	3,6	8	28,6	2	7,1	2	7,1	2	7,1	4	14,3	4	14,3	0	0	5	17,9	0	0	28	100

Yine iktidar partisi milletvekillerinin oldukça aktif bir tutum sergiledikleri görülmektedir. 7'den fazla öneri veren milletvekilleri içinde, ANAP + YP grubu %50; MHP + BBP grubu %55; DSP+YTP+CHP+ÖDP grubu ise %56.3 gibi yüksek oranlı katılım göstermişlerdir. MHP + BBP grubu istisna edilirse, iktidar milletvekilleri için diğer konularda bu kadar aktif bir tutum gözlenmemektedir. Buna karşılık muhalefet partileri daha pasif bir tutum içindedirler.

SP+AKP grubu milletvekillerinin %85.9'u yalnızca 1 önergeye imza atmışlardır. DYP'de ise 1 ve 2 önergeye imza atan milletvekili oranı %86'yi bulmaktadır.

Parti politikalarına uyum ile anayasa değişiklikleri konusunda milletvekili rolleri arasında elde edilen sonuçlarda farklılıklar bulunmaktadır. Parti politikalarına uyumda daha pasif görünen ANAP milletvekillerinin, anayasa değişikliklerinde oldukça aktif oldukları, yine DSP+YTP+CHP+ÖDP grubunun da benzer şekilde aktif tutum sergilediği görülmektedir. Bunda anayasa değişikliklerinde genellikle iktidar partilerinin inisiyatifinde şekillenmesi, dolayısıyla 1/3 çoğunluk koşulu nedeniyle gruplarını bu yönde harekete geçirmiş olmalarının rolü olduğu gibi, değişikliklerin arka planında AB'ye uyum çabalarının bulunduğu düşünüldüğünde, özellikle ANAP'ın parti politikasıyla da çakıştığı belirtilebilir. Genel olarak katılmama oranlarındaki düşüklük partilerin gruplarını harekete geçirmede oldukça etkili olduklarının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Parti politikalarına uyum konusunda dışarıda kalan milletvekili sayısının anayasa değişiklik önerilerine göre biraz daha fazla olması, bu konulardaki önerilerde imza sayısı koşulu bulunmamasında aranmalıdır. Yasal zorunluluk bulunduğu, parti grubunu aktifleştirmektedir.

Parti politikalarına uyum konusunda muhalefet partilerinin, milletvekillerini daha aktif bir biçimde harekete geçirdikleri, buna karşılık anayasa değişikliklerinde iktidar partilerinin öne geçtiği görülmektedir. Bunda muhalefet partilerinin etkinlik alanının meclis, iktidar partilerinin ise hükümet fonksiyonlarında yoğunlaşmış olmasının da rolü bulunmaktadır. Dolayısıyla parti

politikalarının gündeme gelmesinde muhalefet partileri için meclis etkinliği, dolayısıyla grubun bu doğrultudaki aktif tutumu daha önem kazanmaktadır. 21. Dönem için MHP+BBP grubunun her iki açıdan da aktif bir tutum içinde bulunduğu altının çizilmesi gerekmektedir. Bu grup hem parti politikalarına uyum, hem de anayasa değişikliklerinde grubunu aktif bir biçimde harekete geçirmiştir. Bu partinin, hükümet etkinliği yanında, parti grubunu yasama etkinliği içinde de aktif kıldığını göstermektedir.

Parti politikalarına uyum ve anayasa değişikliklerinde aktif bir katılım sergileyen milletvekilleri, siyasal hayatın düzenlenmesine ilişkin önerilere imza atmak konusunda benzer bir tutum göstermemişlerdir. Bu konuda 21. dönem yasama etkinliği oldukça sınırlı kalmış, sınırlı sayıdaki girişime de aktif bir katılım gösterilmemiştir (Tablo 23).

Meclis'in %85.8'i bu tip herhangi bir yasa öneri imza vermemiştir. Partilerin katılmama eğilimi de %60'ın üzerindedir. DSP+YTP+CHP+ÖDP grubunda bu %97'yi, MHP + BBP grubunda %93'ü, DYP'de %87'yi bulmaktadır. Oransal olarak en aktif grup SP + AKP grubudur. Bu grubun katılım oranı %30'u bulmaktadır. (Meclis'in %15.7'si). İktidar partileri içinde ANAP bu konularda biraz daha aktif bir tutum sergilemiştir.

VIII. SONUÇ

21. dönem yasama etkinliği genel olarak değerlendirildiğinde, anayasa değişiklik önerileri dışarıda bırakılırsa, Milletvekillerinin daha çok yerel çıkarlarla ulusal düzenlemelere dönük önerilerin üzerinde yoğunlaştığı, uğraş alanına ait çıkar ve siyasal hayatın düzenlenmesine ilişkin konularda daha pasif bir tutum sergiledikleri belirtilebilir. Genel etkinlik profilinde, Meclis'in sol kanadının en pasif grubu oluşturduğu, bu grubu iki merkez sağ partinin izlediği görülmektedir. SP+AKP grubu içinde Meclis yasama etkinliğine katılmayan milletvekili bulunmamaktadır. Genel etkinlik açısından Meclis'in en sağında yer alan partiler daha aktif bir tutum sergilemişlerdir.

Tablo.23: Milletvekilinin Partisi/Siyasal Partiler, Seçim ve Milletvekili Davramışı

	0		1		2		3		5		T	T
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
ANAP+YP	59	78,7	2	2,7	13	17,3	1	1,3	0	0	75	100
DSP+YTP+ CHP+ÖDP	123	97,6	2	1,6	0	0	1	0,8	0	0	126	100
DYP	72	87,9	4	4,9	3	3,6	3	3,6	0	0	82	100
MHP+BBP	122	93,1	6	4,6	2	1,5	1	0,8	0	0	131	100
SP+AKP	74	69,8	25	23,6	6	5,7	0	0	1	0,9	106	100
BAĞIMSIZ	20	71,4	5	17,8	2	7,2	1	3,6	0	0	28	100

Ulusal boyutta düzenleme içeren önerelerde, yukarıdaki aksine, Meclis'in sol kanadı daha aktif bir eğilim göstermektedir. Bu alanda en pasif grup MHP+BBP grubudur. Söz konusu yerel çıkarlar olduğunda roller değişmektedir. En sağdaki partiler yerel çıkarlarla ilgili oldukça aktif bir etkinlik profiline sahiptirler. Bu konuda en pasif grubu Meclis'in sol kanadı oluşturmaktadır. Yerel çıkarlar konusunda duyarlı olan sağ partiler, uğraş alanına ait çıkarlar konusunda kendi içlerinde farklılaşmaktadırlar. Uğraş alanına ait çıkarlar konusunda Meclis içindeki en duyarlı grup MHP+BBP grubudur. SP+AKP grubu ise bu alanda pasif bir tutuma sahiptir. MHP kadar olmasa da Meclis'in sol kanadının uğraş alanına ait çıkarlarla ilgili belli bir duyarlılığa sahip bulunduğu belirtilebilir.

Parti grubu ile yasama etkinliği ilişkisine bakıldığında, anayasa değişikliği önerilerinde iktidar partilerinin gruplarını daha aktif bir biçimde harekete geçirdikleri görülmektedir. Buna karşılık sözkonusu parti politikalarına uyum olduğunda, ibre muhalefet partilerine kaymaktadır. Özellikle SP+AKP grubu, Meclis'i parti politikalarını gündeme getirmekte oldukça aktif biçimde kullanmıştır. İktidar partileri içinde MHP+BBP grubunun istisnai bir durumu söz konusudur. Bu parti her iki konuda da grubunu aktif bir biçimde harekete geçirmiştir. Başka bir deyişle hükümet etkinliğinin öne çıktığı anayasa değişikliklerinde parti grubunu aktif bir biçimde kullandığı gibi, parti politikaları ile ilgili Meclis platformunu kullanmak konusunda da bu parti milletvekilleri aktif bir tutum içinde olmuşlardır. Siyasal hayatın düzenlenmesi ile ilgili pasif bir tutumun Meclis etkinliğine hakim olduğu belirtilebilir.

Genel olarak 21. Dönemde, sol ve merkez sağ partilerin Meclis yasama etkinliğinde en sağdaki partilere göre daha pasif bir tutum içinde oldukları, yerel çıkarlar konusunda en sağdaki partilerin oldukça duyarlı oldukları, yine bu partilerin parti politikalarını gündeme getirmekte Meclis'i daha aktif bir biçimde kullandıklarını, buna karşılık Meclis'in sol kanadının ulusal düzenlemeler ve uğraş alanına ait çıkarlar konusunda daha aktif bir milletvekili bileşimine sahip bulunduğunu belirtebiliriz.

Milletvekillerinin seçildikleri bölge açısından yasama etkinliklerine bakıldığında, ulusal düzenlemeler ve uğraş alanına ait çıkarlara yönelik önerelerde Ege ve Marmara Bölgelerinden gelen milletvekillerinin, buna karşılık, yerel çıkarlar konusunda Karadeniz ve İç Anadolu Bölgelerinden gelen milletvekillerinin daha aktif bir katılım sergiledikleri görülmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölge milletvekilleri ise tüm alanlarda en pasif milletvekili grubunu oluşturmaktadırlar. Bu grubun parti politikalarına uyum konusunda da en isteksiz bölgeyi oluşturdukları görülmektedir.

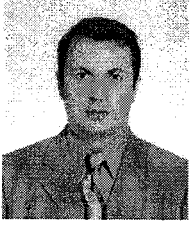
Genel yasama etkinliği göz önüne alındığında büyük kenlerden gelen milletvekillerinin pasif bir tutum sergiledikleri, buna karşılık, uğraş alanına ait çıkarlar ve ulusal düzenlemeler konusunda diğer illere göre daha duyarlı bir yaklaşım sergiledikleri belirtilebilir.

Uğraş alanları açısından yasama etkinliğinde, ulusal düzenlemelerde hukukçu milletvekillerinin daha aktif bir tutum sergiledikleri, yine ulusal düzenlemelerde bürokrat ve öğretim üyesi milletvekillerinin oldukça aktif bir grubu içlerinde barındırdıkları belirtilebilir. Söz konusu yerel çıkarlar olduğunda, memur-öğretmenler, tüccarlar ve sağlık uğraş alanı gruplarının oldukça aktif oldukları, öğretim üyelerinin de yerel çıkarlar konusunda duyarlı bir tutum içinde buldukları söylenebilir. uğraş alanına ait çıkarlar konusunda en aktif uğraş alanı grubu mali müşavir ve muhasebecilerdir. Bu konuda çiftçilerin de aktif bir katılım gösterdikleri belirtilebilir. Parti politikalarına uyum konusunda yerel çıkarlarda olduğu gibi, memur-öğretmenler ve sağlık uğraş alanı gruplarının en uyumlu, buna karşılık çiftçilerin en isteksiz grubu oluşturdukları görülmektedir. Yine parti politikalarına uyum konusunda hukukçu milletvekilleri aktif bir katılım içinde olmuşlardır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] KALAYCIOĞLU, E., *Çağdaş Siyasal Bilim*, Beta, İstanbul, 1984, s.382.
- [2] KALAYCIOĞLU, E., *"Türk Yasama Sistemi ve Siyasal Temsil"*, E. KALAYCIOĞLU - A.Y. SARIBAY (Der), *Türk Siyasal Hayatının Gelişimi*, Beta, İstanbul, 1986, ss.322-327.
- [3] KALAYCIOĞLU, E., *"The Grand National Assembly Of The Post-1983 Multi-Party Era"*. E. ÖZBUDUN (Ed.), *Perspectives on Democracy in Turkey*, Turkish Political Science Association, Ankara, 1988, ss.149-192.
- [4] KALAYCIOĞLU, E., *"Türkiye'de Politik Rejimin Evrimi ve Yasama Sistemi"*, E. KALAYCIOĞLU - A.Y. SARIBAY (Der), *Türkiye'de Politik Değişim ve Modernleşme*, Alfa, İstanbul, 2000, s.282.
- [5] KIŞLALI, A.T., *Siyaset Bilimi*, İmge, Ankara, 1997, s.273.
- [6] ÖZBUDUN, E., *2001 Anayasa Değişiklikleri ve Siyasal Reform Önerileri*, Tesev, İstanbul, 2002.
- [7] RANNEY, A., *Governing- An Introduction to Political Science*, Prentice Hall, New Jersey, 1990, ss.278-279.
- [8] TURAN, İ., *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*, Der, İstanbul, 1986, ss.172-173.

- [9] TURAN, İ., “*Stages of Political Development in the Turkish Republic*”, E. ÖZBUDUN (Ed.), **Perspectives on Democracy in Turkey**, Turkish Political Science Association, Ankara, 1988, ss.90-91.
- [10] YÜCEKÖK, A.N., **Türkiye’de Parlatentonun Evrimi**, AÜSBF Yay: 533, Ankara, 1983, s.206.
- [11] TBMM Web Sitesi 21. Dönem Üye Listeleri
<http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/milletvekili.liste21?>

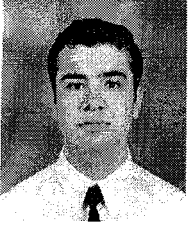


Haluk ALKAN

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
İİBF Kamu Yönetimi Bölümü
46100 Kahramanmaraş

Tel: +90 (344) 223 76 66 - 367
halukalkan@ksu.edu.tr

Dr. Haluk ALKAN is Assistant Professor of Political Sciences at Kahramanmaraş Sutcu Imam University. He received his Ph.D from Marmara University. His research areas include political regimes, pressure groups and policy making.

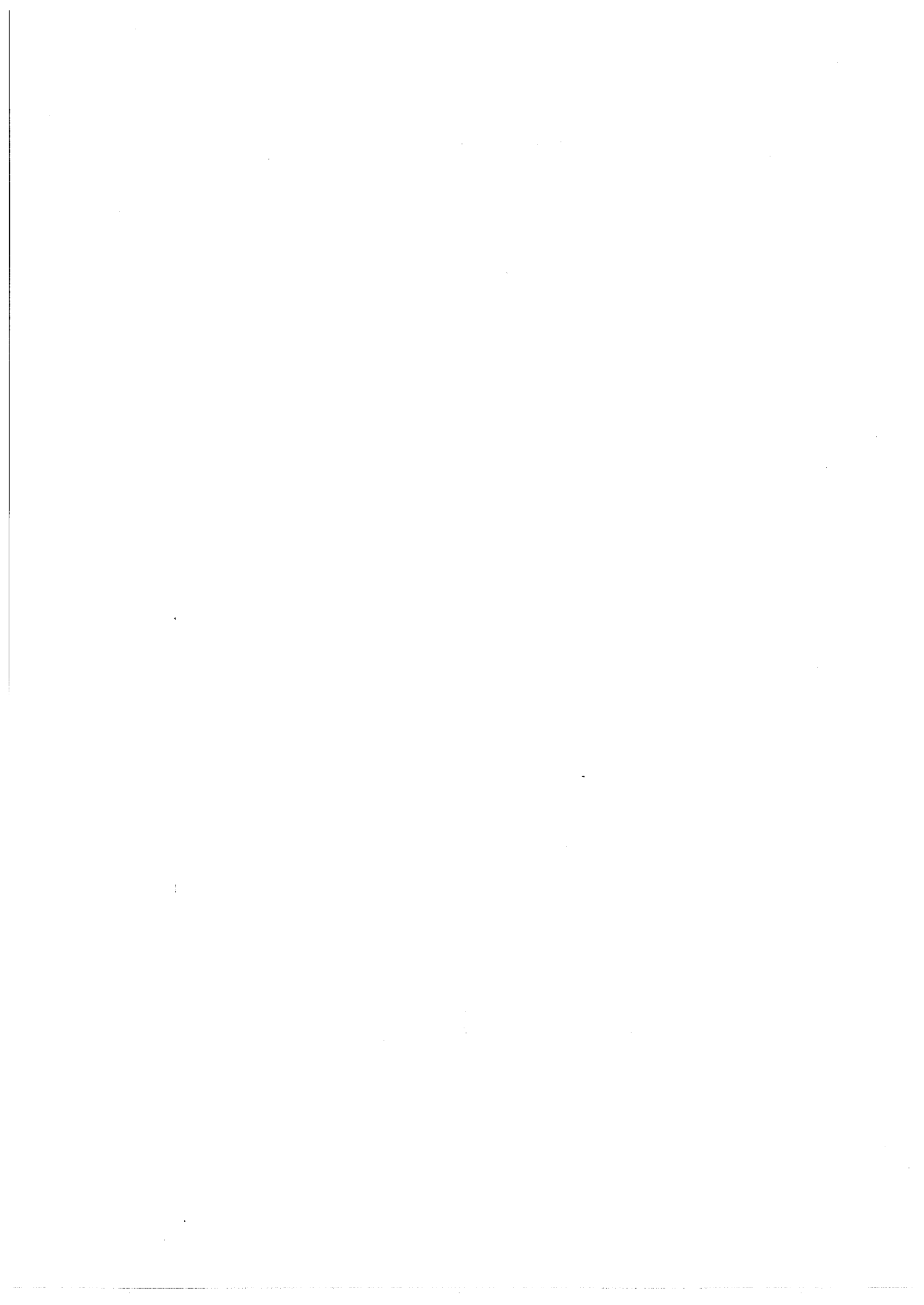


Nuh ATEŞ

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
SBE Kamu Yönetimi A.B.D.
46100 Kahramanmaraş

Tel: +90 (344) 223 76 66 - 375
nuhates@yahoo.com

Nuh ATEŞ is Research Assistant at Kahramanmaraş Sutcu Imam University. Currently he is a master student at the same university. His research areas include political participation, e-state, e-democracy.



İMKB 'NİN ZAYIF VE YARI GÜÇLÜ FORMDA ETKİNLİĞİNİN EKONOMETRİK ANALİZİ

Hilmi ZENGİN¹, Serdar KURT²

¹ K.T.Ü., İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Profesör Dr.

² K.T.Ü., S.B.E., İktisat Bölümü, Araştırma Görevlisi

AN ECONOMETRIC ANALYSIS OF ISE MARKET EFFICIENCY WEAK AND SEMI STRONG FORMS

Abstract: This study aims to test weak and semi-strong form efficiency of the ISE by analysing the relations between macroeconomic variables and ISE (Istanbul Securities Exchange) Composite-100 (ISE-100) index for the period of 1987:1-2002:9. In this study ADF and Perron unit root tests, Granger causality and error correction models are being employed. Long run cointegration relations between ISE-100 index and macroeconomic variables have been determined by Engle-Granger cointegration test. The results show that ISE-100 index follow a random walk and ISE has a weak form efficiency. Between macroeconomic variables and ISE-100 index have been determined a cointegration and causality relationships. Because of that ISE-100 index can be estimated by using cointegration and causality relationships, some investigators may make higher profit than the others. In addition, causality and cointegration tests indicate that ISE has no a semi-strong form efficiency.

Keywords: Unit Root, Cointegration, Granger Causality, Error Correction Models, Weak Form Efficiencies, Semi-Strong Form Efficiency.

İMKB 'NİN ZAYIF VE YARI GÜÇLÜ FORMDA ETKİNLİĞİNİN EKONOMETRİK ANALİZİ

Özet: Bu çalışma, 1987:01-2002:09 dönemini kapsayan makroekonomik değişkenler ve İMKB (İstanbul Menkul Kıymetler Borsası) Ulusal 100 (İMKB-100) endeksi arasındaki ilişkilerden yararlanarak İMKB'nin zayıf ve yarı güçlü formda etkinliğinin sınanması amaçlanmaktadır. Çalışmada ADF ve Peron birim kök testleri, Granger nedensellik testi ve hata düzeltme modeli kullanılmıştır. İMKB-100 endeksi ve makroekonomik değişkenler arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisi Engle-Granger eşbütünleşme testi ile belirlenmiştir. Birim kök testi sonuçları İMKB-100 endeksinin rassal yürüyüşe uyduğunu ve İMKB'nin zayıf formda etkin olduğunu göstermektedir. Makroekonomik değişkenler ve İMKB-100 endeksi arasında eşbütünleşme ve nedensellik ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Bu eşbütünleşme ve nedensellik ilişkilerinden yararlanarak İMKB-100 endeksi tahmin edilebileceği için, bazı yatırımcılar diğerlerinden daha fazla kazanç elde edebilirler. Ayrıca, nedensellik ve eşbütünleşme testleri İMKB'nin yarı güçlü formda etkin olmadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Birimkök, Eşbütünleşme, Granger Nedensellik, Hata Düzeltme Modeli, Zayıf Formda Etkinlik, Yarı Güçlü Formda Etkinlik.

I. GİRİŞ

Gelişmekte olan ülkeler için önemi daha fazla olmakla birlikte herhangi bir ülkenin kalkınması ve gelişmesi için sermaye ve finans piyasalarının etkinliği çok önemlidir. Etkin sermaye ve finans piyasaları tasarrufların yatırımlara aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde milli gelirin düşük olması marjinal tasarruf eğiliminin düşük olmasına yol açmakta ve daha az tasarruf yapılabilmektedir. Bu noktada sermaye ve finans piyasalarının etkin olması tasarrufların yatırımlara dönüştürülmesinde daha önemli bir rol oynamaktadır.

"Fiyatların mevcut bilgiyi daima tam olarak yansıttığı piyasalar etkin piyasalar olarak tanımlanır" [1]. Etkin piyasalar hipotezi, hisse senedi piyasalarındaki fiyat oluşumlarının rassal bir yürüyüş oluşturduğunu öne sürer. Fama [2] ABD'deki çeşitli hisse senedi fiyatlarıyla yaptığı otokorelasyon testleri sonucunda hisse senedi

fiyatlarının rassal yürüyüşü takip ettiği sonucuna varmıştır.

Fama Etkin Piyasalar Hipotezi'ni zayıf etkinlik, yarı güçlü etkinlik ve güçlü etkinlik olarak 3 forma ayırmıştır.

Zayıf formda etkinlik, piyasalarda oluşan fiyatların hisse senedi fiyat serisinin geçmiş fiyat ve değerlerini kapsadığını, yani hisse senedinin geçmiş fiyat ve değerlerini kullanarak yapılacak analizlerin yatırımcıya normal üstü bir kazanç sağlamayacağını ifade etmektedir. Bu durumda teknik analiz işe yaramayacaktır. Zayıf formda etkin bir piyasadaki fiyat serisi rassal yürüyüş (random walk) özelliği taşımaktadır. Bu çalışmada da serilere ADF(Augment Dickey Fuller) testi uygulanarak serinin rassal yürüyüşe uyup uymadığı incelenecektir. Eğer seriler durağan değilse serinin rassal bir yürüyüşe sahip olduğu ve piyasanın zayıf formda etkin olduğu sonucuna varılır.

Yarı güçlü formda etkin piyasalar, piyasadaki fiyatların halka açık olan tüm verileri yansıttığını yani yatırımcıların bu verileri kullanarak normal üstü bir kazanç sağlayamadığı piyasalardır. Öyle ki piyasadaki fiyatların oluşumunda zaten bu halka açık olan bilgiler değerlendirilmiştir. Bilgiler açıklandığında fiyatlara gecikmesiz olarak yansımakta ve yeni fiyatlar oluşmaktadır. Yani bilgiler fiyatları güncellemiştir. Artık herhangi biri bu bilgileri kullanarak normal üstü kazanç elde edemez. Temel analiz işe yaramayacaktır. Eğer piyasa fiyatları ve makro ekonomik değişkenler arasında kısa ve uzun dönemde bir nedensellik ve/veya eşbütünlük ilişkisi varsa bu verilerden yararlanarak gelecekte oluşacak fiyatlar tahmin edilebilir ve bu da piyasanın etkin olmadığını gösterir.

Güçlü formda etkin piyasa, açıklanan veya gizli tüm bilgilerin fiyatlar tarafından yansıtıldığı piyasadır. Böyle bir piyasada halka açık veya açık olmayan tüm bilgiler fiyatlara yansımış olduğu için şirket içindekilerde dahil (insider) hiçbir yatırımcı normal üstü kar elde edemez. Halka açık olmayan bilgilerin elde edilebilmesi ve bu bilgilerin kullanımlarının açıkça gözlenememesi nedeniyle güçlü formda etkinliğin testi zordur.

II. LİTERATÜR

Zayıf formda ve yarı güçlü formda piyasa etkinliği çeşitli piyasalar için test edilmiştir; Fama [3] hisse senedi fiyatlarıyla enflasyon arasında negatif, reel gayri safi milli hasıla ile pozitif bir ilişki bulmuştur. Hancock [4] çeşitli makroekonomik değişkenlerin beklenen ve beklenmeyen değerleriyle hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve ABD hisse senedi piyasasının yarı güçlü formda etkin olduğunu bulmuştur. Hardouvelis [5] ve Darrat [6] ABD hisse senedi piyasasının yarı güçlü formda etkin olmadığını tespit etmişlerdir. Jones and Uri [7] yine ABD 'de Granger nedenselliğini kullanarak yaptığı çalışmada hisse senedi piyasasını etkin bulmuştur. Mookerjee [8] Fransa, Japonya, İtalya, Kanada, Almanya, İngiltere, İsviçre, Hollanda, Belçika için yaptığı çalışmada yalnızca Amerika ve İngiltere borsalarının yarı güçlü formda etkin olduğunu tespit etmiştir. Thornton [9] İngiltere için yaptığı çalışmada borsa endeksi, para arzı ve rgsmh arasında ilişkiyi Granger nedenselliği kullanarak test etmiş ve değişkenler arasında çok yönlü bir nedensellik ilişkisi bulmuştur.

Ho [10] Asya-Pasifik ülkeleri (Hong Kong, Japonya, Filipinler, Avustralya ve Tayland) için Hsiao [11]'nin yöntemini kullanarak para arzının hisse senedi fiyatlarının tahmin edilebilmesinde kullanılabileceğini böylece piyasaların yarı güçlü formda etkin olmadığını tespit etmiştir. Fung ve Lie [12] Tayvan için yaptığı çalışmada, para arzı ve reel çıktının hisse senedi piyasası ile yakından ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kwon ve Shin [13] Kore borsası için yapmış olduğu nedensellik ve

eşbütünlük testleri sonucu makroekonomik değişkenler ve hisse senedi endeksi arasında uzun ve kısa dönemli etkileşimler bulmuştur.

Türkiye için yapılan çalışmalarda çeşitli yöntemlerle İMKB' nin zayıf ve yarı güçlü formda etkinliği test edilmiştir.

Muradoğlu ve Ünal [14] Ocak 1988-Aralık1991 dönemine ait hisse senedi dağılım fonksiyonunu inceleyerek hisse senetlerinin rassal yürüyüşü takip etmediği yani zayıf formda etkin olmadığı sonucuna varmışlardır. Çetiner [15] Kazanan-Kaybeden portföy etkisini incelemiş ve bu yoldan bazı yatırımcıların normal üstü kar elde edebilecekleri sonucuna varmıştır. Özmen [16] takvim anomalilerini incelemiş, Aksoy ve Sağlam [17] sınıflayıcı sistem kullanarak İMKB 100 endeksinin değişik seviyeleri için beklenen getiri ve riski hesaplamış İMKB' nin zayıf formda etkin olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Muradoğlu ve Önkal [18] yarı güçlü etkinliği sınımış maliye ve para politikaları açısından İMKB'nin etkin olmadığı sonucuna varmışlardır. Muradoğlu ve Metin [19] hisse senedi getirileri ve makroekonomik değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisinin olduğunu tespit etmişler ve piyasanın yarı güçlü etkin olmadığı sonucuna varmışlardır. Çalışmada birim kök testi uygulanarak İMKB' nin zayıf formda etkin olduğu sonucuna varılmıştır. Balaban, Candemir ve Kunter [20] makroekonomik değişkenlerin beklenen ve beklenmeyen değerleriyle ulusal endeks arasındaki ilişkiyi incelemişler ve yarı güçlü formda etkin olmadığı sonucuna varmışlardır.

III. EKONOMETRİK YÖNTEM ve VERİ SETİ

Çalışmada İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Ulusal 100 Endeksi (İMKB), Reel Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH), M3 Para Arzı, TEFİ ve TUFİ Fiyat Endeksleri kullanılmıştır. Veriler Merkez Bankası Veri Dağıtım Sisteminden alınmıştır. Veri seti TEFİ (1987=100) baz alınarak reel değerlere dönüştürülmüştür. Veriler Aylık olup 1987:01-2002:09 dönemini kapsamaktadır. Tüm veriler logaritması alınarak analize tabi tutulmuştur. Çalışmada kullanılan değişken sembollerinin önündeki L harfi serinin logaritmasının alındığını (İktisadi değişkenler, gerçek değerleri üzerinden değil, genellikle logaritmik değerleri üzerinden doğrusaldır. Bu nedenle, serilerin gerçek değerleri yerine logaritmik değerlerinin kullanılması önerilir [21]. Sürecin ortalaması arttıkça, gözlemlerin değişkenliğinin de arttığı bazı durumlarda, gözlemlerdeki oransal değişimler ortalamaya göre bağımsız olduğundan logaritma alma yararlıdır [22]. Logaritma alma varyansı, fark alma ise ortalamayı durağan hale getirmektedir [23], Δ sembolü değişkenin birinci derece devresel farkının alındığını göstermektedir.

III.1. Durağanlık (Birim Kök) Testi

Zaman serisi analizlerinde kullanılan veri setlerinin öncelikle durağan olması gerekmektedir. Standart Dickey-Fuller [24, 25] testi denklemdeki otokorelasyon problemini dikkate almaz. Bunun için bu çalışmada durağanlığın testi için bağımlı değişkenin gecikme değerlerini denklemin sağ tarafına ekleyerek otokorelasyon probleminin giderilmesini sağlayan Augment Dickey-Fuller (ADF) (ADF (Gelişmiş Dickey Fuller) Birim kök Testi hesaplamalarında RATS Programı @uradf(det=constant,criteria=aic) komutu kullanılmıştır. Trendli ve sabitli veya sabitli modellerde Akaike gecikme uzunlukları program tarafından otomatik olarak hesaplanmıştır. Seride otokorelasyon sorunu yoksa program gecikme uzunluğunu 0 olarak Standart Dickey Fuller testi uygular. Seride otokorelasyon sorunu varsa, bağımlı değişkenin optimal gecikme uzunluğundaki geçmiş değerleri denklemin sağ tarafına konur ve otokorelasyon problemi giderilerek ADF testi uygulanır) birim kök testi kullanılmıştır. Dickey-Fuller [24, 25] zaman serilerinin birim kök taşıyıp taşımadığını belirlemek için sabitli (1), sabitli ve trendli (2) modelleri kullanılmıştır.

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 Y_{t-1} + \sum_{i=1}^q \beta_i \Delta Y_{t-i} + e_t \quad (1)$$

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 \text{trend} + \alpha_2 Y_{t-1} + \sum_{i=1}^q \beta_i \Delta Y_{t-i} + e_t \quad (2)$$

(1) no'lu denklemde,

Ho: $\alpha_0=0, \alpha_1=1$ (Seri birim köke sahiptir, seri durağan değildir)

H₁: $\alpha_0 \neq 0, \alpha_1 \neq 1$ (Seri birim köke sahip değildir, seri durağandır)

(2) no'lu denklemde,

Ho: $\alpha_0=0, \alpha_1=0, \alpha_2=1$ (Seri birim köke sahiptir, seri durağan değildir)

H₁: $\alpha_0 \neq 0, \alpha_1 \neq 0, \alpha_2 \neq 1$ (Seri birim köke sahip değildir, seri durağandır fakat deterministik bir trende sahiptir)

hipotezleri test edilir. (1) nolu denklemde elde edilen α_1 ile (2) nolu denklemde elde edilen α_2 katsayıları ADF tablo kritik değeriyle karşılaştırılır. Katsayılar ADF tablo kritik değerinden büyükse Ho hipotezi reddedilir ve serinin durağan olduğuna, değilse serinin durağan olmadığına karar verilir. Eğer seri durağan değilse söz konusu model birim kök içerir ve rassal yürüyüş modeli olarak adlandırılır.

Zaman serilerinde bazen yapısal kırılmalar olabilir ve bu yapısal kırılma nedeniyle durağan olan bir zaman serisi ADF testi ile durağan çıkmayabilir. Bu durumda yapısal kırılma olan serilerde değişkenlerin durağanlığını belirlemek için yapısal kırılmayı dikkate alan Perron [26] birim kök testi uygulanmalıdır.

Çalışma kapsamındaki değişkenlerde LTUFE'de 2000:04 ayında ve LİMKB değişkeninin 1992:10 ayından itibaren bir yapısal kırılma görülmektedir. Bu değişkenlerin Peron [26]'daki Model A ve model B olarak tanımlanan denklemlere göre durağanlıkları test edilmiştir.

Perron metodolojisinde yapısal kırılmanın tek bir gözlem değerinde olması durumunda (Model A) yapısal kırılma gözlenen değişkene 1, diğer gözlemlere 0 değeri verilerek bir kukla değişken (Dummy) oluşturulur ve normal ADF testi uygulanır.

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 Y_{t-1} + \delta \text{Dummy} + \sum_{j=1}^p \beta_j \Delta Y_{t-j} + e_t \quad (3)$$

Hesaplanan test istatistiği Peron [26] kritik değerleri ile karşılaştırılarak Ho hipotezi red veya kabul edilir.

Yapısal kırılmanın bir gözlem değerinden sonra süreklilik arz etmesi durumunda (Model B) da kırılmanın olduğu dönemden sonraki gözlemlere 1, kırılmanın olduğu dönemden önceki dönemlere sıfır değerini veren bir kukla değişken (Dummy) oluşturulur.

$$Y_t = \alpha_0 + \delta_1 \text{Dummy} + \delta_2 \text{Trend} + \psi_t \quad (4)$$

(4) nolu denklem tahmin edilerek hata terimleri (Ψ_t) elde edilir. Elde edilen hata terimlerine ADF testi uygulanarak Peron [26] kritik değerleri ile karşılaştırılır. Her iki durum için (Model A ve Model B) kırılmanın yaşandığı gözlem değeri (T_b) ve toplam gözlem sayısı (T) olmak üzere elde edilen $I=T_b/T$ değerlerine ve anlamlılık düzeyine karşılık gelen kritik değerlerle karşılaştırma yapılır.

ADF ve Perron birim kök testlerinde hesaplanan optimal gecikme uzunluğu (Akaike Kriteri) değerleri aşağıdaki formülle hesaplanır;

$$\text{AIC} = \ln \left[\frac{\sum_{i=1}^s e_i^2}{n} \right] + \frac{2k}{n} \quad (5)$$

Denkleimde n gözlem sayısını, k gecikme uzunluğunu ve e_t hata terimlerini ifade etmektedir. Her bir denklem için (sabitli veya sabitli ve trendli) sıfırıncı gecikmeden başlayarak denklemin sağ tarafına bağımlı değişkenin gecikme değerleri eklenir ve eklenen her gecikme için denklemin Akaike değerleri hesaplanır. En düşük Akaike değerine sahip olan gecikme optimal gecikme uzunluğunu verir.

Değişkenlere uygulanan ADF ve Perron testleri sonuçları Tablo.1 ve Tablo.2'de özetlenmiştir. ADF testi sonuçlarına göre seviyesinde sabitli modelde hiçbir değişken durağan çıkmamıştır. Sabitli trendli modelde de bütün değişkenler birim kök içermektedir ve seviyesinde durağan değildir. Değişkenlerin birinci devresel farkları alınıp tekrar ADF birim kök testine tabi tutulduğunda bütün değişkenler yüzde bir anlamlılık seviyesinde durağan çıkmıştır. Değişkenler eşbütünleşme testinin uygulanması için ön şart olan aynı devresel farkta durağanlık şartını sağlamıştır.

Tablo.1: ADF Birim Kök (Sabitli) Testi Sonuçları

Seriler	Seviyesinde		1.Devresel Farkında
	ADF	P-P	ADF
LGSMH	-1.15(12)		-4.59*(19)
LİMKB	-0.84(0)	-2.87(0)	-14.7*(0)
LM3	-0.16(4)		-7.07*(3)
LTEFE	-0.35(1)		-8.39*(0)
LTUFE	-0.57(5)	1.39(5)	-8.23*(6)

* %1 anlamlılık düzeyinde Ho red

Not: Parantez içindeki değerler Akaike kriteri gecikme uzunluklarıdır.

Perron testi sonuçları ise LİMKB ve LTUFE değişkenlerinin yapısal kırılma dikkate alındığında da seviyesinde sabitli ve sabitli-trendli modellerde birim kök içermediğini göstermektedir.

Tablo.2: ADF Birim Kök (Sabitli ve Trendli) Testi Sonuçları

Seriler	Seviyesinde		1.Devresel Farkında
	ADF	P-P	ADF
LGSMH	-2.87(12)		-4.80*(19)
LİMKB	-2.86(0)	-2.86(0)	-14.66*(0)
LM3	-1.48(4)		-7.05*(3)
LTEFE	-1.97(1)		-8.38*(0)
LTUFE	-2.28(5)	-3.50(5)	-8.24*(6)

* %1 anlamlılık düzeyinde Ho red. ** %5 anlamlılık düzeyinde Ho red.
Not: Parantez içindeki değerler Akaike kriteri gecikme uzunluklarıdır.

LİMKB'nin seviyesinde durağan olması LİMKB değişkeninin birim kök içerdiğini yani rassal yürüyüşe uyduğunu ve İMKB'nin zayıf formda etkin olduğunu göstermektedir.

III.2. Engle-Granger Eşbütünleşme Testi

Engle-Granger [27] eşbütünleşme analizi iki değişken arasındaki uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisini belirlemede kullanılan yöntemlerden biridir. Testin uygulanmasında ilk adım seviyelerinde durağan olmayan fakat aynı devresel farkta durağan olan iki seriden birinin diğerinin üstüne koşulması ile hata terimlerinin elde edilmesidir. İkinci adım ise elde edilen hata terimlerinin durağanlığının incelenmesidir. Eğer hata terimleri durağan ise iki değişken arasında eşbütünleşme ilişkisi vardır, hata terimleri durağan değilse eşbütünleşme ilişkisi yoktur ve bu iki değişken uzun dönemde bir birliktelik göstermemektedir. Denklemler sırası ile (6) ve (7) nolu denklemlerle gösterilmiştir.

$$Y_t = \alpha_0 + \beta X_t + v_t \quad (6)$$

$$\Delta \hat{v}_t = \alpha_1 \hat{v}_{t-1} + \sum_{i=1}^z q \Delta \hat{v}_{t-i} + \varepsilon_t \quad (7)$$

Aynı devresel farkta durağan olan değişkenlerin (6) ve (7) nolu denklemler ile koşutlanması sonucu Tablo 3'te gösterilen sonuçlar elde edilmiştir. Yapılan testler, LM3-LİMKB değişkenleri arasında %05, LTEFE-LİMKB ve LTUFE-LİMKB değişkenleri arasında %10 anlamlılık düzeyinde uzun dönemde bir eşbütünleşme ilişkisinin var olduğunu göstermektedir. LGSMH-LİMKB değişkenleri arasında uzun dönemde bir birlikteliğe rastlanmamıştır.

Tablo.3: Engle-Granger Eşbütünleşme Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	ADF istatistiği
LİMKB	LGSMH	-0.12(12)
LİMKB	LM3	-3.46*(1)
LİMKB	LTEFE	-3.19**(0)
LİMKB	LTUFE	-3.13**(1)

* %5 anlamlılık düzeyinde Ho red. ** %10 anlamlılık düzeyinde Ho red
Not: Parantez içindeki değerler Akaike kriteri gecikme uzunluklarıdır. Kritik Tablo değerleri Engle-Yoo [28] tablo değerleridir.

III.3 Granger Nedensellik Testi ve Hata Düzeltme (Error-Correction) Modeli

Zaman serileri arasındaki nedensellik ilişkisinin belirlenmesinde değişik yöntemler kullanılır. Nedensellik ilişkisinin ve ilişkinin yönünün belirlenmesinde yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biri de Standart Granger Nedensellik analizidir.

Granger nedensellik ilişkisi "X değişkeninin geçmiş değerlerinden yararlanarak Y'yi daha iyi bir şekilde tahmin edebiliyorsak X değişkeni Y değişkenine Granger anlamda neden olur" şeklinde tanımlanabilir

[29]. Testte kullanılan zaman serilerinin durağan olması gerekmektedir

İki değişken arasındaki ilişkiyi belirlemek için (8) ve (9) nolu denklemler tahmin edilir.

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m a_i \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=1}^n b_i \Delta X_{t-i} + v_t \quad (8)$$

$$\Delta X_t = \delta_0 + \sum_{i=1}^p c_i \Delta X_{t-i} + \sum_{i=1}^q d_i \Delta Y_{t-i} + z_t \quad (9)$$

(8) no'lu denklem için,

H_{01} : $a_1=a_2=\dots=a_j = 0$ (X Y'nin Granger anlamda nedeni değildir)

H_{11} : $a_1 \neq a_2 \neq \dots a_j \neq 0$ (X Y'nin Granger anlamda nedenidir)

(9) no'lu denklem için,

H_{02} : $c_1=c_2=\dots=c_j = 0$ (Y X'in Granger anlamda nedeni değildir)

H_{12} : $c_1 \neq c_2 \neq \dots c_j \neq 0$ (Y X'in Granger anlamda nedenidir)

hipotezleri ile elde edilen a (Denklem 8) ve c (Denklem 9) katsayılarının bir bütün olarak anlamlılığı test edilir. Her bir denklem için yokluk hipotezlerinin red edilememesi X ve Y değişkenleri arasında Granger anlamda bir nedenselliğin olmadığını, reddedilmesi ise değişkenler arasında Granger anlamda bir nedensellik ilişkisinin bulunduğunu gösterir. Optimal gecikme uzunlukları Hsiao [11]'nin kullandığı FPE kriterine göre belirlenmiştir (Granger nedensellik analizine yapılan eleştirilerden biride her 2 değişken için gecikme uzunluklarının aynı alınmasıdır. Hsiao [11] birbirine eşit m değerleri yerine m, n, p ve q olmak üzere dört ayrı gecikme uzunluğunu belirlemek üzere FPE (Final Prediction Error) kriterini kullanmıştır). FPE kriteri aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanır.

$$FPE = \frac{\sum e_i^2 * (n + 1 + m + q)}{(n - 1 - m - q) * (n)} \quad (10)$$

Denklemde n gözlem sayısını, m bağımlı değişkenin gecikme uzunluğunu, q bağımsız değişkenin gecikme uzunluğunu, e_i hata terimlerini ifade etmektedir. Başlangıçta bağımlı değişkenin gecikme uzunluğunu bulmak için q ve bağımsız değişken denklem dışı bırakıp m'e 1 den itibaren değerler verilir ve en küçük FPE değerini veren gecikme uzunluğu bağımlı değişken için optimal gecikme uzunluğu olarak belirlenir. Bağımlı

değişkenin gecikme uzunluğu belirlendikten sonra q denkleme katılarak aynı işlem tekrarlanır.

Hsiao [11]'nin yöntemi modeldeki bağımlı değişkenin optimal gecikme uzunluğunu veren FPE değeri (FPE_m) ile bağımsız değişkenin optimal gecikme uzunluğunu veren FPE değerinin (FPE_n) karşılaştırılmasına dayanmaktadır. Eğer $FPE_m > FPE_n$ ise H_0 reddedilerek bağımsız değişkenden bağımlı değişkene doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu kabul edilir. Aksi durumda H_0 reddedilemez ve değişkenler arasında nedensellik ilişkisi olmadığı kabul edilir.

Eşbütünleşme testi sonucunda LİMKB ve LGSMH değişkenleri arasında uzun dönemde bir eşbütünleşme ilişkisi tespit edilememiştir. LİMKB ve LGSMH değişkenleri arasındaki nedensellik ilişkisi Granger nedensellik [29,30] ve Hsiao [11] analizi ile test edilecektir. Nedensellik analizi sonuçları Tablo.5'te özetlenmiştir.

Tablo.5: Granger Nedensellik Analizi Sonuçları

Bağımlı D.	Bağımsız Değişkenler	Fh($a_1=a_2=0$)	Ho
DLİMKB	$a_1DLGSMH_{t-1}$ $+a_2DLGSMH_{t-2}$ $+b_1DLİMKB_{t-1}$ $+b_2DLİMKB_{t-2}$	4.31	Red
Bağımlı D.	Bağımsız Değişkenler	Fh($c_1=c_2=0$)	Ho
DLGSMH	$c_1DLİMKB_{t-1}$ $+c_2DLİMKB_{t-2}$ $+d_1DLGSMH_{t-1}$	2.07	Kabul

Granger nedensellik analizi sonucuna göre $F_n=4.31 > F_{\alpha}=2.99$ değerinden büyük olduğu için %5 anlamlılık düzeyinde " H_{01} : DLGSMH neden DLİMKB sonuç değildir" hipotezi reddedilmiştir ve DLGSMH'nin DLİMKB'nin Granger anlamda nedeni olduğu kabul edilmiştir. Nedenselliğin diğer yönünde ise H_{02} reddedilememekte ve DLİMKB'nin DLGSMH'a Granger anlamda neden olmadığı kabul edilmektedir. Hsiao(1981)'nin yöntemine göre de $FPE_m=0.08160 > FPE_n=0.07958$ H_{01} reddedilmiş ve DLGSMH neden DLİMKB sonuç olduğu kabul edilmiştir. Nedenselliğin diğer yönünde $FPE_m=0.02593 < FPE_n=0.02626$ H_{02} reddedilememektedir. Hsiao(1981) ve Granger nedensellik analizi sonuçları birbirini destekler niteliktedir ve DLGSMH'dan DLİMKB'ye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Diğer değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi ise hata düzeltme modelinden yararlanılarak incelenecektir

Testte kullanılan zaman serileri arasında eşbütünlük ilişkisi varsa , bu durumda Granger Nedensellik testinden elde edilen sonuçlar geçerli olmaz. Böyle bir durumda Granger Nedensellik testinde eşbütünlük denkleminde elde edilen hata düzeltme terimine yer verilmelidir [31]. Diğer bir deyişle iki değişken arasındaki nedensellik ilişkisinin belirlenebilmesi için Hata Düzeltme Modelinin uygulanması gerekmektedir. Model Denklem 11 ve Denklem 12'de tanımlanmıştır.

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m a_i \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=1}^n b_i \Delta X_{t-i} + \lambda EC_{t-1} + \eta_t \quad (11)$$

$$\Delta X_t = \delta_0 + \sum_{i=1}^p c_i \Delta X_{t-i} + \sum_{i=1}^q d_i \Delta Y_{t-i} + \delta EC_{t-1} + \Phi_t \quad (12)$$

Denklem 11 (Denklem 12) Y(X)'yi daha iyi bir şekilde tahmin etmede Y ve X(X ve Y)'in geçmiş değerlerinin yanında eşbütünlük denkleminde elde edilen hata terimlerinin bir gecikmesinin (EC_{t-1}) 'de kullanıldığını göstermektedir.

Hata düzeltme modelinde (Denklem 11) H_{01} : X değişkeni Y'nin Granger nedeni değildir, (Denklem 12) H_{02} : Y değişkeni X'in Granger nedeni değildir hipotezi, b_i (d_i) katsayılarının grup halinde ve/veya EC_{t-1} 'in katsayısının anlamlı olması durumunda reddedilir. Diğer bir anlamda standart Granger nedensellik analizinin aksine, X(Y) değişkeninin gecikmeli değişken katsayılarının istatistiksel olarak anlamsız olması, ancak EC_{t-1} 'in katsayısının anlamlı olması durumunda da X(Y) değişkeninin Y(X)'nin bir nedeni olduğu kabul edilir [27].

$\lambda(\delta)$ parametresinin istatistiksel olarak anlamlı bulunması eşbütünlük sonucunu doğrular ayrıca değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisinin olduğunu ve bu nedenselliğin Denklem 11 için X'ten Y'ye (Denklem 12 için Y'den X'e) doğru olduğunu gösterir. Hata düzeltme modeli sonuçları Tablo.6'da verilmiştir.

Tablo.6: Hata Düzeltme Modeli Test Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler	Fh(b_i, d_i) ¹	EC _{t-1} (t_h) ²
$\Delta \text{İMKB}$	$\Delta \text{LM3}(2)$ $\Delta \text{İMKB}(2)$	0.00(0.94)	-3.35(0.00)*
ΔLM3	$\Delta \text{İMKB}(1)$ $\Delta \text{LM3}(3)$	1.30(0.25)	-2.70(0.00)*
$\Delta \text{İMKB}$	$\Delta \text{TEFE}(2)$ $\Delta \text{İMKB}(2)$	4.01(0.02)	-3.68(0.00)*
ΔTEFE	$\Delta \text{İMKB}(1)$ $\Delta \text{TEFE}(1)$	0.26(0.60)	-2.65(0.00)*

$\Delta \text{İMKB}$	$\Delta \text{LTUFE}(1)$ $\Delta \text{İMKB}(2)$	0.17(0.67)	-2.48(0.01)**
ΔLTUFE	$\Delta \text{İMKB}(1)$ $\Delta \text{LTUFE}(2)$	0.01(0.99)	-5.66(0.00)*

*%1 anlamlılık düzeyinde H_0 red. ** %5 anlamlılık düzeyinde H_0 red ***%10 anlamlılık düzeyinde H_0 red

1-Parantez içindeki değerler gecikme uzunluklarıdır.

2- Parantez içindeki değerler anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Hata düzeltme modelinden elde edilen sonuçlar, söz konusu makroekonomik değişkenlerle İMKB-100 endeksi arasında nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir. İMKB-100 endeksi ile M3 para arzı, TEFE ve TÜFE fiyat endeksleri arasında güçlü ve aynı zamanda çift yönlü bir nedensellik ilişkisi söz konusudur.

IV. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada; 1987 Ocak-2009 Eylül ayları arasındaki dönem esas alınarak İMKB-100 endeksinin durağanlığı ve İMKB-100 endeksi ile bazı makroekonomik değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi incelenerek İstanbul Menkul Kıymetler Borsasının zayıf ve yarı güçlü formda etkinliği sınanmıştır. Hisse senedi piyasalarının etkin olması özellikle gelişmekte olan ülkelerin tasarruf birikiminin etkin kullanımı açısından önemlidir.

Zayıf formda etkin piyasalarda oluşan fiyatlar hisse senedi fiyat serisinin geçmiş fiyat ve değerlerini kapsar. Diğer bir deyişle hisse senedinin geçmiş değerlerinden yararlanarak herhangi bir yatırımcının normal üstü kar elde etme imkanı yoktur. Etkin piyasalar hipotezine göre zayıf formda etkin bir piyasa rassal yürüyüş özelliği gösterir. Rassal yürüyüş durağanlık testleri ile test edilebilir. İMKB-100 endeksinin durağanlığı sabitli ve sabitli-trendli modellerle Augment Dickey- Fuller ve Perron birim kök testleri kullanılarak sınanmıştır. Endeks her iki testte de seviyesinde durağan çıkmamıştır. Buda zaman serisinin birim kök içerdiğini yani rassal yürüyüşe uyduğunu ve İMKB' nin zayıf formda etkin bir piyasa olduğunu göstermektedir.

Yarı güçlü formda etkin piyasalar, piyasadaki fiyatların halka açık olan tüm verileri yansıttığını yani yatırımcıların bu verileri kullanarak normal üstü bir kazanç sağlayamadığı piyasalardır. Eğer bazı yatırımcılar halka açık verileri formüle ederek ve bazı makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkilerden yararlanarak normal üstü kazanç sağlayabiliyorlarsa bu piyasanın etkin olmadığını göstermektedir.

İMKB-100 endeksi ile makroekonomik değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi Granger nedensellik ve hata düzeltme modeli ile , eşbütünlük

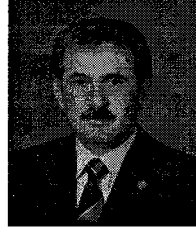
ilişkisi Engle –Granger eşbütünleşme testi ile test edilmiştir. Sonuçlar makroekonomik değişkenlerle ile hisse senedi fiyatları arasında nedensellik ve eşbütünleşme ilişkisi olduğunu göstermektedir. Granger nedensellik testi sonuçları RGSMH' nin hisse senedi fiyatlarının Granger nedeni olduğunu göstermiştir. Hata düzeltme modeli sonuçları M3 para arzı, TEFE ve TÜFE fiyat endeksleri ile hisse senedi fiyatları arasında çift yönlü ve güçlü bir nedensellik olduğunu göstermiştir. Yapılan Engle-Granger eşbütünleşme testi sonuçları İMKB-100 endeksi ile eşbütünleşme analizinde incelenen M3, TEFE ve TÜFE değişkenlerle arasında uzun dönemde bir eşbütünleşme ilişkisinin var olduğunu fakat GSMH değişkeni ile uzun dönemli bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur.

Bu ilişkilerden yola çıkılarak İMKB endeksinin veya hisse senedi fiyatlarının formüle edilebilmesi ve bazı yatırımcıların normal üstü kazanç elde edebilmesi İMKB'nin yarı güçlü formda etkin olmadığı sonucunu ifade etmektedir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] FAMA, E.F., "Efficient Capital Market: A Review of the Theory and Empirical Work", *Journal of Finance*, May 1970, ss.383-417.
- [2] FAMA, E.F., "The Behavior of Stock Market Prices", *Journal of Business*, 38, 1965, ss.34-105.
- [3] FAMA, E.F., "Stock Returns, Real Activity, Inflation and Money", *American Economic Review*, 71, 1981, ss.545-564.
- [4] HANCOCK, D.G., "Fiscal Policy, Monetary Policy and the Efficiency of the Stock Market", *Economics Letters*, 31, 1989, ss.65-69.
- [5] HARDOUVELIS, G.A., "Macroeconomic Information and Stock Prices", *Journal of Economics and Business*, 39, 1987, ss.131-140.
- [6] DARRAT, A.F., "The Impact of Federal Debt Upon Stock Prices in the United States", *Journal of Post Keynesian Economics*, 12(3), 1990, ss.375-389.
- [7] JONES, J.D.; URİ, N., "Money Supply Growth, Stock Returns and the Direction of Causality", *Socio-Economic Planning Sciences*, 21(5), 1986, ss.321-325.
- [8] MOOKERJE, R., "Monetary Policy and the Informationally Efficiency of Stock Market: the Evidence from Many Countries", *Applied Economics*, 19, 1987, ss.1521-1532.
- [9] THORONTON, J., "Money, Output and Stock Prices in the UK: Evidence on some (non) Relationships", *Applied Financial Economics*, 3, 1993, ss.335-338.
- [10] HO, Y.K., "Money Supply and Equity Prices: An Empirical Note on Far Eastern Countries", *Economics Letters*, 11, 1983, ss.161-165.
- [11] HSIAO, C., "Time Series Modelling and Causal Ordering of Canadian Money, Income and Interest Rates", *Time Series Analysis : Theory and Practice 1*, (Ed: O.D. Anderson), Nort-Holland Publishing Company, 1982, ss.671-699.
- [12] FUNG, H.G.; LIE, C.J., "Stock Market and Economic Activity: A Causal Analysis", *Pacific-Basin Capital Markets Research*, Amsterdam: Nort Holland, 1990.
- [13] KWON, C.S.; SHIN, T.S., "Cointegration and Causality Between Macroeconomic Variables and Market Returns", *Global Finance Journal*, 10:1, 1999, ss.71-81.
- [14] MURADOĞLU, G.; ÜNAL, M., "Weak Form Efficiency in Thinly Traded Istanbul Securities Exchange", *Middle East Business and Economic Review*, 6, 1994, ss.37-44.
- [15] ÇETİNER, İ., "Test of Overreaction in Istanbul Stock Exchange", Basılmamış MBA Tezi, İşletme Bölümü, Bilkent Üniversitesi, Ankara, 1993.
- [16] ÖZMEN, T., *Dünya Borsalarında Gözlemlenen Anomaliler ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Üzerine Bir Deneme*. Sermaye Piyasası Yayınları, No:61, Ankara, 1997.
- [17] AKSOY, H.; SAĞLAM, İ., "Sınıflayıcı (Classifier) Sistem ile İMKB' de Yeni Bir Anomali Gözlemi", <http://www.econ.boun.edu.tr/papers/pdf/wp-01-15.pdf>.
- [18] MURADOĞLU, G.; ÖNKAL, D., "Türk Hisse Senedi Piyasasında Yarı-Güçlü Etkinlik", *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 19(2), 1992, ss.197-207.
- [19] MURADOĞLU, G.; KIVILCIM M., "Inflation and the Stock Market: A Cointegration Analysis", *Boğaziçi Journal, Review of Social, Economic and Administrative Studies*, No.2, 1995, ss.207-216.
- [20] BALABAN, E.; CANDEMİR, H.B.; KUNTER K., "Stock Market Efficiency in a Development Economy: Evidence from Turkey", The Central Bank of Republic of Turkey, *Discussion Paper*, No: 9612, March 1996.
- [21] WILLIAMS, D.; GOODHART, C.A.E.; GOWLAND, D.H., "Money, Income, and Causality: The U.K. Experience", *The American Economic Review*, June, 1976, s.419.
- [22] MONTGOMERY, D.C.; JOHNSTON, L.A., *Forecasting and Time Series Analysis*, Mc-Graw-Hill, New York, 1976, s.206.
- [23] İŞİĞİÇOK, E., *Zaman Serilerinde Nedensellik Çözümlemesi*, Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayınları: 94, 1994, s.48.

- [24] DICKEY, D.A.; FULLER, W.A., "Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root", **Journal of Am. Stat. Assoc.**, 74, 1979, ss.427-431.
- [25] DICKEY, D.A.; FULLER, W.A., "The Likelihood Ratio Statistics For Autoregressive Time Series with a Unit Root", **Econometrica**, 49, 1981, ss.1057-1072.
- [26] PERRON, P., "The Great Crash, the Oil Price Shock and the Unit Root Hypothesis", **Econometric Analysis**, Vol. 57, No: 6, 1989, ss.1361-1401.
- [27] ENGLE, R.F.; GRANGER, C.W.J., "Co-integration and Error Correction: Representation and Testing", **Econometrica**, 55, 1987, ss.251-276.
- [28] ENGLE, R.F.; YOO., B.S., "Forecasting and Testing in Co-integrating Systems", **Journal of Econometrics**, 35, 1987, ss.143-159.
- [29] GRANGER, C.W.J., "Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross Spectral Methods", **Econometrica**, 37, 1969, ss.428-438.
- [30] GRANGER, C.W.J., "Some Properties of Time Series Data and Their Use in Econometric Model Specification", **Journal of Econometrics**, 11, 1981, ss.121-130.
- [31] GHATAK, S.; MILNER, C.; UTKULU, U., "Exports, Export Composition And Growth: Cointegration And Causality Evidence For Malaysia", **Applied Economics**, 29, 1997, ss.213-223.

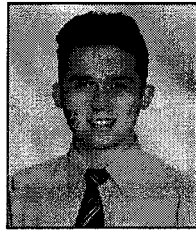


Hilmi ZENGİN

Karadeniz Teknik Üniversitesi,

Tel: +90 (462) 871 74 25
hzengin@hotmail.com

Hilmi ZENGİN has Ph.D. of Business Management at Karadeniz Technical University Social Sciences Institute. He is Professor in Economics at KTU. His research areas are applied mathematics, applied econometrics, models and forecasting techniques.



Serdar KURT

Karadeniz Teknik Üniversitesi,

Tel: +90 (462) 377 25 92
skurt10@mynet.com

Serdar KURT is M.Sc. of Economics Student at Karadeniz Technical University Social Sciences Institute. He is Research Assistant in Economics at KTU. His research areas are econometrics, time series.

TESTING THE VALIDITY OF FORWARD-LOOKING BUFFER STOCK MODEL USING WEIGHTED MONETARY AGGREGATES

Sadullah ÇELİK

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

TESTING THE VALIDITY OF FORWARD-LOOKING BUFFER STOCK MODEL USING WEIGHTED MONETARY AGGREGATES

Abstract: Buffer stock models of monetary aggregates accept temporary departures from equilibrium in the market. On the other hand, Divisia monetary aggregates approach argue that the economic agents continuously decide on the amount of monetary services they would like to receive, which, in turn, establishes equilibrium. However, both of these theories depend on the existence of a money demand function to reach their outcomes. This study tries to analyze whether it is possible to incorporate the dynamics of these two well-known approaches by testing the validity of the Divisia monetary aggregates in the buffer-stock models of money for the United States. Both the simple-sum aggregates and the Divisia series seem to be well-equipped to cure the breakdown of the real money balances function in the 1970s onwards. However, Divisia M1 stands out as the dominant aggregate.

Keywords: Divisia, Money Demand

I. INTRODUCTION

The search for a stable long-run relationship between the demand function for real balances and an interest rate given some measure of real economic activity (or volume of transactions) has been one of the most distinguished topics of the economic literature. The complicated nature of this research has been pointed out long ago with the fallacy of the partial adjustment model. Argues [1]: "The first and most important result of this survey is that the evidence supporting the existence of a reasonably stable demand for money function would seem to be overwhelming. This is true both of long-term evidence covering the last seventy years or so and of the evidence from the postwar period until 1973".

The stability of the demand for money is important because mainstream macroeconomic models depend on it. For many years, the central theme of monetarist models has been the proposition of a stable long-run aggregate demand for real balances. From a monetarist perspective, the view is that monetary growth causes inflation and has no influence on output and employment in the long-run,

GELECEĞE DÖNÜK TİPA-STOK MODELİNİN TARTILI PARASAL BÜYÜKLÜKLER KULLANILARAK GEÇERLİLİĞİNİN TEST EDİLMESİ

Özet: Tıpa stok parasal büyüklükler modeli ekonomilerde geçici denge bozukluklarını savunmaktadır. Buna karşın, Divisia parasal büyüklükler modeli ise ekonomik bireylerin (devamlı olarak) ihtiyaçları olan parasal servis miktarına karar verdiklerini, ve bu kararında ekonomik (parasal) dengeyi oluşturduğunu ileri sürmektedir. Birbirine zıt gibi görünse de, özünde her iki teoride açıklanabilir bir para talebi fonksiyonuna dayanmaktadır. Bu makale bu iki teorinin dinamiklerinin birleştirilip olup olmadığını analiz etmek amacıyla taşınmaktadır.

Bunun için tıpa-stok parasal modellerinde Divisia tartılı para arzlarının geçerliliği Amerika Birleşik Devletleri verileri için test edilmiştir. Divisia tartılı para arzları en az toplam para arzları kadar reel para dengesi fonksiyonunun 1970'lerden bu yana uğradığı kurlmayı iyileştirmekte başarılı olmaktadır. Kullanılan parasal büyüklükler içinde Divisia M1 en hakim parasal büyüklük olarak göze çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Divisia, Para Talebi

although there may be significant short-run influences on real variables. The monetarist prescription has been that a target growth rate for base money should be set at a fixed level designed to achieve zero or low (one-two percent) inflation after allowance for 'normal' productivity and output growth. Along with the monetarist arguments, the stability of money demand is an important element in the New Classical view of monetary effects. In addition, it appears in some New Keynesian analyses and in some empirical real business cycle models that incorporate the aggregate price level and inflation.

The inability of the literature to provide robust specifications has been outlined as [2]: "...the evidence in favor of the kind of long-run stability of the money-income relationship that cointegration represents has become weaker over time, so much that any presumption in favor of such a relationship must reflect prior beliefs, rather than evidence contained in the data..."

The research of the last twenty years in monetary economics has provided three major theories while trying to correct the deficiencies of the partial adjustment model.

Namely these are the buffer stock models, the Divisia aggregates approach and error correction models. Recent studies [3-5] demonstrate the superiority of the first two of these theories. In the context of these latest developments, this paper tries to incorporate the essentials of those two specifications while analyzing the dynamics of the long-run money demand function.

First, unlike most studies of monetary phenomena in the 1980s which attribute changing empirical relationships to some aspects of financial innovations, this paper follows [6,7] by making use of the Divisia aggregates. Deriving from Barnett, Belongia [8,9] emphasize that the reported simple-sum monetary aggregates are flawed index numbers and they fail to represent the thrust of monetary policy. This is due to the aggregation problems inherent in the weighting scheme of these variables. In this respect, simple sum-aggregates are liable to spurious shifts that would suggest a change in the utility derived from money holdings though no such change has occurred.

Second, due to its sound microfoundations, the latest "forward-looking" version of the buffer stock model is employed. Mizen [4] presents a detailed survey of the buffer stock literature as well as testing the validity of the forward-looking version for the UK data. Although Mizen [5] outlines the problems inherent in the Divisia aggregates approach, he does not refute the fact that Divisia models appear to correct "one unpleasant feature of simple sum aggregation". That is the weights of the Divisia aggregates absorbing the shocks in the data. In this respect, it is worth to incorporate the essentials of the two approaches by simply using the Divisia series while testing the validity of the buffer stock models for the US. This will not only eliminate the defects of the simple sum aggregation but also examine the robustness of the buffer stock models.

The organization of this paper is as follows: In section II, there is a brief summary of the empirical literature on the long-run demand function for real balances in the United States. In section III, the advantages of using the Divisia aggregates for testing the validity of forward-looking approach is discussed while the sound microfoundations of the buffer stock models are presented. Section IV involves the empirical analysis, and section V is a brief conclusion.

II. HISTORICAL BACKGROUND OF THE LONG-RUN MONEY DEMAND FOR THE US

Consumers, firms and other economic units hold monetary assets for various purposes like transactions, speculation and contingencies. These assets include (but are not limited to) currency, checkable deposits, money market mutual fund shares, and savings and time deposits.

The aggregate quantities of monetary assets play significant roles in macroeconomics. In many nations, the monetary authorities publish the sum monetary assets in aggregate forms like M1, M2, M3 and L. In the United States, for example, the asset aggregates include:

$$M1 = \text{Currency and Travelers Checks} + \text{Demand Deposits Held by Consumers} + \text{Demand Deposits Held by Businesses} + \text{Other Checkable Deposits} + \text{Super NOW Accounts Held at Commercial Banks} + \text{Super NOW Accounts Held at Thrifts}$$

$$M2 = M1 + \text{Money Market Mutual Fund Shares} + \text{Money Market Deposit Accounts at Commercial Banks} + \text{Money Market Deposit Accounts at Thrifts} + \text{Savings Deposits at Commercial Banks} + \text{Savings Deposits at Savings and Loans (S\&Ls)} + \text{Savings Deposits at Mutual Savings Banks (MSBs)} + \text{Savings Deposits at Credit Unions} + \text{Small-Time Deposits and Retail RPs at Commercial Banks} + \text{Small Time Deposits at S\&Ls and MSBs and Retail RPs at Thrifts} + \text{Small Time Deposits at Credit Unions}$$

$$M3 = M2 + \text{Large Time Deposits at Commercial Banks} + \text{Large Time Deposits at Thrifts} + \text{Institutional Money Market Funds} + \text{RPs at Commercial Banks and Thrifts} + \text{Eurodollars}$$

$$L = M3 + \text{Savings Bonds} + \text{Short-term Treasury Securities} + \text{Bankers' Acceptances} + \text{Commercial Paper.}$$

These constitute the simple sum monetary aggregates. With such a summation procedure, a weight of unity is implicitly attached to each monetary asset. This means the owners of these monetary assets regard them as perfect substitutes. However, most economic agents hold a portfolio of monetary assets (ranging from currency and deposits to bonds and stocks) and these assets have different opportunity costs. Thus, it is hard to believe that the simple summation procedure captures the true dynamics of the asset demand theory. It is obvious that the simple sum monetary aggregates are flawed index numbers [8, 9]. In the words of Barnett [7], "one can add apples and apples, but not apples and oranges."

Starting from the late 1950s and early 1960s, empirical studies of the demand for real balances examined the long-run income and interest elasticity estimates. Their usual outcome was failing to reject a unitary long-run income elasticity with a coefficient ranging from -0.6 to -0.7 on the long-run interest elasticity [10,11]. The inadequacy with these studies is found in their interpretation of long-run as a reference to the time span of the data series rather than to the equilibrium of demand and supply curves for real balances.

With the supply shocks in 1970s, the economic literature had lost its faith in the conventional money demand functions. The so-called **Goldfeld puzzle** [12] of too little money and too much velocity accompanied by the too much money and too little velocity in 1981-1983 underlined the fundamental changes associated with the demand for real balances. In this context, the failure of the profession to explain the dynamics of the short-run money demand function accompanied with the difficulties in analyzing the long-run money demand have led economists to believe that money's effects on economic activity and its role in monetary policy are issues wide-open for debate.

As a result, the main line of attack has focused on specifications that pay adequate attention to the long-run nature and short-run dynamics of money demand. However, as a stable long-run money demand is the key ingredient in the monetary theory of the balance of payments and monetary theory of exchange rate determination, the main focus has been on determining a robust long-run relationship.

During the 1980s, conventional money demand equations (employing M1 as the monetary aggregate) failed at least on two occasions. In 1982-83, they were unable to predict the large decline in M1 velocity, and in 1985-86, they missed the explosive growth in M1.

Economists have sought to fix conventional money demand equations by focusing on specifications that pay adequate attention to the long-run nature and short-run dynamics of the money demand function. These attempts can be classified in three categories.

The first approach tried to reformulate money demand regressions [13,14]. The second approach chose to apply recently developed econometric techniques [15,16].

The last category includes studies that use a different span of the data compared to the previous studies [17,18].

The general conclusions emerging from these studies have been the documentation of long-run stationarity for money demand only in the case of broad-aggregated monetary measures (typically only M2, and occasionally M1). However, the stability of the long-run money demand is still considered as an unresolved issue in much of the current literature [19,20].

III. DIVISIA AGGREGATES AND BUFFER STOCK MODELS

Although there is consensus on the variables which determine the money holdings, there has been far less

agreement on how to measure the aggregate quantity of money in the economy [19,20].

It is a well-known feature of microeconomic theory that rational decision makers chose corner solutions when allocating resources over perfect substitutes. Therefore, simple sum monetary aggregation is only consistent with microeconomic theory in the case where economic agents hold only one monetary asset in their portfolio.

The appropriate method of aggregating monetary assets is an important question in macroeconomics. Although the microfoundations of money have been widely discussed [21,22] prior to Barnett [7] only a few studies had been concerned with application of aggregation and/or index number methods to monetary assets [23,24]. Despite being a strong advocate of M2, Friedman and Schwartz [25] emphasized the deficiencies related to high level simple sum aggregates as:

"The [simple sum aggregation] procedure is a very special case of the more general approach...[which]...consists of regarding each asset as a joint product having different degrees of "moneyness", and defining the quantity of money as the weighted sum of aggregates value of all assets, the weights for individual assets varying from zero to unity with a weight of unity assigned to that asset or assets regarded as having the largest quantity of "moneyness" per dollar of aggregate value. The procedure we have followed implies that all weights are either zero or unity. The more general approach has been suggested frequently but experimented with only occasionally. We conjecture that this approach deserves and will get much more attention than it has so far received".

Following this presumption, Barnett [7] introduced the application of index number theory to the construction and estimation of monetary aggregates while underlining the deficiencies associated with the simple-sum aggregation. He argues that economic agents must be able to treat a monetary aggregate as the quantity of a meaningful single good in their decisions. Hence, it is possible for individuals to select their desired aggregate quantity of the monetary aggregate without regard to its composition. Beside, changing the relative quantities of the components within the monetary aggregate must not influence any change in tastes or technology over any other goods. In this respect, Barnett [7] demonstrates the invalidity of simple sum index number formula. Introducing the notion that each asset has a user cost, he calculates that term depending on the foregone interest. In discrete time, this is

$\pi_{it} = (R_t - r_{it}) / (1 + R_t)$, where r_{it} is the own rate of return on monetary asset i , and R_t is the rate of return on the benchmark asset, which is the asset that is held

solely as an investment. Hence, the benchmark asset does not provide any services other than its investment rate of return, R_t .

Drawing on Barnett [26], Barnett [3] and Belongia [8] argue that simple sum aggregates are flawed index numbers because aggregating any set of commodities with equal weights means that each good is a perfect substitute for every other good in the group. However, this is not the condition as empirical evidence shows. Hence, the simple-sum aggregates are liable to internalize pure substitution effects as they are prone to spurious shifts. These shifts may be the reasons for the instability of the money demand functions, using simple-sum aggregates as their dependent variable. Replacing the simple-sum monetary aggregate by its Divisia counterpart, Belongia [8] finds reversed qualitative inferences in four of five cases examined.

One of the indices Belongia [8] uses is the Divisia, constructed by calculating expenditure shares for the financial assets to be aggregated and using these shares as the index weights, derived from Barnett [7]. In this formulation, the household's utility function is assumed to be weakly separable in monetary assets. Hence, the marginal rate of substitution between any two monetary assets becomes independent of the quantities of all other goods. The household solves its utility maximization problem in two stages.

In the first stage, the shares of total household expenditure to be spent on real monetary services and on quantities of individual non-monetary goods and services is chosen. In the second stage, not exceeding the expenditure on monetary services selected in the first stage, the household determines the real stocks of monetary assets that will provide the largest possible quantities of monetary services.

In this respect, to incorporate the pure substitution effects and track the true, but unknown, subutility function associated with the monetary service flow from holding a given set of assets, monetary aggregates need to be constructed using an index formula from the class of superlative index numbers [27,28].

Following these studies, recently Anderson, Jones and Nesmith [29] have developed the Monetary Service Index (MSI), approximating many monetary aggregates. The monetary services indices are sometimes called as Divisia monetary aggregates as their construction uses a discrete approximation to Divisia [30]'s continuous time index.

Anderson, Jones and Nesmith [31] explained that the MSI includes the monetary quantity aggregate, and its dual user cost index. Unlike the official monetary aggregates published by the Board of Governors of the

Federal Reserve System, the MSI and their dual user cost indices are statistical index numbers, based on economic aggregation and statistical index number theory depending on the theoretical advances of Barnett [6,7,26] and Diewert [27]. Beside, the theoretical procedures used in the construction of MSI database are valid only under the assumption of risk neutrality.

Namely, the MSI contains monetary services indices constructed over the same set of assets (levels of aggregation) as the simple sum monetary aggregates M1A, M1, MZM, M2, M3 and L. These indices are both chained superlative index numbers, and have the same theoretical and statistical properties as other chained superlative index numbers, like the Gross Domestic Product (GDP) and GDP deflator produced by the Department of Commerce. In this framework, the methodology for construction of MSI is compatible with the mainstream of current macroeconomic research. Moreover, the MSI approach follows the contemporary general-equilibrium business cycle models which often begin with the hypothesis of an optimizing microeconomic agent [32].

The vast literature on buffer stock models underlines the general notions of their premises [4,33]. Buffer stock models accept temporary departures from equilibrium in the market, arguing that these depend on the commonly accepted microeconomic principles as costs of adjustment, revision of expectations and time spent to respond. The advocates of the buffer stock models choose two distinct types, namely the expectations-incorporated type known as the shock absorber approach (and its following extensions) and the inventory principle approach.

The shock-absorber approach lies its roots in Carr and Darby [34] where they allow real money balances off the individual demand for money function in the short run by introducing variables to capture these discrepancies. Their equation is

$$m_t = p_t + \lambda m_t^* + (1-\lambda)m_{t-1} + \alpha y_t^T + \phi(m_t - m_t^a) + u_t$$

where they tested for the statistical significance of ϕ (the term for unexpected nominal money supply shocks) and α (the term for transitory income). The outcomes were supportive of the shock-absorber approach.

Further extension of the model-known as the forward-looking version-has been introduced by Cuthbertson [35], Cuthbertson and Taylor [36,37].

They generalize the minimisation of costs of adjustment into a multi-period framework. This is accomplished by incorporating forward-looking behavior as they allow the individual money balances to be

influenced by shocks to current monetary policy and expectations of future monetary policy. Hence, deviations in equilibrium are not only due to unexpected events but also because of the anticipated events ahead of the current time period. Mizen [4] offers an extended empirical testing of forward-looking approach for UK using quarterly data for the period 1966(1) to 1989(2). The results of Mizen [4] provide favorable evidence for the forward-looking rational expectations buffer stock models although the broad money measure (M4) performs better than the narrow one (M1).

IV. COINTEGRATION ANALYSIS

Most economic variables are proposed to follow volatile paths, hence it is always a matter of question whether economic variables tend to revert back to some long-run trend following a shock or random walk process. In this respect, the underlying characteristics that generated the time series is to be examined in detail to discriminate spurious from real relationships. Foremost in this agenda is the use of recently developed cointegration techniques that allows one to estimate the long-run relationship using data with a frequency of measurement appropriate to the study of monetary policy issues.

Previous cointegration analyses of time series are primarily based on residual-based tests following the two step procedure of Engle and Granger [38]. However, since its introduction [39,40], Johansen method has been widely used. Its' superiority lies in the fact that it takes into account the error structure of the data and allows for interactions in the determination of the relevant economic variables, within the context of vector autoregressions. The procedure developed by Johansen [39] builds on the cointegration literature by providing a maximum likelihood technique for estimating and testing for cointegration.

This paper examines the existence of a stable long-run relationship between the economic variables proposed to determine the demand for real balances. Cointegration is the approach to follow as it is at least a necessary (but not always sufficient) condition for economic variables to have a stable long-run (linear) relationship.

IV.1. Empirical Evidence

Using the above discussed framework, this study employs the real simple sum monetary aggregates, M1 (SSM1) and M2 (SSM2) and the real MSI aggregates of Divisia (Div) M1 and Divisia (Div) M2 as the appropriate measures of money. The chain index of real gross domestic product calculated by the Department of Commerce is used as the scale variable. Lucas [41] and McCallum [42] demonstrate utility theoretic models of

money demand which indicate that the appropriate scale variable is total expenditure), the gross domestic product, the three month T-bill rate as the opportunity cost variables. The price variable used is the CPI as it is also a superlative chain index. All variables are in their natural logarithms except the interest rates. The sample period is determined by the availability of consistent measures of the aggregate in question. The data is quarterly and data runs from 1970.1 to 2000.4. The first step is to test for the integration order of the variables. Table.1 show the results of the Dickey-Fuller test [43,44,45] for levels and differences and Table.2 for the Kwiatkowski *et. al.* (KPSS) [46] test for levels and differences.

Table.1: Augmented Dickey-Fuller Unit Root Tests

Variable	Case	Lags	Level	Case	Lags	Diff.
Div M1	Trend	3	-2.46	No	6	-4.86**
				Trend		
SSM1	Trend	3	-2.38	No	6	-3.77**
				Trend		
Div M2	Trend	3	-3.29*	No	0	-4.65**
				Trend		
GDP	Trend	2	-3.30*	No	0	-9.25**
				Trend		
CPI	Trend	3	-1.98	No	7	-2.99**
				Trend		
RTB3	No	7	-2.23	No	6	-5.56**
	Trend			Trend		

The critical values for the case with No Trend are -3.51, -2.89, and -2.58 for 1%, 5% and 10% significance levels, respectively. The critical values for the case with Trend are -4.04, -3.45, and -3.15 for 1%, 5% and 10% significance levels, respectively. (*) denotes significance at 10 % level, and (**) denotes significance at 5 % level.

Table.2: --- KPSS Unit Root Tests

Variable	Case	Lags	Level	Case	Lags	Diff.
DivM1	Trend	4	0.49**	No	4	0.13
				Trend		
SSM1	Trend	4	0.46**	No	4	0.13
				Trend		
Div M2	Trend	4	0.50**	No	4	0.30
				Trend		
SSM2	Trend	4	0.45**	No	4	0.33
				Trend		
GDP	Trend	4	0.33**	No	4	0.09
				Trend		
CPI	Trend	4	0.46**	No	4	0.50**
				Trend		
RTB3	Trend	4	0.51**	No	4	0.06
				Trend		

The critical values for the case with No Trend are 0.739, 0.463, and 0.347 for 1%, 5% and 10% significance levels, respectively. The critical values for the case with Trend are 0.216, 0.146, and 0.119 for 1%, 5% and 10% significance levels, respectively. (*) denotes significance at 10 % level, and (**) denotes significance at 5 % level.

As the above tables show all of our series have a unit root and no deterministic trend. However, the CPI is order 2 in the KPSS test, and order of 1 in the Dickey-Fuller test. We proceed according to the Dickey-Fuller test due to its common acceptance in the literature.

Overall, our results show that we can reject the null of non-stationarity using ADF and KPSS at 10, 5 and 1 % significance levels in the differenced series. Thus we end up with I (1) series. This shows that all the series in question can be characterized as random walk processes. This is not surprising as economic series are bound to follow random walks due to fluctuations in economic activity.

Next, we employ tests for cointegration suggested in Johansen and Juselius [47] and called Johansen-Juselius (JJ). Haug [48] compares the power and size of distortions of these tests in a Monte Carlo study and finds that the JJ maximum eigenvalue tests have the least size distortions.

To determine the appropriate lag length for the residuals from the vector error-correction process in Johansen and Juselius's procedure, we employ the Akaike criterion and check all the residuals for white noise with the Box-Pierce Q statistic. We check the cases of simple-sum M1, simple-sum M2, Divisia M1 and Divisia M2. Dummy indicates a dummy variable used to capture the effects of shocks in the 1970s (The specification of the dummy variable could be requested from the author). The results are in Table.3 for the JJ.

Table.3: Johansen-Juselius (JJ) Cointegration Tests: Monetary Aggregates, Real Output, Interest Rates

Variables	Null	No Trend		Trend	
		Max E.	Trace	Max E.	Trace
DivM1,	r = 0	28.27*	31.02*	30.82*	43.20*
GDP,	r ≤ 1	2.68	2.75	9.72	12.39
RTB3	r ≤ 2	0.07	0.07	2.67	2.67
SSM1,	r = 0	27.13*	29.56*	29.01*	41.19*
GDP,	r ≤ 1	2.40	2.43	9.78	12.17
RTB3	r ≤ 2	0.03	0.03	2.40	2.40
DivM2,	r = 0	12.78	21.52	19.84*	37.59*
GDP,	r ≤ 1	8.36	8.74	9.61	17.75
RTB3	r ≤ 2	0.38	0.38	8.14	8.14
SSM2,	r = 0	23.33*	31.73*	26.15*	45.30*
GDP,	r ≤ 1	8.39	8.40	10.99	19.15
RTB3	r ≤ 2	0.01	0.01	8.16	8.16

The 10 % critical values for the Max E. test are 13.39, 10.60, and 2.71 for the No Trend case, and 16.13, 12.39, and 10.56 for the Trend case. The 10 % critical values for the Trace test are 26.70, 13.31, and 2.71 for the No Trend case and, 39.08, 22.95, and 10.56 for the Trend case. (*) denotes significance at 10 % level.

Like Mizen [4], we are able to detect the presence of a cointegrating vector in the JJ test. All of our equations end up providing comovement of the variables included. It is possible to argue that our series follow similar patterns as they have the same order of integration.

This finding is crucial because it demonstrates the establishment of the relationship between real money balances, income and interest rates. Hence in a sense this study is reversing the trend that has been followed by many studies which have failed to provide favorable evidence for the existence of a money demand relationship in the last 30 years.

Moreover, the maximal eigenvalue and trace statistics of the cointegration tests for the Divisia M1 are larger than the ones for the SSM1. This is a typical example of the dominant nature of the Divisia M1.

It is important to note that it is M1 that the economic agents deal with in their daily lives. Therefore, the decisions of economic agents are reflected in the behavior of the narrow monetary aggregates, in a special manner, which is better than the broad monetary aggregates. This is the reason why we see a reverse case for M2. As more and more financial components are found in a monetary aggregate the decisions of economic agents could have a nuisance. This is due to the commonly accepted microeconomic principles like costs of adjustment, revision of expectations and time spent to respond that create temporary disequilibrium in the short-run.

V. CONCLUSION

This study tried to incorporate the essentials of two well-known theories of money demand while trying to explain the dynamics of a stable long-run relationship between real money balances, an interest rate and GDP.

Our results are in support of the theoretical framework which was outlined (but could not be demonstrated) by some recent studies. The forward looking buffer stock model and the Divisia aggregates of Barnett are capable of providing an empirical explanation of the existence a stable long-run money demand function. Although we examined the matter from a buffer stock perspective, it is important to note that these findings also apply to a simple money demand function. Beside, it is important to notice that economic agents behaviors is reflected in the incorporation of the Divisia monetary aggregates and the buffer-stock models of money while making decisions on their real money balances. In this respect, this study is probably the first example of this nature in showing empirical support that links the two important approaches of monetary economics.

REFERENCES

- [1] BOORMAN, J.T., "The Evidence on the Demand for Money: Theoretical Formulations and Empirical Results", in T. M. Havrilesky and J. T. Boorman, (eds.) *Current Issues in Monetary Theory and Policy*, Arlington Heights, AHM Publishing Company, IL, 1976, pp.315-361.
- [2] FRIEDMAN, B.M.; KUTTNER, K.N., "Money, Income, Prices and Interest Rates", *American Economic Review*, Vol. 82, 1992, pp. 472-491.
- [3] BARNETT, W.A., "Which Road Leads to Stable Money Demand?", *The Economic Journal*, Vol. 107, 1997, pp.1171-1185.
- [4] MIZEN, P., *Buffer Stock Models and the Demand for Money*, St. Martin's Press, New York, 1994.
- [5] MIZEN, P., "Microfoundations For A Stable Demand For Money Function", *The Economic Journal*, Vol. 107, 1997, pp.1202-1212.
- [6] BARNETT, W.A., "The User Cost of Money", *Economics Letters*, Vol. 1, 1978, pp.145-49.
- [7] BARNETT, W.A., "Economic Monetary Aggregates: An Application of Index Number and Aggregation Theory", *Journal of Econometrics*, Vol. 14, September 1980, pp.11-48.
- [8] BELONGIA, M.T., "Measurement Matters: Recent Results from Monetary Economics Reexamined", *Journal of Political Economy*, Vol. 104, 1996, pp.1065-1083.
- [9] BELONGIA, M.T., *Divisia Monetary Aggregates: Theory and Practice*, MacMillan, London, 1996.
- [10] FRIEDMAN, M., "The Demand for Money: Some Theoretical and Empirical Results", *Journal of Political Economy*, Vol. 67, 1959, pp.327-51.
- [11] LAIDLER, D.E.W., "The Rate of Interest and the Demand for Money", *Journal of Political Economy*, Vol. 74, 1966, pp.545-55.
- [12] GOLDFELD, S.M., "The Case of Missing Money", *Brookings Papers on Economic Activity*, Vol. 3, 1976, pp.683-730.
- [13] RASCHE, R.H., "M1 Velocity and Interest rates: Do Stable Relationships Exist?", *Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy*, Vol. 27, 1987, pp.9-88.
- [14] HAFER, R.W., "The Money-GNP Link: Assessing Alternative Transactions Measures", *Federal Reserve Bank of St.Louis Review*, Vol. 66, 1984, pp.19-27.
- [15] HOFFMAN, D.L.; RASCHE, R.H., "Long-run Income and Interest Elasticities of Money Demand in the United States", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 73, 1991, pp.665-74.
- [16] BABA, Y.; HENDRY, D.F.; STARR, R.M., "The Demand for M1 in the USA: 1960-1988", *Review of Economic Studies*, Vol. 59, 1992, pp.25-60.
- [17] POOLE, W., "Monetary Policy Lessons of Recent Inflation and Disinflation", *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 2, 1988, pp.73-100.
- [18] Ball, L., "Another Look at Long-Run Money Demand", *NBER Working Paper No: 6597*, NBER, Cambridge, 1998.
- [19] CUTHBERTSON, K., "Microfoundations and the Demand for Money?", *The Economic Journal*, Vol. 107, 1997, pp.1186-1201.
- [20] MIZEN, P., "Microfoundations for a Stable Demand for Money Function", *The Economic Journal*, Vol. 107, 1997, pp.1202-1212.
- [21] SAMUELSON, P.A., "What Classical and Neoclassical Monetary Theory Really Was", *Canadian Journal of Economics*, Reprinted in R. C. Merton (ed.), *The Collected Scientific Papers of Paul A. Samuelson*, Vol. 3, MIT Press, Cambridge, 1968.
- [22] FAMA, E., "Banking in the Theory of Finance", *Journal of Monetary Economics*, Vol. 6, 1980, pp.39-57.
- [23] HUTT, W.H., *Keynesianism-Retrospect and Prospect: A Critical Restatement of Basic Economic Principles*, Henry Regnery Company, Chicago, 1963.
- [24] CHETTY, V.K., "On Measuring the Nearness of the Near-Moneys", *American Economic Review*, Vol. 59, 1969, pp.270-81.
- [25] FRIEDMAN, M.; SCHWARTZ, A., *Monetary Statistics of the United States: Estimates, Sources, Methods*, Columbia University Press, New York, 1970.
- [26] BARNETT, W.A., "The Optimal Level of Monetary Aggregation", *Journal of Money, Credit, and Banking*, Vol. 14, 1982, pp. 687-710.
- [27] DIEWERT, E., "Exact and Superlative Index Numbers", *Journal of Econometrics*, Vol. 4, 1986, pp.115-145.
- [28] DIEWERT, E., "Superlative Index Numbers and Consistency in Aggregation", *Econometrica*, Vol. 46, 1978, pp.883-900.
- [29] ANDERSON, R.G.; JONES, B.E.; NESMITH, T.D., "Introduction to the St. Louis Monetary Services Index (MSI) Project", *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, January/February 1997.

- [30] DIVISIA, F., "L'indice Monetaire et la Theorie de la Monnaie", *Revue d'Economie Politique*, 1925, pp.883-900.
- [31] ANDERSON, R.G.; JONES, B.E.; NESMITH, T.D., "Building New Monetary Services Indices: Concepts, Methodology, and Data", *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, January/February 1997.
- [32] COOLEY, T.F.; HANSEN, G.D., "Money and Business Cycle", in Thomas F. Cooley (ed.) *Frontiers of Business Cycle Research*, Princeton University Press, New Jersey, 1995.
- [33] LAIDLER, D.E.W., "The Buffer Stock Notion in Monetary Economics", *The Economic Journal*, Vol. 94 (Supplement), 1984, pp.17-33.
- [34] CARR, J.; DARBY, M., "The Role Of Money Supply Shocks In The Short Run Money Demand", *Journal of Monetary Economics*, Vol. 16, 1981, pp.251-257.
- [35] CUTHBERTSON, K., "The Demand For M1: A Forward Looking Buffer Stock Model", *Oxford Economic Papers*, Vol. 40, 1988, pp.110-131.
- [36] CUTHBERTSON, K.; TAYLOR, M.P., "Monetary anticipations and the demand for money in the UK: testing rationality in the shock-absorber hypothesis", *Journal of Applied Econometrics*, Vol. 1 (20), 1986, pp.1-11.
- [37] CUTHBERTSON, K.; TAYLOR, M.P., "A Comparison Of The Rational Expectations And General To Specific Approach To Modeling The Demand For M1", *Manchester School*, Vol. 60, 1992, pp.1-22.
- [38] ENGLE, R.F.; GRANGER, C.W.J., "Cointegration And Error Correction: Representation, Estimation And Testing", *Econometrica*, Vol. 55, 1987, pp.251-276.
- [39] JOHANSEN, S., "Statistical Analysis of Cointegration Vectors", *Journal of Economic Dynamics and Control*, Vol. 12, 1988, pp.231-254.
- [40] JOHANSEN, S., "Estimation and Hypothesis Testing of Cointegration Vectors in Gaussian Vector Autoregressive Models", *Econometrica*, Vol. 59, 1991, pp.1551-1580.
- [41] LUCAS, R.E. Jr., "Equilibrium in a Pure Currency Economy", in J. H. Kareken and N. Wallace (eds.), *Models of Monetary Economics*, Federal Reserve Bank of Minneapolis, Minneapolis, 1980.
- [42] McCALLUM, B., *Monetary Economics: Theory and Policy*, The Macmillan Publishing Company, New York, 1989.
- [43] DICKEY, D.A.; FULLER, W.A., "Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root", *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 74, 1979, pp.427-31.
- [44] DICKEY, D.A.; FULLER, W.A., "Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root", *Econometrica*, Vol. 49, 1981, pp.1057-1072.
- [45] FULLER, W.A., *Introduction to Statistical Time Series*, Wiley, New York, 1976.
- [46] KWIATKOWSKI, D.P.; PHILLIPS, P.C.B.; SCHMIDT, P.; SHIN, Y., "Testing the Null Hypothesis of Stationarity Against the Alternative of a Unit Root: How Sure are we that Economic Time Series Have a Unit Root?", *Journal of Econometrics*, Vol. 54, 1992, pp.159-178.
- [47] JOHANSEN, S.; JUSELIUS, K., "Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration-With Application to the Demand for Money", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol. 52, 1990, pp.169-210.
- [48] HAUG, A.A., "Tests for Cointegration: A Monte Carlo Comparison", *Mimeo*, Department of Economics, York University, 1993.



Sadullah ÇELİK

Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
Göztepe Kampüsü
34722 Kuyubaşı – İSTANBUL

Tel: +90 (216) 336 84 87
scelik@marmara.edu.tr

Sadullah ÇELİK has Ph.D. of Economics at University of Nebraska-Lincoln, College of Business Administration. He is Assistant Professor in Economics at Marmara University. His research areas are Monetary theory, international economics and their respective empirical applications.

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE İÇ VE DIŞ TİCARET DENGESİ GELİŞİMİ

Mustafa AKAL¹, Recep ŞEN²

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

²Sakarya Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü

EXTERNAL AND INTERNAL BALANCE OF TRADE DEVELOPMENT IN EUROPEAN UNION

Abstract: In this study, both the internal and the external foreign trade balance developments of European Union's member countries are compared with their non-membership foreign trade positions. After being a member of the union, the countries concentrated on the union member countries more in foreign trade compared to the countries on which they used trade more economically before the membership. As a result, they indicated a tendency toward the balancing foreign trade among themselves. And European Union countries increased their export over import ratios against the world over time.

In general, the member countries have faced trade surplus against industrial blocks and they have faced trade deficit against less developed blocks as the union as a whole. Because, the member countries are more repetitive in modern industrial products compared to the other developed blocks, but they are less competitive in traditional industries compared to the AFTA (Asean Free Trade Area) members. Moreover, the countries import goods from developing countries, which are rarely found or are not found at all in the continent, but these goods are not significant enough in terms of the trade volume in view of the member countries.

Keywords: Internal and External Trade Balance Development, EU.

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE İÇ VE DIŞ TİCARET DENGESİ GELİŞİMİ

Özet: Bu çalışmada Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin üyelik sonrası iç ve dış ticaret dengesi gelişmeleri üyelik öncesiyle karşılaştırılmıştır. Ülkelerin AB'ye girmeleriyle dış ticaretlerini Birlik üyesi ülkelere yoğunlaştırmaları sonucu üye ülkelerle olan dış ticaretlerinde ihracatlarının ithalatlarını karşılama oranlarında dengeye doğru bir eğilim saptanmıştır. AB üyelerinin diğer ülkelere yönelik ihracatlarının ithalatlarını karşılama oranlarını zamanla artırdıkları da bu çalışmada görülmektedir.

Genelde, üye ülkeler gelişmiş bloklarla ticaretlerinde fazla, az gelişmiş bloklarla ticaretlerinde açık vermektedirler. Buna neden olarak modern sanayi dallarında Birlik üyesi ülkelerin diğer gelişmiş bloklara karşın bir rekabet üstünlüğünün bulunması, fakat, diğer taraftan da geleneksel sanayi dallarında AFTA (Asya Serbest Ticaret Bölgesi) ile karşılaştırıldığında rekabetinin zayıf olması gösterilebilir. Birlik, gelişmekte olan ülkelere toplam ticaretlerinde değerce fazla öneme sahip olmayan fakat Birlik sahasında üretimi az veya hiç bulunmayan malları ithal etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, İç ve Dış Ticaret Dengesi Gelişimi.

I. GİRİŞ

Avrupa Birliği (AB) içerisinde ticaret hacminin artmasına rağmen üye ülkelerin bloklar arası ticaretleri hala önemlidir. Bu çalışmada AB ve üyelerini dönemler itibarıyla, Birliğe giriş öncesi ve sonrası üye ülkelerle ve dış bloklarla olan ticaret dağılımlarını ve bunlarla olan ihracatlarının ithalatlarını karşılama oranlarının dağılımı incelenecektir.

Birliğin dış ticaretinde Avrupa Kıtasının payının oldukça yüksek olduğu açıktır. Birlik EFTA (Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi) ile diğer kıtalardaki AFTA, LAFTA, UMA ile olan toplam ticaretinden daha fazla ticaret yapmaktadır. 2000 yılında EFTA'nın payının düşmesinin sebebi sadece üç üyesinin kalmasıdır. Benzer olarak Birliğin NAFTA ve OECD ülkeleri ile olan dış ticareti hacim olarak Birliğin diğer az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ve bloklarıyla olan ticaretiyle karşılaştırıldığında oldukça önemlidir. Avrupa Birliği ve

üyelerinin hacimce artan bu ticaretlerinin üye ülkelerin "ihracat/ithalat" oranlarına veya dış ticaret dengelerine nasıl yansıdığı, ülkelerin ve blokların gelecekte dış ticaretlerini yönlendirmeleri açısından önemlidir.

II. BÖLGESEL EKONOMİK ENTEGRASYON ve DIŞ TİCARET GELİŞİMİ

Birlik başlangıçta Almanya, Belçika, Fransa, Hollanda, İtalya ve Lüksemburg arasında 1957'de işgücü ile mal ve hizmetlerin serbest dolaşımına dayanan bir ekonomik topluluk olarak kurulmuştur. 1968'de bu altı üye kendi aralarında gümrük vergilerini tamamen kaldırmışlardır. Üye devletlerin başarısı İngiltere, Danimarka ve İrlanda'yı topluluk üyeliğine başvurmaya yöneltmiştir. Bu üç ülke 1973 yılında üyeliğe kabul edilerek üye devlet sayısı altıdan dokuz, 1981'de Yunanistan'ın, 1986'da İspanya ve Portekiz'in katılmalarıyla güneye doğru; üye sayısı on ikiye çıkarak birlik genişletilmiştir. 1 Ocak 1995'te Avrupa Birliğine

üç yeni üye Avusturya, Finlandiya ve İsveç katılmıştır. Bu üç üye kendilerine özgü katkılarıyla Birliği zenginleştirip, Birliğe Orta ve Kuzey Avrupa'da yeni açılımlar sağlamıştır. Kıtada diğer bir entegrasyon olan EFTA da tamamıyla AB'ye katılma eğilimine girmiştir. 2003 Nisan ayı itibarıyla Birlik Balkanlar ve Kuzey Doğu Avrupa'da yeni üyelerin kabul edilmesi sözüyle daha da açılmayı gerçekleştirilmektedir.

Bu ülkelerin ekonomik ve siyasi entegrasyonu paralelinde gelişen ticaret hacmi ve yönü, dış ticaret teorilerine, gümrük birliği ve birlik içi ortak politikalara dayandırılabilir. Bu açıdan bu konunun çalışma doğrultusunda işlenmesi gerekmektedir.

Ekonomik bütünleşmeler ülkelere geleneksel ekonomik kazançlar ve geleneksel olmayan kazançlar sağlar. Viner [1]'in Geleneksel Ekonomik Bütünleşme Teorisine göre, tam rekabet piyasası ve ölçeğe göre sabit getiri varsayımları altında, ekonomik bütünleşmenin ticaret engellerinin kaldırılması sonucu ticaret hacminde ve yönünde meydana gelen statik kaynak dağılımı etkileri ve ekonomik değişkenlerin zaman içerisinde büyüme hızlarında meydana gelecek sürekli değişiklikler olarak tanımlanan dinamik etkileri söz konusudur. Yine 1980'li yılların başlarında ortaya çıkan, eksik rekabet yapısı ve ölçek ekonomilerini temel alan Yeni Ekonomik Bütünleşmeler Teorisine göre, ekonomik bütünleşmelerin kaynak dağılımı etkileri olarak artan mal çeşitliliği etkisi, rekabet etkisi, yeniden yapılanma etkisi ve piyasa bütünleşme etkisi mevcuttur [2]. Artan mal çeşitliliği etkisi, serbest ticaret sonrası yeni mal çeşitlerinin ilk kez tüketici için sürekli olarak var olmasının tüketicinin refahını artırması olarak tanımlanır. Diğer yandan, ticaretin serbestleşmesi firmaların piyasa paylarını değiştirmesi, firmaların fiyat maliyet marjının azalması, firmaların ölçeklerinin artması ve fiyatlarının düşmesi gibi rekabet etkisi vardır. Bu konu üzerine Akkoyunlu [3] Smith ve Venables'in 1988 yılında yaptıkları ampirik çalışmasını işaret ederek, bölünmüş piyasalarda giriş çıkışın olmadığı durumda ortalama maliyette % 1 azalma, giriş çıkışın olması durumunda ortalama maliyetlerde % 4 azalma olduğunu belirtmektedir. Bütünleşmiş piyasalarda ise giriş çıkış olmadığı durumda ortalama maliyetlerin % 2,7 azaldığı, giriş çıkışın serbest olduğu durumda ortalama maliyetlerin % 4,3 azaldığı, ve firma sayısında % 30'a varan azalma olduğu, kalan firmaların ölçeklerinde % 50 artış olduğunu belirtmiştir. Bu bağlamda büyük ve bütünleşmiş bir piyasa olan AB piyasasında ilgili çalışmadaki bütünleşmelerin pozitif etkilerini görülmesi kaçınılmazdır. Bütünleşme sonucu artan ölçekle beraber azalan maliyetler AB firmalarına rekabet gücü kazandırmış, üretimde uzmanlaşmayı artırmış ve bunun sonucu olarak üye ülkelerin kendi aralarındaki dış ticaretlerinin dengelenme, Birlik dışı, özellikle dünyanın bütününe yönelik ticarette ihracatın ithalata kıyasla artma eğilimine girdiği söylenebilir.

Taşıma maliyetlerinin yanında ölçek ekonomilerinde sağlanan avantajlar ticareti artırıcı etken olmuştur.

Gelişmişlik düzeyleri benzer olan ülkelerin dış ticaretine baktığımızda çoğunlukla endüstri içi ticaret gözlenmektedir. *Endüstri içi ticarette şu şekilde açıklanabilir:* Avusturya'nın en önemli ortakları 2000 yılında ihracatta sırasıyla Almanya % 54,3, İtalya % 14,4, Fransa % 7,3 ile, ithalatta yine sırasıyla Almanya % 63,6, İtalya % 9,9, Hollanda % 6,2 ile gelmektedir. Ülkenin mal gruplarına göre dış ticaretine bakılırsa ihracatın % 41'ini makine ve taşıma ekipmanları (elektrikli makineler, iletişim araçları, güç elde edilen makineler), % 27,2'sini temel imalat (iplik, kumaş, demir gibi) ürünler oluşturmakta, ithalatında % 38'ini makine ve taşıma ekipmanları ve % 18'ini temel imalat oluşturduğu görülmektedir [4,5]. Ortakların da bu mal gruplarını ihraç ettiği görülmektedir. Yani aynı mal grupları arasında endüstri içi ticaret yapılmaktadır.

Dış Ticaret Teorileriyle ticaretin yönü, şekli ve biçimi açıklanabilmektedir. Wassily Leontief Paradoksu'ndan sonra dış ticareti açıklamaya yönelik yeni teoriler ileri sürülmüştür. Kreinin [6], Salvatore [7], Ethier [8], Seyidoğlu [9]'da belirtildiği gibi, bu teoriler AB'nin iç ticaret hareketlerinde *Donald Keasing ve Peter Kenen'in Nitelikli İşgücü*, daha çok sanayi ürünleri ticaretine uygulanabilen Brunstam Linder'in *Tercihlerde Benzerlik Teorisi*, *Ölçek Ekonomileri Teorisi*, *Elhanan Helpman'ın Monopolcü Rekabet Teorisi* gibi teorileridir. Sanayileşmiş ülkeler arasındaki ticaretin giderek artan bölümü endüstri içi ticaretle açıklanabilir. Dolayısıyla Birliğin iç ticaretini yukarıda sıralanan ve yeni teoriler olarak bilinen teoriler çerçevesinde gerçekleştirildiği söylenebilir [10]. Diğer taraftan *taşıma giderlerinin de dış ticarete etkisi vardır*. Normal olarak taşıma giderlerinin ithalatçı ülkede mal fiyatının yükselmesine, ihracatçı ülkede de fiyatların düşmesine neden olarak dış ticaret hacmini daraltır [9]. Bu bağlamda AB'nin iç ticaretinde, komşu ülkeler arasında taşıma maliyetlerinin düşüklüğü komşu ülkelerin birbirleriyle daha çok ticaret yapmasını sonuçlandırır.

AB'ne genel olarak bakıldığında ticaretin açıklanmasında yukarıda belirtilen teorilerin etkili olduğu görülür. Birliğin iç ticaretinin bu teoriler çerçevesinde geliştiğini söylemek mümkündür. Diğer yandan Birlik Gümrük Mevzuatıyla kendi mallarının iç pazarın ticareti genişlemekte, dış ülkelerin de daha çok sadece Birliğin ihtiyaç duyduğu malları bu Birliğe ihraç etme durumunda kaldıkları söylenebilir.

Diğer taraftan, AB Ortak Politikalarının ticaretin nasıl gelişmesi ve yönünün belirlenmesinde rolü vardır. Ortak gümrük, tarım, sanayi, güvenlik ve para politikalarının birliğin ticaretini nasıl yönlendirdiğini açıklar. Ortak ticaret politikası Birlik için en önemli bir ticaret politikası olmuştur. Tek market olma yolundaki

başarılar ve artan birlik içi ticaret AB'nin dünya ticaret anlaşmalarındaki rolünü artırmıştır. Bugün için AB üçüncü ülkelerle ve Dünya Ticaret Örgütü (WTO) çerçevesinde dünyada karşılıklı dış ticaret anlaşmalarında önemli rol oynamaktadır. AB'nin bu global anlaşmalardaki etkinliği onun uluslararası ticarete ABD ve Japonya'nın önünde lider bir oyuncu olmasından ziyade Birliğin ortak ticaret politikasının etkinliğinden kaynaklanmaktadır. Bu etkinlik, gücünü ortak ticaret politikası içinde "AB Antlaşmasının" 133. maddesi çerçevesinde Avrupa Komisyonu'na verilmiş olup komisyonun üyeler arası ortak ticaret politikası anlaşmasını sağlamadaki etkisinden gelmektedir. Ayrıca AB Adalet Mahkemesince de 133. madde detaylıca incelenmektedir [11].

Ortak Gümrük Birliği Politikası ile üye ülkeler arasında mal dolaşımı serbestçe yapılabilmektedir. Gümrük birliğinde kotaların ve gümrük tarifelerinin kaldırılması ve dışa karşı ortak bir gümrük tarifesi uygulanmasıyla üye ülkeler arasında ticaret liberalleştirilip canlandırılmıştır. Birlik başlangıçta gümrük birliği olarak kurulmuş, iç ticaretini hedeflediği gibi artırmış, günümüzde ekonomik birlik haline gelmiş ve ortak para birimi Euro ile de tam ekonomik bütünleşmeye gitmektedir.

Gümrük Birliği, Avrupa Topluluklarının gelişiminin temelidir ve toplulukların temelini oluşturur. İlk önce demir-çelik ürünlerinde, sonra da demir-çelik dışı ürünlerde gümrük birliği oluşturulmuştur. Bu sahalarda gümrük birliğinin gerçekleşmesinin ardından ticarete görünen canlılık ve topluluğa sağladığı faydalar göz önüne alınarak, AET'da sanayi ürünlerinde de gümrük birliğine gidilmesi fikri doğmuştur. Ticaretin serbestleştirilmesine yönelik yapılan bu çalışmalar neticesinde birlik üyelerinin ticaretlerinde bir canlanma gözlenmiştir. Tam bir gümrük birliğine 1968'de geçilmiştir. Üçüncü ülkelere 1968'de ortak gümrük tarifesi (OGT) konmasıyla da birlik içi ticarete yönelinmiştir. Diğer taraftan, gümrük birliğinin oluşturulmasında 1968 yılında gümrük vergileri ile gümrük vergisine eş etkili yükümlülüklerin ve tarife dışı engellerin kaldırılmasıyla ülkeler istediği ülkeden ve istediği miktarlarda ithalat yapabileme durumuna gelmiş, bu durum ticaretin globalleşerek artmasını sağlamıştır [12]. Diğer taraftan OGT' de yer alan vergi oranlarının basit aritmetik ortalaması başlangıçta % 40 civarındayken 1999'da % 4'ün altına inmiştir. Bu da Birliğin üçüncü ülkelerle ticari ilişkilerini canlandırmıştır.

Karlık [12] *Ortak Tarım Politikasının* amacını tarımda verimliliğin artırılması, çalışanlara uygun bir yaşam seviyesi sağlanması, pazarın istikrara kavuşturulması, ürün arzının garanti edilmesi ve tarım ürünlerinin tüketicilere uygun fiyatlarla sunulması olarak ifade etmektedir. Birlik içi tarım özendirilmekte,

böylelikle de birliğin tarımda dışarı bağımlılığı düşürülmek istemiştir. Bu da birlik içi tarım ticaretini artırıcı bir rol oynamaktadır.

Ortak Sanayi Politikasına gelince, Alkinoğlu [13] AB'nin son zamanlarda ortaya çıkan işsizliği azaltma, yeni sanayileşen ülkelerle genel sanayi dallarında rekabet gücü kazanma ve teknolojik ilerlemenin sürekliliğini sağlamayı göz önüne alarak Birliğe üye ülkelerin çıkarlarına katkıda bulunan, Avrupa çapındaki büyük işletmelerin kurulmasını destekleyici bir sanayi politikası yürüttüğünü ifade etmektedir. Buna göre, modern sanayi sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin birleşerek dünya piyasalarında rekabet edebilme imkanı oluşacağı kabul edilmektedir. Ve geleneksel sanayi dallarında zayıf olan sektörleri geçici olarak ayakta tutup güçlendirmek amacıyla bu sanayi dalları kotalar, yüksek gümrük vergileri ve gönüllü ihracat kısıtlamalarıyla korunmakta, doğrudan sübvansiyon verilmesi ve üretim mallarının ihracatının sağlanması için teşvik tedbirleri uygulanmaktadır. Diğer taraftan yine bu dallarda teknik ve mali engellerin ortadan kaldırılarak AB'ye üye ülkelerin bütününe kapsayan geniş bir iç piyasanın oluşturulması ve böylece çeşitli sanayi dallarının ölçek ekonomilerinden faydalanması ve bu şekilde verimliliğin artırılması amaçlamaktadır. Böylece, ölçek ekonomilerinden faydalanarak verimlilik ve etkilerini arttıran firmalar geleneksel sanayi dallarında ulusal piyasalarda rekabet gücü kazanmaya başlamışlardır. Yine Alkinoğlu [13]'na göre dış rekabet koşulları ise topluluğu belirli alanlarda uzmanlaşmaya itmiş ve her üye ülke avantajları en iyi şekilde değerlendirmiştir. Ayrıca, ortak sanayi politikasının uygulanmasıyla ülkeler ileri teknoloji içeren ürünlerde uzmanlaşarak bu ürünlerde tamamen ihracatçı konuma gelmişler ve böylelikle ihracatlarının ithalatlarını karşılama oranlarını artırmışlardır.

Avrupa Birliği Antlaşması Ortak Dış Güvenlik Politikaları (ODGP) ile adalet ve iç işlerinde işbirliğini öngörmektedir [14]. Bunun için üye ülkelerin *işbirliği, ortak tavır ve eylemi öngörülmektedir* [15]. ODGP ile birlik içindeki ülkeler üçüncü ülkelere karşı ortak hareket ederek daha güçlü bir yapıya kavuşup kendilerini güvende hissetmeleri ekonomik anlamda gelişmelere daha fazla olanak sağlayabilmekte ve yüksek bir pazarlık gücüne kavuşmakta, böylelikle ticareti kendi yönlerine çevirme imkanı oluşturmaktadırlar. Ayrıca yabancı yatırımlara da güvenli bir ortam sağlamaktadır. Bu da daha fazla yabancı yatırım ve üretim demektir. Daha fazla üretim daha fazla ticarete olanak sağlar. Böylece ülkelerin güvenliklerinin sağlanması sonucu ticaretlerini artırdıkları ileri sürülebilir.

Ortak Ekonomik ve Parasal Birliğin de ticaretin yönlendirilmesinde rolü vardır. AB'de, ekonomik bütünleşme; iç pazar çerçevesinde malların, hizmetlerin, kişilerin ve sermayenin serbest dolaşımı ilkelerine dayandırılmıştır. Bu ilkelerin işleyebilmesi için, iç

pazarın her türlü riskten arındırılması zorunludur. Altınok [16] döviz kurlarındaki istikrarsızlığın üye ülke ekonomileri üzerindeki etkilerini en aza indirmek, gümrük birliğinin etkilerini kılımak ve Avrupa'nın tek, büyük piyasası olmasını sağlamak için daha ileri bir bütünleşme modeli olan "Ekonomik ve Parasal Birlik" (EPB) oluşturma yönündeki girişimlerinin 1970 yılında başlamış olduğunu ifade etmektedir. Böylece Euroya geçiş tüketicilerin sağlıklı bir şekilde fiyat kıyaslamasında bulunmalarına ortam sağlayacağından ve dış ticarete riski azaltmasıyla dış ticareti daha da artırması beklenmelidir. Ayrıca Euro'nun kullanımı birçok bankacılık işlemini azaltarak iç ve dış ticareti artırabileceği şimdiden öngörülebilir.

Bilimsel Araştırma ve Teknolojik Gelişme (RTD) bir ülkenin ekonomik büyümesi için küçümsenmeyecek bir öneme sahiptir. Avrupa Birliği, endüstrisinin tek pazar avantajından yararlanabilmenin yolunun da araştırma kaynaklarının temel anahtar sahalarda ve öncelikli teknolojilerde birleştirmekten geçtiğini bilmektedir. Böylece de şirketlerin rekabetçiliği ve iş gücü yaratma olanakları büyük çapta RTD aktivitelerine bağlıdır. Bu nedenle Teknoloji ve Yeni Araştırma Politikasının hedefi ulusal ve Birlik politikalarını koordine etmek, farklı seviyelerdeki işbirlikçiliğini organize etmek, araştırma grupları arasında iletişimi sağlamak, bireylerin mobilitelerini artırmak ve Birliğin rekabetini güçlendirmek için fikirler vermektir. Avrupa Birliği Antlaşmasınının 163. maddesi uyarınca Birliğin uluslararası endüstriyel rekabetini artırmaya yönelik araştırma ve teknolojik gelişmeler desteklenip, motive edilmektedir. 1990'lı yıllarda dünyada görülen sürekli teknik ilerlemeler sonucu Birlik RTD'ye daha da önem vermeye başlamıştır [17]. Hiç kuşkusuz, RTD ile birlikte ve RTD ile gelişen nitelikli iş gücüne dayalı birlik içi ticaret artırılıp, tek pazar içinde üretim ölçeğinin büyütülmesi sonucu ortalama maliyetlerdeki düşüşler de Birliğin uluslar arası endüstriyel rekabetini artırmaktadır.

III. DÖNEMLER İTİBARIYLA ÜYE ÜLKELERİN BİRLİK İÇİ DİŞ TİCARET ORANLARI

Tablo.1 ve Tablo.2'de Birlik içi ticaret dengeleri veya ihracatlarının ithalatlarını karşılama oranları (X/M) verilmektedir. Tablo.1 ve 2 serisinde oluşturulan matrislerde karşılıklı gelen ülkelerin yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda birbirleri ile yaptıkları ticarete X/M oranı verilmektedir. Koyu ve köşegen oranlar ilgili ülkenin Birlikle olan toplam X/M oranını vermektedir. Matristeki bir element satırdaki ülkenin sütundaki ülkeye olan ihracatının sütundaki ülkeden yapılan ithalatının ne kadarını karşıladığını göstermektedir. Bu oranlar 100'un üzerinde ise ülke Birlik içi dış ticarete fazla, altında ise dış ticarete açık vermektedir.

Tablo.1'deki 10'ar yıllık kümülatif dış ticaret değerlerinden ihracatın ithalatı karşılama oranlarına göre, ülkelerin "X/M" oranlarını açıklayacak olursak; Belçika - Lüksemburg, Finlandiya, Almanya, Hollanda Birlik içi toplam ticarete dönemler itibariyle sürekli fazla vermişlerdir. Danimarka, Fransa, İrlanda, İtalya, İsveç Birlik içi ticarete ilk dönemlerde açık verirken, zaman içerisinde fazla verir durumuna gelmişlerdir. Yunanistan hariç Avusturya, Portekiz, İspanya, İngiltere sürekli açık vermektedirler. Ancak bu ülkelerin Birliğe olan ihracatlarının Birlikten olan ithalatlarını karşılama oranlarının iyileştiği de görülmektedir. Bu ülkelerin 1971-1980 döneminden 1991-2000 dönemine olan "X/M" gelişmesine bakıldığında, İngiltere'nin Birliğe olan ihracatının ithalatını karşılama oranı % 85,9'dan % 94,8'e, Portekiz'in % 60'tan % 67,8'e, Avusturya'nın % 58,9'dan % 80,3'e yükselmiştir. Avusturya 1995 yılında EFTA'dan ayrılıp AB'ye üye olmuştur. Avusturya'nın ihracatında makine ve taşıma araçlarının payı % 40,6, ithalatında da %38 olup birinci sırada yer almıştır. Avusturya'nın en çok ticarete bulunduğu ilk üç ülke sırasıyla Almanya, İtalya ve Fransa'dır [4,5].

Genelde, üyeler arasında sanayileşmiş olanlar daha çok ticarete sahiptir. Bu durum Lancaster [18]'in monopolcü rekabet teorisine, Helpman [19]'in endüstri içi ticaret, ve Krugman [10]'in ölçek ekonomilerine dayalı ticareti işaret eder. Nitekim, Avusturya'nın ihracat ve ithalatında makine ve taşıma araçlarının payının yüksekliği bunu göstermektedir. Daha az gelişmiş ülkelerden Yunanistan'ın dış ticaretine bakıldığında, dış ticaret ortakları 2000 yılında ihracatta Almanya % 28,3, İtalya % 21,1, İngiltere % 14,6, ithalatta ise İtalya % 22,9, Almanya % 22,8 ve Fransa % 21 gibi sanayileşmiş birlik üyesi ülkelerdir. Yunanistan'ının ihracatında temel imalata ait ürünlerin % 25,1 ithalatında makine ve taşıma araçlarının % 28,5'lik paylarla birinci sırada yer alması mal farklılaştırmasına dayalı endüstri içi ticareti az gelişmiş ile çok gelişmiş üyeler arasında da görmenin mümkün olduğunu işaret eder. Benzer olarak diğer üyelerin ithalat ve ihracatlarında genelde makine ve ulaştırma araçları ilk sırayı almaktadır [4,5]. Ayrıca Avusturya zevk ve tercihlerde ilk üç büyük ticaret ortağına, daha yakındır. Bu durum da Linder [20]'in zevklerde benzerlik teorisi çerçevesinde dış ticareti işaret eder.

Birlik ülkelerinde zamanla ihraç ve ithal mallarının yoğunluğunun değiştiği gözlenmektedir. İhraç malları çoğunlukla makine ve taşıma araçlarına kayarken ithal malları da aynı şekilde makine ve taşıma elemanlarına, ayrıca tarım ürünleri ve ham mamullere kaymaktadır. Örneğin, 1980'li yıllarda Hollanda'nın ihracatındaki makine ve taşıma araçlarının payı % 16, ithalatındaki payı % 24 iken, 1990'lı yıllarda ihracattaki payı % 23,8'e ithalattaki payı % 31,6'ya yükselmiştir. Diğer ülkelerde de benzer durumu gözlemek mümkündür [4,5]. Eski sanayileşmiş EFTA üyesi Avusturya'nın 1980

yılındaki ihracat yapısına baktığımızda makine ve taşıma elemanları ihracatın % 28'ini ithalatında % 30'unu teşkil ederken [4], 1990'lı yıllarda ihracatın % 40,6'sını ithalatında % 38'ini teşkil etmektedir [5].

Üye ülkelerin birbirleri ile karşılıklı ticaretine bakıldığında, Almanya'nın Hollanda ile ticareti hariç Birlik içindeki bütün ülkelere karşı dış ticaret fazlası verdiği görülür. Örneğin, Avusturya ile ticaretinde X/M oranı % 150,3, Fransa ile % 120,1, Yunanistan ile % 202,7'dir. Hollanda da İsveç ve Finlandiya hariç diğer üyelerle olan dış ticaretlerinde net ihracat fazlasına sahiptir. Yunanistan ise bütün ülkelere karşı çok büyük açıklar vermektedir. Örneğin, Belçika-Lüksemburg ile

ticaretinde X/M oranı % 20,7 yani bu ülkeye yaptığı ihracat, bu ülkeden yaptığı ithalatın ancak % 20,7'sini karşılayabilmektedir. Bunda en önemli etken Yunanistan'ın Birliğe basit imalata dayalı ucuz ürünleri ihraç etmesi ve ileri teknoloji içeren ürünleri ithal etmesinden kaynaklanmaktadır. Mal gruplarına göre bakıldığında, Yunanistan'ın ihracatının % 21,5'ini temel imalat (iplik, alüminyum, demir-çelik), % 20,8'ini diğer imalat ürünleri (giyim, aksesuar, ayakkabı) oluşturmaktadır. İthalatın ise % 28,5'ini makine ve taşıma ekipmanları, % 18,6'sını temel imalat oluşturmaktadır [4,5]. Bu gelişmeler bize endüstri içi ve ölçek ekonomilerine dayalı bir ticaretin yoğun şekilde varlığını ifade eder.

Tablo.1: 1971-2000 Yılları Arasında Ülkelerin Birlik İçi Ticaret Dengeleri (%)

X M	Avusturya			Bel-Lük			Danimarka			Finlandiya			Fransa			Almanya			Yunanistan		
	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991
Ülkeler	1980	1990	2000	1980	1990	2000	1980	1990	2000	198	1990	2000	1980	1990	2000	1980	1990	2000	1980	1990	2000
Avusturya	58,9	75,9	80,3	49,1	72,3	60,3	150	124,4	100	156,4	107,8	67,6	54,8	89	47,6	64,3	75,1	185,4	136,2	161,3	
Bel-Lük	183,1	138,5	185,8	100,6	101	107,7	248,7	176,7	162	107,7	120	57,9	112,6	127,3	129,2	95,5	86,2	105,4	179,5	260,3	456,6
Danimarka	64,9	74,6	105,7	39,1	54,9	63,7	78,2	95,8	104,5	51,4	69,6	80	112,7	106	129,2	64	78,1	107,6	270,4	313,2	476,6
Finlandiya	52,1	75	136,4	80,4	76,6	117,8	128,2	132,6	98,1	101	105,1	114,9	137,5	150,7	107	64,8	66,7	107	401,9	250,1	369,4
Fransa	165,3	97,8	124,7	97,7	91,2	94,9	117,6	89,9	99,1	71,6	64,6	94,3	90,4	102	83,8	77,8	94,9	232,7	180,1	409,2	
Almanya	225,5	169,3	150,3	109,3	125,2	115,7	158,2	132,8	110,4	133,1	129,8	104,1	122,6	132,7	108,6	122,6	117,8	151,9	168	202,7	
Yunanistan	28,3	41,9	48,4	36,1	30,1	20,7	41,3	31,5	22,9	11	30,9	46,2	52,7	26	54,9	50,9	48,9	48,9	34,7		
İrlanda	89,3	167,4	289,1	179,6	219,8	458,5	68,4	101	171,3	21,3	67,8	104,5	214,3	288,3	86,8	139	269,5	241,1	368,7	874,8	
İtalya	112,8	102,6	111,4	87,4	66,4	67,3	61,7	74,4	99,1	99,3	119,3	76,7	89,8	102,5	96,2	82,9	100,9	242,2	172,3	295,6	
Hollanda	142,1	141,3	199,2	101,6	110,6	129,6	211,4	158,7	158,3	76,7	75,7	139,6	156,2	172,7	120,9	121,7	146,4	169	396,6	646,3	
Portekiz	73,9	96,7	108,3	51,6	60,6	77,2	169	167,5	157,3	164,8	174,4	52	88,9	77,3	42,9	70,2	86,2	143,6	153,6	210,4	
İspanya	55,5	52,6	66,3	84,8	75,9	63,8	77,4	62,4	67	72,6	48,2	101,2	102,7	62	55	70,8	214,5	175,2	302,5		
İsveç	84	101,4	119,6	88,2	136,8	145	129,5	119,5	106,9	103,8	103,3	33,6	124,8	117,2	58,5	82,9	287,9	206,5	385,6		
İngiltere	84,1	63,3	90	112,2	87,7	98,3	85,3	68,8	85,2	56,6	53,2	80	96,1	72,5	63,5	201,7	140,4	257,5			

Kaynak: Direction of Trade Statistics Yearbook, IMF; [21] Muhtelif sayılardan yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo.2: 1971-2000 Yılları Arasında Ülkelerin Birlik İçi Ticaret Dengeleri (%)

X M	İRLANDA			İtalya			Hollanda			Portekiz			İspanya			İsveç			İngiltere		
	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991
Ülkeler	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991	1971	1981	1991
	1980	1990	2000	1980	1990	2000	1980	1990	2000	1980	1990	2000	1980	1990	2000	1980	1990	2000	1980	1990	2000
Avusturya	94,4			84,1			71,5			130,8			119,9			112,4			105,6		
		41,2			90,7			79,4			65			190			93,9			150,5	
			40,4			90,6			68,2			72,3			160,9			74,6			117,7
Bel - Lük	71			116,6			94,4			180,5			110,1			101,4			86,5		
		60,1			141,2			77,9		145			136,7			71,7			110,2		
			33,7			143,3		79			154,6			192,1			65,1				110,8
Danimarka	168,8			131,4			47,4			55,5			87,2			82,9			113,4		
		102,1			125,4			68,7		56,3			138,2			94,5			146,3		
			83,1			100,4		71,2			61,8			175			101,6				134,6
Finlandiya	401,3			78,7			123,5			54,5			93,6			101,1			141,3		
		138,1			63,7			123,5		549,7			134			109,4			159		
			91,2			117,1		129			99,4			236,9			111,;				167,8
Fransa	83,1			106,4			79,2			200			93,4			67,1			116,6		
		51,9			95			82,6			107,7			105			73				109,8
			43,1			98,3			83,3			135,4			126,9			90,7			122
Almanya	106,9			98,5			87,7			224,1			135,5			174,5			128,7		
		72,2			117,5			91,9			133,7			171,6			141,9			142,8	
			43,9			108,2			94,9			111,8			142,5			124,5			137,9
Yunanistan	15,8			44,2			67,3			61,1			30,7			30,2			39,2		
		19,9			54,2			26,7			45			30,6			36,4			66,2	
			15,2			94,6		17,8			54,3			33,7			29,2				41,9
İrlanda	83,8			68,7			129,1			44,7			108,3			45,9			75,8		
		114,9			158,2			178,7			85,7			154,6			119,4			85,3	
			163,6			253,4			260,5			189,1			319			207			94,6
İtalya	118,8			94,8			83,2			221,4			146,3			75,9			127,1		
		52,9			93			52,9			278,8			142,9			121,6			135,5	
			44,6			102,7			53,1			373,3			144,2			77,5			120,1
Hollanda	93,3			144,4			119,3			182,6			120,3			99,6			116,8		
		68,7			185,3			128,4			117,1			129,2			90,6			124	
			56,9			197,9			142,9			157,2			163,9			94,9			114,9
Portekiz	195,3			43,3			55			60			25,2			105,3			96,8		
		89,4			33,1			84,5			72,5			52,2			150,7			111,3	
			52,5			28,6			63,4			67,8			46,2			114,4			107,2
İspanya	54,3			65,4			87,7			388,8			80,1			39,2			79,8		
		43,9			74,2			41,4			184,6			84,1			40,3			90,5	
			33,8			78,6			69,8			240,2		84,1			53,6				82,5
İsveç	197,6			111,7			102,1			86,5			173,7			91,9			99,5		
		111,7			110,4			124,6			59,3			177,9			99,6			107,2	
			67,1			136,3			104,9			83,1			209,6			109,5			123,6
İngiltere	126,9			69,4			82,6			98,7			96,4			90,9			85,9		
		121,3			92			85			86,4			101,3			88,6			82,7	
			122,6			90,2			98,1			100,2			136,2			87,2			94,8

Kaynak: Direction of Trade Statistics Yearbook, IMF; [21]Muhtelif sayılardan yararlanılarak hesaplanmıştır.

IV. BİRLİK ÖNCESİ ve SONRASI AB DIŞ TİCARET ORANLARI

Ülkelerin Birliğe girmesiyle birlik içi ticaretlerinin X/M oranına ne gibi etkisi olduğu Tablo.3-6 serisinde görülmektedir. Tablo.3-6'da her bir ülkenin diğer bir ülke ile Birliğe girmeden beş yıl öncesi (Tablo.3), Birliğe girdiği yıl (Tablo.5), Birliğe girdikten beş yıl sonrası (Tablo.6) ve 2000 yılına ait (Tablo.7) Birlik içi ihracatlarının ithalatlarını karşılama oranları verilmiştir. Ayrıca diyagonal oranlar da bir ülkenin Birliğin bütünüyle olan "X/M" oranını vermektedirler. Tablo.3-6 serisi incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara varılır:

Avusturya'nın Birliğe yönelik ticaretinde ortaya çıkan dış ticaret açığının üyelik sonrası azaldığı görülmektedir. Avusturya Birliğe girmeden önce 1991-1994 yıllarında Birliğe yaptığı ihracat ithalatının % 78,6'sını karşılarken, Birliğe girdiği yıl % 79,3'ünü,

Birliğe girdiği 5 yıl içerisinde % 81'ini, 2000 yılında da % 83,4'ünü karşılamaktadır. Avusturya, İspanya'ya karşı X/M oranını Birliğe üyelik sonrası artırmıştır.

Almanya'nın 1966-1967 yıllarında; ilk altı üye arasındaki gümrük birliği (1968) öncesi, Birlik içi ticarete "X/M" oranı % 97,3, 1968 yılında % 97,7, 1969-1973 yıllarında %106,5 ve 2000 yılında % 119,7 olmuştur. Böylece Almanya gümrük birliği üyeliği sonrası Birliğe olan ticaretinde net ihracat fazlası verir duruma gelmiştir.

İrlanda'ya bakıldığında Birlik içi ticarete "X/M" oranı Birliğe girmeden önceki 1968-1972 yıllarında % 92,2, Birliğe girdiği yıl % 81,4, Birliğe girdikten sonraki beş yıl içerisinde % 87,8, 2000 yılında ise % 161 olarak gerçekleşmiştir. Ülke Birliğe girmeden önce açık vermekte iken, 2000 yılında dış ticaret fazlası veren ülke durumuna gelmiştir. Bu durum, İrlanda'nın ihracatında makine ve taşıma araçlarının % 34,7 ve ithalatında da %

42'lik paylarla birinci sırada yer almasından kaynaklanmaktadır [4,5]. Bu oranlardan AB'nin yeni üye olan ülkelere yaptığı yatırım ve yardımlarla bu ülkelerin ekonomilerini güçlendirdiği, teknolojilerini ilerlettiği, sanayi ülkeleri durumuna geldikleri sonucuna ulaşılır.

Bazı ülkeler dış ticaret fazlası verirken, Birliğe girdikten sonra açık verir duruma gelmişlerdir. Şöyle ki; İspanya Birliğe girmeden önce "X/M" oranı % 108 iken, Birliğe girdiği yıl % 92,9'a gerilemiş Birliğe girdikten sonraki 5 yıl içerisinde % 75,4'e gerilemiş, 2000 yılında ise % 80'e çıkmıştır. Bunda en önemli etken Birliğe ara mal ihraç edip, Birlikten ana mal ithal etmesidir. Sanayisi güçlendikçe "X/M" oranında toparlanma başlamıştır. Nitekim ülkenin ihracatında makine ve taşıma araçları % 41,5 ve ithalatında da % 36'lık paylarla birinci sırada yer almaktadır [4,5].

Ülkeler Birliğe katılmadan önce sanayileşmiş ülkelere karşı daha fazla açık verirken, Birliğe girdikten sonra açık ya küçülmüş ya da net ihracat fazlası verir durumuna geçmiştir. Örneğin, Avusturya'nın Fransa ile olan ticaretinde X/M oranı Birliğe girmeden önce % 73,3 iken Birliğe girdikten sonra % 87,8'e, 2000 yılında da % 111,3'e yükselmiştir. İrlanda'nın Belçika-Lüksemburg ile dış ticaretine baktığımızda Birliğe girmeden önce X/M oranı % 92,2 iken, 2000 yılında % 388,9'a yükseldiği görülmüştür. Tablo.3-6 incelendiğinde Yunanistan'ın sürekli olarak; giriş öncesi ve sonrası diğer üyelere yönelik ticaretinde açık verdiği dikkati çekmektedir. Yunanistan'ın "X/M" oranı Fransa ile % 18, İtalya ile % 17,7, Almanya ile % 35,5, gibi küçük değerlerdedir. Buradan da anlaşıldığı üzere ülkenin tarıma dayalı ucuz ürünleri ihraç ettiğinden ve sanayiye, yüksek teknolojiye dayalı ürünleri ithal ettiğinden sürekli biçimde dış ticaret açığı verdiği sonucuna ulaşılır. Nitekim 1995 yılı itibariyle, Yunanistan % 20,1' lik gıda ve hayvansal ürün, % 20,4'lük temel sanayi, ve % 21,2'lik çeşitli endüstri ürünü ihraç ederken % 28,5 oranında makine ve taşıma aracı ithal etmiştir [22]. Portekiz'in ise Birliğe girmeden önce açık verdiği Belçika-Lüksemburg, Fransa, Almanya, İrlanda, İtalya, Hollanda gibi kurucu ülkelerden Belçika-Lüksemburg'a yönelik ticaretinde 2000 yılında net ihracat fazlası verir duruma geldiği görülmüştür. Portekiz kendi ekonomisinden daha güçlü olan ve beraber üye oldukları İspanya ile ticaretinde ihracatının ithalatını karşılama oranı Birlik öncesi 33,4 iken girdikleri yıl 46,3'e, girdikten beş yıl sonra da 58,3'e çıkartmıştır.

Almanya ise yüksek teknolojiye dayalı ana mallar ihraç ettiğinden ve bunlarla ilgili ara veya tamamlayıcı malları ithal ettiğinden, üyelere Hollanda hariç, diğerlerinden her birine karşın önceleri açık, 2000 yılı itibariyle dış ticaret fazlası verir duruma gelmiştir. Genel olarak kurucu altı üyenin sonraki üyelere yönelik "X/M" oranlarında avantajlı oldukları görülür. Bu durum Almanya'nın diğer ülkelerin ara veya tamamlayıcı malı ithalatçısı olduğunu göstermekle birlikte dünyadaki pazar

avantajını değerlendirerek diğer üye ülkelerin mallarını Almanya aracılığıyla değerlendirdiğini göstermektedir. Bu konumuyla, Almanya diğer üye ülkeler için çok önem arz etmektedir.

Hollanda, Finlandiya'nın EFTA'dan ayrılıp Birliğe girmezden önce Finlandiya ile ticaretinde dış ticaret açığı verirken 2000 yılında fazla verir duruma gelmiştir. Finlandiya'nın Birliğe üyeliğine kadar olan sürede Hollanda ile ticaretinde "X/M" oranı sürekli azalış göstermiştir. Finlandiya ise Birliğe üyelik sonrasında, Hollanda ile ticaretinde 2000 yılında dış ticaret açığı vermiştir. Hollanda genelde Belçika-Lüksemburg hariç, 2000 yılına kadar diğer ülkelere X/M fazlası vermiştir. 2000 yılında ise sadece İrlanda ile ticaretinde X/M oranı %100'ün altındadır.

Tablo.3-6'yı incelemeye devam ettiğimizde, Portekiz'in Birliğe üyeliği sonrası kendisinden önce üye olmuş ülkelerle olan dış ticaretinde ihracatından daha çok ithal eder duruma gelmiştir. Kendisinden sonra üye olan İsveç'e yönelik ticaretinde net ihracatı artmıştır; diğer bir deyişle dış ticaret hadleri iyileşmiştir. Finlandiya ile olan "X/M" oranı önce artmış sonra azalmıştır. Fakat, bu iki ülkenin üyelikleri sonrası 2000 yılı itibariyle Portekiz, İsveç ve Finlandiya ile olan ticaretinde ithalatçı duruma gelmiştir. İsveç ve Finlandiya da üyelikleri sonrası Portekiz'le olan ticaretlerinde "X/M" oranlarını tekrar artırmışlardır. Bu durum bize iki eski EFTA üyesi olan İsveç ve Finlandiya'nın rekabet güçlerinin Portekiz'den daha fazla olduğunu işaret eder. Aynı şekilde Avusturya üye olduktan sonra Portekiz'le olan dış ticaretinde "X/M" oranını artırmıştır.

İspanya'ya bakıldığında, İspanya Yunanistan ile Portekiz'e yönelik ticaretinde sürekli net ihracat fazlası vermiştir. Fakat İspanya'nın Birliğe üyeliği sonrası Hollanda ile ticaretinde "X/M" oranı %100'ün altına düşmüş, Hollanda ile dış ticaretinde ihracatından çok ithal eder duruma gelmiştir.

İsveç'in Fransa ile ticaretinde üyelik sonrası ithalatını ihracatından daha fazla artırdığı gözlenmektedir. Çünkü İsveç'in "X/M" oranı üyelik sonrası %100'ün altına düşmüştür.

İngiltere sadece Yunanistan ve İrlanda ile ticaretinde dönemler itibariyle net ihracat fazlası vermiştir. Ayrıca İspanya ile ticaretinde 2000 yılında dış ticaret fazlası vermiştir.

Tablo.3: Ülkelerin Birliğe Girmeden Önceki 5 Yıllık Birlik İçi İhracatlarının İthalatlarını Karşılama Oranları

Ülkeler	Avusturya	Bel-Lük	Danimarka	Finlandiya	Fransa	Almanya	Yunanistan	İrlanda	İtalya	Hollanda	Portekiz	İspanya	İsveç	İngiltere
Avusturya	78,6	55,9	94,9	73,3	83,1	75,2	116,2	35	81,2	85,6	63,6	150	73	105,1
Belçika-Lüks.	182,6	110,1	212,8	84	107,4	92,3	409,1	81,6	83,3	142,2	154,5	215,9	74,1	63,7
Danimarka	79,3	37,2	65,1	63,3	48,9	54	355,5	809	102,4	48,8	56,2	98,2	79,2	112,2
Finlandiya	107,7	98,2	122,9	121,9	152,6	97,3	210	97,5	95,5	160,8	68,1	232,1	123,5	145,6
Fransa	215,9	102	156,9	81,5	90,7	84,6	243	85,1	96,2	85,6	239,7	226,6	75,2	91,6
Almanya	213,6	101,1	162,9	118,7	71,4	97,3	132,5	345,5	121,3	103,6	328,4	230,1	135,2	126,5
Yunanistan	28	35,2	44,9	11	48,4	57,8	50,3	14,9	45,7	68,8	79,3	18,1	13,8	39
İrlanda	24,4	88,1	11,7	5,1	77	32,8	250	92,2	48	54,4	18,7	89,3	22,7	87,2
İtalya	40,9	140,8	112,6	67,9	103,6	102,7	434,4	275	107,3	117,4	269,8	349,2	149,5	95,9
Hollanda	122,3	68,3	195,6	56	125,8	90,4	337,5	187,5	96,4	87,3	219,2	218,9	128	126,4
Portekiz	101,6	78,5	186,3	185,4	87,5	65,7	225	90,4	42,9	98,4	74,8	33,4	124,98	108,2
İspanya	57,2	118,1	83,5	64,2	131	69,3	153	58	98,7	182,4	189,1	108	53	101,2
İsveç	120	141,9	101,5	94,2	119,1	87,1	226,3	94,8	123,2	141	53,5	185,4	110,7	127,4
İngiltere	106,1	147,3	75,6	61,3	92,3	85,2	366,5	105,9	90,5	77,2	97,6	115,7	89,3	86,8

Kaynak: Direction of Trade Statistics Yearbook, IMF;[21] Muhtelif sayılarından yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo.4: Ülkelerin Birliğe Girdikleri Yıl Birlik İçi İhracatlarının İthalatlarını Karşılama Oranları

Ülkeler	Avusturya	Bel-Lük	Danimarka	Finlandiya	Fransa	Almanya	Yunanistan	İrlanda	İtalya	Hollanda	Portekiz	İspanya	İsveç	İngiltere
Avusturya	79,3	60,5	96,8	83	78,4	76,4	157,3	36,2	88	72,2	60,7	138,9	74,6	96,7
Belçika-Lüks.	84,6	114,6	167,3	67,4	118,3	98,8	275	80	86,6	141,4	136,4	161,9	80,9	59,4
Danimarka	62,4	31	79,3	61,1	68,5	51,4	685,7	580	167	50,7	45,4	92,4	71,4	138,5
Finlandiya	118,3	136,9	136,2	133,1	154,6	117,5	273,1	80,7	96,3	146,2	82,8	273	114,4	173,9
Fransa	173,1	88,7	171,8	73,1	82,4	78,9	236,6	110	88	75,4	239,5	192	74,6	91,7
Almanya	196,9	95,1	167,9	95,2	79,4	97,7	131,9	633,3	118,8	101,1	327,7	185,7	138,6	135,2
Yunanistan	29,9	31	27,9	12,5	49,5	45,1	41,6	25	33,7	35,1	25	34,7	19,8	48,2
İrlanda	40,7	131,5	18,9	21,1	86,6	57,8	232	81,4	75,9	102,4	42,2	101,8	30,1	83
İtalya	88,8	131,8	109,4	63	110,1	104	202,8	350	109,8	118,3	444,4	411,8	169,5	103
Hollanda	128,8	71,4	172,1	54,2	145,6	94,5	287,5	236,4	95,2	92,8	207,7	237,5	130,5	140,1
Portekiz	95,4	88,3	210,9	247,6	113,6	79,2	210,2	109,5	42,7	126,5	86,5	46,3	190,2	144,9
İspanya	56,1	81,9	87,5	59,7	118,6	60,4	218,6	51,2	84,5	148,4	206,8	92,9	52	88,5
İsveç	130,2	139,2	110,5	103,8	120,6	80,6	285	55	143,4	93,5	83	196,5	106,5	124,2
İngiltere	76,6	140,2	68,6	50,8	69,2	58,1	214	119	76,5	66,2	79	97,5	69,5	77,5

Kaynak: Direction of Trade Statistics Yearbook, IMF;[21] Muhtelif sayılarından yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo.5: Ülkelerin Birliğe Girdikten Sonra 5 Yıllık Birlik İçi İhracatlarının İthalatlarını Karşılama Oranları

Ülkeler	Avusturya	Bel-Lük	Danimarka	Finlandiya	Fransa	Almanya	Yunanistan	İrlanda	İtalya	Hollanda	Portekiz	İspanya	İsveç	İngiltere
Avusturya	81,7	64,6	106,6	65,2	98,7	73,8	216,4	44,2	59,7	59,7	91	175,4	78,6	132,1
Belçika-Lüks.	211,1	107,9	266,4	102,1	114,5	100,9	283,3	78,6	121,5	121,5	160,3	158,4	91	66,5
Danimarka	59,4	36,9	74,5	53,5	77,7	57,6	252,1	146,3	46,2	46,2	52,5	78,6	84,2	116,4
Finlandiya	151,3	121,8	83,4	122,8	147,1	106	504,6	91,8	111	111	137	227,5	102,3	178,6
Fransa	194,2	93,7	186,1	77	94,3	86,6	285,4	98,3	86	86	251,5	140	63,1	100,1
Almanya	264,1	100	187	160	113,8	106,5	190	215,4	92	92	331,8	171,9	154,6	137,3
Yunanistan	39,7	33,1	32,3	23,6	53,8	54	30,9	29,4	31,6	31,6	45	24,7	26,5	71,4
İrlanda	86,3	178,5	65	18,9	101	90,9	226,3	87,8	137,8	137,8	45,2	108,4	45,2	81,1
İtalya	92,4	86,4	82,9	87,5	87	97,8	274,1	156,2	87	87	322,2	182,4	82	104
Hollanda	122,6	77,5	206,5	31,2	125,6	113,5	255,9	165,2	108,4	108,4	194,7	127,5	102,2	131,1
Portekiz	98,7	51,2	156,4	150,2	83,8	74,1	149,1	82,6	70,3	70,3	69	58,3	147,3	104
İspanya	53,9	65,4	51,5	38,3	89,5	53,3	184,7	35,2	88	88	163,1	75,4	36	80,2
İsveç	115,7	146,7	107,5	124,5	108,4	79	43,7	60,2	94,3	94,3	114,5	230	108,6	121,8
İngiltere	82,1	110,6	85,1	54,8	76,8	65,6	198,7	116,7	72	72	100,2	98,7	88	80

Kaynak: Direction of Trade Statistics Yearbook, IMF;[21] Muhtelif sayılarından yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo.6: 2000 Yılında Ülkelerin Birlik İçi İhracatlarının İthalatlarını Karşılama Oranları

Ülkeler	Avusturya	Bel-Lük	Danimarka	Finlandiya	Fransa	Almanya	Yunanistan	İrlanda	İtalya	Hollanda	Portekiz	İspanya	İsveç	İngiltere
Avusturya	83,4	56,1	119,2	51,2	111,3	71,2	308,7	47,5	120,7	52,1	242,6	236,2	76,8	158,2
Belçika-Lüks.	178,7	116,8	187,9	88,8	148,9	109,5	403,7	36,7	151,4	78	106,8	210,5	78,8	126,5
Danimarka	96,7	57,9	109,7	142,2	119,1	104,7	498,8	119,6	89,9	77	83,4	193,1	119,6	129,4
Finlandiya	180,8	117,8	57,8	123,9	194,2	112	618,2	87,5	204,1	85,1	192	277,7	91,3	195,5
Fransa	106,7	69,5	90,6	64,9	92,6	82,1	696,2	45	101,4	56,4	140,7	136,9	99,8	121,5
Almanya	152,7	115,8	107,5	126,9	131,1	119,7	280,3	33,4	124,6	80,5	109,9	163,7	132,1	131,1
Yunanistan	35,4	17,6	25	37,4	18	35,5	28,6	12,3	26,3	17,7	76,1	32,3	24,1	47
İrlanda	373,9	388,9	93,2	131	254,9	286,8	995,6	161,6	286,2	239,1	234,7	298,2	243,6	89,8
İtalya	96,6	68,2	116,8	51,7	110,8	86,8	409,6	53	98,1	45,1	330,4	152,9	68,7	127,2
Hollanda	290,6	153,3	158,7	124,4	215,9	172	729,8	49,9	240,4	164,5	196,9	173,9	117,9	126,8
Portekiz	77,8	117,4	107,8	60	72,4	78,1	129,6	54,8	34,8	56,4	65,3	46,4	77,8	112,6
İspanya	62,7	142,7	94,5	117,1	110,1	77,1	494,3	47,1	158,4	81,9	133,3	255	105,6	123,1
İsveç	124,9	142,7	94,5	117,1	110,1	77,1	494,3	47,1	158,4	81,9	133,3	255	105,6	123,1
İngiltere	79,1	97,5	95,1	53,1	102,3	79,8	275,8	132,1	87	96,7	95,8	134,5	84,6	96,6

Kaynak: Direction of Trade Statistics Yearbook, IMF;[21] Muhtelif sayılarından yararlanılarak hesaplanmıştır.

Kıscacası Tablo.3-6 serisine birlikte bakıldığında ülkelerin Birliğin bütünüyle olan ticaretlerinde "X/M" oranlarının artış göstermekte olduğunu görmekteyiz. Bu da Birlik ortak politikaların yanında ülkelerin ekonomilerinin güçlendiğinin göstergesidir. Ülkelerin Birliğe katılmalarıyla birlikte ticaretlerinde Birliğin payı sürekli artış göstermiş ve Birlik içi ticarete bir canlanma olmuştur. Birlik aynı zamanda ülkelerin ticaretlerini dengeye getirmiştir. Bir çok ülke açık verirken fazla verir duruma gelmiştir. Birlik ülkelerinin Birlik içinde bu derece güçlenmeleri ülkelere Birlik dışı ticarete de büyük üstünlükler sağlamaktadır. Şöyle ki; Birlik güçlendikçe diğer ülkeleri ticari açıdan kendilerine bağımlı hale getirmektedir. Böylelikle AB, Birlik dışı ülkeleri dış ticaret, dış ticaret hadleri, ekonomik ve politik alanlarda etkilemektedir [23]. Bu durum Birliğin izlediği ortak politikaların bir sonucudur.

V. AB'NİN DİĞER BLOKLARLA DIŞ TİCARET GELİŞİMİ

Birliğin dünya bloklarıyla gerçekleştirdiği dış ticarete ülkelerin dış ticaret fazla/açıklarını açıklayabilmemize Tablo.7 ve Tablo.8 yardımcı olacaktır. Tablo.7'de "X/M" oranları Birlik üyesi her bir ülke için ayrı ayrı verilmiştir. Tablo.8'de Birlik genel itibariyle ele alınmıştır. Tablo.7-8 serisinde bloklara yapılan ihracatın bloklardan yapılan ithalatın ne kadarını karşılamakta oldukları belirtilmektedir.

Finlandiya ve İsveç bloklarla ticaretinde sürekli fazla verirken, Yunanistan, Portekiz ve İspanya'da sürekli açık vermektedir. Bu açık ve fazlalıklar bloğun gelişmişlik düzeyine göre değişmektedir. Burada blokların dış ticaret yapıları çok önemlidir. Üye ülkeler gelişmiş bloklarla ticaretlerinde fazla, az gelişmiş bloklarla ticaretlerinde açık vermektedirler. Aslında tam tersi durum olması gerekmektedir. Çünkü Merkantalist görüşe göre AB ülkelerinin kolonilerinden ham ucuz madde alıp, bunları işlenmiş ürün olarak bu ülkelere ülkelere ihraç etmeleri üye ülkelere dış ticaret hadleri ve gelir avantajı sağlar. Ancak Birlik üyeleri bu ülkelere önemli hacimde ihracat yapmalarına rağmen bu bloklardan ucuz işgücü kullanımı içeren malları, iklim koşulları gereği Birlik içinde yetiştirilemeyen ürünleri ve doğal bir zenginlik olan madenleri ithal etmek zorunda olduğundan bu bloklara karşı açık vermektedir. Ancak bu durum Birlik ülkelerinin zararına değil yararına olmaktadır. Çünkü buralardan ucuza aldıkları girdi mamulleri ileri teknoloji ile işleyerek diğer yüksek değer verebilen sanayileşmiş ülkelere ihraç da ettiklerinden sanayileşmiş ülke bloklarına karşı fazla verir duruma gelmektedirler. AB ülkelerinin ihracat malları daha çok sanayi içeriğe sahip sermaye yoğun üretilen mallar niteliğini taşımaktadır [4,5,22].

Az gelişmiş blokların dış ticaret yapısı incelenirse ihracatlarının, hammadde, basit imalat ve tarım ürünleri üzerine olduğu görülür. Örneğin, UMA üyesi olan Libya'nın ihracatının % 94,1'i hammadde üzerine, LAFTA üyelerinden olan Arjantin ihracatının % 34,4'ü ve Brezilya'nın ihracatının % 24,1'i tarım ürünleri üzerindedir. AB ülkeleri AFTA ülkelerinden ucuz işgücüne dayalı ara ve geleneksel sanayi malları ithal etmektedirler. Bu sayede bu ülkelerle dış ticarete "X/M" oranı azalış göstermektedir. Şöyle ki, AFTA ile ticarete 1970 yılında Birlik genelinde bu bloğa yapılan ihracatın bu bloktan yapılan ithalatı karşılama oranı % 127,6 iken 2000 yılında % 56,9'a düşmüştür. Bu da ithalatının ihracatına kıyasla arttığının göstergesidir. Bunun nedeni Birliğin geleneksel sanayi kollarında rekabet gücünün azalmasıdır. Benzer olarak AB'nin UMA ile ticaretinde "X/M" oranı % 71 iken, % 58'e gerilemiştir. Gelişmiş bloklara karşı fazla verildiği yukarıda da belirtildiği üzere, Birlik NAFTA ile ticaretinde "X/M" oranı % 93,3 iken % 115,4'e, OECD ile ticaretinde "X/M" oranı % 98,4'ten % 105,4'e yükselmiştir.

Kıscacası ülkelerin Birliğe girmeleri ile şu anki durum arasındaki seyre veya "X/M" dağılımına bakıldığında, ülkelerin Birliğe girmelerinden sonra sanayileşmelerinde Birliğin katkısı ne oranda olmuş ise az gelişmiş ülkelere yapılan ithalat benzer oranda artmış, gelişmiş ülkelere ihracatları da aynı oranlarda artmıştır. Birliğin LAFTA ile olan dış ticaret dengesi dönemler itibariyle dalgalı bir seyir göstermektedir fakat bu blokla ticaretinde AB'nin 2000 yılı hariç sürekli bir ithalat fazlası vardır. Diğer taraftan Birlik UMA ve AFTA ile ticaretinde sürekli bir dış ticaret açığı verirken 2000 yılı itibariyle OECD, NAFTA ve LAFTA ile ticaretinde dış ticaret açığından dış ticaret fazlasına geçmiştir.

Birlik ülkelerinin dış ticaretine blok blok değil de genel olarak Tablo.9'a bakıldığında ülkelerin dış ticaret dengelerinin Yunanistan hariç sürekli iyileştiği görülür. Örneğin, Finlandiya'nın toplam "X/M" oranı 1971-1980 döneminde %91,2 iken 1991-2000 döneminde % 128,4'e yükselmiştir. Birliğe genel olarak bakıldığında 1971'de Birliğin toplam "X/M" oranı % 92,8 iken 1991-2000 döneminde %102,5'e yükseldiği yani Birliğin dış ticaret açığını kapatarak fazla verir duruma geçtiği dikkati çekmektedir.

Tablo.7: Birlik Ülkelerinin Bloklarla Dış Ticaretlerinde İhracatlarının İthalatlarını Karşılama Oranları

Ülkeler	Birliğe Girmeden Önceki 5 Yıl							Birliğe Girdikleri Yıl							Birliğe Girdikten Sonraki 5 Yıl							2000 Yılı						
	OECD	EFTA	NAFTA	EU	AFTA	LAFTA	UMA	OECD	EFTA	NAFTA	EU	AFTA	LAFTA	UMA	OECD	EFTA	NAFTA	EU	AFTA	LAFTA	UMA	OECD	EFTA	NAFTA	EU	AFTA	LAFTA	UMA
Avusturya	81.1	109.1	70.2	78.7	99.3	84.4	49.7	84.2	133.7	67.8	79.3	121.9	136.5	57.5	88.2	140.5	86.8	81.7	121	212.7	39.5	90.4	137.6	115.6	83.4	185	240.4	47.7
Ülk.	106.3	94.5	-	110.1	60.9	40.5	-	109	88	-	114.6	72.2	110.1	-	107	107.3	-	110.3	84.5	61.1	-	107.9	103.8	83.2	113.5	50.4	67.2	73.2
Danimarka	79.4	96.6	-	56.6	96	71.7	-	79	78.3	-	79.3	102.3	40.9	-	76.9	82.1	-	74.5	73.9	33	-	112.8	92	149.6	109.7	84.7	96.9	638.5
Finlandiya	113.7	12.6	113.3	113.6	182.5	94.6	291.8	131	110.6	147.2	133.1	243.9	164.2	462.5	124.2	107.9	157.9	122.8	231.2	176.3	374.4	129.5	114.5	217.6	123.9	388.5	253.9	1039
Fransa	96.2	135.4	-	90.7	76.3	63.3	-	88.3	130	-	82.4	116	94	-	92.3	122.3	-	92.5	75.4	86.1	-	95.1	82.5	118.6	92.6	76.8	125.4	119.7
Almanya	116.6	178.5	-	97.3	83.5	90	-	116	177.4	-	97.7	116.5	108	-	121.4	189.4	-	103.5	129.5	99.2	-	115.1	102.2	137.2	119.7	70	154.5	44.9
Yunanistan	37.7	17.7	-	50.6	15.5	3.6	-	41.1	27.8	-	41.6	34.9	12.2	-	50.5	31.2	-	55.6	13.2	2.2	-	29.8	27.4	67.9	28.6	19.3	27.9	30.3
İrlanda	74.8	80.2	-	50.6	59.9	24.3	-	80.7	42.6	-	81.4	38.6	118.4	-	82.9	54.9	-	87.8	64.7	85.8	-	160.8	193.3	153.9	161.6	83.4	209.8	275
İtalya	106.3	116	-	107.3	140	50.4	-	107.4	106.8	-	109.8	168.4	68.3	-	96.3	125	-	92.1	72.5	50.7	-	107.4	104.1	195	98.1	110.5	120.9	32.5
Hollanda	94.8	135.3	-	87.3	53.4	36.4	-	100	141.9	-	92.8	81.4	47	-	103.6	126.1	-	108.9	78.2	87.5	-	132.4	104.8	47.6	164.5	19.6	36.5	37.8
Portekiz	63.1	64.9	-	74.8	30.6	11.5	-	84.3	121.8	-	86.5	14.7	33.6	-	70.6	117.3	73.8	69	16.6	9.6	23.5	64.5	49.9	107	65.3	40.8	37	67.4
İspanya	80.9	92	-	108	88	38.1	-	81.1	70.8	-	92.9	42.8	45.9	-	57.2	50.4	49.6	62.9	41.5	40.8	63	78.7	66.1	84.8	80.3	39.6	91.9	38.1
İsveç	112.6	117.9	123.2	112.9	214	153.3	231.3	119.2	129.8	192.8	106.5	374.9	220.3	840	122.2	134.7	198.7	108.6	280.1	349.6	531.2	117	111	199.1	105.6	189.9	366.7	551.2
İngiltere	86.9	88.9	-	89.6	200	82.9	-	78.6	75.7	-	77.5	127.7	65.9	-	80.9	84.2	-	80	157.8	96.5	-	89.2	45	97.9	96.6	42.9	74.5	68.7

Kaynak: Direction of Trade Statistics Yearbook, IMF;[21] Muhtelif sayılardan yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo.8: Dönemler İtibariyle Birliğin Bloklarla Dış Ticaretinde İhracatlarının İthalatlarını Karşılama Oranları

X/M	OECD	EFTA	NAFTA	AFTA	LAFTA	UMA
AB 1970	98.4	121.2	-	127.6	69	-
AB 1980	94.1	111.4	-	80	81.2	-
AB 1990	97.8	101.6	93.3	89.9	57.8	71
AB 2000	105.4	90	115.4	56.9	109.8	58

* 1970-1980 tarihlerinde NAFTA ve UMA kurulmadığından o tarihlere ait istatistikler hesaplanmamıştır.

Kaynak: Direction of Trade Statistics Yearbook, IMF;[21] Muhtelif sayılardan yararlanılarak hesaplanmıştır.

Tablo.9: Dönemler İtibariyle Birlik Ülkelerinin İhracatlarının İthalatlarını Karşılama Oranları

X/M	1971-1980	1981-1990	1991-2000
Ülkeler	Dünya	Dünya	Dünya
Avusturya	74,5	80,9	87,4
Belçika-Lüksemburg	93,7	97,1	105,4
Danimarka	80,5	99,5	110,6
Finlandiya	91,2	105,6	128,4
Fransa	92,3	92	102
Almanya	113,6	120,2	112,5
Yunanistan	42,9	46,1	40,1
İrlanda	76,8	106,1	137,4
İtalya	87,5	90,8	109,3
Hollanda	94,6	104,2	109,6
Portekiz	49,9	62,5	64,7
İspanya	58,6	68	76,9
İsveç	98,9	107,2	122,7
İngiltere	87,1	85,9	88,5
AB	92,8	97,2	102,5

Kaynak: Direction of Trade Statistics Yearbook, IMF;[21] Muhtelif sayılardan yararlanılarak hesaplanmıştır.

VI. SONUÇ

Birliğin katlanarak artan toplam ticaret hacmi; özellikle ihracatının ithalatından fazla artması üye ülkeleri ekonomik anlamda rahatlığa kavuşturmuştur. Ülkelerin Birliğe girmeleri ile birlikte Birlik içi ihracat ve ithalatlarındaki artışlar hızlanmıştır. Ülkeler Birliğe üye olduktan sonra kendi dış ticaret dengelerinde yeni dağılımlar görülmekle birlikte, genel olarak kendi aralarındaki dış ticareti dengeleyici bir eğilim izlenmektedir. Ülkeler Birliğe üyelikten sonra dünya ve diğer bloklarla dış ticaret dengelerinde daha avantajlı duruma gelmişlerdir. Özellikle Birliğin Birlik içi ölçek ekonomilerine dayalı ticaret ve üretimde rekabet gücü kazanması sonucu dünya ile olan dış ticaretinde "X/M" oranında bir ilerleme olmuştur. Hiç kuşkusuz (i) ortak gümrük birliği, (ii) ortak tarım, (iii) ortak sanayi, (iv) ortak dış güvenlik, (v) ortak ekonomik ve parasal birlik politikalarının ve (vi), bilimsel araştırma ve teknolojik gelişme politikalarının bu gelişmede katkısı büyük olmaktadır.

Diğer taraftan Birlik içinde görülen geleneksel sanayi dallarında azalan rekabetten dolayı AFTA ile dış ticaret dengesinde zaman içerisinde dezavantajlı duruma gelmiştir. 1997 Asya krizinin AFTA ülkelerinin AB'den ithalatı daraltıcı etkisi ve ardından da bazı Asya ülkelerinin devalüasyonlarıyla da Birliğin AFTA ile olan net ihracatı olumsuz etkilenmiş olduğu bir gerçektir. Burada AB üyesi ülkelerinin özellikle geleneksel sanayi ürünlerinde rekabet gücünün ucuz işgücüne sahip AFTA ülkeleriyle rekabet edemeyişi AB'nin "X/M" oranının

azalmasında önemli role sahiptir. Fakat dönemler itibariyle Birliğin dünya ile dış ticaretinde artan bir dış ticaret avantajı yakalamıştır. Bunun sebebi Birliğin sanayileşmiş birlik dışı ülke ve bloklarıyla dış ticaretinin ihracat lehine artışının sanayileşmemiş ülke ve bloklarıyla kısmen küçük hacimli ithalat lehine gelişen artışından fazla olması yanında, Birlik içi ortak gümrük, tarım, sanayi ve para politikalarıyla Birliğin kendini devamlı yenileyerek birlik dışı ülke ve bloklara karşın güçlü ekonomilere sahip olabilmesidir. Ayrıca, son yıllara kadar Uzun Yıllar AB ülkelerinin para birimlerinin Amerikan doları karşısındaki değer kaybı, AB'nin dünyaya olan "X/M" oranını artırdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Ortak Parasal Birliğe geçiş sonrası Birlik içi ticaretin daha da artacağı, AB'nin dünya ile ticarete daha da güçlü konuma geleceği öngörülebilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] VINER, J., The Custom Union Issue, Carnegie Endowment for International Peace, New York, 1950.
- [2] UYAR, S., "Ekonomik Bütünleşmeler ve Gümrük Birliği Teorisi", *Dış Ticaret Dergisi*, 5,19, 2000, ss.103-130.
- [3] AKKOYUNLU, A., "Bölgesel Ekonomik Bütünleşme Anlaşmalarının Etkilerini Ölçen Ampirik Çalışmaların Genel Bir Değerlendirmesi", *Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 18,2, 2000.
- [4] BANK, C.; OVERSTREET, L.; HUMPREY, C., *Economic Handbook of the World*, Binghamton University Press, USA, 1982.
- [5] Europa Publications, The Europa World Yearbook, Volume I, II, Europa Publications Limited, UK, 1996.
- [6] KREININ, M.E., *International Economics: A Policy Approach*, Harcourt Brace and Company, Orlando, 1995.
- [7] SALVATORE, D., *International Economics*, Macmillan Publishing Company, New York, 1990.
- [8] EITHER, W.J., *Modern International Economics*, Norton & Company Inc., New York, 1995.
- [9] SEYİDOĞLU, H., *Uluslararası İktisat*, Güzem Yayınları, İstanbul, 1998.
- [10] KRUGMAN, P.R., "Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade", *American Economic Review* 70, 4, 1980, ss.950-959.
- [11] <http://SCADPlusExternaltradeintroduction.htm>
- [12] KARLUK, R., *Avrupa Birliği ve Türkiye*, Beta Basım, İstanbul, 1998.
- [13] ALKINOĞLU, L., "Türkiye ve Avrupa Topluluklarında Sanayi Politikaları ve Tekstil Sanayiinin Durumu", *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 12,2, 1997.
- [14] TEKİN, A.; ÜNAL ve Diğerleri, *Avrupa Birliği Hukuku*, Beta Basım, İstanbul, 1997.
- [15] *Tek Pazardan Ekonomik ve Parasal Birliğe Avrupa Birliğinin Yetkileri ve Karar Alma Mekanizmaları*, İKV Yayınları, İstanbul, 1995.
- [16] ALTINOK, S., "Avrupa Birliği Euro ve Türkiye'ye Olası Etkileri", *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 2,1, 1999.
- [17] <http://europa.eu.int/scadplus/leg/en/lvb/i23000.htm>
- [18] LANCASTER, K., "Intra Industry Trade under Perfect Monopolistic Competition, Economies of Scale and Monopolistic Competition", *Journal of International Economics* 10, 1980, ss.151-175.
- [19] HELPMAN, E., "International Trade in the Presence of Product Differentiation Economies of Scale and Monopolistic Competition", *Journal of International Economics*, 11, 1981, ss.305-340.
- [20] LİNDER, S.B., *An Essay on Trade and Transformation*, Wiley, New York, 1961.
- [21] IMF (1972, 1976, 1980, 1987, 1994, 2001), *Direction of Trade Statistics Yearbook*, Washington.
- [22] *European Marketing Data and Statistics*, Euromonitor Plc.,UK, 1999.
- [23] AKAL M., "The European Community and Direction of Trade", *The World of Science*, 1,2, 1996, ss.18-31.



Mustafa AKAL

Sakarya University, Faculty of Economic and Administrative Sciences, Economics Department, Esentepe Kampusu
54187 ADAPAZARI

Tel: +90(264)3460333-34-35-36/171
akal@sakarya.edu.tr

Mustafa AKAL has Ph.D. of Economics at SUNY at Binghamton. He is Assistant Professor in Economics at Sakarya University. His research areas are international trade and integration issues, economic modelling, economic forecasting and human capital investment.

PİYASA BAŞARISIZLIKLARI

Nazım ÖZTÜRK

Cumhuriyet Üniversitesi, Cumhuriyet MYO, Dış Ticaret Programı, Yardımcı Doçent Dr.

MARKET FAILURES

Abstract: Supporters of market economy, who ground all of their thoughts on the theory of perfect competition market, defend that the market itself can solve all problems, obtain efficiency on production, consumption and income distribution and also maintain that governments should not interfere with economy. Nevertheless, maintaining efficiency in resource allocation is not always probable through market mechanism. Market economy cannot always achieve the Pareto effective distribution by itself and remain inadequate at providing economic efficiency in some areas. Principal reasons for these deviations from economic efficiency that is expressed as market failures are public goods, externalities, formations of imperfect competition, asymmetric information, risk and uncertainty, rigidity of prices, delay between supply and demand, negative inclined supply curve and positive inclined demand curve, unfair distribution of income and economic instabilities. In each of these situations which market failed, there are important reasons for government to interfere with economy, and government interferes with economy in order to compensate lacking of price mechanism. Today, government not only limits itself with its administrative function but also it has activities in a large area, extending from foreign affairs to production of consumption goods. In this study, the factors, which play vital roles in government interference with economy, and which lead to market failures, are analysed.

Keywords: Market Failures, Public Goods, Externalities, Formations of Imperfect Competition, Asymmetric Information, Risk and Uncertainty, Rigidity of Prices, Delay Between Supply and Demand, Negative Inclined Supply Curve and Positive Inclined Demand Curve, Unfair Distribution Of Income

PİYASA BAŞARISIZLIKLARI

Özet: Piyasa ekonomisi taraftarları bütün düşüncelerini tam rekabet piyasası varsayımına dayandırmakta, piyasanın kendi kendine bütün sorunları çözeceğini, üretim, tüketim ve gelir dağılımında kendiliğinden etkinlik sağlayacağını ve devletin ekonomiyi müdahale etmemesi gerektiğini savunmaktadır. Oysa, piyasa mekanizması aracılığıyla kaynak dağılımında etkinliğin sağlanması her zaman olası değildir. Piyasa ekonomisi her zaman tek başına Pareto etkin dağılımı sağlayamamakta, kimi alanlarda ekonomik etkinliği sağlamakta yetersiz kalmaktadır. 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 paylaşamaması ve ekonomik istikrarsızlıktır. Piyasanın başarısız olduğu bu durumlar, devleti ekonomiye çeken önemli birer gerekçe olmakta ve devlet fiyat mekanizmasının eksikliklerini gidermek amacıyla ekonomiye müdahale etmektedir. Günümüzde devlet yalnızca yönetsel işleyle kendini sınırlandırmamakta, dışışleri hizmetinden tüketim malları üretimine dek uzanan geniş bir alan içinde faaliyete bulunmaktadır. Bu çalışmada, devletin ekonomiye müdahale etmesinde son derece önemli rol oynayan ve piyasa başarısızlığına yol açan bu etmenler üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Piyasa Başarısızlıkları, 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 Paylaşamaması

I. GİRİŞ

Piyasa mekanizması bir kaynak tahsis mekanizması olup, insan ihtiyaçları ile kaynaklar arasında bir eşgüdüm işlevi üstlenmekte, hangi malların, nasıl, ne kadar ve kimin için üretileceği sorularına yanıt aramaktadır [1]. Piyasa ekonomisinde üreticiler kar maksimizasyonu, tüketiciler fayda maksimizasyonu peşinde koşmaktadır. Eğer tam rekabet koşulları mevcutsa, optimum toplam faydayı ve optimum toplam karı sağlayan kaynak dağılımı kendiliğinden gerçekleşmektedir. Rekabetçi piyasa mekanizması, ekonomideki kaynakları, merkezi bir yönlendirmeye gereksinim duymaksızın, en etkin şekilde, sosyal yararı en çoklayacak biçimde tahsis etmektedir [2]. Piyasa

mekanizmasının etkinliğinin analizinde her bireyin sağladığı faydanın, birey tarafından satın alınan malın miktarına, her bir üreticinin yarattığı arzın, üretici tarafından satın alınan üretim faktörlerine bağlı olarak belirleneceği varsayılmaktadır. Piyasa sisteminin lehinde en çok analiz edilen argümana göre, tam rekabetçi bir piyasada mal ve hizmetlerin denge tahsisinin belirlenmesi, piyasadaki alıcı ve satıcılara mümkün olduğunca maksimum yararı sağladığından optimal sonuç elde edilmekte, üretim düzeyini yada mal dağılımını değiştirerek toplam yararı artırmak söz konusu olmamaktadır. Herhangi bir kimsenin net yararını başka bir kimsenin refahını azaltmaksızın artırmak mümkün olmadığı için, piyasa mekanizması mal ve hizmetlerin Pareto optimum tahsisini sağlamaktadır. Ne var ki, böyle

bir durum uygulamada her zaman gerçekleşmemektedir [3].

Piyasa ekonomisi her zaman tek başına Pareto etkin dağılımı sağlayamamakta, kimi alanlarda ekonomik etkinliği sağlamakta yetersiz kalmaktadır. Piyasanın Pareto optimal ya da "birinci en iyi" kaynak tahsisini başaramaması piyasa başarısızlığı olarak ifade edilmektedir [4]. Piyasa mekanizması kamusal mal ve hizmetlerin üretiminde yetersiz kalmaktadır. Dışsallıkların ve aksak rekabetin varlığı halinde, optimum kaynak dağılımı sağlanamamaktadır. Üreticilerin ve tüketicilerin piyasa hakkında yeterli bilgiye sahip olamamaları (asimetrik bilgi, risk ve belirsizlik), fayda ve kar maksimizasyonuna ulaşılmasını engellemektedir. Ücret ve fiyatların yapışkanlığı, arz ve talep arasında gecikme nedeni ile gittikçe ekonomik dengeden sapılmakta; başkalarından geri kalmama ve Veblen etkisi ile negatif eğimli olması gereken talep, pozitif eğim alabilmekte; gelir etkisinin ikame etkisinden daha büyük olması sonucu emek piyasasında pozitif eğimli olması gereken arz, tersine dönmekte ve negatif eğim kazanmaktadır. Piyasa ekonomisinin en etkin aracı olan fiyat mekanizması tek başına hakça bölüşümü gerçekleştirememekte, zaman zaman ekonomik istikrarsızlıklar yaşanabilmektedir. Bu gibi durumlarda piyasa mekanizması başarısızlığa uğradığından, kaynak savurganlığını engellemek ve maksimum refah düzeyine ulaşmak için devletin piyasaya müdahale etmesi kaçınılmaz olmaktadır. Devlet ekonomik faaliyetlerin hemen hemen tümüne bazen sosyal fayda yaratmak, bazen öncülük etmek, bazen da düzeltici görevler yapmak amacıyla özel sektörle birlikte katılmaktadır [5].

Günümüzde devletin dışışleri hizmetinden tüketim malları üretimine dek uzanan geniş bir alan içinde faaliyete bulunduğu gözlenmektedir. Devlet yalnızca yönetsel işleviyle kendini sınırlandırmamakta, üretim, kaynak dağılımı, gelir bölüşümü, ekonomik büyüme, konjonktürün düzenlenmesi ve dış ticaret alanlarına müdahale etmektedir [6]. Bu çalışmada devletin ekonomiye müdahale etmesinde son derece önemli rol oynayan ve piyasa başarısızlığına yol açan kamusal mallar, dışsallıklar, aksak rekabet, asimetrik bilgi, risk ve belirsizlik, fiyatların yapışkanlığı, arz ve talep arasındaki gecikme, negatif eğimli arz pozitif eğimli talep, gelirin hakça paylaşılabilmesi ve ekonomik istikrarsızlık gibi etmenler incelenmiştir.

II. KAMUSAL MALLAR

Ekonomide üretilen malların büyük kısmı özel maldır. Özel malların (private goods) en önemli özelliği bir kişi tarafından satın alındığında, o kişinin izni olmaksızın, söz konusu malı bir başkasının tüketmesinin mümkün olmamasıdır. Özel malların faydası bölünebilir ve bedel ödemeyenler tüketimden dışlanabilir oldukları

için hangi özel maldan ne kadar talep edildiği piyasa koşullarında belirlenebilir. Özel girişim hangi mal ve hizmetleri ne miktarda ve hangi üretim yöntemi ile üreteceğine karar verirken, kar maksimizasyonuna yönelir, neleri üreteceğine tüketicilerin taleplerine bakarak karar verir. Özel girişim bir maldan üreteceği miktarı belirlediğinde, o üretim miktarında toplumsal fayda ve maliyet ile özel fayda ve maliyet arasında farklılık söz konusu olmaz [7].

Kamusal mallar ise, bireylerden herhangi birinin tüketimi nedeniyle, diğerlerinin aynı malı tüketme olanağında herhangi bir azalışın olmadığı, birlikte ve eşit biçimde tüketilen mal ve hizmetlerdir [8]. Faydası bölünemez (indivisibilit ) ve bedel ödemeyenler tüketimden dışlanamaz (non exclusion) olan kamusal malların talepleri piyasa koşullarında belirlenemez. Kamusal mal ve hizmetlere olan talebin açıklama biçimi, bu tür malların fiyat mekanizmasının özel mallarinkinden daha farklı bir biçimde işlemlerini gerektirmektedir. Kamusal malların miktar ve türlerinin belirlenmesi ve maliyetlerinin yurttaşlar arasında paylaşılması kamu tercihinin tespitini gerektirir [9].

Kamu kesimince üretilen ve genelde tam kamusal mallar (pure public goods) ve yarı kamusal mallar (impure public goods) olarak bilinen mal ve hizmetlerin içeriği piyasa da üretilen özel mal ve hizmetlerden farklılık arz eder. Tam kamusal mal ve hizmetler için ünite bazında fiyat oluşmamaktadır. Özel mal ve hizmetler için piyasada var olan ve fiyat mekanizmasına dayanan arz-talep ilişkisi tam kamusal mallar için söz konusu olmamaktadır. Hangi kamusal malların ne miktarda üretilmesine kamu otoritesi karar vermektedir. Ulusal savunma, iç güvenlik, adalet, diplomasi gibi tam kamusal malların üretimi konusunda piyasa mekanizmasının devre dışı kalması, piyasa başarısızlığının nedenini oluşturmaktadır. Tam kamusal mal ve hizmetler tüm topluma yönelik olarak fayda yaratmakta ve faydası herkes tarafından hissedilmektedir. Özel mal ve hizmetlerde olduğu gibi faydanın bireysel boyuttaki değerinin ölçülmesi mümkün olmamaktadır. Tüketiciler tam kamusal mallara karşı tercihlerini birbirlerinden bağımsız olarak açıklayamadıklarından tam kamusal mal ve hizmetlerin üretimi özel sektör tarafından sağlanamamakta, tam kamusal mal ve hizmetler piyasa konusu olmamaktadır. Toplumsal açıdan son derece önem taşıyan bu tür mal ve hizmetler, eğer devlet tarafından üretilmez ise, başka türlü üretilmemektedir [10]. Tam kamusal malların üretilmesinde sosyal toplam faydanın maksimize edilmesi esas olup, bunun gerçekleştirilmesinde ana rol devlet bütçesi aracılığıyla kamu kesimi karar organlarına aittir [11].

Yarı kamusal mal ve hizmetler ise nitelikleri itibarıyla piyasa tarafından üretilen yapıdadır. Eğitim, sağlık gibi yarı kamusal mallar bireysel talep söz konusu olduğu için pazarlanabilmekte ve kural olarak piyasada

üretilep tüketicilere sunulabilmektedir. Ancak, bu malların toplum açısından taşıdığı önem, toplumsal faydası veya yeterince üretilmezler ise yaratacakları toplumsal maliyetler, piyasa yanında devletin de üretimde bulunmasına neden olmaktadır. Yarı kamusal mal ve hizmetlerin üretiminin tamamen piyasaya bırakılması kimi sakıncalar yaratabilmektedir. Bu tür mal ve hizmetlerin tamamen piyasada üretilmeleri halinde meydana gelen tam rekabetten sapmalar, dış kazançlar ya da kayıplar bunların bazen tekel halinde, bazen de piyasanın yanı sıra kamu kesimince üretilmesine neden olmaktadır. Yarı kamusal mal ve hizmetlerin bireye sağladığı yarar dışında topluma sağladığı yararlar da söz konusudur. Dışsal fayda olarak adlandırılan bu olumlu etki ile, hizmetin yerine getirilmemesi halinde bireye olan zararı yanında topluma olan maliyetinin de dikkate alınması bu tür mal ve hizmetlerin devlet tarafından üretilmesini gerekli hale getirmektedir [12].

Piyasa tarafından üretilen özel mallarda gerek üretici gerekse tüketici açısından karar vermede etkili olan en önemli faktör fiyattır. Piyasa konusu olan mal ve hizmetlerde bireyler özel mal ve hizmetten elde edeceği fayda ile ilgilenirler ve yapacakları ödemenin en azından elde edeceği faydaya eşit olmasını beklerler. Kamusal mal ve hizmetlerde ise, faydanın özel tüketime tahsis edilememesi, kamusal mal ve hizmetlerin maliyetlerinin bireysel boyutta ölçülememesi, bu malların fiyat yoluyla değerlendirilmesini olanaksız kılar [13]. Kamusal malların bölünemezliği nedeniyle, özel mallar gibi pazarlanabilmelerine olanak yoktur. Kamusal malların tüketimi sırasında bireyler arasında rekabet durumu ortaya çıkmamaktadır. Kamusal malların birlikte tüketimi zorunluluğu, toplum bireylerinin ekonomik tercihlerini birbirinden bağımsız bir biçimde yansıtmalarını olanaksız hale getirir [14].

Kamusal mal ve hizmetlere olan talep, siyasal karar alma mekanizması ve bürokrasiyi de içeren oldukça karmaşık bir mekanizmasıyla açıklanır [15]. Kamusal mal ve hizmetlere ilişkin tercihler özel mallarınkinden farklı olarak, kaynak tahsisinde etkinliği sağlayacak biçimde açıklanamayabilir [16]. Kamusal mal ve hizmetler olan talebin açıklanma biçimi, bu tür malların fiyat mekanizmasının özel mallarınkinden daha farklı bir biçimde işlenmesini gerektirir [17].

Kamu sektörü tarafından üretilen kamusal mal ve hizmetler toplumdaki tüm bireylere yöneliktir. Toplumun tüm bireyleri sunulan kamusal mal ve hizmetlerden aynı derecede yararlanır. Özel mallarda olduğu gibi bireylerin kamusal mal ve hizmetlerden yararlanmalarının engellenmesi gibi bir durum söz konusu olmaz. Özel mallardan yararlanan bireyler özel malın birim maliyeti için aynı fiyatı öderken, kamusal mallar için bireyler farklı oranlarda vergi ödeyerek aynı miktarda kamusal malı tüketmektedir. Bireyler satın alma güçlerine bağlı olarak, özel malların birimi başına aynı fiyatı öder.

Böylece yüksek gelirli daha çok, düşük gelirli daha az, özel mal tüketir. Kamusal mallarda ise durum farklıdır. Seçmenlerin her birinin gelir düzeyinden bağımsız olarak, hiç vergi ödemeyen birey de çok miktarda vergi ödeyen de aynı miktarda ve birbirine eşit biçimde kamusal mal tüketir. Kamusal mal ve hizmetler bir kez üretildi mi, artık toplumdaki kişilerden hiç birinin kamusal malın tüketiminden dışlanamaması nedeniyle, ödeme gücü yeterli olanların bile finansmana katılmaktan kaçınma durumu ortaya çıkar [18]. Ödeme gücüne sahip olup ta vergi ödemek istemeyenler kamusal mal ve hizmetlerden bedava yararlanma eğilimindedirler. Kamusal mallarda bedava (free rider) yararlanmanın söz konusu olması, kamusal malların kar maksimizasyonunu amaçlayan firmalar tarafından üretilmesini olanaksız hale getirir [19].

Piyasa mekanizmasının tam rekabet durumunda bile kamusal malların yeterli düzeyde üretimini sağlamakta yetersiz kalması, bu malların kamu kesimince üretilmesini gerekli kılmaktadır. Kamusal malların üretim kararlarında piyasa mekanizmasının devreden çıkması, kaynak dağılımında etkinlikten uzaklaşılması sonucunu doğurur. Bu etkinsizlik piyasa başarısızlığının bir nedeni olarak nitelendirilir. Ancak vergi gelirleri ile kamu malları üretme kararı alma durumunda olan devlet, kaynak dağılımında etkinsizliği en aza indirebilmek için, sosyal karın maksimizasyonunu amaçlar. Kamusal malların piyasası ve dolayısıyla fiyatı olmadığından hangi kamusal malın ne miktarda üretileceğine hükümetler, bütçe olanaklarını göz önüne alarak karar verir. Firmaların tersine vergilendirme yetkisini elinde bulunduran hükümetler, kamusal malların üretimini vergilerle finanse eder [20].

III. DIŞSALLIKLAR

Dışsallıkların nedeni, özel yarar ile sosyal yararın ve özel maliyet ile sosyal maliyetin birbirinden farklı olmasıdır [21]. Piyasa konusu ürünlerin, piyasa koşullarına göre üretimi ve tüketiciler tarafından satın alınması fiyat mekanizması ile olmaktadır. Üretimin üreticiye faydası ile tüketimin tüketicieye faydası, özel maliyet-fayda analizi ile belirlenmektedir. Pareto optimumunun doğal bir sonucu olarak, ekonomide var olan birimler arasındaki ilişki piyasada oluşan fiyatlar ve miktarlardaki değişmeler aracılığıyla kurulmakta, olumlu ya da olumsuz dışsal etkiler göz önüne alınmamaktadır. Dışsallıkların varlığı, bir bireyin veya işletmenin yapmış olduğu tüketim veya üretimin, diğer bireylerin doyumunu veya işletmelerin üretim fonksiyonlarını etkilemesiyle ortaya çıkmaktadır. Özellikle kamusal mal ve hizmetlerin dışsallıklara sahip olduğu göz önünde bulundurulursa, Pareto modelinde kamusal mallara ve de kaçınılmaz olarak devlete yer verilmemesi önemli bir eksiklik olmaktadır. Bu bağlamda kaynakların optimum dağılımını

sağlamak için dışsallıklara mutlaka yer verilmesi gerekmektedir [6].

Üretim faaliyeti sonucunda, üretici tarafından piyasada doğrudan katlanılan maliyet dışında, bu üretim faaliyetinin dışsal bir sosyal maliyeti de söz konusu olabilmektedir. Üreticilerin faaliyetleri bireylerin fiyat mekanizması içerisinde dikkate alınmayan faydalar elde etmelerine de neden olabilir. Eğitim ve sağlık hizmetlerinde olduğu gibi kimi malların üretilmesi halinde üreticiye olan direkt faydası yanında, toplumsal açıdan büyük önem taşıyan bir dışsal sosyal fayda da ortaya çıkabilmektedir. Bu durum toplumsal refah açısından, üretim kararlarının değerlendirilmesinde, yalnızca piyasaya yansıyan özel maliyet ve faydanın değil, aynı zamanda sosyal fayda ve maliyetlerin de göz önünde bulundurulmasını gerekli kılar. Optimal kaynak dağılımının sağlanabilmesi için, özel maliyet ve fayda yanında sosyal maliyet ve faydanın da göz önünde bulundurulması gerekir.

Dışsallıklar, üreticilerin yada tüketicilerin aldıkları kararlarla, ekonomideki diğer üretici yada tüketicileri, piyasa fiyatı dışında, olumlu yada olumsuz etkilemelerini ifade eder. Bir karar biriminin bir başka karar birimine doğrudan sağladığı yarara veya doğrudan yüklediği maliyete dışsallık (externality) denir [22]. Dışsallıklar üretimde dışsallık ve tüketimde dışsallık olmak üzere iki grupta incelenebilir ve her iki gruptaki dışsallıklarda pozitif ve negatif olabilir. Bir firmanın bir başka firmaya veya tüketiciye doğrudan sağladığı yarara üretimde pozitif dışsallık (positive externality in production); bir firmanın bir başka firmaya veya tüketiciye doğrudan yüklediği maliyete ise üretimde negatif dışsallık (negative externality in production) denir. Elma üreten bir çiftçinin bal üreten komşusuna sağladığı yarar üretimde pozitif dışsallığa, atıklarını nehre döken bir sanayi kuruluşunun nehirde balık tutan üreticilere yüklediği maliyet ise üretimde negatif dışsallığa örnek olarak gösterilebilir. Bir tüketicinin bir başka kişiye veya firmaya doğrudan sağladığı yarara, tüketimde pozitif dışsallık (positive externality in consumption); bir tüketicinin bir başka firma veya tüketiciye yüklediği maliyete ise tüketimde negatif dışsallık (negative externality in consumption) adı verilir. Eğitimli insanların yasalara daha saygılı olması tüketimde pozitif dışsallığa, sigara içen kimselerin diğer kişilere yüklediği maliyetler ise tüketimde negatif dışsallığa örnek olarak verilebilir. Dışsallıkların olduğu bu durumlarda tam rekabetçi denge etkinliği sağlayamaz [23].

Üretim ve tüketim kararları sonucunda ortaya çıkan olumlu ve olumsuz dışsallıklardan yararlananların sağladıkları faydanın karşılığını ödememeleri, zarar görenlerin ise uğradıkları kayıpları telafi ettirememeleri, fiyat mekanizmasının kaynak dağılımında optimaliteyi sağlama işlevini gerçekleştirilememesine neden olmaktadır. Özellikle negatif dışsallık yaratan bireysel karar alıcılar,

başkalarına verdikleri zararların maliyetine katılmadıkları için, marjinal özel maliyet marjinal sosyal maliyetin altında kalmakta, firmalar üretmeleri gereken optimal miktarın üzerinde bir üretim gerçekleştirmekte ve piyasada oluşan fiyatlar kaynak dağılımında etkinliği sağlayamamaktadır [2]. Bu durumda karlarını maksimize edecek şekilde üretim kararı alan üreticilerin, bu kararı sonucunda sosyal yararın da maksimize olamaması, piyasa başarısızlığının bir nedeni olarak nitelendirilmektedir.

Üretimde yada tüketimde pozitif dışsallıklar söz konusu olduğunda oluşan sosyal fayda fonksiyonu piyasadaki özel fayda fonksiyonundan farklı olmaktadır. Negatif dışsallık söz konusu ise, ekonomide oluşacak sosyal maliyet fonksiyonu piyasada oluşacak özel fayda fonksiyonundan daha yüksek olacaktır. Üretimde negatif dışsallık söz konusu iken marjinal sosyal maliyetin marjinal özel maliyetten daha büyük olması nedeni ile üretim optimal miktarın üzerinde gerçekleşirken, üretimde pozitif dışsallık söz konusu ise, marjinal sosyal maliyet marjinal özel maliyetten daha küçük olacağından optimal üretimden daha az üretim yapılacaktır [11].

Dışsallıklar nedeni ile gerek üreticiler gerekse tüketiciler elde ettikleri pozitif dışsallıkların karşılıklarını üstlenmedikleri gibi aynı şekilde diğer üretici ve tüketicilerin katılmak zorunda kaldıkları negatif dışsallıkları da ödememektedirler. Pozitif yada negatif dışsallıkların piyasa fiyatlarına yansımaması, tam rekabetin varlığı halinde bile Pareto optimumunun gerçekleşmemesine neden olmaktadır. Dışsallıklar nedeni ile ekonomideki fiyatların gerçek fiyatları yansıtmaması ise kaynak dağılımında yanlış yönlendirmelere yol açmaktadır [24]. Dışsallıkların ortaya çıkması halinde tam rekabet sisteminin kendiliğinden oluştuğu varsayılan dengeden sapılmakta, üretici ve tüketici dengesi bozulmakta, piyasa ekonomisi başarısızlığa uğramaktadır.

Bu bağlamda, devletin müdahalede bulunup bulunmaması her şeyden önce dışsallığın büyüklüğüne ve neden olduğu olumlu ve olumsuz sonuçların yaygınlığına bağlıdır. Diğer taraftan herhangi bir malın veya hizmetin üretiminden ve tüketiminden ötürü zarar gören ve zarar veren tarafların sayısı da bu bağlamda göz önünde tutulması gereken bir değer faktör olmaktadır. Dışsallıklardan etkilenen tarafların sayısı az ise, Kaldor Hicks yaklaşımının tazminat yöntemi yada Scitovsky yaklaşımının pazarlık yöntemi ile taraflar aralarında anlaşarak sorunu giderebilir. Ancak dışsallık yaygın bir nitelik arz ederse, toplum üyelerinin çoğunluğu bu durumdan etkileniyorsa, ve piyasa çözümleri bu hususta yetersiz kalıyorsa devletin müdahalesi kaçınılmaz olacaktır. Bu müdahalenin türünün seçimi ve sınırının belirlenmesi bir siyasal tercih olarak ortaya çıkacaktır. Dışsallıklar çok yaygın ve toplumun bundan ciddi olarak etkilenen üyelerinin sayısı çok fazla ise kaynak dağılımında etkinliğin sağlanabilmesi için devlet üretimi

ya tamamen üzerine alacaktır ya da firmaların üretimini kısıtlayacak dışsal zararları en aza indiren standartlar belirlenecektir [12].

Devletin dışsallıklara karşı uygulayabileceği mali nitelikli bazı önlemler söz konusu olabilecektir. Bu bağlamda negatif dışsallıkların içselleştirilmesi için, başkalarına yüklenen marjinal maliyetin üretici firmanın maliyet fonksiyonuna sokulması gerekmektedir. Negatif dışsallıklar yaratan bir firmanın sosyal dengenin sağlandığı düzeyde üretimini azaltabilme amacıyla birim başına düzeltici (corrective) yada cezalandırıcı bir vergi (sumptuary tax) konulabilir. Dışsal zarara eşit olarak konulan bu vergi nedeniyle negatif dışsallıklara yol açan firma üretimini düşürecek ve optimal sosyal dengeye ulaşılacaktır [25]. Düzenleyici nitelikteki vergiler negatif dışsallıkları sınırlandıracak, sübvansiyonlar ise erdemli mallarda olduğu gibi pozitif dışsallıkları özendirir [26].

Dışsallıkların yönlendirilmesi veya düzenleyici etkiler yaratabilmesi bakımından vergilendirme, dışsal maliyete neden olan faaliyetin kapsamını daraltmak için tercih edilen faaliyet biçimine mali yardım yapılması, zarara uğrayan tarafa verilen zarar nedeni ile sorumlu tutulma ve tazminat ödenmesi, zarar veren tarafa tanınmayan bazı hak ve olanakların zarara uğrayan tarafa tanınması gibi çeşitli araçlardan da yararlanılabilmektedir [13]. Pigou, dışsallıkların varlığı durumunda piyasa mekanizmasına müdahale edilerek etkinliği sağlamak için üretimde veya tüketimde negatif dışsallığa yol açan malın her biriminden üretimin optimal düzeyde olmasını sağlayacak kadar vergi alınmasını (Pigouvian taxation), üretimde veya tüketimde pozitif dışsallık durumlarında ise pozitif dışsallığa yol açan malın her biriminden piyasa dengesinin sağlandığı durumdaki pozitif dışsal yarar kadar negatif vergi alınmasını yani her birim mala piyasa dengesinin sağlandığı durumdaki kadar sübvansiyon sağlanmasını savunmaktadır.

Potansiyel dışsallıkların devletin piyasa ekonomisine müdahale ederek, toplumdaki bireylerin fayda fonksiyonuna sokulması olgusuna dışsallıkların içselleştirilmesi (internalization of externalities) denilmektedir. Dışsallıkların içselleştirilmesi büyük ölçüde etkileşim içindeki insanların tümünün bu tür etkilerin maliyetini üstlenmelerine olanak verecek bir süreci sıklıkla mülkiyet haklarında bir değişimi ifade etmektedir. Mülkiyet haklarının buradaki fonksiyonu dışsallıkların daha büyük bir şekilde içselleştirilmesini sağlayacak saiklere rehberlik etmesidir [27].

1992 yılı Nobel İktisat ödülü sahibi Ronald H. Coase, dışsallığın yol açtığı etkinsizliği gidermek için devletin piyasaya müdahale etmesinin şart olmadığını dile getirmektedir. Coase'a göre, dışsallık söz konusu olduğunda taraflar aralarında anlaşarak dışsallığın etkisini giderebilirler. Dışsallıklardan etkilenen taraflar az sayıda

ve aralarında görüşme yapma olanağına sahip ise, mülkiyet hakları hangi tarafta olursa olsun etkin çözüme ulaşılabilir. Dışsallıktan etkilenen tarafların birlikte ele alınıp değerlendirilmesi durumunda sorun kendiliğinden çözülür [28].

Coase, tarafların maliyetsiz görüşme yapma, anlaşma hazırlama ve onaylatma gibi masraflarla karşı karşıya bulunmadığını kabul etmektedir. Ne var ki bu koşullar geçerli olmadığında ve dışsallıkların düzeyi mülkiyet haklarına sahip olanlar tarafından tam olarak tespit edilemediğinde Coase teoremi geçerliliğini yitirmektedir. Tarafların sayısı çok fazla ve aralarında anlaşma olanağı söz konusu değilse, devlet dışsallığın kaynak tahsisi üzerindeki etkinsizliğini azaltmak için kimi düzenlemeler ve yasaklamalarla müdahalede bulunmakta, negatif dışsallık söz konusu olduğunda vergi almakta, pozitif dışsallık olduğunda ise sübvansiyon vermekte transfer ödemeleri yapmaktadır. Piyasa ekonomisinin sağlanan teşviklere karşın potansiyel dışsallıkların içselleştirilememesi durumunda devlet, kendi kuruluşları ile özel girişimcinin yerini almaktadır.

IV. AKSAK REKABET

Liberal kapitalist düzende temel ekonomik sorunların çözümü düzgün işleyen fiyat mekanizması tarafından sağlanmaktadır. Düzgün işleyen fiyat mekanizması, belirli koşulların varlığına dayanan tam rekabet piyasasının geçerli olması halinde mümkündür. Gerçek ekonomik yaşamda rekabetin en iyi şekilde sağlandığı ideal bir piyasa olan tam rekabet piyasasına örnek verilebilecek mükemmellikte bir piyasaya rastlamak mümkün değildir. Çok sayıda alıcı ve satıcının olduğu, piyasaya giriş ve çıkışın serbest olduğu, malların homojen ve gerek üreticilerin gerekse tüketicilerin tam bilgili olduğu hiçbir mal ve hizmet piyasası gösterilemez. Bu bağlamda, tam rekabet piyasası gerçek yaşamda uygulanması mümkün olmayan sanal bir piyasa olmaktan öteye gidememektedir.

Tam rekabet piyasası, alıcılar ve satıcılar için rasyonellik, tam bilgi, sürünme yokluğu, mükemmel hareketlilik, üretim faktörlerinin tam bölünebilirliği varsayımına dayanır [29]. Oysa, gerçek yaşamda bu varsayımların hiç biri tam olarak söz konusu olmaz. Girişimciler sermaye yetersizliği nedeni ile karlı gördükleri her alanda faaliyette bulunamazlar. Ölçek avantajlarına sahip firmalar endüstriye yeni girecek olan işletmelere karşı limit fiyat uygulayarak rekabeti ortadan kaldırmak için anlaşarak kartel ve tröst oluşturabilirler. Piyasa fiyatını etkileyecek kadar az sayıda satıcının bulunduğu aksak rekabet piyasalarında satıcılar elde ettikleri piyasa gücü sayesinde, fiyatları kontrolleri altına alarak, ürettikleri malları tam rekabet piyasası fiyatlarına göre daha yüksek fiyattan satabilmek için üretimlerini yapay olarak kısılabilmektedir. Tüm bu

nedenlerden dolayı günümüzde tam rekabet piyasası değil, aksak rekabet piyasası egemendir.

Aksak rekabet piyasalarının başlıca türleri, satıcıların türleri yönünden monopol ve oligopol; alıcıların sayısı yönünden monopson ve oligopson olarak belirtilebilir. Bu temel ayrım yanında, aslında oligopol piyasası niteliğinde olduğu halde reklam, pazarlama ve ürün farklılaştırma yoluyla monopolcü özellikler gösteren monopolcü rekabet piyasası da ortaya çıkabilmektedir [30].

Aksak rekabetin varlığında alıcı ve satıcılar tek başlarına veya anlaşarak piyasa fiyatını etkileyebilir. Fiyat kabul edici değil fiyat yapıcı haline gelen üreticiler mallarını piyasa fiyatının üzerinde bir fiyattan satar. Tam rekabet piyasasının yerini aksak rekabetin alması dolayısıyla firmaların malın piyasa fiyatını etkileyebilmeleri, piyasa mekanizması aracılığıyla Pareto etkin dağılımın sağlanamamasına yol açar. Tam rekabet piyasasında fiyat marjinal maliyete eşit iken, aksak rekabet piyasalarında fiyat marjinal maliyetten büyük olur. Böyle bir durumda marjinal ikame haddinin marjinal dönüşüm haddinden büyük olması ekonomik etkinliğin sağlanamamasına neden olur [23].

Aksak rekabet piyasalarında fiyat marjinal gelirden ve marjinal maliyetten büyük olduğu için üretimde etkinlik koşulu sağlanamayacak ve buna bağlı olarak tüketim etkinliği de gerçekleşmeyecektir. Bu durumda üretim ve tüketimin etkin eşgüdümü söz konusu olamayacak dolayısıyla, kaynakların etkin dağılımı gerçekleşmeyecektir. Çünkü, yapay şekilde yükseltilebilir karlılık oranı ve karlılık oranına göre azaltılıp çoğaltılan üretim miktarı, faktörlerin sektörler ve firmalar arası dağılımını, serbest piyasada olması gereken dağılımdan çok farklı bir şekle dönüştürecektir. Diğer bir ifade ile, aksak rekabetçi oluşumun varlığı, kaynakların etkin dağılımına olanak vermeyecektir. Aksak rekabetin varlığında fiyat sistemi kaynak dağılımına yol gösteren ve etkinliği sağlayan bir araç olma niteliğini kaybetmektedir [30].

Tam rekabet piyasalarının aksine aksak rekabet piyasalarında, firmanın ürününe dönük talep eğrisinin negatif eğimli olmasından dolayı, otomatik bir denge mekanizması ortaya çıkmamaktadır. Talep eğrisinin negatif eğimli olması sonucu, firmanın ek bir mal satışından dolayı elde ettiği gelir, ek malın piyasa satış fiyatından daha küçüktür. Firma açısından marjinal getiri, kar maksimizasyonu kararlarında fiyattan daha önemli bir değişken olduğundan dolayı aksak rekabet piyasalarında, fiyat Pareto etkinlik koşullarının gerçekleştirilmesi için gerekli önemini koruyamamaktadır. Aksak rekabet piyasalarında fiyat marjinal maliyetten küçük olduğundan dolayı, tam rekabetteki etkinlik koşulu sağlanamaz [31].

Tam rekabet koşullarının işlemediği günümüz piyasa ekonomilerinde, kaynak ayırımında ortaya çıkan bu etkinsizlikler önemli sosyo ekonomik sorunlara yol açmaktadır. Aksak rekabet durumunda firmalar üretimlerini satış fiyatını yükseltmek amacıyla, tam rekabet piyasasına oranla kısımaktadır. Firmaların üretimlerini yapay olarak kısmaları, üretim faktörlerinin toplum tercihlerine uygun mal ve hizmet bileşimini sağlayacak şekilde, üretim alanları arasında optimal dağılımını engellemektedir. Böylece ekonomideki kaynakların bir kısmının daha verimli olabilecekleri alanlara kaydırılması önlenmiş olmaktadır [11].

Tam rekabet piyasasında uzun dönemde aşırı kar ortadan kalkarken, aksak rekabet piyasasında kısa dönemde sağlanan anormal kar uzun dönemde de devam eder. Aksak rekabet piyasaları marjinal maliyetlerinin üzerinde bir fiyattan satış yaparak aşırı kar elde ettiklerinden dolayı, toplumdaki gelir dağılımını kendi lehlerine bozarlar. Aksak rekabet sonucu toplumdaki gelir dağılımını bozucu etkileri sosyal adalet yönünden istenmeyen bir durumdur. Aksak rekabet piyasalarında yaşanan reklam savaşı, yeni mamul savaşı, çoğu kez tüketicinin refahını etkilemekten çok firmaların pazar paylarını artırmaya yöneliktir. Aksak rekabet piyasalarında satın alınan malın fiyatı içinde çoğu kez tanıtım giderleri önemli bir yer tutar. Firmaların pazar paylarını artırabilmek için rekabeti engelledikleri aksak rekabet piyasalarında kar maksimizasyonuna yönelen firmaların davranışları, sosyal yararın maksimizasyonunu engeller [24].

Aksak rekabet piyasalarının yarattığı sakıncaları önlenmesi ve kaynak tahsisinde etkinliğin sağlanması amacıyla devlet piyasa ekonomisinin işleyişine müdahale etmekte, anti tröst yasaları çıkararak piyasadaki tekelleşmeye yol açan eğilimleri önlemeye çalışmakta, azalan maliyet koşullarının geçerli olduğu durumlarda doğal tekeller aracılığıyla mal ve hizmet üretmekte, marjinal maliyetin sıfır olduğu üretim koşulları altında, kamu kuruluşları aracılığıyla hizmet sunmaktadır [10]. Devlet bazı mal ve hizmetlerin üretim ve tüketiminden kaynaklanan teknik özellikler nedeni ile, (tüketimi toplum için zorunlu sayılan malların monopolle tarafından üretimi, azalan maliyet ve sıfır marjinal maliyetle üretimde bulunma olanağının varlığı, birlikte tüketim özelliği, negatif yada pozitif dışsallık yayan mal ve hizmetlerin piyasa tarafından eksik yada fazla üretimi gibi) piyasa ekonomisi alanına girerek özel mal ve hizmet de üretebilmektedir. Bu durumda devlet ya kendi doğal tekelleri yada kamu ekonomik kuruluşları aracılığıyla özel mal ve hizmet üretmekte ya da piyasadaki firmaların üretim ve fiyatlama politikalarını belirleme yoluna gitmektedir. Yoğun dışsal ekonomi yaratan ve azalan maliyet koşulları altında üretim yapan kamu kuruluşlarının, fiyatlarını marjinal maliyet fiyatlaması ilkesine uygun olarak saptamaları durumunda hem kaynak tahsisinde etkinlik sağlanmakta hem de diğer

kamu ekonomisi amaçlarına kolayca ulaşılabilir [25].

Aksak rekabet piyasalarının varlığı, serbest piyasa ekonomisinin etkinlik ve optimaliteyi kendiliğinden sağlayacağı yolundaki inancı önemli ölçüde sarsmıştır. Kaynak tahsisinde ekonomik etkinliklerden ciddi sapmalara yol açan ve toplumsal refahı düşüren aksak rekabetçi üretim biçiminin yarattığı olumsuzlukları ortadan kaldırmak için, devlet doğal tekel (natural monopoly) kurarak toplumsal refahı maksimize etmeye çalışmaktadır. Devlet piyasadaki monopolleri devletleştirerek yada aksak rekabet koşullarını önleyici önlemler alarak toplumsal refahı maksimize edecek şekilde üretim miktarını ve fiyatı belirleyebilmektedir. Bu amaçla, tekeli üretim alanlarına diğer firmaların girişini kolaylaştırıcı yasal düzenlemeler getirmekte ve aşırı karı vergilendirerek aksak rekabet koşullarını iyileştirmeye çalışmaktadır.

V. ASİMETRİK BİLGİ

Kaynak dağılımında etkinliği sağlayan piyasa mekanizmasının düzgün işlemesi açıklık koşulunun varlığına bağlıdır. Açıklık koşulu, gerek alıcıların gerekse satıcıların piyasadaki mal ve hizmetler hakkında aynı bilgiye sahip olmalarını ifade eder. Ancak, açıklık koşulu gerçek ekonomik yaşamda her zaman gerçekleşmeyebilir. Piyasada olup bitenlerden, piyasa koşullarındaki her türlü değişmeden alıcı ve satıcıların anında haberdar olması, gerçek yaşamda olanaksız denecek kadar güçtür. Altın ve değerli kağıtlar gibi, borsası olan mallar dışındaki malların, alıcı ve satıcılarının piyasadaki tüm hareketleri izlemeleri mekan ve zaman engellerinden dolayı son derece zordur.

Genel denge teorisi açısından gelecek hakkında tam ve kesin bilginin mevcut olmaması bazı önemli sonuçlar doğurmaktadır. Ekonomik birimler gelecek hakkındaki beklentilerini geçmiş ve cari dönemlerde elde ettikleri bilgilere dayandırmak zorunda oldukları ve bu bilgilerin derecesi ve algılanmasında farklılıklar olacağı için, beklentiler farklılaşabilecektir. Öte yandan beklentilerde farklılaşma olmasa bile, bunlar doğru olmadıkları sürece, ekonomik birimlerin gelecekle ilgili planları arasında uyum sağlanamayacaktır. Bunun yanında, beklentilerin belirsizliğe tabi olması olasılığının ortaya çıkması, beklentileri aynı güvenilirlikle hesaba katma olanağını ortadan kaldırmaktadır [32].

Geleneksel ekonomi, maksimizasyoncu bireyin tam bilgi sahibi olduğunu varsayınca maliyet faktör payları toplamı olarak görülmüş ve işlem maliyetleri ihmal edilmiştir. Oysa, bilgi toplamanın, toplanan bilgileri işlemenin, yasalara ve geleneklere uymanın, bürokratik engelleri aşmanın bir maliyeti vardır. İşlem maliyetleri arttıkça, tüketici ve üreticilerin daha verimli piyasaları

arayıp bulmaları zorlaşır ve piyasa ekonomisi başarısız olur. Gerçek yaşamda satıcılar ve alıcılar bir malın ve hizmetin niteliği konusunda birbirinden farklı bilgiye sahip olabilirler. Bu durum asimetrik bilgi (asymmetric information) olarak nitelendirilir [33].

Karar birimlerinin asimetrik bilgiye sahip olmaları, ekonomik etkinliğin sağlanmasını engeller. Kişisel yarar sosyal yararın önüne geçer. Bu durum piyasa başarısızlığının nedenini oluşturur [34]. Asimetrik bilgidan kaynaklanan piyasa başarısızlığına sadece mal ve hizmet piyasasında değil, faktör piyasasında da rastlanır. Aynı zamanda tarafların asimetrik bilgiye sahip olmaları sadece bir mal ya da hizmetin ya da üretim faktörünün alınıp satılma aşamasında yani satış işlemi gerçekleşmeden önce ya da sonra söz konusu olabilmektedir. Bir firmanın yeni işe aldığı işçinin yetenekleri konusunda işçiden daha az bilgiye sahip olması, otomobil sigorta şirketinin sigortaladığı kişinin sürücülük yeteneği konusunda o kişiden daha az bilgiye sahip olması, kullanılan araba piyasasındaki bir satıcının arabanın niteliği konusunda alıcılardan daha fazla bilgiye sahip olması, mukavele öncesi asimetrik bilgiye örnek olarak gösterilebilirken, firma sahiplerinin çalıştırdıkları işçilerin ne kadar disiplinli veya kendi çıkarlarına ne kadar uygun çalıştıkları konusunda yeterli bilgiye sahip olamamaları, sigorta şirketlerinin sigortalanan kişilerin çeşitli risklere karşı ne kadar tedbirli davrandıkları konusunda daha az bilgiye sahip olması mukavele sonrası asimetrik bilgiye örnek olarak gösterilebilir [23].

Bu durumda tarafların simetrik bilgiye sahip olmamaları ters seçim (adverse selection) yapmalarına ve ahlaki tehlike (moral hazard) ile karşılaşılmasına neden olur. Bu ise piyasa mekanizmasının etkinliği sağlayamaması demektir [35].

Ters seçim, özel bilgiye dayanarak sözleşme yapıp, özel bilgiyi kendi lehine kullanıp, daha az bilgiye sahip olanlar aleyhine kullanmayı planlama konusundaki eğilimdir. Ters seçim deyimi ilk kez sigortacılık alanında kullanılmıştır. Bu bağlamda ters seçim, sigorta şirketlerinin zarar etmemek için primleri, en kötü durum öngörülerini göz önüne alarak belirlemelerini ifade eder. Sigorta firmalarının zarar etmemeleri için risk arttıkça poliçe fiyatını artırmaları gerekir. Risk arttıkça poliçe fiyatının da artırılması, bazen hiç poliçe satılmaması ile sonuçlanabilecektir. Bu şekilde belirli kesimlerin sigorta yaptırmaması piyasa mekanizmasının kaynak tahsisinde etkinlikten uzaklaşılmasının nedenini oluşturmaktadır [3].

Taraflar arasında anlaşma sağlandıktan sonra, hizmetin sağlanması sırasında diğer tarafı zarara uğratabilecek şekilde davranışlarda ya da eylemde bulunması ahlaki tehlike olarak nitelendirilir. Ahlaki tehlikeye örnek olarak, arabasına sigorta yaptıran bir bireyin trafikte daha dikkatsiz davranması, sağlık sigortası yaptırmış olan bir kişinin gereğinden fazla ilaç tüketmesi örnek olarak

gösterilebilir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, tarafların birbirlerinin davranışlarını tam olarak bilemez ve kaynak tahsisinde etkinlik sağlanamaz. Bu nedenle, rasyonel davranan bireylerin ahlak dışı davranışlara sürüklenmesini önlemek için piyasalara müdahale edilmektedir [22].

Tüketicilerin satın alacakları mal ve hizmetlerin kalitesini belirlemenin güçlüğü ve yüksek maliyeti nedeniyle de asimetrik bilgi söz konusu olmaktadır. Bunun için, son yıllarda kalite belirsizliğini azaltmak amacıyla garanti belgesi, markalı mallar ve lisanslar aracılığıyla asimetrik bilgiden doğan zararlar önlenmek istenmektedir. Firmalar pazarladıkları ürün ile ilgili eksik bilgiden kaynaklanan sorunlara karşı alıcıya güvence vermek amacıyla garanti belgesi vermektedir. Aynı zamanda markalı mallar potansiyel müşteriye ürünün kalitesi konusunda verilen garantidir. Belirli meslekleri yapmak için lisans belgesi alınması uygulaması da alıcıların karşılaştıkları kalite belirsizliğini azaltacak bir yöntem olarak ifade edilebilir [24].

VI. RİSK ve BELİRSİZLİK

Tam rekabet koşullarına dayalı piyasa mekanizmasının temel varsayımlarından biri de hem üreticiler ve hem de tüketiciler için gereksinim duyulan tüm bilgilerin eksiksiz olarak mevcut olduğudur. Bu bilgiler sadece "bugüne ait" bilgilerle sınırlı olmayıp "geleceğe ait" bilgileri de kapsar. Bu anlayışa göre, bir malın üreticilerinin ve tüketicilerinin o malın sadece bugünkü fiyatını değil, gelecekteki fiyatını da kesinlikle bildiği, üretim ve tüketim kararlarını bu kesin bilgiye göre verdiği kabul edilmektedir. Bu durumun gerçeklere uymadığı açıktır. İster üretici ister tüketicisi olsun, bireylerin ekonomik konularda kesin bilgiye sahip olmaları çok zor, hatta olanaksızdır [30].

Belirsizlik konusu iktisat biliminin bugünkü gelişme düzeyinde, bilinemezliğini korumaya devam etmektedir. İktisadın, her zaman ve her mekan için yeniden yaratılma sürecinde, belirsizlik konusu üzerine yapılan araştırmaların büyük bir zaaf içinde olduğunu söylemek abartılı olmayacaktır [36]. Hiç kimse bir malın fiyatının veya faiz oranının yirmi yıl sonra ne olacağını bilemez. Buna rağmen ekonomik kararların da (örneğin hangi sektöre yatırım yapacağına, hangi maldan ne kadar tüketeceği vb) alınması gerekir. Bu durumda kişiler bugünün ve geçmişin koşullarına göre geleceği tahmin etmeye yönelirler ve bu tahmine dayalı kararlar alırlar veya çoğunluğun tutumunu belirleyip onlara uyarlar. Ancak, geleceğin sadece geçmişin istatistiksel tasarımı olduğu kanısı ne ölçüde gerçeği yansıtmaktadır? Diğer bir ifade ile, ekonomik yaşamdaki bireysel karar alıcılar geleceğe dönük karar alırken her zaman, davranışlarında optimizasyona uygun mu hareket etmektedirler? Hangi yöntem benimsenmiş olursa olsun, geleceğe ait

tahminlerin dolayısıyla bu tahminlere dayalı olarak alınan kararların her an değişmesi söz konusu olabilmektedir.

Risk vuku bulabilecek birden fazla sonuç durumudur. Belirsizlik ise, birden fazla olayın olabileceği, ama hangisinin olabileceğinin bilinmediği durumdur. [37]. Piyasanın optimal tahsisi sağlayabilmesi için risk ve belirsizlik unsurlarının söz konusu olmaması ve tam bilgilenmiş ekonomik birimlerin geleceğe yönelik tüm bilgilere sahip olması gerekir [3]. Oysa, seçeneklerden hangisinin daha iyi olduğunun bilinmediği bir ortamda, karar vermek belli oranda risk taşır. Risk ya önceki dönemlerden elde edilen bilgilerden ya da benzer olaylardan yararlanılarak hesaplanır, yani riskin oranı bellidir. Bu durumda beklenen değer belli bir olasılıkla gerçekleşeceği kabul edilir. Belirsizlik halinde ise, olayın gerçekleşme olasılıkları bilinmez. Karar vericiler subjektif yargılarına göre kendi olasılıklarını saptayabilir. Belirsizlik farklı kişiler için farklı büyüklükte olacağından bazı bireysel karar alıcılar, gerçekleştirme olasılıklarını, bazıları da beklenen karları daha yüksek veya daha küçük tahmin edebilir. Tahminde bulunurken, işin özellikleri, iklim şartları, moda, teknoloji, beklentiler, ulaşılan bilgiler, bilgi işleme gücü ve sosyo-kültürel yapı da etkili olur [38].

Mevcut koşulların kesin olarak bilinmesi halinde karar vermek basit bir iştir. Ancak, risk ve belirsizlik hali söz konusu olursa bireylerin rasyonel karar vermeleri güçleşecektir. Risk ve belirsizlik halinde, sınırlı bir rasyonelliğe sahip olan bireysel karar alıcılar maksimizasyon kuralına uygun davranmayabilir. Bu gibi durumlarda bireylerin kararları bir taraftan belirsizlik hali ile ilgili kişisel tahminlere, diğer taraftan ortaya çıkacak sonuca atfettikleri öneme göre değişecektir [30].

Adam Smith'e göre, her insan kazanma şansını biraz abartır, kaybetme ihtimalini ise çoğu kişi küçümser, hatta sağlığı ve keyfi yerinde olan hiç kimse, kaybetme ihtimalini gözünde büyütmez. Kazanma şansının nasıl abartıldığı piyangoların ulaştığı başarıda görülür. Tüm ikramiyelerin tüm kayıplara denk geldiği bir piyango ne görülmüştür, ne de görülecektir. Buna rağmen, en akli başında insanlar bile daha çok kazanmak için küçük tutarlar ödemeyi, üstelik bu küçük tutarların kazanma şansından belki yüzde yirmi-otuz daha değerli olduğunu bildikleri halde, aptalca bulmazlar. Üstelik, büyük ikramiyeyi kazanma şansını artırmak için daha çok bilet alırlar. Oysa daha çok bilet daha çok kayıptır. Biletlerin tamamını satın almak en büyük kayıptır [39].

Risk ve belirsizliklerin olduğu durumlarda, tüm olasılıkları içine alacak şekilde karar vermek çok maliyetli ve zor olduğundan tam rekabet şartları geçersiz olur. Çünkü piyasaya girmeyi piyasadaki mevcut fiyat, kar ve diğer faktörler değil, geleceğe yönelik beklentiler tayin eder. O zaman talep olmasına karşın bazı mallar hiç üretilmezken, bazı mallar olması gerekenden daha fazla

üretir. Bu nedenle, risk ve belirsizlikleri azaltmada devlet önemli rol oynamaktadır. Yasalarla güvence oluşturmakta, ekonomi politikaları netleştirmekte, ürünlerin bir kısmının yada tamamının satın alınması garanti edilmektedir.

VII. ÜCRETLERİN ve FİYATLARIN YAPIŞKANLIĞI

Geleneksel iktisatçılar, ücret ve fiyatların esnek olduğuna ve arz-talep arasındaki bir uyumsuzluğun bu esneklik sayesinde ortadan kalkacağına inanmaktadır. Klasiklere göre, ücret ve fiyatların esnekliği sayesinde ekonomi sürekli tam istihdam dengesindedir. Reel ücretler arttığında emek arzı artmakta, reel ücretler azaldığında ise emek arzı azalmaktadır. Emek talebinde ise tersi olmaktadır. Ekonomide işsizlik varsa, bu ya gönüllü ya da arızidir. Emek arzı emek talebini aştığında ücretler düşmekte, emek talebi artmakta ve işsizlik kendiliğinden ortadan kalkmaktadır. Cari ücrete razı olmayıp çalışmayanlar varsa, bunlar gönüllü olarak çalışmadıkları için işsiz sayılmazlar. Arızı işsizler, önceki birikimleri bittiğinde cari ücrete razı olurlar ve böylece işsizlik kendiliğinden ortadan kalkar. Bu anlayışa göre, serbest piyasa mekanizması ücretlerin esnekliği varsayımına dayandığından daima tam istihdama ulaşmayı garanti eder. Diğer bir ifade ile, emek arz fazlalığı ücretleri düşürür, düşen ücretler de emek talebini artırarak işsizliği ortadan kaldırır.

Bu analiz her zaman geçerli değildir. Bir kere ücretlerin çeşitli nedenlerle (asgari ücret uygulaması, işçilerin belli bir ücretin altında çalışmak istememesi, gelenekler vb gibi) tam istihdamı sağlayacak kadar aşağılara düşmesi olası değildir. İkincisi ve daha önemlisi ekonomide ücretlerin tam istihdamı sağlayacak ölçüde düşmesi mümkün olsa bile, bu düşük ücret çok ciddi ekonomik ve sosyal sorunlar yaratır. Ücretler, işçinin normal bir yaşam standardına ulaşmasına olanak vermeyecek kadar düşük olursa, yasadışı faaliyetlere (hırsızlık, yankesicilik, kaçakçılık vb. gibi) yönelmek, rasyonel düşünen fertler için tercih edilecek "çalışma alanları" haline gelebilir. Teknik deyişle "suç işleme eğilimi" düşük ücretin bir negatif dışsallığı olarak ortaya çıkar. Diğer dışsallıkları dikkate almayan serbest piyasa sistemi, bu sosyal dışsallığı da dikkate almamaktadır [30]. Keynes, klasiklerin aksine, özellikle emek piyasasında nominal ücretlerin azalma yönünde esnek olmadığını, dolayısıyla tam istihdamın ücretlerin esnekliği ile açıklanamayacağını ve ekonomide zorunlu işsizlik olacağını ileri sürmüştür [40]. Günümüz gelişmiş ülkelerinde bile önemli oranlarda işsizliğin ortaya çıkabilmesi, klasik emek piyasasının işlemediğini gösterir.

Fiyat oluşumu incelendiğinde de fiyatların geleneksel iktisat teorisinde iddia edildiği gibi esnek

olmadığı görülür. Çünkü talep azalınca üreticiler hemen fiyat düşüremez, sabit maliyetler buna izin vermez. Yasal engeller işçi çıkarmayı zorlaştırır, üretim olmadığı halde, firma ücret ödemeye devam eder. Talep arttığında ise, fiyatlar hemen yükseltilmez. Firmalar, talep değişmelerini üretim ve istihdam değişmesiyle değil, stok değişmeleri ile karşılarlar. Bir malın talebinde meydana gelen bir artış, üretim kararlarını etkilemeden önce stok miktarını etkileyecektir ve üreticiler stoklardaki değişmelerin miktarına ve gösterdikleri seyre göre, üretim kararlarını yeniden gözden geçireceklerdir. Bu durumda kaynak dağılımını belirleyen tek faktörün fiyat olmadığı açıktır. Çünkü stok değişmeleri, arz ve talepteki değişmelerin bir süre fiyata yansımaya olanak vermeyecektir.

Günümüzün hakim piyasa tipi olan oligopol piyasalarında fiyatın oluşumu incelendiğinde, oligopolcü firmaların fiyat politikalarını yatırım için gerek duyacakları işletme içi fon talebine göre belirledikleri görülür. Firmalar sahip oldukları tekeli güç sayesinde fiyatı, normal üretim maliyetleri üzerinde tutarak, yatırımları finanse edecek fonlar oluşturabilirler. Dolayısıyla, fiyatlar ve fiyatlardaki değişimler firmaların yatırım planlarına bağlıdır. Talep değişmeleri karşısında değişen fiyat olmayıp üretim miktarıdır. Bu bağlamda geleneksel fiyat değişmeleri mekanizması işlerliğini yitirir, onun yerini üretim düzenlemesi alır. Üreticiler talep değişmelerine üretim miktarlarını değiştirerek yanıt verirler [30]. Firmalar kapasitelerini işin umulan karlılığına göre ayarlarlar. Gücü bulunduğu ülke sınırlarını aşan dev şirketler, fiyatlarını yapmayı planladıkları yatırımlarını finanse edecek şekilde belirlerler.

Ücretlerin ve fiyatların aşağıya doğru esnek olmaması tam istihdamın ve fiyat istikrarının sağlanmasında piyasa mekanizmasının yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Bu gibi durumlarda, devlet ekonomiye müdahale etmektedir. Emek piyasasında asgari ücret uygulamakta, firmanın piyasadaki önemine göre satışı artırmak için bizzat ürün satın alabilmekte, sübvansiyon uygulayabilmekte, belli mallara karşı tüketici kredisi açabilmekte ve vergileri indirebilmektedir.

VIII. ARZ ve TALEP ARASINDAKİ GEÇİKME

Geleneksel iktisat teorisi, arz ve talebin bir maksasın iki yüzü gibi, beraberce ve aynı anda fiyatı belirlediğini kabul etmektedir. Arz ve talep yasaları, geleneksel iktisadın adeta tek analiz ve düşünce aracıdır. Bu nedenledir ki, Alfred Marshall, "*kendisine sorulan her soruyu arz ve talebe bağlıdır diye yanıtlayan bir papağan, yanılma ihtimali pek az bir iktisatçı sayılır*" diyebilmiştir. Gerçek dünyada fiyatları belirleyen başka etmenler de vardır ve hiçbir piyasa sadece arz ve talep eğrilerinin dayandığı kurallara göre çalışmaz. Tarihsel gelişim içinde, iktisatçıların tam rekabet piyasasının işleyişinde

ilk fark ettikleri aksaklık, arz ve talep yasalarının zaman boyutuna sahip olmadığı hususu olmuştur. Gerçekten arz artınca fiyatın düşmesi veya talep artınca fiyatın yükselmesi ve piyasanın hep tek bir denge fiyatına sahip olması, anında ortaya çıkan değişimler olarak düşünülmüştür. Esnek olduğu öne sürülen fiyatların, arz ve talepteki değişimleri derhal dengeleyeceği kabul edilmiştir. Oysa, gerçek dünya da her değişimin kısa veya uzun fakat mutlaka bir "zaman boyutu" vardır. Arzdaki azalma ne zaman olacak? Bunun alıcılar tarafından öğrenilmesi ne kadar sürecek? Fiyat ne zaman yükselecek? gibi sorular gerçek ekonomik yaşamda son derece önem taşımaktadır. Arz ve talep yasalarının bir zaman süreci içinde işlemesi, piyasanın her zaman arzı talebe eşitleyemediğini gösterir [30].

Tarımsal ürünlerde arzın talep değişikliğine uyabilmesi için bir üretim döneminin geçmesi gerekmektedir. Talep artışı ile piyasa fiyatının değişmesi karşısında, arzın talepteki değişmeye bir üretim dönemi gecikmesi ile uyması, fiyat ve miktarın dalgalanması sonucunu doğurur. Üreticiler gelecek dönemin üretimini, bu dönemin fiyatına göre ayarladıkları zaman, gelecek dönemde arz ve talep birbirine eşit olmaz. Göç, zevk ve tercihlerin değişmesi, ithalat engelleri, ikame mal fiyatlarının artması gibi nedenlerle bir tarımsal ürünün talebi artarsa, ürün fiyatı ve çiftçinin kazancı artar. Ürünü kazançlı bulan çiftçi ekimini artırır. Gelecek yıl piyasaya daha çok ürün gelmesi önce fiyatı sonra çiftçinin kazancını düşürür. Bu durumda ürünü karsız bulan çiftçi ekimini azaltır. Ertesi yıl piyasada ürün arzı düşük olacağından fiyat artar ve daha yüksek kazanç sağlanır. Bu süreç devam edip gider. King yasası gereği, tarım ürünleri fiyatları ürün arzındaki azalıştan daha hızlı artar ve çiftçi kazançlı çıkar. Bolluk döneminde ise tersi olur [38].

Arz talep eşitliği sağlanamayınca fiyat seviyesi dönemden döneme değişir. Eğer arz ve talep eğrilerinin eğimleri birbirine eşitse, fiyat ve miktardaki dalgalanma, dönemden döneme aynı oranda değişerek sürüp gidecektir. Tarımsal ürünün talep eğrisi, arz eğrisine oranla daha yatıksa, cari fiyatın her hangi bir nedenle denge fiyatından ayrılması durumunda, söz konusu malın fiyatı yıllar boyu giderek dengeye yönelecek şekilde dalgalanacaktır. Malın talep eğrisinin eğimi arz eğrisinin eğiminden daha büyük ise söz konusu malın talebinde ortaya çıkan her hangi bir artış, üretim dönemlerine paralel olarak, piyasa fiyatının giderek dengeden uzaklaşan bir şekilde dalgalanmasına neden olacaktır. Tarımsal üretimin doğa koşullarına bağımlılığı ve tarımsal ürünlerin arz ve talep esnekliklerinin düşük olmasına bağlı olarak, tarımsal ürün arzında oluşan küçük değişimler tarımsal ürün fiyatlarında önemli dalgalanmalara neden olmaktadır. Bu durum tarımsal gelirlerde istikrarsızlıklar yaratmaktadır [41].

Tarımsal ürün piyasasında meydana gelen dalgalanma, arz ve talep arasındaki gecikmeden kaynaklanmaktadır. Dengeye gelen dalgalanma devlet müdahalesini gerektirmeyebilir. Sapma çok büyük olmadıkça denge etrafında dönen dalgalama da tehlikeli olmayabilir. Ancak, gittikçe dengeden uzaklaşan bir piyasadaki küçük bir sapma, dengenin bir daha sağlanmasına izin vermez. Bu tür dengesizliklerin geniş boyutlara ulaşması halinde "üretim fazlası" veya "üretim yetersizliği" gibi "konjonktürel dengesizlikler" ve "istek dışı işsizlik" gibi istenmeyen durumlar yaratacağı açıktır. Bu gibi dengesizlikler devletin ekonomiye şu veya bu şekilde düzenleyici müdahalelerde bulunmasını kaçınılmaz kılar. Tarım sektörünün karakterini yansıtan ve örümcek ağı teoreminin işleyişi ile ortaya çıkan fiyat miktar dalgalanmalarını ortadan kaldırmak için, üreticileri olası fiyatlar konusunda aydınlatmak ya da piyasa fiyatına müdahale etmek gerekir. Bu bağlamda, tarımsal ürün piyasasında istikrarı koruma amacıyla devlet, ekim alanlarını sınırlama, taban fiyat uygulama ve mali yardım gibi önlemler alabilmektedir.

IX. NEGATİF EĞİMLİ ARZ POZİTİF EĞİMLİ TALEP

Gelir düzeyi, beklentiler ve tercihler zaman zaman arz eğrisini negatif, talep eğrisini pozitif hale getirebilir. Emek piyasası ile ilgili olarak işçiler ücretleri artıp, belli bir gelir düzeyine ulaştıklarında emek arzını azaltabilirler. Geliri artan işçiler boş zamanı artan gelire tercih edebilirler. Gelirin marjinal faydası çalışmanın marjinal zahmetinden büyük olduğunda işçiler belli bir ücret düzeyine kadar çalışma sürelerini artırmakta, belli bir gelir düzeyinden sonra ise boş zaman ve dinlenme gelire tercih edilmektedir.

Ücret oranlarının artışı, bireysel emek arzı üzerinde ters yönde iki etki yaratmaktadır. İlk olarak ücretlerin artması, boş vaktin pahalılaşması demektir. Pahalılaşan her maldan daha az tüketilmesi gibi, işçide kendisine ayıracağı boş vakti azaltacaktır. Boş vaktin azaltılması, çalışma için ayrılan zamanın (emek arzı) artırılması anlamına gelir. Bu duruma ikame etkisi denir. İkinci etki ise gelir etkisidir. Ücretlerdeki bir yükselme işçinin reel gelirinin artması demektir. Geliri artan işçiler ise boş zamanı artan gelire tercih edecektir. Bu ise emek arzının azalması anlamına gelir. Gelir etkisi emek arzını kısıcı, ikame etkisi ise artırıcı yönde etkilemektedir. Toplam etki bu iki etkinin ağırlığına bağlı olarak belirlenmektedir. Genellikle, ikame etkisi gelir etkisinden daha güçlü olduğundan emek arz eğrisi pozitif olmaktadır. Ancak, gelir etkisi ikame etkisinden daha güçlü olursa, emek arz eğrisi negatif olacaktır. Gelir etkisinin ikame etkisinden güçlü ve belirleyici olması ancak yüksek ücret düzeylerinden sonra söz konusu olmaktadır [24]. Ekonominin bütünü açısından ise, emek arz eğrisi bireysel emek arz eğrilerinin toplamından

oluşur. Piyasa arz eğrisi genel olarak pozitif eğilimlidir. Piyasa arzının tersine dönen bölümünün ortaya çıkabilmesi için ise, ücret oranlarının yeterince yüksek olması, ekonominin tam istihdamda bulunması ve çalışma sürelerinin esnek olması gerekir.

Negatif eğimli olması gereken talep eğrisinin pozitif eğimli hale gelmesinde ise, malın nitelikleri dışındaki başkalarından geri kalmama (bandwagon etkisi), snop etkisi ve Veblen etkisi etkin rol oynamaktadır. Bireyin başkalarından geri kalmama, topluma uyma ve grubun bir üyesi olma güdülerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan etkiye bandwagon etkisi denilmektedir. Tüketicilerin talep yasasına aykırı olarak, kendilerini diğer bireylerden farklı kılmak amacıyla fiyatları artsa dahi kimi mal ve hizmetleri talep etmesi durumunda snop etkisi ortaya çıkmaktadır. Gösteriş tüketimi olgusunu anlatan Veblen etkisi ise, malın bir güç ve prestij göstergesi olarak kullanılması durumunda görülür [42]. Başkalarından geri kalmama etkisinde kişilerin mala olan talebi, o malı diğer kişiler de satın alıyor diye artar. Tüketicilerin mala attıkları değer söz konusu malın niteliklerinden kaynaklanmasından öte, başkalarının o mala verdikleri değere bağlı olmasına kitle dışsallığı (network externalities) adı verilmektedir. Bu durumda tüketiciler moda uymak, diğer kişilerden ayrıksı olmamak için mala olan taleplerini artırır. Snop etkisinde, snop olarak nitelendirilen kişiler satın aldıkları malların herkes tarafından kolayca satın alınmaması için, özellikle fiyatı herkesin kolayca alamayacağı kadar çok yüksek olan malları talep ederler, söz konusu malın fiyatı düştüğünde ise o malın tüketiminden vazgeçerler. Veblen etkisinde ise gösteriş tüketimi söz konusudur. Bu durumda tüketiciler dikkat çekmek, başkalarını özendirmek ve kendilerinden daha üstün gördükleri insanlara benzeyebilmek için fiyatı yükselen maldan daha çok satın alırlar. Daha kaliteli olmadığı bilindiği halde bazı ithal malların çok yüksek fiyattan alıcı bulmasının nedeni budur. Bu durumlarda talep yasasının aksine negatif eğimli olması gereken talep pozitif eğimli hale gelir [22].

Fiyatlar artarken tüketiciler fiyatların gelecekte daha çok artacağı beklentisi ile de taleplerini artırabilirler. Fiyatlar düşerken de daha çok düşeceği beklentisi ile taleplerini azaltabilirler. Bu durumda fiyat ile talep arasında olması gereken ters yönlü fonksiyonel ilişki doğru yönlü fonksiyonel ilişkiye dönüşür. Pozitif eğimli talep eğrisine hisse senedi ve döviz piyasasında da rastlamak olasıdır. Hisse senetleri değer kaybederken spekülâtorler fiyatların daha çok azalacağını umarak taleplerini azaltabilirler. Hisse senetleri değer kazanırken daha çok kazanacaklarını umarak taleplerini artırabilirler. Bunun gibi döviz kuru artınca döviz talebi artabilir. Döviz kuru düştükçe, döviz talebi azalabilir. Dolayısıyla Merkez Bankasının suni artış ve azalışları önlemek için piyasaya müdahale etmesi gerekebilir.

X. HAKÇA PAYLAŞIM SORUNU

Piyasalar, yalnızca ekonomik kaynakların dağılımını gerçekleştirmekle kalmazlar, bununla birlikte ekonomideki paranın ve sosyal hasılanın dağılımını da gerçekleştirirler. Piyasa ekonomisinde, mal piyasaları yanında, üretim faktörleri olan emek, doğal kaynaklar ve sermayeye ilişkin faktör piyasaları da oluşmaktadır. Mal piyasalarında ürün fiyatları oluşurken; faktör piyasalarında da buna bağlı olarak üretim faktörlerinin ücret, rant, faiz ve kar şeklinde faktör gelirleri oluşur [43].

Marjinal verimlilik kuramına göre, tam rekabet koşulları altında, her faktör üretime olan marjinal katkısına göre pay almakta, üretim faktörlerinin ulusal gelirden aldıkları payların düzeyi, doğrudan doğruya marjinal verimlilikleri ile ilgili bulunmaktadır. Faktörlerin marjinal ürün geliri (MRP) marjinal faktör maliyetine (MFC) eşit oluncaya kadar faktör kullanımı artırılmakta, azalan marjinal teknik ikame oranı yasası gereğince aynı faktörün kullanımını sürekli artırmak ve gelir dağılımını aynı faktör lehine bozmak mümkün olmamaktadır. Toplumda fiyatlara göre kaynaklar öyle dağılır ki, bir yandan, girdi ve çıktı piyasalarında Walrasgil genel denge sağlanırken, öte yandan, her karar birimi ve ekonomi için Pareto optimumu gerçekleşir. Bu anlayışın doğal bir sonucu olarak, üretim faktörleri marjinal verimliliklerine eşit bir pay aldıklarından gelir dağılımı sorunu da söz konusu olmaz [44]. Bu bağlamda, $MRP=MCF$ adil bir bölüşüm şekli olarak görenlerin sloganı olmaktadır.

Neoklasik bölüşüm kuramının geçerliği için faktör gelirlerinin marjinal katkılar tarafından belirlendiğinin gösterilmesi yetmemekte, buna ilaveten, bu mekanizmanın toplam gelir-toplam hasıla eşitliğini sağladığının da gösterilmesi gerekmektedir. Toplam faktör gelirlerinin toplam hasılaya eşitlenmesi ise Euler kuramı ile olmaktadır. Euler kuramı bağlamında, gerçekleştirilen üretim faaliyeti sonucunda elde edilen çıktıdan, çıktıyı yaratan üretim faktörlerinin marjinal verimliliklerine göre pay aldığı ve geriye herhangi bir artık kalmadığı ileri sürülmektedir [45].

Ekonomik kaynakların kullanımındaki etkisizlik, teorik refah ekonomisi uygulayıcıları tarafından piyasa ekonomisinin başarısızlığının kriteri olarak geniş kabul görmektedir [46]. Geleneksel iktisat teorisinin en büyük zaafı, bütün önemi etkinlik koşullarının tespitine vermesi, gelir dağılımını ihmal etmesidir. Pareto optimumu toplumdaki gelir ve servet bölüşümünü dikkate almadığı için toplumdaki kaynakların nerede ise tümünün bir kişinin elinde olması durumunda bile etkinlik söz konusu olabilir. Bu anlayışa göre, gelir dağılımı nasıl olursa olsun, eğer tam rekabet koşulları geçerli ise, Pareto optimalitesi kendiliğinden gerçekleşir. Oysa böyle bir durumun hiçbir şekilde bir optimum kavramı ile ilişkilendirilmesi olası değildir. Dışsallıklar, ölçüğe göre artan getirinin varlığı ve tam rekabetten sapmalar Pareto

ölçütünün geçerliliğini ortadan kaldırır [47]. Günümüzde aksak rekabet koşulları geçerli olduğundan, üretim faktörlerinden önemli bir bölümü, marjinal verimliliklerinin çok altında bir pay almaktadır.

Marjinal verimlilik teorisi, insan hizmetleri ile diğer hizmetler arasında hiç fark görmemektedir. İnsan emeği ile bir ton kömür veya bir vagon gübre arasında maliyetleri dışında bir fark yoktur. Bir diğer yanığı, her bir faktörün üretime katkısı oranında üretimden pay alacağı sanıdır. Marjinal verimlilik teorisi bir faktörün her biriminin gelir olarak üretime kendi katkısının değerini aldığını söylemez, aynı cins bütün faktörlerin üretime katılan son faktörün üretime katkısı olan ürünün değerine eşit pay aldığını söyler. Bir çok faktörün işbirliği ile yapılan bir üretim sonucu oluşan hasılayı, her bir faktörün katkısı olan miktarlara ayırmak ise zaten olanaksızdır [48].

Piyasa mekanizmasının düzgün işlemesi sonucu kaynak dağılımında etkinliğin sağlanması halinde bile, sınırsız mülkiyet hakkının bulunduğu liberal kapitalist sistemde, üretim faktörleri mülkiyetinin dağılımındaki dengesizlik, kişisel gelir dağılımında büyük adaletsizliklere neden olur [49]. Toplumun adalet, eşitlik ve özgürlük duygularını aşırı bozucu boyutlara varan gelir ve servet dağılımındaki eşitsizlik, piyasa ekonomisinin fonksiyonel işlevini kaybetmesine yol açar [43]. O halde piyasa mekanizmasının düzgün işlemesi halinde, temel ekonomik sorunların en etkin şekilde çözüldüğü liberal kapitalist sistemde yaygın olarak ortaya çıkan gelir dağılımındaki adaletsizlikler, önemli bir piyasa başarısızlığı olarak ortaya çıkar. Piyasa ekonomisi bu farklılıkları giderici bir yapıya sahip olmadığından dolayı devletin ekonomiyeye müdahale etme zorunluluğu doğar.

Gelirin hakça paylaşımı toplum refahını belirleyen en önemli faktördür. Piyasa ekonomisinde kaynakların dağılımı ile gelir dağılımı arasında karşılıklı ve birbirini destekleyen bir ilişki söz konusudur. Diğer bir ifade ile, toplumun tüketim tercihleri gelir dağılımına, gelir dağılımı da mevcut tüketim yapısına göre şekillenen faktör dağılımına bağlıdır. Bir toplumda gelir dağılımı önce toplumun tüketim tercihlerini daha sonra da üretilen mal ve hizmetlerin cins ve miktarını belirler. Bu nedenle, yüksek gelir gruplarının tüketim tercihleri, faktör dağılımını bu grubun tükettiği malların üretiminde yoğunlaştırmakta, bu ise, sadece lüks mallar üretimine yarayan faktör fiyatlarının yükselmesini sağlamaktadır. Örneğin gelir dağılımındaki eşitsizliğin çok şiddetli olduğu bir durumda, lüks malların talebi fazla olacak ve üretim faktörleri bu lüks malların üretimine tahsis edilecektir. Böyle bir ekonomide lüks otomobiller üretilecek fakat sosyal konutlar yapılmayacaktır. Gelir dağılımını ne kadar bozuk olursa, üretim ve tüketim de o oranda optimal olmaktan uzaklaşacaktır [30]. Gelir dağılımının bozuk olduğu bir ortamda, yetersiz satın alma gücü nedeniyle, kişilerin özel mal ve hizmet satın

alabilmeleri olanağı azalır. Kişiler ihtiyaç duydukları mal ve hizmetlere olan taleplerini açıklayamadıkları için, piyasa ekonomisi sadece gelir düzeyi yeterli olanlara mal üretir. Piyasanın rekabet koşulları gelir ve servet yönünden üstün durumda olan kişi ve firmalar lehine işler. Böylece, toplumun kıt kaynakları lüks tüketim mallarının üretimine ayrılırken, geniş kitlelerin refahını artırıcı temel mal ve hizmetler üretilmez. Bu özelliği nedeni ile, devlet gelir dağılımını iyileştirmek için vergi, harcama ve borçlanma araçlarını en etkin şekilde kullanmaya çalışmaktadır [25].

Serbest piyasa ekonomisinin her zaman en hakça paylaşımı sağlayamaması devletin gelir dağılımındaki eşitsizliği azaltıcı önlemler almasını, teknik ifade ile "gelirin yeniden dağılımını" düzenlemesini gerekli kılar. Devlet, vergi mekanizması ve kamu harcamaları yoluyla gelirin bölüşümündeki dengesizlikleri yeniden düzenleyebilir. Varlıklı kesimleri daha çok vergilendirerek ve kamu harcamalarından yoksul kesimlerin daha çok yararlanmasını sağlayarak gelir eşitsizliklerini azaltabilir [50].

XI. EKONOMİK İSTİKRARSIZLIK

Ekonomik istikrarın sağlanması denildiğinde hem fiyat istikrarının hem de tam istihdamın sağlanması anlaşılır. Geleneksel ekonomi tam rekabet, tam istihdam, say yasası, fiyatların esnekliği ve Walrasyan denge analizi ile ekonominin istikrarlı olduğunu açıklamaya çalışmıştır. Bu anlayışa göre, üreticiler piyasaya tüketicilerin istedikleri malları istedikleri miktarda getirirler. Piyasaya fazla mal gelirse fiyat düşer, üretici zarar eder, üretim azalır, fiyat artar ve zarar ortadan kalkar. Eksik mal gelirse fiyat, kar ve üretim artar, fiyat düşer, aşırı kar ortadan kalkar. Her iki halde de piyasa kendi kendini otomatik olarak dengeler. Ekonomide arz talep uyumsuzluğu doğarsa, fiyatların esnekliği bu dengesizliği kendiliğinden ortadan kaldırır. Eğer ekonomide işsizlik varsa, işsizler daha düşük ücrete razı olur, istihdam artar ve gönülsüz işçi kalmaz. Arz fazlası varsa, üretici malının fiyatını düşürür ve satılmayan mal kalmaz. Sonuçta işçiler istedikleri kadar çalışır, üreticiler istedikleri kadar üretirler. Ekonominin uzun dönem dengesi kendiliğinden kurulur. M. H. Willes'e göre, "eğer bireyler, ısrarla optimizasyona yönelmiyorsa, onları iktisatçının değil psikiyatrisin incelemesi gerekir" [51].

"Her arz kendi talebini doğurur", şeklinde ifade edilen Say yasasına göre, ürettiği malı satan bir üretici, malının değeri kadar ihtiyacı olan diğer mallardan satın almaya hak kazanır. Eğer ekonomide satılmayan mallar varsa, bunun nedeni onların çok üretilmesi değil, diğer malların az üretilmesidir. Her arzın kendi talebini doğurduğu inancı, ekonominin sadece arz tarafından düzenlendiğini kabul etmektedir. Bu anlayışa göre, piyasada arz, talep, sermaye birikimi, yatırım gibi olgular

mevcut ekonomik kaynakların optimal kullanımını sağlayacak şekilde otomatik işleyişe sahiptir. Ekonomik yaşamda ortaya çıkan aksaklıklar ve yetersizlikler geçicidir. Bunların giderilmesi otomatik olarak piyasa tarafından gerçekleştirir.

Oysa, gerçek hayatta piyasalar sanıldığı gibi istikrarlı değildir. Bazı mallar alıcı bulamazken, ihtiyaç duyulan bazı mallar hiç üretilmemiş olabilir. Günümüz ekonomilerine bakıldığında ekonomi istikrarsızdır, piyasalar kendi kendini otomatik olarak düzenleyemez. Bu dengesizlik, genellikle üreticilerin monopol ve oligopol şeklinde örgütlenmelerinden kaynaklanır. Dengesizlik, üretim, yatırım, istihdam, fiyat ve mülkiyet üzerinde önemli sonuçlar doğurur. Başlangıçtaki dengeden küçük bir sapma, giderek artan büyük saptalara yol açar. İstikrarsızlığın kaynağı ekonomideki döngüler, motivasyon, bilgi yetersizliği ve fiyat mekanizmasını işlemez hale getiren sözleşmelerdir [52].

İşsizlik ve düşük kapasite kullanımı, mal ve işgücü kıtlıkları, enflasyon gibi olgular, piyasa ekonomilerinde istisnai ve geçici değil, farklı yoğunluklarda olmakla beraber yerleşik ve sürekli dengesizlikler olarak gözlene gelmiştir. Keynes'ten bu yana gelişen makroekonomik teorilerin öngörülleri, fiyat mekanizmasının işleyiş konusunda geliştirilen ve Walras'tan kaynaklanan neoklasik genel denge teorisinin öngörülleri ile gelişmektedir. Makroekonomik dengesizliklerin altında yatan, fiyat mekanizmasının koordinasyon başarısızlığı sorunsalı açısından incelenmesi gereken şey, neoklasik teorisinin, birbirlerinden bağımsız kararları bağdaştırıp genel dengeyi sağladığını öne sürdüğü fiyat mekanizmasının işleyiş konusunda ortaya koyduğu modellerin temel unsurlarıdır [32].

Geleneksel klasik ekonomi 1929 Dünya Ekonomik Bunalımıyla doğan deflasyon ve işsizlik sorununu çözemeyince, Keynes piyasanın görünmez eli yanına devletin görünen elini ikame etmiştir. Keynes'ten itibaren piyasa ekonomisinin kendi kendine makro dengesizlikleri çözemeyeceği, yani otomatik olarak kendisini yeniden düzenleyen bir mekanizmadan yoksun olduğu anlaşılmıştır. Keynes Say yasasını ve kendi kendine düzelen ekonomi hayalini izi kalmayacak şekilde silip süpürmüştür. Artık satın alma gücündeki azalışların ücretlerin yada faizlerin göstereceği tepki ile telafi edilemeyeceği anlaşılmıştır. Ücretler azalırda toplam talep de azalacak, toplam talep azalınca da faizler düşse bile beklenen yatırım artışı olmayacak ve durgunluk sürecektir. Keynes ekonomi literatürüne kazandırdığı toplam talep kavramı ile geleneksel arz öncelikli anlayışı tersyüz etmiştir. Devletin ekonomik ve sosyal alanda tam bir tarafsızlığa sahip olamayacağı anlaşılmış, tarafsız devlet anlayışı yerini müdahaleci devlet anlayışına bırakmıştır. Ekonomide önemli bir yapısal aksaklığın olduğu ve piyasanın kendi gücü ile bu aksaklıkları gideremeyeceğini ortaya koyan Keynes, özellikle devamlı

ve yaygın işsizliğin bir ekonomide en büyük tehlikeyi yaratacağını savunarak, tam istihdamı sağlayacak önlemlerin alınması gerektiğini ileri sürmüştür.

Yüksek enflasyon, aşırı işsizlik, kronik dış ödemeler bilançosu açığı ve yıldan yıla değişen ekonomik büyüme oranları kaynak tahsisinde etkinsizlik yaratmaktadır. Ekonomik istikrarsızlıklar arttıkça ülkeler ciddi sosyal patlama riski ile karşı karşıya gelmektedir. Piyasa mekanizması içerisinde ekonomik istikrarsızlık ihtimali yükseldikçe, iktisadi karar birimleri tarafından dalgalanmaları telafi edecek, şiddetli değişimleri önleyecek düzenleyici bir kurumun yaratılması gerekli olmaktadır. Bu açıdan, devlet ekonomik istikrarı sağlamak için, ekonomiye müdahale etmekte, kamu gelirleri ve kamu giderleri gibi araçlardan yararlanarak, ekonomik istikrar açısından önemli etkiler yaratabilmektedir.

XII. SONUÇ

Piyasa ekonomisi ekonomik etkinliklerin organizasyonun doğal, fakat mükemmel olmayan bir modelidir. 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 istikrarsızlık gibi etmenler göz önüne alındığında piyasa ekonomisinin otomatik işleyiş her zaman Pareto optimalitesinin gerçekleşmesini sağlayamamaktadır. Kamusal malların üretimi ve tüketimi piyasa ekonomisi koşullarına uymamaktadır. Gerçek yaşamda dışsallıkların etkisi her alanda hissedilirken fiyat mekanizması dışsallıkların etkilerini dikkate almamaktadır. Aksak rekabetçi oluşumlar nedeni ile, kaynak tahsisinde etkinlik sağlanamamaktadır. Asimetrik bilgi, risk ve belirsizlik söz konusu olduğunda bireysel karar alıcıların piyasa ekonomisi teorisinde iddia edildiği şekilde piyasa yapısı ile ilgili tüm bilgilere sahip olamaması fayda ve kar maksimizasyonuna ulaşılmasını engellemektedir. Görünmez el, her zaman ekonomik yaşamdaki dalgalanmaları önleyememekte, gelir ve servet dağılımında her zaman hakça bir paylaşımı yaratamamakta ve ekonomik istikrarı koruyamamaktadır. Bu bağlamda "görünmez elin" kendisinden bekleneni gerçekleştirilmesi ancak tam rekabet koşullarının sağlandığı durumlarda söz konusu olmaktadır. Serbest piyasanın Pareto optimal sonuçlar vermesi için gerekli koşulların gerçekleşmesi ise çoğu defa mümkün gözükmemektedir.

Piyasanın ideal sonuçlar yaratmasını engelleyen bu durumların varlığı, bu engelleri giderici ve düzenleyici yönde kamu müdahalesi için gerekçe oluşturmaktadır. Ekonomik etkinlikten uzaklaşılmasına neden olan bu durumlarda, devletin ekonomiye müdahale etmesi ve

toplumsal refahı azaltıcı etkileri ortadan kaldıran önlemler alması kaçınılmaz olmaktadır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] AKALIN, G., **Türkiye’de Piyasa Ekonomisine Geçiş Süreci ve Ekonomik Kriz**, Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Yayın No:215, Ankara, 2002, s.20.
- [2] GUERRIEN, B., **Neo-Klasik İktisat**, Çeviren: E. Tokdemir, İletişim Yayınları, 2. Baskı, İstanbul, 1999, ss.63-73,77-78.
- [3] PARASIZ, İ., **Mikro Ekonomi**, Ezgi Kitabevi, 6. Baskı, Bursa, 1999, ss.314,321-325.
- [4] YOUNG, R., **Market Failure Questions and Answers**, 2003, (www.tutor2u.net/shop/Market%20Failure%20QA%20Contents.pdf), ss.1-53.
- [5] WALLIS, L.J.; DOLLERY E.B., **Market Failure Government Failure Leadership and Public Policy**, Macmillan, London, 1999, s.9.
- [6] SÖNMEZ, S., **Kamu Ekonomisi Teorisi Kamu Harcamalarında Etkinlik Arayışı**, Teori Yayınları, 1. Baskı, Ankara, 1987, ss.5,78.
- [7] BEGG, D.; FISCHER, S.; DORNBUSCH, R., **Mikro İktisat**, Editör:V. Serin, Alkım Yayınları, İstanbul, 2001, s.48.
- [8] SAMUELSON, P.A., **L’Economie 1** (Traduction pour l’édition française: Gael Fain), Armand Colin, Paris, 1982, ss.221-225.
- [9] BUCHANAN, J.M., **L’ Offre et La Demande des Biens Publics: Une Introduction Méthodologique**, (Traduit par Hervé de Quengo), 2003, (<http://herve.dequengo.free.fr/Buchanan/Buchanan2.htm>), ss.1-6.
- [10] BULUTOĞLU, K., **Kamu Ekonomisine Giriş Devletin Ekonomik Bir Kuramı**, Filiz Kitabevi, 5. Yayım, İstanbul, 1997, ss.20,51-65.
- [11] STIGLITZ, J.E., **Kamu Kesimi Ekonomisi**, Çeviren: Ö. F. Batirel, Marmara Üniversitesi Yayını, 2. Baskı, İstanbul, 1994, ss.90,149-159,263-265.
- [12] NADAROĞLU, H., **Kamu Maliyesi Teorisi**, Beta Basım Yayım Dağıtım, 11. Baskı, İstanbul, 2000, ss.33,63.
- [13] AKDOĞAN, A., **Kamu Maliyesi**, Gazi Kitabevi, 8. Baskı, Ankara, 2002, ss.39-41,57-58.
- [14] SÖNMEZ, S., **Toplumsal Gereksinimler Kaynak Dağıtım ve Pareto Optimumu**, Gazi Üniversitesi İİBF Yayın No:17/14, Ankara, 1983, ss.52-60.
- [15] BUCHANAN, J., **Vote et Marché**, (Traduit par Hervé de Quengo), 2002 (<http://herve.dequengo.free.fr/Buchanan/Buchanan1.htm>), ss.1-9.
- [16] GARELLO, J., “Décisions Publiques et Comportement des Hommes Politiques”, **Lumières Landaises**, 1996, (<http://bastiat.net/fr/cercle/rencontres/1996-4.html>), s.1-4.
- [17] LEPAGE, H., “Le Marché Politique”, **Bulletin du Cercle Frédéric Bastiat**, 5/7 Septembre 1991, ss.1-4.
- [18] COWEN, T., **Public Goods and Externalities**, 2003, (<http://www.econlib.org/library/Enc/PublicGoodsandExternalities.html>), ss.1-3.
- [19] SAVAS, E.S., **Özelleştirme: Daha İyi Devlet Yönetiminin Anahtarı**, Çeviren: E. Yener, MPM Yayını, Ankara,1994, s.63.
- [20] BHATIA, B.K., “Public Goods Optimal Taxation and Economic Efficiency” **Public Finance / Finances Publiques** XXX / 3, 1975, ss.313-322.
- [21] TURVEY, R., (2000), “Sosyal Maliyet ve Özel Maliyet Arasındaki Ayrımlar Üzerine”, Çeviren: A. Çağlayan, **Devlet Rekabet Mülkiyet ve İktisat**, Derleyen: Ö. Demir, Değişim Yayınları, 1. Baskı, Adapazarı, ss.221-228.
- [22] PINDYCK S.R.; RUBINFELD L.D., **Microeconomics**, Prentice-Hall, Upper Saddle River, Fourth Edition, New Jersey, 1998, ss.126-128,648,629.
- [23] ÜNSAL, E. **Mikro İktisat**, Kutsan Ofset Matbaacılık, 2. Baskı, Ankara, 1998, ss.525-527,542.
- [24] DİNLER, Z., **Mikro Ekonomi**, Ekin Kitabevi, 14. Baskı, Bursa, 2002, ss.317,424,500,513-514.
- [25] ŞENER, O., **Teori ve Uygulamada Kamu Ekonomisi**, Beta Basım Yayım Dağıtım, 7. Baskı, İstanbul, 2001, ss.16,73-91.
- [26] AKALIN, G., **Kamu Ekonomisi**, Akçağ Yayınları, Ankara, 2000, ss.133-136.
- [27] DEMSETZ, H., “Mülkiyet Hakları Teorisine Doğru”, Çeviren: A. ÇAĞLAYAN, **Devlet Rekabet Mülkiyet ve İktisat**, Derleyen: Ö., Demir, Değişim Yayınları, 1. Baskı, Adapazarı, 2000, ss.197-220.
- [28] COASE, H.R., “Sosyal Maliyet Sorunu”, Çeviren: M. Aktaş, **Devlet Rekabet Mülkiyet ve İktisat**, Derleyen: Ö., Demir, Değişim Yayınları, 1. Baskı, Adapazarı, 2000, ss.101-174.
- [29] ROBINSON, J., “Tam Rekabet Nedir?”, Çeviren: M. TAHRAN, **Devlet Rekabet Mülkiyet ve İktisat**, Derleyen: Ö., DEMİR, Değişim Yayınları, 1. Baskı, Adapazarı, 2000, ss.285-305.
- [30] SAVAŞ, V., **Piyasa Ekonomisi ve Devlet**, Liberte Yayınları, 2. Baskı, Ankara, 2000, ss.35,46-47,87,109,115-121.
- [31] NICHOLSON, W., **Microeconomic Theory Basic Principles and Extensions**, The Dryden Press, 8. Edition, New York, 2002, s.516.

- [32] AKYÜZ, Y., **Fiyat Mekanizması ve Makroekonomik Dengesizlikler**, Yurt Yayıncılık, Ankara, 1984, ss.9-11,15.
- [33] AKERLOF, A.G., "Limonlar İçin Piyasa: Kalite Belirsizliği ve Piyasa Mekanizması", Çeviren: M. ÇOKGEZEN, **Devlet Rekabet Mülkiyet ve İktisat**, Derleyen: Ö. DEMİR, Değişim Yayınları, 1. Baskı, Adapazarı, 2000, ss.227-248.
- [34] DOLLERY, B.; WALLIS, J., **The Theory of Market Failure and Policy Making in Contemporary Local Government**, University of New England Scholl of Economics, Working Paper Series in Economics, Armidale, 2001, ss.1-37.
- [35] EREN, E., **Mikro İktisat**, Der Yayınları, İstanbul, 1997, s.310.
- [36] ALADA, A. D., **İktisat Felsefesi ve Belirsizlik**, Bağlam Yayınları, 1. Basım, İstanbul, 2000, s.11.
- [37] CHRISTOPHER B.B.; HOROWITZ, I., "Risk and Economic Policy Decisions", **Public Finance / Finances Publiques** (XXX / 2): 1975, ss.153-165.
- [38] DEMİR, O., **Ekonomide Devlet**, SPK Yayın No:71, Ankara, 1997, ss.143,145.
- [39] SMITH, A., **Ulusların Zenginliği**, Çeviren :A. Yunus, M. Bakırcı, Alan Yayıncılık, 2. Baskı, İstanbul, 1997, s.95.
- [40] KEYNES, J.M., **İstihdam Faiz ve Para Genel Teorisi**, Çeviren: A. BALTACIGİL, Fakülteler Matbaası İstanbul, 1969, s.235.
- [41] DINLER, Z., **Tarım Ekonomisi**, Ekin Kitabevi, 5. Baskı, Bursa, 2000, ss.257-266.
- [42] LEIBENSTEIN, H., "Tüketici Talep Teorisinde Bandwagon, Snop ve Veblen Etkileri", Çeviren: M. Demirci, **Devlet Rekabet Mülkiyet ve İktisat**, Derleyen: Ö., Demir, Değişim Yayınları, 1. Baskı, Adapazarı, 2000, ss.249-284.
- [43] ERKAN, H., **Sosyal Piyasa Ekonomisi Ekonomik Sistem ve Piyasa Ekonomisine İşlerlik Kazandırılması**, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, İzmir, 1987, ss.83,93.
- [44] DİVİTÇİOĞLU, S., **Üretim Değer ve Bölüşüm** Ar Basım Yayın ve Dağıtım, İstanbul, 1982, s.13.
- [45] AKYÜZ, Y., **Sermaye Bölüşüm Büyüme AÜ SBF Yayını**, 2. Baskı, Ankara, 1980, s.141.
- [46] BUCHANAN, J.M. "Market Failure and Political Failure", **Explorations into Constitutional Economies** Ed: J. M. Buchanan, A&M University Pres, Texas, 1989, ss.418-429.
- [47] BAŞOĞLU,U.; ÖLMEZOĞULLARI, N.; PARASIZ, İ. **Gelir Bölüşümü Teori Politika**, Ekin Kitabevi, Bursa,1999, s.231.
- [48] LIPSEY, R.G.; STEINER, P.O.; PURVIS, D.D.; Çeviren: Ö.F. BATIREL ve diğerleri, **İktisat**, Cilt:1, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1984, s.338.
- [49] BORATAV, K., **100 Soruda Gelir Dağılımı Kapitalist Sistemde Türkiye'de Sosyalist Sistemde**, Gerçek Yayınevi, 1. Baskı, İstanbul, 1969, ss.29-78.
- [50] AKTAN, Ç.C., "Bir Piyasa Başarısızlığı Nedeni Olarak Gelir Dağılımında Adaletsizlik ve Yoksulluk Sorunu: Kamu Ekonomisinin Rolü ve Kamu Politikası Araçları", 2002, (<http://www.canaktan.org/ekonomi/yoksulluk/birinci-bol/aktan-piyasa-basarisiz.pdf>) ss.1-22.
- [51] SAVAŞ, V., **Keynezyen İktisat Yıkılırken**, Fatih Yayınevi Matbaası, İstanbul, 1984, s.194.
- [52] CAPORASO, A.J.; LEVINE, P.D., **Theories of Political Economy**, Cambridge University Pres, New York, 1992, s.103.

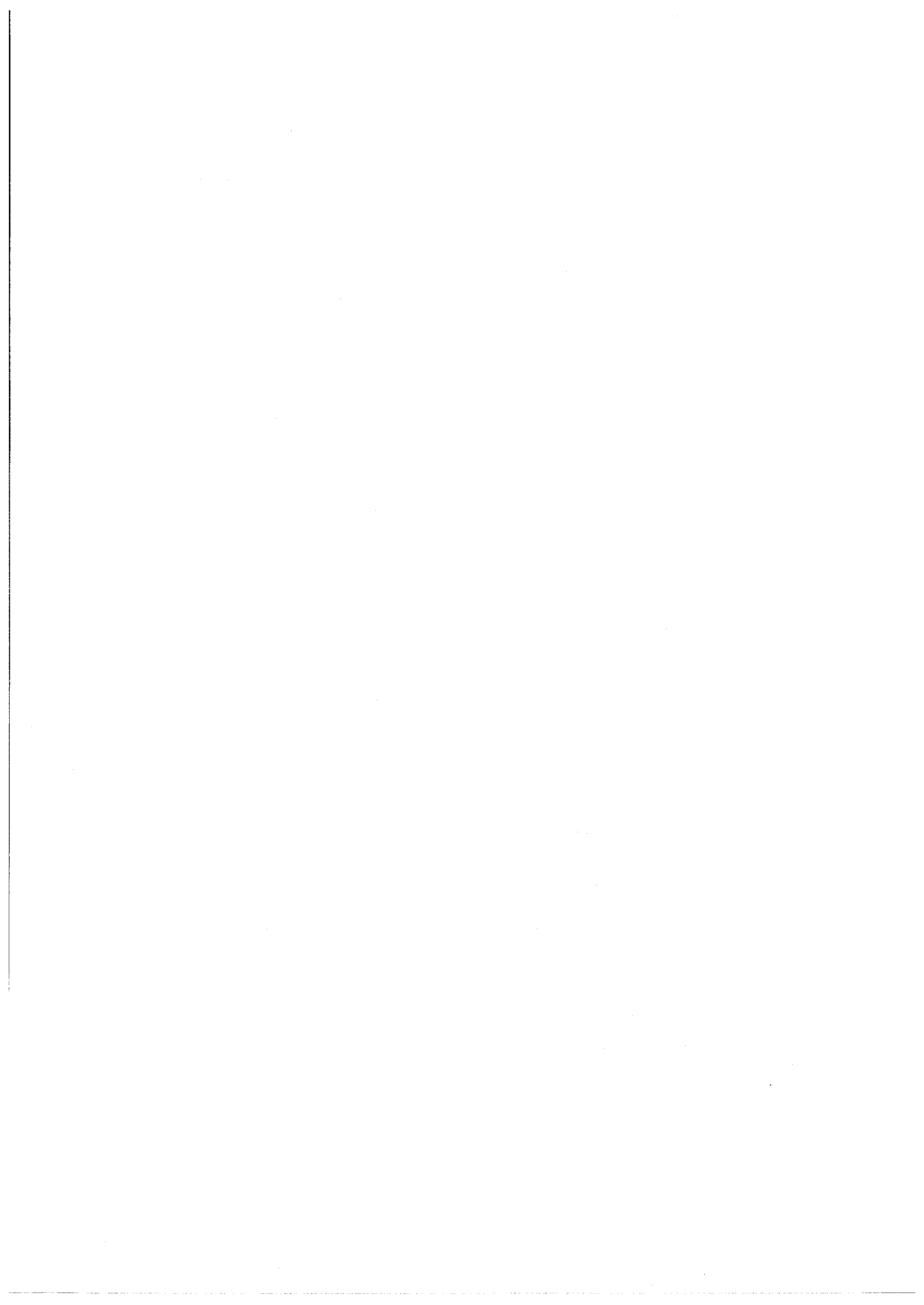


Nazım ÖZTÜRK

Cumhuriyet Üniversitesi,
Cumhuriyet Meslek Yüksekokulu
Kampus 58140 SİVAS

Tel: +90 (346) 219 10 10-2893
nozturk@cumhuriyet.edu.tr

Nazım ÖZTÜRK 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, new approaches in foreign trade theory, 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.



MODERN PORTFÖY TEORİSİ VE İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI'NDAKİ UYGULANABİLİRLİĞİ

Hülya KANALICI AKAY

Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F, İktisat Bölümü, Araştırma Görevlisi Dr.

THE MODERN PORTFOLIO THEORY AND ITS APPLICABILITY IN THE İSTANBUL SECURITIES EXCHANGE (İMKB)

Abstract: This is a study on the portfolio theory. The theoretical structure of the Markowitz Model, which forms the basis of the modern portfolio theory, is explained in detail here. By applying this model using the monthly earnings data of the stock traded during the period January 1997-December 2000 from the Istanbul Securities Exchange (İMKB), computations were made and a portfolio experiment conducted to determine the efficient portfolio and the limits of efficiency drawn. The optimal portfolio determined based on the Markowitz model, showed that they produced a better earring and risk combination than stocks taken one at a time. Furthermore, it is observed that by employing a suitable diversification (differentiation), the non-systematic risk can be eliminated

Keywords: Portfolio, Modern Portfolio Theory, Markowitz, Markowitz Diversification Model, Risk

MODERN PORTFÖY TEORİSİ VE İSTANBUL MENKUL KIYMETLER BORSASI'NDAKİ UYGULANABİLİRLİĞİ

Özet: Çalışma portföy teorisi ile ilgilidir. Modern Portföy Teorisinin temelini teşkil eden Markowitz Modelinin teorik yapısı ayrıntıları ile ortaya konmuştur. Bu modelden yararlanılarak, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Ocak 1997-Aralık 2002 tarihleri arasında işlem gören hisse senetlerinin aylık kazanç verileri kullanılarak hesaplamalar bulunulmuş, etkin portföyler tespit edilmiş ve etkin sınır çizilmiştir. Markowitz modeliyle bulunan optimal portföylerin, tek tek hisse senetlerinden daha iyi kazanç ve risk bileşimi verdikleri bir gerçektir. Ayrıca uygun bir çeşitlendirme ile sistematik olmayan riskin ortadan kaldırılabilceği görülmüştür. Çok iyi çeşitlendirilmiş bir portföyde sistematik olmayan risk, sistematik risk seviyesine kadar indirilebilir. Sistematik riski ise elimine etmek mümkün değildir.

Anahtar Kelimeler: Portföy, Modern Portföy Teorisi, Markowitz, Markowitz Farklılaştırma Modeli, Risk

I. GİRİŞ

İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nın 1986 yılı başında faaliyete geçmesi, kısa bir süre içerisinde Türkiye'de büyük bir kesimin borsaya ve menkul kıymetlere ilgi duymaya başlamasını sağlamıştır. Başlangıçta küçük işlem hacimleriyle faaliyet gösteren ve sınırlı bir kesime hitap eden borsa, gün geçtikçe daha çok kişinin ilgilendiği, daha fazla işlem hacminin gerçekleştiği bir ilgi merkezine dönüşmüş, buna bağlı olarak İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda dünyanın en hızlı gelişim gösteren borsalarından biri haline gelmiştir.

Borsa ve Sermaye Piyasası hızla gelişirken, konuya ilgi gösterenlerin en büyük eksikliklerinden biri de bilgi ve tecrübe yetersizliği olmuş, yatırımcılar çeşitli menkul kıymetlerin niteliklerini ve farklılıklarını tam olarak bilmeden, tasarruflarını bu alanda değerlendirebilmek için çaba göstermeye başlamışlardır.

Günümüz sermaye piyasalarının karmaşık yapısını anlayabilmek ve bu alanda faaliyette bulunan kişi ve kuruluşlara yatırım kararlarında yardımcı olmak amacıyla, çeşitli teorik modeller geliştirilmiştir. Piyasada işlem gören menkul kıymetlerin, risk ve kazançları arasındaki ilişkilerin ve bunları etkileyen faktörlerin, belli basitleştirmelerden hareketle genel bir açıdan ele alınması, bu teorik modellerin odak noktasını teşkil etmektedir. Amaç yatırımcıyı doğru yola yönlendirmek ve mümkün olduğu kadar yatırımın riskini azaltarak, daha fazla kazanç sağlamanın bir yolunu bulmaktır.

Bu çalışmanın amacı, yatırımcının "maksimum fayda sağlamak için hangi menkul değere yatırım yapılmalıdır" sorusuna cevap verebilmektir. Bunun için ilk önce portföy teorilerinden Modern Portföy Teorisi ele alınacak ve çalışmanın ikinci bölümünde de İMKB'de işlem gören hisse senetleri ile bir portföy çalışması yapılacaktır. Seçilen bazı alternatif portföyler, Markowitz Farklılaştırma Modeli'ne göre değerlendirilerek, etkin portföyler belirlenecektir.

II. MODERN PORTFÖY TEORİSİ

Yatırım teorilerinin temelleri 1700'lü yıllara kadar giderken, portföy teorisinin gündeme gelmesi ve sermaye piyasası teorisine uygulanması, 1950'lilerin ortasında başlamıştır [1]. Modern Portföy Teorisi, risk ve kazanç arasındaki ilişkiyi gösteren bir teoridir [2]. Harry Markowitz'in 1952 yılında yayımlanan ünlü makalesi, Modern Portföy Teorisi için başlangıç kabul edilmektedir [3]. Markowitz, portföyde yer alan menkul kıymetlerin, belirli risk seviyelerinde mümkün olan maksimum kazanç oranının nasıl sağlanabileceğini araştırmıştır.

Markowitz, belirsizliğin yatırım konusu içerisindeki en önemli özellik olduğunu ifade etmekte, yatırım analizcisinin de, mevcut ortamda eldeki bilgilerle en doğru seçimi yapması gerektiğine inanmaktadır [4]. Markowitz'e göre diğer önemli bir konu, menkul kıymetlerin kazançları arasındaki korelasyondur. Bu korelasyon kusursuz değildir. Eğer menkul kıymetlerin kazançları arasında bir korelasyon olmasaydı, çeşitlendirme yolu ile risk ortadan kaldırılabilirdi. Diğer taraftan menkul kıymet kazançları arasındaki korelasyon kusursuz olsaydı ve menkul kıymet kazançları birlikte yükselip alçalsaydı çeşitlendirme yolu ile risk ortadan kaldıramayacaktı. Menkul kıymet kazançları arasındaki yüksek fakat kusursuz olmayan korelasyon, çeşitlendirmenin riski azalttığını ancak tam anlamıyla ortadan kaldıramadığını göstermektedir. Riski azaltabilmek için birbirleriyle yüksek korelasyonu olan menkul kıymetleri seçmekten kaçınmak gerekmektedir.

Markowitz'e göre, yatırımcıların iyi bir portföy oluşturmada iki temel amacı vardır:

1- Kazançlarını en yüksek seviyeye çıkarmak istemektedirler.

2- Kazançlarının istikrarlı olmasını tercih ederek riskten kaçınmaktadırlar [4].

Muhtemel en yüksek kazançlı portföyün en az belirsizlik taşıyan portföy olması şart değildir. Ayrıca çok yüksek muhtemel bir kazançta sahip bir portföy, kabul edilemeyecek kadar yüksek bir belirsizliğe sahip olabilir. En az belirsizliğe sahip bir portföyün muhtemel kazancı da son derece küçük olabilir.

Portföy seçimi gelecek üzerine gerçekçi tahminlere dayandırılmalıdır. Markowitz'e göre, etkin portföyler arasında doğru bir seçim, yatırımcının risk alma isteğine bağlıdır. Markowitz, oldukça basit varsayımlardan yola çıkarak geçerli ve kabul görmüş bir portföy seçim yöntemi ortaya koymuştur [5]. Sharpe'e göre, portföy teorisine Markowitz'in katkısı o kadar büyüktür ki, kendisinden sonra gelenler sadece onun orijinal teorisini geliştiren, değiştiren ve test eden çalışmalardan ibarettir.

Gerçekte çoğunluk, Markowitz teorisini, diğer portföy teorilerine tercih etmektedirler [6].

II.1. Markowitz Modelinin Varsayımları

Markowitz modelinin temel varsayımları şu şekilde sıralanabilir [4,7]:

1- Yatırımcı açısından her yatırım, belirli bir elde tutma döneminde, tahminî kazançların ihtimal dağılımı ile ifade edilmektedir.

2- Yatırımcılar, belirli bir dönemde tahminî faydayı en yüksek seviyeye çıkarmak istemektedirler.

3- Yatırımcılar riski, tahminî kazançların değişkenliğini temel alarak tahminde bulunmaktadırlar.

4- Yatırımcılar kararlarını sadece tahminî kazanç ve riske göre verdikleri için, fayda eğrileri de yalnız tahminî kazançların ve kazançların varyansının bir fonksiyonudur.

5- Verilmiş bir risk seviyesi için, yatırımcılar, yüksek kazançları düşük kazançlara tercih ederler. Benzer şekilde verilmiş bir kazanç seviyesinde düşük risk, yüksek riske tercih edilir.

Markowitz'in temel varsayımları şu şekilde özetlenebilir: "Yatırımcılar kazancı severler, riskten kaçınırlar, rasyonel olarak davranırlar ve tahminî fayda maksimizasyonu temeline dayalı kararlar alırlar" [8]. Ayrıca Markowitz modelinin ortaya koyduğu portföy teorisi, tek bir dönem içerisinde alınacak olan kararları kapsamaktadır (Buna bir istisna Fama'nın yaptığı bir çalışmadır. Fama, belirli şartlar altında (riskten kaçınan yatırımcı ve mükemmel sermaye piyasaları) çok dönemli bir dünyada bir yatırımcının hareketinin, riskten kaçınan bir yatırımcının tek dönem ufkuna sahip olduğu zamanki tercihinden ayırt edilemeyeceğini göstermiştir [9]. Bu varsayımlar geçerli iken, bir menkul kıymet veya menkul kıymetlerden oluşan bir portföy, eğer aynı risk seviyesinde daha fazla tahminî kazançta sahipse veya aynı tahminî kazanç seviyesinde daha düşük bir riske sahipse etkin sayılmaktadır.

II.2. Markowitz Modelinde Farklılaştırma

Yatırımcılar, tahminî kazanç oranından etkin olmayan sapsmaları minimize etmeye çalışırlar. Farklılaştırma (çeşitlendirme), etkin bir yatırımın meydana gelmesinde son derece önemli bir yöntemdir. Çünkü bu yöntem ile tahminî kazanç etrafındaki kazanç değişkenliği azaltılabilir [10]. Farklılaştırmanın amacı, en iyi portföyü meydana getirmektir (En iyi portföyden kastedilen, risk ve tahminî kazancın en uygun kombinasyonlu olanlarıdır). Riskten kaçınan yatırımcılar

için bu “en iyi portföy”, hiçbir zaman en düşük riskli bir hisse senedi olmayacaktır [11]. Başka bir deyişle, riskten kaçınan yatırımcılar tarafından belirlenen bir dünyada, riskli bir portföyün, daha az riskli bir portföyden daha yüksek kazanç vermesi beklenmelidir [12].

Markowitz'e göre, eğer kesinlik durumu söz konusu ise, gelecekteki kazançlarını bilen bir yatırımcı, sadece tek bir hisse senedine yani en yüksek kazançlı hisse senedine yatırım yapacaktır. Farklı senetler aynı yüksek tahminî kazançla sahipse, o zaman yatırımcı, bunların her biri veya herhangi bir kombinasyonu arasında kayıtsız kalacaktır. Gerçek şu ki, bu durumda hiçbir yatırımcı, farklılaştırılmış bir portföyü tercih etmeyecektir. Farklılaştırma, ancak belirsizlik söz konusu olduğunda, riski azaltacaktır ve bu açıdan yatırım kararlarında çok önemli bir yere sahiptir [13].

Verilmiş bir tahminî kazanç seviyesinde, Markowitz farklılaştırması, basit farklılandırmadan daha analitiktir ve menkul kıymetlerin korelasyon katsayılarını dikkate almaktadır. Basit farklılandırmadan, menkul kıymetler arasındaki korelasyona önem vermediği için riski minimize etmesi beklenemeyebilir [14]. Basit farklılaştırma modelinde, portföydeki menkul kıymet sayısı sınırlıdır. Portföye daha fazla senedi dahil etmek, hem maliyeti arttırmakta, hem de modelin sahip olduğu özelliklerden dolayı, teknik olarak risk ve kazanç hadleri arasında optimal karar alınmasını güçleştirmektedir [15].

II.3. Menkul Kıymet ve Portföy Analizi

Bir yatırımcı için, yatırım fırsatları arasında karar vermek, yalnızca tek tek menkul kıymetler arasından seçim yapmak değildir. Çünkü menkul kıymetlerin çeşitli bileşimleri de söz konusudur. Portföy oluşturulması ve portföydeki senetlerin ağırlıklarının belirlenmesi karmaşık bir analizi gerektirmektedir. Yatırımcılar çeşitli menkul kıymet bileşimleri oluşturarak, çok sayıda portföy meydana getirebilirler. Ancak yatırımcı açısından önemli olan, optimal portföyün meydana getirilmesidir. Bunun için portföyün kazancının ve riskinin hesaplanması gerekmektedir [16].

II.3.1. Portföyün Tahminî Kazancı

Bir portföyün kazancı, menkul kıymetlerin kazancının ağırlıklı bir ortalamasıdır [17]. Başka bir deyişle, tahminî kazanç, yatırımdan beklenen kazanç alternatiflerinin, her alternatifin gerçekleşme ihtimali ile çarpımlarının toplamından ibarettir [18]. Portföyün sadece iki hisse senedinden meydana geldiği kabul edildiğinde, portföyün tahminî kazancını veren formül şu şekilde gösterilmektedir:

$$E(R) = w_1 E(r_1) + w_2 E(r_2) \quad (1)$$

w_1 ve w_2 , 1. ve 2. hisse senedinin portföy içindeki ağırlığını; $E(r_1)$ ve $E(r_2)$ de, 1. ve 2. senedin tahminî kazançlarını göstermektedir.

n kadar menkul kıymetten meydana gelen bir portföyün tahminî kazancı ise:

$$E(R) = \sum_{i=1}^n w_i E(r_i) \quad (2)$$

ile gösterilmektedir.

Eğer ağırlıkları farklı olan hisse senetleri bir yatırım portföyünde bir araya getirilirse ve portföyü meydana getiren senetlerin kazanç oranları biliniyorsa, senetlerin portföy içindeki oranları dikkate alınarak hesaplanacak ağırlıklı ortalaması portföyün kazanç oranını verecektir [19].

II.3.2. Portföyün Riski

Markowitz'in çalışmasıyla başlayan Modern Portföy Teorisinden önce, portföy yönetiminde risk sayısal olarak ele alınmıyor ve başarı kriteri olarak daha çok ortalama kazançlar üzerinde duruluyordu. Markowitz optimum portföy seçiminde riskin de ele alındığı sistematik bir yaklaşım ortaya koymuştur. Bu yaklaşımın temel dayanağı, rasyonel yatırımcının aynı tahminî kazanç seviyesinde, tahminî kazançların standart sapması daha düşük olan (daha az riskli) yatırımı tercih etmesidir [20].

Belirsizliklerin söz konusu olduğu piyasalarda portföyün riski, kazançların değişkenliği veya varyans (standart sapma) ile ölçülmektedir. Varyans veya standart sapma, ortalama değerden sapmaları göstermektedir [21]. Muhtemel kazanç değişkenliği arttıkça, standart sapma da artar ve risk derecesinde de yükselmeler meydana gelir [22]. İki menkul kıymetten oluşan bir portföyün riskini veren formül şu şekilde yazılabilir:

$$\sigma_p = \sqrt{w_A^2 \sigma_A^2 + w_B^2 \sigma_B^2 + 2w_A w_B \rho_{AB} \sigma_A \sigma_B} \quad (3)$$

σ_p = Portföyün riskini (standart sapması),

w_A = Portföy içindeki A senedinin ağırlığını,

w_B = Portföy içindeki B senedinin ağırlığını,

σ_A = A senedinin standart sapmasını,

σ_B = B senedinin standart sapmasını,

ρ_{AB} = A ve B değişkeni arasındaki korelasyon katsayısını göstermektedir.

n sayıda menkul kıymetten meydana gelen bir portföyün riski veya standart sapmasını veren formül aşağıdaki gibidir:

$$\sigma_p = \sqrt{\sum_i^n \sum_j^n w_i w_j \sigma_{ij}} \quad (4)$$

σ_p = Portföyün kazancının standart sapmasını,

σ_{ij} = Cov(r_i, r_j) i ve j senetleri kazançlarının kovaryansını temsil etmektedir.

Markowitz'e göre, portföyün varyansı, kovaryans terimlerinden meydana gelmektedir [13]. Kovaryansı şu şekilde göstermekte mümkündür:

$$\sigma_{ij} = (\sigma_i)(\sigma_j)(\rho_{ij}) \quad (5)$$

Denklemden yer alan ρ_{ij} terimi, i ve j senetlerinin değişkenlerinin korelasyon katsayılarını ifade etmektedir.

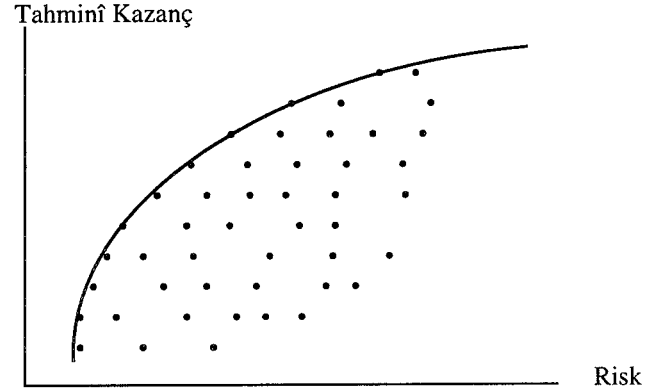
İki değişken arasındaki kovaryans, muhtemel olaylarda meydana gelen herhangi bir değişime karşısında, değişkenlerin ortalama değerden ne kadar sapma gösterdiklerini ifade eder. Kovaryans, ilişkinin yönü hakkında bilgi vermektedir [23]. İki senet arasındaki kovaryans, negatif bir değer taşıyabileceği gibi, pozitif bir değer de olabilir. Negatif değerli bir kovaryans, senetler arasında ters yönlü bir ilişkinin olduğunu gösterir. Negatif değer ne kadar büyükse, ters yönlü ilişki o derece güçlüdür. Buna karşılık, pozitif değerli bir kovaryans, senetler arasında aynı yönlü bir ilişkinin bulunduğunu ifade eder [24]. Yatırım seçiminde önemli olan husus, negatif kovaryansa sahip menkul kıymetleri tespit etmek suretiyle, yatırımın riskini mümkün olduğunca azaltmaktır.

Kovaryansın değeri bilindikten sonra korelasyon katsayısının hesaplanması son derece kolaydır. Korelasyon katsayısı, menkul kıymetler arasındaki kovaryans değerinin, onların standart sapmalarının çarpımı sonucu elde edilen değere bölünmesi suretiyle hesaplanır. O halde korelasyon katsayısı, menkul kıymetlerin kazançları arasındaki kovaryans değerinin *standardize* edilmiş halinden başka bir şey değildir.

Korelasyon katsayısı, -1 ile +1 arasında bir değer alır. Negatif değerli bir korelasyon katsayısı, senetler arasında ters yönlü bir ilişkiyi gösterir. Katsayı -1'e ne kadar yakın ise, ters yönlü ilişki o derece güçlü demektir. Pozitif değerli bir korelasyon katsayısı ise, senetler arasında aynı yönlü bir ilişkinin varlığına işaret eder. Sıfır veya sıfıra yakın bir korelasyon katsayısı ise, senetler arasında anlamlı ve sistematik bir ilişkinin bulunmadığını gösterir.

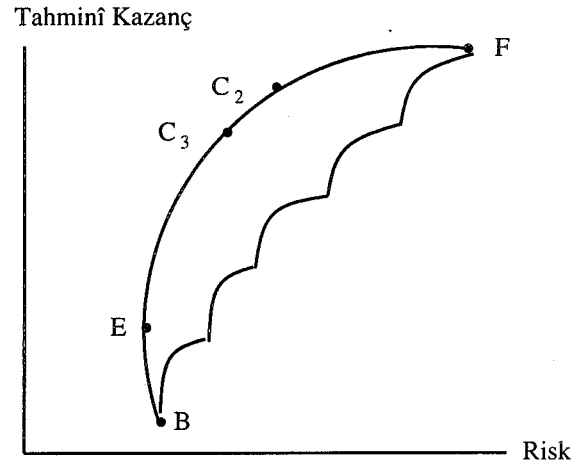
II.4. Markowitz Modelinde Etkin Sınır

Etkin portföyler, verilmiş bir kazanç seviyesinde en düşük riske sahip veya verilmiş bir risk seviyesinde en yüksek kazançta sahip portföyler olmaktadır. Markowitz farklılaştırma modeline göre, risk-kazanç düzleminde her tahminî kazanç oranına tekabül eden risk seviyesinin birleştiği noktaların geometrik yeri, bir eğri halini alır ve bu eğriye *etkin sınır* denilmektedir. Aşağıdaki şekilde gördüğü gibi etkin sınır üzerinde bir çok menkul kıymet yer almaktadır.



Şekil.1: Etkin Sınır

Şekil.1'deki her nokta, risk ve kazanç açısından farklı nitelikleri taşıyan ayrı bir menkul kıymeti göstermektedir. Yukarıda yer alan menkul kıymetler aşağıdakilere göre, daha yüksek kazançlı menkul kıymetleri temsil etmektedir [25]. Alternatif portföyler arasından en uygun portföyün saptanması, portföy analizinin temelini teşkil eder. En uygun portföy de etkin sınır üzerinde yer almaktadır.

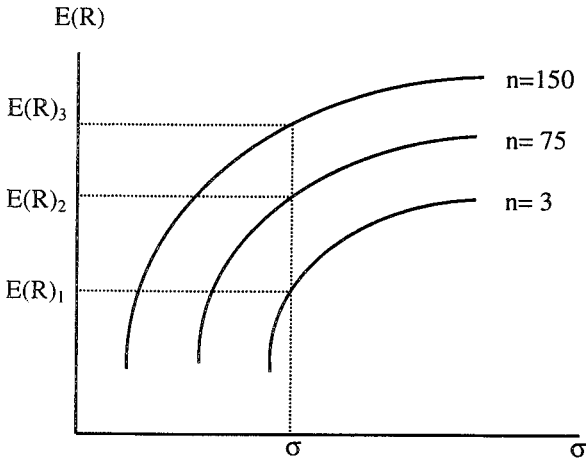


Şekil.2: Fırsat Serisi ve Etkin Portföy

Şekil.2'de görülen E ve F noktaları arasındaki fırsat serisi, etkin sınırdır ve aynı zamanda etkin set olarak tanımlanmaktadır. Etkin set bütün etkin portföyleri kapsamaktadır [14]. E noktası, minimum varyanslı portföy olarak kabul edilir, çünkü başka hiçbir portföyde daha düşük varyans yoktur. F noktası ise, maksimum kazançlı portföydür, çünkü diğer portföylerde daha yüksek kazanç yoktur.

Etkin sınır üzerinde bulunan herhangi bir portföyün seçimi, tamamen yatırımcıların risk karşısındaki davranış şekillerine bağlıdır. Yatırımcı, daha fazla tahminî kazancı, daha çok riske katlanarak elde etmeye razı ise, C_2 kombinasyonunu C_3 'e tercih edecektir.

Portföy içindeki senetlerin sayısının artması, risk-kazanç düzleminde yer alan etkin sınırın düzlemdaki yerini değiştirir ve kaymasına sebep olur. Şekil 2.3, bu durumu göstermektedir:



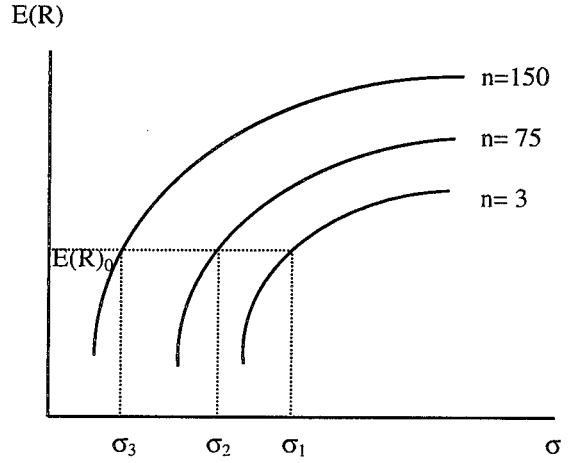
Şekil.3: Etkin Sınırın Senet Sayısına Göre Değişmesi

Üç senetten ibaret bir portföyün etkin sınırı Şekil.3'de görülmektedir. Senet sayısı 75'e çıkartıldığında, etkin sınır sol üst tarafa kaymaktadır. Senet sayısı iki katına çıkarılırsa, etkin sınır, veri risk seviyesinde, kazanç haddini arttıracak şekilde yukarıya kayar.

Verilmiş bir tahminî kazanç haddinde ise, portföyün riski, portföydeki senetlerin sayısı arttıkça azalacaktır. Şekil.4, bu durumu göstermektedir.

Verilmiş $E(R)_0$ kazanç haddinde, üç senet mevcutsa, risk σ_1 'dir. Portföy içinde senetlerin sayısı arttıkça, etkin sınır sol tarafa kayarken risk sola σ_2 ve σ_3 şeklinde yer değiştirmekte ve azalmaktadır. Sonuç olarak, portföy içindeki senet sayısını arttırmak, yatırımcının tahminî kazanç haddini arttıracak, riskini

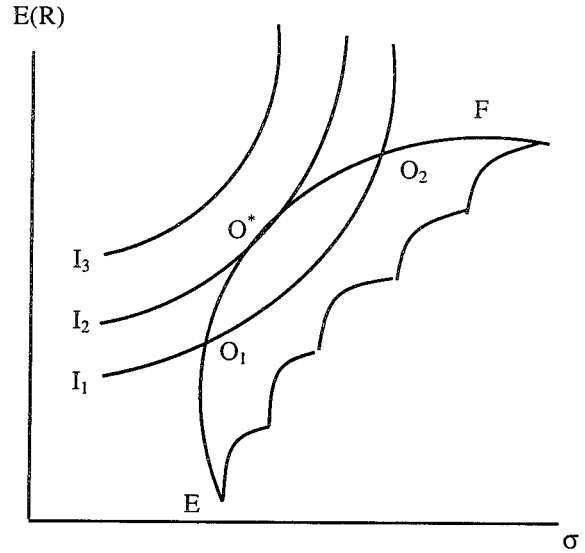
azaltacak ve yatırımdan elde edeceği tahminî faydayı maksimize etmiş olacaktır [15].



Şekil.4: Etkin Sınırın Senet Sayısına Göre Değişmesi

II.5. Markowitz Modelinde Optimal Portföyün Seçimi

Riskten kaçınan bir yatırımcının optimal portföyü, etkin sınır üzerinde bulunmalıdır. Menkul kıymet yatırımcısı, tahminî faydasını maksimuma çıkartacak risk kazanç kombinasyonunu tercih edecektir. Şekil.5, rasyonel davranan bir yatırımcının, optimal portföyünü nasıl belirlediğini göstermektedir [14].



Şekil.5: Optimal Portföyün Seçimi

Yatırımcıların riske karşı davranışları, I_1 , I_2 ve I_3 kayıtsızlık eğrileri ile gösterilmektedir. I_3 , I_2 ve I_1 'den daha yüksek faydayı temsil etmektedir. Yatırımcının seçeceği mümkün bir çok portföy vardır. Bunlara örnek

olarak I_1 kayıtsızlık eğrisi üzerinde bulunan O_1 ve O_2 portföyleri verilebilir. O_1 ve O_2 portföyleri, etkin sınır üzerinde yer almaktadır. Fakat daha yüksek faydayı veren I_2 kayıtsızlık eğrisi ile EF etkin sınırının birbirlerine teğet olduğu noktada bulunan O^* portföyü, optimal portföyü göstermektedir. Bu nedenle O^* , O_1 ve O_2 'ye tercih edilecektir.

III. MARKOWITZ FARKLILAŞTIRMA YÖNTEMİ KULLANILARAK YAPILAN PORTFÖY DENEMESİ: İMKB'DE İŞLEM GÖREN HİSSE SENETLERİ İLE BİR UYGULAMA

Markowitz modelini uygulayarak bir portföy elde etmek için bazı temel değişkenlerin hesaplanması gerekmektedir. Bu değişkenler, ortalama kazanç, varyans ve korelasyon katsayılarıdır. Çalışmada, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören şirketlere ait 150 hisse senedinin Ocak 1997-Aralık 2002 tarihleri arasındaki aylık kazanç verileri kullanılarak hesaplamalar yapılmıştır (Hisse senetlerinin Ocak 1997-Aralık 2002 dönemine ait verileri İMKB'den temin edilmiştir). Statistica programı kullanılarak yapılan bu hesaplamalar sonucunda hisse senetlerinin ortalama kazanç, standart sapma ve varyans değerleri bulunmuştur.

Markowitz modelinde, korelasyon katsayıları ile portföy riski arasında doğrusal bir ilişki söz konusu olduğu için portföy çeşitlendirmesi yaparken, hisse senetleri arasındaki korelasyon katsayılarının dikkate alınması gerekmektedir. Bu yüzden çalışmada hisse senetlerinin kovaryans matrisi de hesaplanmıştır.

III.1. Portföyün Oluşturulması

Portföy oluşturulmasının amacı, tahminî kazançlar maksimize edilirken riskin minimize edilmesidir. Önemli olan aynı kazanç seviyesinde riski az olanı çok olana tercih etmektir. Bu amaç güdülerek çalışmada 150 hisse senedinin içinden portföye dahil edilebilecek 16 hisse senedi seçilmiştir. Portföy için ayrılan fonlar, portföyde yer alan 16 hisse senedine çeşitli oranlarda dağıtılmıştır ve portföy yatırımının da bir yıl süre ile elde tutulması planlanmıştır.

Portföyü meydana getiren 16 hisse senedinin bağlı olduğu firmalar ile tahminî kazançları, standart sapmaları ve varyansları Tablo.1'de gösterilmektedir:

Tablo.1: Portföyü Oluşturan 16 Hisse Senedinin Tahminî Kazancı, Standart Sapması ve Varyansı

No	Kod	Menkul Adı	E(R)	STD(R)	VAR(R)
1	ykbnk	Yapı ve Kredi Bankası	0,100	0,265	0,070
2	tnsas	Tansaş	0,113	0,060	0,245
3	ptofs	Petrol Ofisi	0,107	0,303	0,092
4	mrđin	Mardin Çimento	0,086	0,203	0,041
5	maret	Maret	0,061	0,228	0,052
6	kent	Kent Gıda	0,071	0,239	0,057
7	ısctr	İş Bankası (C)	0,109	0,283	0,080
8	hurgz	Hürriyet Gazetecilik	0,106	0,275	0,076
9	gima	Gima	0,105	0,301	0,091
10	enka	Enka Holding	0,111	0,258	0,067
11	eczyt	Eczacıbaşı Yatırım	0,106	0,323	0,105
12	akgrt	Ak Sigorta	0,106	0,266	0,071
13	alctl	Alcatel Teletaş	0,103	0,318	0,101
14	atlas	Atlas Yatırım Ortaklığı	0,106	0,315	0,099
15	aygaz	Aygaz	0,070	0,260	0,068
16	bucim	Bursa Çimento	0,065	0,174	0,030

Portföyün teşkilinde bazı kriterler dikkate alınmıştır. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir:

1- Ortalama varyans kriterine göre, 150 hisse senedi içinden portföye dahil edilebilecek 16 hisse senedi seçilirken, aynı standart sapma düzeyinde, kazancı daha fazla olan senetler dikkate alınmıştır.

2- Hisse senetlerinin seçiminde, aralarında en az ilişkiye sahip getirileri olan hisse senetlerinin portföye dahil edilmesine çalışılmıştır. Buradaki amaç, Markowitz farklılaştırma modelinden yararlanarak portföy riskini en aza indirmektir. Bunu gerçekleştirebilmek için senetler arasındaki korelasyon katsayıları hesaplanmış ve Tablo.2'de gösterilmiştir.

3- Portföyde yer alan 16 hisse senedinin çeşitli kombinasyonlarda tahminî kazancı ve riski hesaplanmıştır. Risk hesaplamalarında senetlerin kovaryans değerleri Tablo.3'de verilmiştir (Korelasyon katsayıları ve kovaryans değerleri, Statistica Programı kullanılarak elde edilmiştir).

Tablo.2: Ortalama Varyans Kriterine Göre Seçilen Senetler Arasındaki Korelasyon Katsayıları Değerleri

Korelasyon Katsayıları Matrisi																
	akgrt	alctl	atlas	aygaz	bucım	ykbk	tnsas	ptofs	mrdın	maret	kent	ısctr	hurgz	gıma	enka	eczyt
akgrt	1,00	0,84	0,61	0,81	0,40	0,87	0,67	0,64	0,74	0,59	0,41	0,77	0,75	0,75	0,78	0,68
alctl		1,00	0,70	0,78	0,48	0,82	0,68	0,61	0,73	0,60	0,30	0,78	0,77	0,77	0,76	0,61
atlas			1,00	0,72	0,47	0,60	0,58	0,34	0,70	0,75	0,33	0,63	0,59	0,66	0,60	0,62
aygaz				1,00	0,42	0,66	0,62	0,60	0,72	0,64	0,37	0,71	0,56	0,71	0,67	0,69
bucım					1,00	0,45	0,43	0,41	0,69	0,42	0,35	0,36	0,40	0,57	0,42	0,42
ykbk						1,00	0,58	0,59	0,65	0,56	0,41	0,76	0,70	0,75	0,73	0,62
tnsas							1,00	0,39	0,73	0,54	0,36	0,52	0,69	0,70	0,71	0,61
ptofs								1,00	0,47	0,31	0,29	0,61	0,41	0,55	0,48	0,46
mrdın									1,00	0,70	0,41	0,63	0,70	0,84	0,60	0,70
maret										1,00	0,27	0,58	0,50	0,62	0,50	0,58
kent											1,00	0,31	0,26	0,35	0,38	0,36
ısctr												1,00	0,59	0,78	0,65	0,52
hurgz													1,00	0,70	0,74	0,52
gıma														1,00	0,72	0,73
enka															1,00	0,57
eczyt																1,00

Tablo.3: Ortalama Varyans Kriterine Göre Seçilen Senetler Arasındaki Kovaryans Katsayıları Değerleri

Kovaryans Katsayıları Matrisi																
	akgrt	alctl	atlas	aygaz	bucım	ykbk	tnsas	ptofs	mrdın	maret	kent	ısctr	hurgz	gıma	enka	eczyt
akgrt	0,07059	0,07120	0,05107	0,05584	0,01874	0,06125	0,04365	0,05181	0,04000	0,03607	0,02617	0,05788	0,05461	0,06012	0,05383	0,05869
alctl		0,10091	0,07016	0,06471	0,02658	0,06877	0,05276	0,05842	0,04692	0,04375	0,02295	0,06975	0,06762	0,07415	0,06268	0,06236
atlas			0,09892	0,05855	0,02588	0,04981	0,04435	0,03195	0,04449	0,05355	0,02515	0,05595	0,05130	0,06285	0,04901	0,06275
aygaz				0,06767	0,01897	0,04561	0,03930	0,04726	0,03795	0,03778	0,02277	0,05218	0,04018	0,05599	0,04506	0,05816
bucım					0,03042	0,02069	0,01855	0,02163	0,02434	0,01687	0,01452	0,01792	0,01934	0,02987	0,01913	0,02375
ykbk						0,07028	0,03738	0,04765	0,03517	0,03361	0,02572	0,05726	0,05123	0,05995	0,05011	0,05301
tnsas							0,06007	0,02873	0,03638	0,03034	0,02084	0,03627	0,04629	0,05174	0,04469	0,04804
ptofs								0,09196	0,02886	0,02153	0,02108	0,05220	0,03416	0,05057	0,03754	0,04502
mrdın									0,04133	0,03246	0,01997	0,03606	0,03920	0,05120	0,03127	0,04598
maret										0,05208	0,01480	0,03742	0,03141	0,04279	0,02959	0,04282
kent											0,05714	0,02128	0,01741	0,02556	0,02338	0,02780
ısctr												0,08006	0,04558	0,06625	0,04749	0,04765
hurgz													0,07554	0,05799	0,05258	0,04625
gıma														0,09084	0,05624	0,07096
enka															0,06671	0,04735
eczyt																0,10457

III.2. Portföyün Tahminî Kazancı ve Riskinin Hesaplanması

Portföyün risk ve tahminî kazanç formüllerinde w_i sembolü ile gösterilen hisse senetlerinin portföy içindeki ağırlıklarının belirlenmesi durumunda portföy ile ilgili değerlendirmeler yapılabilir. Farklılaştırmanın portföy riski ve kazancı üzerindeki etkisini göstermek için, portföyde yer alan hisse senetlerine 6 farklı kombinasyon uygulanmıştır. Her bir kombinasyonda yer alan ihtimal

değerlerinin toplamı 1'e eşittir. Birinci kombinasyonda, her bir hisse senedine eşit ihtimal verilirken, diğer kombinasyonlardaki ihtimaller değişik ağırlıklarda dağıtılmıştır. Böylece hisse senetlerine farklı ağırlıklar verilerek portföyler geliştirilmiştir.

Hisse senetlerinin portföy içindeki payları Tablo.4'de; her bir kombinasyonun tahminî kazanç ve standart sapması Tablo.5, Tablo.6, Tablo.7 Tablo.8, Tablo.9 ve Tablo.10'da gösterilmiştir:

Tablo.4: 16 Hisse Senedinin Portföy İçindeki Payları

KOMBİNASYON	HİSSE SENETLERİ							
	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
1	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625
2	0,6	0,1	0,012	0,002	0,007	0,004	0,008	0,054
3	0,008	0,006	0,009	0,002	0,08	0,009	0,8	0,003
4	0,052	0,025	0,123	0,070	0,036	0,400	0,002	0,021
5	0,002	0,012	0,004	0,021	0,100	0,001	0,123	0,400
6	0,037	0,055	0,026	0,093	0,002	0,071	0,003	0,004

KOMBİNASYON	HİSSE SENETLERİ							
	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
1	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625
2	0,036	0,002	0,009	0,003	0,026	0,089	0,019	0,029
3	0,003	0,004	0,001	0,023	0,025	0,01	0,012	0,005
4	0,090	0,001	0,017	0,005	0,100	0,042	0,012	0,004
5	0,036	0,052	0,090	0,070	0,017	0,005	0,025	0,042
6	0,014	0,060	0,001	0,022	0,053	0,002	0,550	0,007

Tablo.5: Birinci Kombinasyon

Senetlerin Tahminî Kazanç ve Standart Sapması

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Tahminî Kazanç	0,100159	0,113324	0,106783	0,086075	0,061455	0,070728	0,108626	0,105871
Standart Sapma	0,265110	0,060075	0,303244	0,203302	0,228218	0,239050	0,282943	0,274848

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Tahminî Kazanç	0,104549	0,110596	0,105842	0,105726	0,103292	0,106225	0,070072	0,065165
Standart Sapma	0,301390	0,258286	0,323374	0,265684	0,317666	0,314511	0,260140	0,174400

Senetlerin Portföy İçindeki Dağılımları

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Dağılımlar	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Dağılımlar	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625	0,0625

PORTFÖYÜN TAHMİNİ KAZANCI	PORTFÖYÜN STANDART SAPMASI
0,095281	0,210144

Tablo.6: İkinci Kombinasyon

Senetlerin Tahminî Kazanç ve Standart Sapması

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Tahminî Kazanç	0,100159	0,113324	0,106783	0,086075	0,061455	0,070728	0,108626	0,105871
Standart Sapma	0,265110	0,060075	0,303244	0,203302	0,228218	0,239050	0,282943	0,274848

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Tahminî Kazanç	0,104549	0,110596	0,105842	0,105726	0,103292	0,106225	0,070072	0,065165
Standart Sapma	0,301390	0,258286	0,323374	0,265684	0,317666	0,314511	0,260140	0,174400

Senetlerin Portföy İçindeki Dağılımları

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Dağılımlar	0,6	0,1	0,012	0,002	0,007	0,004	0,008	0,054

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Dağılımlar	0,036	0,002	0,009	0,003	0,026	0,089	0,019	0,029

PORTFÖYÜN TAHMİNİ KAZANCI	PORTFÖYÜN STANDART SAPMASI
0,10412	0,236775

Tablo.7: Üçüncü Kombinasyon

Senetlerin Tahminî Kazanç ve Standart Sapması

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Tahminî Kazanç	0,100159	0,113324	0,106783	0,086075	0,061455	0,070728	0,108626	0,105871
Standart Sapma	0,265110	0,060075	0,303244	0,203302	0,228218	0,239050	0,282943	0,274848

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Tahminî Kazanç	0,104549	0,110596	0,105842	0,105726	0,103292	0,106225	0,070072	0,065165
Standart Sapma	0,301390	0,258286	0,323374	0,265684	0,317666	0,314511	0,260140	0,174400

Senetlerin Portföy İçindeki Dağılımları

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Dağılımlar	0,008	0,006	0,009	0,002	0,08	0,009	0,8	0,003

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Dağılımlar	0,003	0,004	0,001	0,023	0,025	0,01	0,012	0,005

PORTFÖYÜN TAHMİNİ KAZANCI	PORTFÖYÜN STANDART SAPMASI
0,108278	0,234403

Tablo.8: Dördüncü Kombinasyon

Senetlerin Tahminî Kazanç ve Standart Sapması

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Tahminî Kazanç	0,100159	0,113324	0,106783	0,086075	0,061455	0,070728	0,108626	0,105871
Standart Sapma	0,265110	0,060075	0,303244	0,203302	0,228218	0,239050	0,282943	0,274848

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Tahminî Kazanç	0,104549	0,110596	0,105842	0,105726	0,103292	0,106225	0,070072	0,065165
Standart Sapma	0,301390	0,258286	0,323374	0,265684	0,317666	0,314511	0,260140	0,174400

Senetlerin Portföy İçindeki Dağılımları

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Dağılımlar	0,052	0,025	0,123	0,070	0,036	0,400	0,002	0,021

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Dağılımlar	0,090	0,001	0,017	0,005	0,100	0,042	0,012	0,004

PORTFÖYÜN TAHMİNÎ KAZANCI	PORTFÖYÜN STANDART SAPMASI
0,097212	0,202216

Tablo.9: Beşinci Kombinasyon

Senetlerin Tahminî Kazanç ve Standart Sapması

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Tahminî Kazanç	0,100159	0,113324	0,106783	0,086075	0,061455	0,070728	0,108626	0,105871
Standart Sapma	0,265110	0,060075	0,303244	0,203302	0,228218	0,239050	0,282943	0,274848

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Tahminî Kazanç	0,104549	0,110596	0,105842	0,105726	0,103292	0,106225	0,070072	0,065165
Standart Sapma	0,301390	0,258286	0,323374	0,265684	0,317666	0,314511	0,260140	0,174400

Senetlerin Portföy İçindeki Dağılımları

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Dağılımlar	0,002	0,012	0,004	0,021	0,100	0,001	0,123	0,400

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Dağılımlar	0,036	0,052	0,090	0,070	0,017	0,005	0,025	0,042

PORTFÖYÜN TAHMİNÎ KAZANCI	PORTFÖYÜN STANDART SAPMASI
0,089215	0,228474

Tablo.10: Altıncı Kombinasyon

Senetlerin Tahminî Kazanç ve Standart Sapması

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Tahminî Kazanç	0,100159	0,113324	0,106783	0,086075	0,061455	0,070728	0,108626	0,105871
Standart Sapma	0,265110	0,060075	0,303244	0,203302	0,228218	0,239050	0,282943	0,274848

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Tahminî Kazanç	0,104549	0,110596	0,105842	0,105726	0,103292	0,106225	0,070072	0,065165
Standart Sapma	0,301390	0,258286	0,323374	0,265684	0,317666	0,314511	0,260140	0,174400

Senetlerin Portföy İçindeki Dağılımları

SENETLER	Ykbnk	Tnsas	Ptfos	Mrdin	Maret	Kent	Isctr	Hurgz
Dağılımlar	0,037	0,055	0,026	0,093	0,002	0,071	0,003	0,004

SENETLER	Gima	Enka	Eczyt	Akgrt	Alctl	Atlas	Aygaz	Bucim
Dağılımlar	0,014	0,060	0,001	0,022	0,053	0,002	0,550	0,007

PORTFÖYÜN TAHMİNÎ KAZANCI	PORTFÖYÜN STANDART SAPMASI
0,101622	0,22298

III.3. Etkin Portföylerin Belirlenmesi ve Optimum Portföyün Seçilmesi

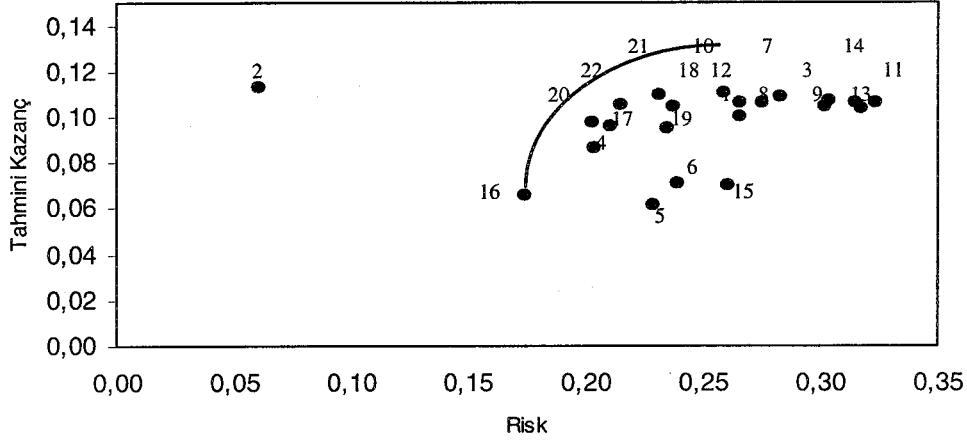
Her bir portföyün tahminî kazancı ve standart sapması hesaplandıktan sonra, geriye sadece etkin portföyün belirlenmesi ve optimum portföyün seçilmesi kalmaktadır. Seçim yapılacak portföy bileşimleri Tablo.11'de verilmiştir:

Tablo.11'de, 1'den 16'ya kadar olan tahminî kazanç ve standart sapma rakamları, elde mevcut olan fonun %100'ünün tek bir hisse senedine yatırılması halinde söz konusu olan rakamlardır. Bu nedenle, her bir hisse senedi bir portföy olarak kabul edilebilir. Tabloda 17'den 22'ye kadar olan portföyler ise, eldeki fonun 16 hisse senedi arasında çeşitli ağırlıklarda dağıtılması halinde elde edilen sonuçları göstermektedir.

Bu tablodan hareketle çizilen Şekil.6'da açıkça görülebileceği gibi, bazı noktalar diğerlerinden daha etkindir. Portföylerin tek tek hisse senetlerinden daha etkin bileşimler verdiği, ayrıca portföyler arasında da bazı noktaların diğerlerinden daha etkin bileşimleri gösterdiği görülmektedir.

Tablo.11: Portföyü Oluşturan 16 Hisse Senedinin Tahminî Kazancı ve Riskleri

No	Kod	Hisse Senedi Adı	Tahminî Kazanç	Risk
1	ykbnk	Yapı ve Kredi Bankası	0,10016	0,26511
2	tnsas	Tansaş	0,11332	0,06008
3	ptfos	Petrol Ofisi	0,10678	0,30324
4	mrdin	Mardin Çimento	0,08608	0,20330
5	maret	Maret	0,06146	0,22822
6	kent	Kent Gıda	0,07073	0,23905
7	isctr	İş Bankası (C)	0,10863	0,28294
8	hurgz	Hürriyet Gazetecilik	0,10587	0,27485
9	gima	Gima	0,10455	0,30139
10	enka	Enka Holding	0,11060	0,25829
11	eczyt	Eczacıbaşı Yatırım	0,10584	0,32337
12	akgrt	Ak Sigorta	0,10573	0,26568
13	alctl	Alcatel Teletaş	0,10329	0,31767
14	atlas	Atlas Yatırım Ortaklığı	0,10623	0,31451
15	aygaz	Aygaz	0,07007	0,26014
16	bucim	Bursa Çimento	0,06517	0,17440
Kombinasyonlar				
17	Birinci Kombinasyon		0,095281	0,210144
18	İkinci Kombinasyon		0,104122	0,236775
19	Üçüncü Kombinasyon		0,108278	0,234403
20	Dördüncü Kombinasyon		0,097212	0,202216
21	Beşinci Kombinasyon		0,089215	0,228474
22	Altıncı Kombinasyon		0,101622	0,222980



Şekil.6: Portföy Bileşimlerinin Tahmini Kazanç ve Riskleri

Şekil.6'da 2 numara ile gösterilen Tansaş hisse senedinin kazancı % 11 ve riski % 6'dır. Diğer hisse senetleri ile karşılaştırıldığında riskinin çok az, tahmini kazancının da çok yüksek olduğu görülmektedir. Ancak bu hisse senedi, hem tek tek hisse senetlerinden, hem de meydana getirilen portföylerden sapmayı göstermektedir.

Tablo.11, hisse senetlerinin tek başına tahmini kazançları ve riskleri ile altı kombinasyon şeklinde belirtilen portföylerin tahmini kazançları ve risklerini karşılaştırma imkânı sağlar. Portföy oluşturmak suretiyle aynı kazanç düzeyi için daha az riskin söz konusu olduğu söylenebilir. Şekil.6'da etkin sınır, 16, 20, 22, 21 ve 10 numaralı hisse senetleri ve portföylerden meydana gelmektedir. Bunlardan 16 (Bursa Çimento) ve 10 (Enka Holding), portföyün tek bir hisse senedinden ibaret olması durumundaki tahmini kazanç ve riski gösterir. 20, 22 ve 21 ise dördüncü, altıncı ve beşinci kombinasyonları temsil eden 16 hisse senedinin farklı ağırlıklarda bulunduğu portföylerin tahmini kazancı ve riskini göstermektedir. 17, 18 ve 19 numaralı portföylerin, Şekil.6 üzerinde etkin olmayan bir bileşimi gösterdiği hemen dikkati çekmektedir. Çünkü bu portföylerin kazançları, 21 numaralı portföye göre, daha düşük olmasına rağmen, daha fazla riske sahiptirler.

16, 20, 22, 21 ve 10 noktalarından geçen etkin sınır üzerinde yer alan bütün portföyler etkindir. Etkin portföyler, verilmiş bir risk seviyesinde en yüksek kazançta sahip veya verilmiş kazanç seviyesinde en düşük riske sahip olan portföylerdir. Rasyonel yatırımcı, etkin portföylerin bileşimi ile meydana gelen etkin sınır üzerindeki portföyler ile ilgilenir. Etkin sınırın altında kalan portföy bileşimleri yatırımcı tarafından tercih edilmez. Etkin portföyler arasından hangisinin seçileceği ise, kişiden kişiye değişmektedir. Çünkü optimum portföyün seçilmesi, yatırımcının risk karşısındaki davranış şekline bağlıdır. Risk seven yatırımcı, elde etmek istediği kazanç oranındaki risk seviyesine

katlanmalıdır. Yatırımcının risk karşısında nasıl davranacağı kayıtsızlık eğrileri ile açıklanmaktadır. Kayıtsızlık eğrilerinden birinin etkin sınıra teğet olduğu noktayı gösteren portföy, yatırımcı için en uygun olan yani optimal portföydür.

IV. SONUÇ

Malî piyasalarda yapılan yatırımların yönlendirilmesi, portföy yönetimi faaliyeti ile gerçekleştirilmektedir. Paranın nasıl yönetileceğinin belirlenmesi süreci olarak ifade edilebilecek portföy yönetimi, gelişmemiş piyasalarda bizzat yatırımcıların kendileri tarafından gerçekleştirilirken, işlem hacmi büyük olan gelişmiş piyasalarda uzman kuruluşlar tarafından yapılmaktadır. Özellikle son yıllarda bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler, piyasaların globalleşmesi ve yeni teorilerin ortaya konulması, portföy yönetimine de yeni bir çehre kazandırmaktadır.

Harry Markowitz'in 1950'li yıllarda doktora tezi olarak başladığı, ancak daha sonra portföy yönetiminin temel taşlarından biri olan çalışmasından sonra, portföy teorisinde köklü değişiklikler olmuştur. Markowitz modeli, risk-kazanç düzleminde, yatırımcıların tercihlerinin teorik bir analizini ortaya koymaktadır. Bu modelde, çeşitlendirilmiş bir portföy, eğer aynı risk seviyesinde daha fazla tahmini kazançta sahipse veya aynı tahmini kazanç seviyesinde daha düşük bir riske sahipse etkin portföylerdir. Rasyonel davranan yatırımcılar da, etkin portföyleri seçerek faydalarını maksimize edeceklerdir.

Bu çalışmada Modern Portföy Teorisi, önce teorik açıdan ele alınmış, sonra İMKB'de işlem gören hisse senetlerinden yararlanılarak teorisinin uygulanabilirliği test edilmeye çalışılmıştır. Ortalama-varyans kriteri ile, bir portföyde aynı kazanç seviyesinde daha az riske, aynı risk seviyesinde daha fazla kazançta sahip menkul kıymetlere

ulaşmanın mümkün olduğu görülmüştür. Çalışmada, uygun bir farklılaştırma ile sistematik olmayan riskin ortadan kaldırılabileceği gösterilmeye çalışılmış ve bu açıdan çeşitlendirmenin yatırımcı için son derece faydalı olduğu ortaya çıkmıştır. Eldeki fonun tek bir hisse senedine yatırılması veya senetlerden oluşturulan kombinasyonlara yatırılması ile elde edilen sonuçlar karşılaştırılmış, kombinasyonlardan meydana gelen portföylerin etkinlik sınırı üzerinde yer aldığı, dolayısı ile sistematik riski minimize ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Yatırımcılara etkinlik sınırı üzerinde alabilecekleri risk seviyesine göre değişik yatırım alternatifleri sunulmuştur. Amaç riski minimize ederken, kazancı en yüksek seviyeye ulaştırmaktır. Yatırımcının hangi menkul kıymete yatırım yapacağı, risk karşısındaki davranış şekline ve kendi tercihine bağlıdır.

Sonuç olarak, Markowitz modeliyle elde edilen optimal portföylerin, tek tek hisse senetlerinden daha iyi tahminî kazanç ve risk bileşimini verdiklerini söylemek mümkündür. Markowitz modeli, kullanılan verilerin çok olması ve formülasyon karmaşıklığından dolayı eleştirilebilmektedir. Ancak buna karşılık modelin, uzun vadeli yatırım tercihlerinde yol gösterici olma özelliği finansal piyasalarda geçerliliğini korumaktadır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] BICKSLER, J.L.; SAMUELSON, P.A., **Investment Portfolio Decision-Making**, D.C.Heath and Company Lexington, Massachusetts, 1974.
- [2] DOBBINS, R.; WITT, S.F.; FIELDING, J., **Portfolio Theory and Investment Management**, Second Edition, Blackwell Publishers Ltd., Oxford, 1994.
- [3] MARKOWITZ, H.M., "*Portfolio Selection*", **The Journal of Finance**, Vol.VII, March 1952, ss.77-91.
- [4] MARKOWITZ, H., **Portfolio Selection, Efficient Diversification of Investment**, Yale University Press, New Haven and London, 1959, ss.3,6,206,225.
- [5] KOCAMAN, B., **Yatırım Teorisinde Modern Gelişmeler ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Bazı Değerlendirme ve Gözlemler**, IMKB, İstanbul, 1995, s.44.
- [6] SHARPE, W.F., **Portfolio Theory and Capital Markets**, McGraw-Hill Book Company, New York, 1970, s.3.
- [7] MARKOWITZ, H., **Mean-Variance Analysis in Portfolio Choice and Capital Markets**, Basil Blackwell Ltd., New York, 1987, s.52.
- [8] JONES, C.; TUTTLE, D.L.; HEATON, C., **Essentials of Modern Investments**, The Ronald Press Company, New York, 1977, s.366.
- [9] FAMA, E., "*Multiperiod Consumption-Investment Decision*", **American Economic Review**, Vol.LX, No.1, March 1970, ss.163-174.
- [10] FRANCIS, J.C., **Investments: Analysis and Management**, Fifth Edition, McGraw Hill, New York, 1991, s.228.
- [11] LINTNER, J., "*Security Prices, Risk and Maximal Gains from Diversifications*", **The Journal of Finance**, Vol.XX, No: 4, Dec.1965, ss.587-615.
- [12] JENSEN, M.C., "*Risk, The Pricing of Capital Assets, and The Evaluation of Investments Portfolios*", **Journal of Business**, Vol.42, No: 1, 1969, ss.167-247.
- [13] MARKOWITZ, H.M., "*Foundations of Portfolio Theory*", **The Journal of Finance**, Vol.XLVI, No: 2, June 1991, ss.469-477.
- [14] ALEXANDER, G.J.; FRANCIS, J.C., **Portfolio Analysis**, Third Edition, Prentice-Hall, New Jersey, 1986, ss.50,51,54.
- [15] KANYILMAZ, İ., **Menkul Kıymet Yatırım Tahlilleri**, Ders Notları, Alfa, Bursa, 1992, ss.101,103,104.
- [16] CEYLAN, A.; KORKMAZ, T., **Uygulamalı Portföy Yönetimi**, Ekin Kitabevi, Bursa, 1993, s.66.
- [17] ELTON, E.J.; GRUBER, M.J., **Modern Portfolio Theory and Investment Analysis**, John Wiley & Sons, Inc., Fifth Edition, New York, 1995, s.55.
- [18] FAMA, E.F., **Foundations of Finance**, Basic Books, Inc., New York, 1976, s.58.
- [19] LUMBY, S., **Investment Appraisal and Financial Decisions**, Fifth Edition, Chapman &Hall, London, 1994, s.239.
- [20] ÖZÇAM, M., **Varlık Fiyatlama Modelleri Aracılığıyla Dinamik Portföy Yönetimi**, Sermaye Piyasası Kurulu, Yayın No: 104, Ankara, 1997, ss.14,15.
- [21] LEVY, H.; SARNAT, M., **Capital Investment and Financial Decisions**, Prentice - Hall, London, 1978, s.133.
- [22] PARKER, G.C.; STEWART, S.S., "*Risk an Investment Performance*", **Financial Analysts Journal**, Vol.30, No:3, May-June 1974, ss.49-51.
- [23] HAUGEN, R.A., **Modern Investment Theory**, Third Edition, Prentice-Hall, International Inc., New Jersey, 1993, s.60.
- [24] UĞUZ, M., **Menkul Kıymet Seçimi ve Yatırım Yönetimi**, Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul, 1990, ss.141,142.
- [25] HARRINGTON, D.R., **Modern Portfolio Theory and The Capital Asset Pricing Model**, Prentice-Hall Inc., New Jersey, 1983, ss.9,10.



Hülya KANALICI AKAY

Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
İktisat Bölümü
Görükle - BURSA

Tel: +90 (224) 442 89 40 - 41082
[*hulyakanalici@uludag.edu.tr*](mailto:hulyakanalici@uludag.edu.tr)

Hülya KANALICI AKAY has Ph.D. of Economics at Uludağ University. She is Research Assistant in Economics at Uludağ University. Her research areas are macroeconomics, finance and economic thought.

THE IMPACT OF STRUCTURAL ADJUSTMENT POLICIES ON THE FEMINISATION OF LABOUR: TURKEY AS A CASE

Beyza Ç. KARAHASANOĞLU TEKİN

Istanbul Bilgi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, Araştırma Görevlisi

THE IMPACT OF STRUCTURAL ADJUSTMENT POLICIES ON THE FEMINISATION OF LABOUR: TURKEY AS A CASE

Abstract: For the last two decades, increasing emphasis and attention have been given to the economic situation of women within the context of many changes that occurred in the world economy. Today the world is characterized by major changes in the economic, social and political agendas. The social development model was modified by the developmental strategies of the 1980s supply-side economics following successive economic crises of the 1970s. During the 1980s and afterwards, many developing countries adopted structural adjustment programs that have incorporated elements such as labor market deregulation, public expenditure contractions, privatization and other labor flexibility policies.

The main objective of this paper is to investigate the implications of the structural adjustment policies on gender composition and segregation of labor in Turkey. Like many other developing countries, Turkey has also adopted structural adjustment programs accompanied by the reorientation of the Turkish economy from import-substitution industrialization to export-led industrialization in the post-1980 period. Starting from this point, I will attempt to discuss whether a feminization of labor has occurred in Turkey during the adoption process.

Keywords: Female Labour, Segregation of Labour, Export-Oriented Growth Strategy, Structural Adjustment Programs

YAPISAL UYUM POLİTİKALARI VE KADIN İŞGÜCÜ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Özet: 1970'li yıllar boyunca birçok az gelişmiş ülkede temel kalkınma stratejisi olan ithal ikameci kalkınma politikalarından ihracata yönelik sanayileşme politikalarına geçilmiştir. Geçiş aşamasında uygulanan yapısal dönüşüm ve reform programlarının gelişmekte olan ülke ekonomileri üzerindeki etkisi iktisat literatüründe önemli bir yer tutmaktadır. Yapılan çalışmaların önemli bir kısmı bu politikaların işgücü piyasaları üzerindeki etkisini araştırmaya yöneliktir. İşgücü piyasalarında yaşanan yapısal dönüşümün kadın emeğinin arzı üzerindeki etkisi literatürde üzerinde özellikle durulan bir konu olmuştur. Yapılan çalışmalarda dünya genelinde ithal ikameci kalkınma politikalarından ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçişle birlikte kadınların işgücüne katılma oranlarında artış yaşandığı gözlenmiştir. Gelişmekte olan birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de ithal ikameci sanayileşmeden ihracata yönelik sanayileşme stratejisine geçilirken yapısal uyum politikaları takip edilmiştir. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de 1980 sonrası izlenen yapısal uyum politikalarının kadın işgücüne etkilerini incelemek ve işgücünün kadınlaşması olarak yorumlanan sürecin Türkiye'de yaşanıp yaşanmadığını araştırmaktır.

Anahtar Kelimeler: Kadın İşgücü, Yapısal Uyum Politikaları, İhracata Dönük Sanayileşme Stratejisi, İşgücü, İstihdam

I. INTRODUCTION

For the last two decades, increasing emphasis and attention have been given to the economic situation of women within the context of many changes that occurred in the world economy. The impact of the present rapidly changing socio-economic climate on women's employment has received much focus. Today the world is characterised by major changes in the economic, social and political agendas. The social adjustment development model was modified by the development strategies of the 1980s supply-side economics following successive economic crises of the 1970s. Subsequently, after the economic crisis of the early 1980s, the majority of the developing countries facing major adjustment problems have adopted policies directed toward restructuring of their economies. A global growth strategy based on

greater market orientation with trade liberalisation was esteemed to be the only viable development strategy for developing countries [1-3].

In addition to industrialised countries, many developing countries, which have also adopted such growth strategies, put great emphasis on cost competitiveness leading to the pursuit of flexibility in labour costs. These structural adjustment programs have incorporated elements such as labour market deregulation, public expenditure contractions, privatisation and other labour flexibility policies. Moreover, globalisation of production, transformations in technology and organisation of work under adjustment have introduced new technologies that have been associated with changing skills and job structures in the labour market. These changes, which are not gender neutral, have direct impact

on the world of employment with both positive and negative consequences on female and male workers.

As a result of these changes, the nature of employment has been rapidly altered, in both developing and industrialised economies. The interrelations between employment and gender have become prominent in the process of the contemporary restructuring of the world economy. The female labour participation rate statistics indicate that woman's economic activity rates and their share of the labour force have been increasing in recent decades [1,4,5]. Arguably, a global feminisation of employment – namely, absolute and relative growth of female labour – is occurring by means of greater labour flexibility [1]. In numerous studies published in recent years, the general consensus tends to reconfirm the existence of this trend referred as the feminisation of the labour force in the literature [1,6].

The main objective of this paper is to investigate the implications of these structural adjustment policies on gender composition and segregation of labour in Turkey. Like many other developing countries, Turkey has also adopted structural adjustment programs accompanied by the reorientation of the Turkish economy from import-substitution industrialisation to export-led industrialisation in the post-1980 period. Starting from this point, I will attempt to discuss whether a feminisation of labour has occurred in Turkey during the adoption process. The results I have obtained during my study appear to undermine the general global consensus on the matter. In other words the transition to export-led growth in Turkey does not seem to be accompanied by neither the feminisation of employment nor the decline in the significance of gender segregation in Turkey [7,8].

In considering the transformation of the nature of employment and its effect on women's employment, the erosion of labour regulations have been critical. Therefore to elaborate on the thesis that there is a global feminisation of employment, it is necessary to begin the analysis with a close examination of the structural adjustment policies and their labour implications. In the following sections, I will first discuss the contemporary structural adjustment processes and the impact of macroeconomic changes on the labour market in general. This introductory part will provide an overview of the current situation of female labour and gender equality with reference to the differential impact of changing global environment on women and men. An overview of the industrialisation strategies and gender composition of labour in the developing countries will also be assessed by a close examination of the literature on female labour and industrialisation. The second part focuses on the consequences of the transition from import substituting industrialisation to export-led growth in Turkey on women. In this part, I will examine the shift in the

Turkish industrialisation strategies in the context of structural adjustment policies in the post-1980 period. Finally I will try to investigate the implications of the changes in industrialisation strategies on gender composition and segregation of employment in Turkey's case.

II. ECONOMIC RESTRUCTURING and GENDER COMPOSITION of EMPLOYMENT

Adjustment and Labour: a brief overview

The social adjustment development model has long influenced policy making in most of the world, particularly after 1945. However, the emergence of successive economic crisis in the 1970s led this model into trouble. The social development model, basically, concerned with a variety of labour standard measures that grant protective legislation for workers and labour security. The advocates of this model thus stand to manage a redistributive welfare state through labour market regulation and larger role for the public sector in economy. By the early 1980s supply-side economic agenda that led to a series of changes in economic policy displaced the social adjustment development model. The economic crisis in the capitalist world economy was the main reason behind the transition from social adjustment development strategies to structural adjustment policies. Although some capitalist economies continued to enjoy high levels of employment and rapid rates of growth, by the late 1970s, most parts of the capitalist world economy particularly Latin America and sub-Saharan Africa have experienced rising unemployment, inflation and indebtedness [9]. Certainly, the crisis of the international capitalist economy has led to the international restructuring of production, significant changes in the organisation of international trade and finance and the informalization of employment.

The result was the adoption of fundamental social and economic restructuring found in the stabilisation and structural adjustment policy packages of IMF and World Bank programs. These structural adjustment programs put great emphasis on market mechanisms and cost competitiveness and accordingly involved policies such as trade liberalisation, cuts in public expenditure, reduction in government intervention, privatisation and labour market deregulation. The aim was to restructure the economy so as to generate growth based on open economies, and meanwhile to reduce the balance of payments deficits. State planning, redistributive welfare state, income security, labour standards and social rights were no longer priority issues. In other words what was considered as objectives of economic growth previously

under the social adjustment development model became costs and rigidities in the 1980s [1,3].

The advocates of supply-side economics have identified export-led industrialisation as the most effective development strategy. Thus, they have been urged to shift resources (including labour) to export industries. This shift has meant switching of resources from domestic nontradable production to tradable exportable production. In order to implement a costless reallocation of resources and cost-cutting international competitiveness, supply side agenda has focused on economic models that entail reducing domestic consumption lowering unit labour costs. These measures no doubt have modified the nature of employment and removed labour market regulations.

Before looking more specifically at how structural adjustment policies have altered the gendered nature of labour market, their general implications should be addressed. As the supply side economics approach advocates reliance on the market mechanism and concerned primarily with the cost competitiveness, labour market regulations were perceived as rigidities raising costs. This has given rise to deregulation, informal and many insecure forms of working activities since flexibility and security erosion enabled employers to substitute lower-cost labour. Low-income, labour abundant countries with low labour costs have played important roles in this process. As Standing [1] argued, international competition from low-income countries where labour costs and labour rights were least developed, has been instrumental in weakening the rights and benefits of those in the lower end of the labour market of many industrialised economies. In the context of this cost-cutting international competitiveness perspective, governments have been urged to remove or weaken minimum wage legislation, implement policies of cuts in public expenditures, privatisation and public sector reform. Such policies have meant increase in low-wage employment and a shift from direct to indirect forms of employment such as temporary, part-time employment. The pursuit of flexibility and low cost has also encouraged outwork sources and the use of homeworking where labour regulations are least effective [1,10].

The adjustment policies also brought about increased incentives to the production of tradable goods relative to nontradables (goods that are only consumed domestically). From this perspective the effects of adjustment on wages indicate a rise in relative wages in the tradables sector. However, in tradables the effects could go other way depending on the relative magnitude of the substitution (labour crowding) effects [4]. Structural adjustment programs are also generally associated with the tendency for labour to move into sectors with flexible entry such as the informal and agricultural sector. Then labour crowding in these sectors

may have the effect of depressing relative wages. Although informal sector is highly heterogeneous and there is no clean coincidence between informality and non-tradability, certain kinds of activity in the informal sector such as petty commerce (where women are over-represented) may fall in the category of non-tradables. In the rural sector of the developing countries that implemented stabilisation and structural adjustment, the effects of adjustment on agricultural incomes appear to be more positive compared to incomes in the formal and informal urban-sectors [4]. The increase in relative prices of agricultural output due to market deregulation and trade liberalisation brings about the increased incentives for agricultural production. Moreover, employment-income reducing policies such as public sector expenditure cuts have more limited effects in rural areas. Due to the expansion of export crop production, the benefits of the growth of agricultural exports under trade liberalisation also generate possibilities for rural wage employment growth.

Gender Analysis of Adjustment and Women's Work in Developing Countries

Changes in levels and structure of employment

Even though measurements of labour force participation are dubious and limitations in data collection undercount women's economic activities, the available data indicate that women's participation and economic activity rates have been rising [5]. The ratio of women to men in the economically active population of age 15 and over has increased from 37:100 in 1970 to 62:100 in 1990 [11]. The average participation rate was highest among women in Eastern Europe and Central Asia. In 1990 woman's economic activity rates were 58 per cent for Central Asia and Eastern Europe. In the developed regions outside of Europe and sub-Saharan Africa and Southeastern Asia it was 53-54 per cent, and it was around 50 per cent in Western Europe, the Caribbean and Oceania. The rates for Latin America and Western Asia were considerably lower, while they were 30-34 per cent for Western Asia and the lowest 21 per cent for North Africa. Over the past two decades, economic activity rates show that woman's share of the labour force have been increasing in all regions except sub-Saharan Africa and Eastern Asia by contrast to men's whose average economic activity rates have declined significantly everywhere except Central Asia (Table.1).

**Table.1: Economic Activity Rates of Persons
Aged 15 and over by Sex, 1970-1990**

	Adult economic activity rate (percentage)					
	1970		1980		1990*	
	W	M	W	M	W	M
<u>Developed Regions</u>						
Eastern Europe*	56	79	56	77	58	74
Western Europe**	37	78	42	75	51	72
Other Developed	40	81	46	78	54	75
<u>Africa</u>						
Northern Africa	8	82	12	79	21	75
Sub-Saharan Africa	57	90	54	89	53	83
<u>Latin America and Caribbean</u>						
Latin America	22	85	25	82	34	82
Caribbean	38	81	42	77	49	72
<u>Asia and Pacific</u>						
Eastern Asia	57	86	58	83	56	80
South-Eastern Asia	49	87	51	85	54	81
Southern Asia	25	88	24	85	44	78
Central Asia**	55	76	56	77	58	79
Western Asia**	22	83	26	81	30	77
Oceania	47	88	46	86	48	76

Despite woman's rising economic activity rates, and men's declining rates over the past two decades the gender gap continue to remain wide. There is evidence of a widespread positive trend in many parts of the developing countries in terms of the women's rising economic activity rates [1]. However, such rising rates of female participation in paid labour were not accompanied by a qualitative improvement but deterioration in the economic position of women [9]. Women have increasingly entered the labour force with highly disadvantageous conditions. Declining of household incomes as real wages fall and increasing unemployment under adjustment lead to the increased participation of women in paid employment particularly in the informal sector. A summary of case studies done by the Commonwealth Secretariat [12] concludes that, female unemployment tends to rise (having started from a higher baseline than men's) under adjustment; women's involvement in informal sector work increases, with a deterioration in the position of woman working in this sector, there is an increase in women's unpaid family labour in agriculture. On the other hand women are the main beneficiaries of expansion of export processing employment where this occurs under adjustment.

A crucial but often neglected aspect of adjustment and stabilisation policies is the long-term impact on human capital investment. Under economic restructuring and conditions of recession, teenagers who would otherwise be in school, enter the labour market in significant numbers as "secondary workers". Baden [4] suggests that as more women enter the labour force, the reproductive burden is being transferred to older daughters with prejudice to their school attendance or performance. Declines in public investment in education under adjustment and stabilisation programmes also bring about the disincentive to the education of children; especially, a greater negative impact on girls education. This in turn reinforces woman's involvement in low productivity and low-paid work.

Studies of gender and adjustment do not necessarily regard the impact of adjustment on women as negative. However, some constraints of adjustment policies increasing their reproductive responsibilities, limiting their access to education, to credit and other inputs intensify the negative effects of adjustment on women's labour.

Formal Sector Employment

Under adjustment by the effects of demand restraint, the formal sector tends to be the first to get hit. Employment losses particularly in public sectors, and following trade liberalisation in previously protected industries and wage declines occurred first in formal sectors [4]. However, both the relevant importance of the formal sector in employment and the gender composition of employment in the formal sector vary considerably between countries. In Latin America the formal sector is a large source of employment and provides around two-thirds of non-agricultural employment [13]. Within the formal sector, the public sector is relatively less important representing around one-quarter of formal sector jobs. In many Latin American economies there was an expansion of employment in the services sector during the 1970s, which continued in the 1980s with women taking a major share of these jobs. There has been a major growth in export-oriented manufacturing employment particularly in the 1980s (e.g. Jamaica, Mexico) and women have been the beneficiaries of these new jobs [4]. In sub-Saharan Africa where women form a significantly lower proportion of wage earners than men, women are much more likely to be in public sector employment than in the private sector. In much of sub-Saharan Africa the public sector has suffered considerable losses in both employment and real wage levels, which have not been compensated by private sector growth. Although the generally higher representation of men in public sector suggest that the cut-backs have had a greater impact on men, the relative effects of the declining public sector employment are not clear. While, in absolute terms the loss of women's

employment in the public sector may not be as great as that of men, as Elson [14] argues, this has an overall effect on women's bargaining power in labour markets since the public sector employment is relatively free from discriminatory practices compared to the private sector. With the assumption that there is greater concentration of women in public than in private sector, public sector pay has fallen faster than private sector leading to a relative decline in women's wages.

In manufacturing industry women are under-represented worldwide including the developing regions. Women in manufacturing tend to be concentrated in unskilled occupations and specific industries such as garments and electronics. In Latin America and the Caribbean, 16 to 27 percent of economically active woman were employed in manufacturing in 1991, the proportion was even lower in sub-Saharan Africa at around 6 percent [13]. The implicit assumption of the supply side economic agenda is that, with the removal of protective tariffs, there will be a decline in import substitution industry with a high proportion of male employment, on the other hand export oriented industries will expand with a higher proportion of women. Thus, women will gain more from trade liberalisation and export expansion.

There is evidence that in some countries particularly Latin America, the Caribbean and Asia that there has been an expansion of female employment in export processing manufacturing industries. For example, in Mexico, employment in the export sector grew annually by 14.5 percent between 1980 and 1989 with a large but falling proportion of female labour [4]. The falling share of female labour in this sector may be explained by the shift in the skill requirements of export industries. Technological upgrading demonstrates that the gains of expansion of export-oriented industries on women's employment may not be permanent. Therefore it may be assumed that a growth in women's employment in manufacturing probably occurred under unfavourable conditions, such as increases in subcontracting, homeworking and other forms of unprotected informal employment.

Informal sector employment

The informal sector is an important source of work for women. In almost all studies of adjustment that stressed the significance of female labour supply in the restructuring, special attention has been given to the increasing involvement of women in the informal economy. Women tend to be concentrated in small-scale production, low productivity part of informal sector activities (which are more likely to be non-tradable) and thus are more vulnerable to falling incomes (due to

demand restraints) and crowding effects of adjustment programs.

The empirical measurement problems of the informal sector are further complicated when looking at women's participation in the sector where labour takes place within the home and in many cases is unpaid. Until recently there was no recommended statistical definition for informal sector. In 1993, with the improved understanding of women's economic activity, the International Conference of Labour Statisticians agreed on a definition of the informal sector. It defines informal own-account enterprises as enterprises in the household sector owned and operated by own-account workers, which may employ contributing family workers and employees on an occasional basis but do not employ employees on a continuous basis. Informal sector enterprises engage in the production of goods or services with the primary objective of generating employment and income to the persons concerned "and typically operate at a low level of organisation with little division between labour and capital as factors of production and on a small scale" [15].

Women are not generally more numerous than men in the informal sector employment and in some countries fewer women are in the informal labour force than men. However, a greater proportion of the female than male labour force are represented in the sector and makes up 40 per cent or more of the informal sector in several countries [5]. As in the formal sector of the economy, women and men have different participation rates and different activities in the informal sector. In all African countries except Egypt, more than one third of economically active women outside the agriculture sector work in the informal sector. Whereas with the exceptions of Egypt and Mali, more than 20 percent of economically active men are found in the informal sector. In other words economically active women are more likely than men to be in the informal sector in this region [5].

In Asian countries the participation percentage of women in the informal sector varies widely. In western Asian countries less than 10 per cent of economically active women are in the informal sector while in the rest of the region the share reaches 41 per cent in the Republic of Korea and 65 per cent in Indonesia. In some Asian countries, such as the Syrian Arab Republic and Turkey, higher proportions of men than women work in the informal sector. In none of the Latin American countries the informal sector represent a large share of the labour force. However, it is a source of work opportunities for about 15-20 per cent of both women and men, with the highest figures for women in Honduras (34 per cent) and for men in Jamaica (25 per cent) (Table.2).

Table.2: Production and Employment in the Informal Sector, Selected Country Studies

Country or area		Percentage of which is informal production				Percentage of labour force which is informal							
		Manu.	Trans.	Serv.	Total	Manu.		Trans.		Serv.		Total	
		W	M	W	M	W	M	W	M	W	M		
Africa													
Burundi	1990	35	8	18	25	60	31	0	13	21	17	32	21
Congo	1984	39	10	36	33	43	39	0	11	60	21	57	25
Egypt	1986	21	29	15	18	5	22	0	31	3	18	3	21
Gambia	1983	48	16	57	51	100	38	0	13	60	23	62	25
Mali	1990	45	45	37	40	35	63	0	50	33	39	34	45
Zambia	1986	41	7	48	39	81	31	0	8	71	31	72	29
Latin America and Caribbean													
Brazil	1990	12	23	23	18	5	14	2	24	24	23	21	19
Costa Rica	1984	14	9	16	15	13	14	0	11	7	22	8	19
Honduras	1990	26	17	28	26	52	15	0	19	29	26	34	21
Jamaica	1988	19	23	30	25	11	21	0	29	32	27	28	25
Mexico	1992	9	20	20	16	11	8	2	21	16	30	15	22
Uruguay	1985	16	10	16	16	20	15	0	12	14	19	15	17
Venezuela	1992	16	46	22	23	30	13	10	50	20	25	21	23
Asia and Pacific													
Indonesia	1985	38	44	56	49	57	28	20	44	68	47	65	41
Iraq	1987	15	33	7	12	13	15	0	34	4	7	5	11
Korea	1989	17	34	44	30	21	24	40	36	52	78	41	48
Malaysia	1986	13	20	23	19	22	9	5	22	26	21	24	17
Qatar	1986	1	3	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1
Syria	1991	21	38	22	24	18	21	0	39	4	91	7	61
Thailand	1990	10	40	18	16	14	8	14	43	30	11	24	12
Turkey	1985	11	42	21	22	9	12	6	44	6	23	7	21
Fiji	1986	14	21	12	13	20	15	0	25	9	13	10	15

Source: *The World's Women 1995, Trends and Statistics, United Nations, New York [5].*

Prepared by the Statistical Division of the United Nations Secretariat from information Compiled by Lourdes Ferran as consultant to the United Nations Secretariat.

The importance of the informal sector relative to overall production and to labour force varies in each country and there is a positive relationship between the importance of informal sector production and women's participation (Table.2). For example in Egypt where the percentage of the informal production is the lowest among the observed countries the participation of women is extremely low. Available data show that African informal activities have greater importance than in other regions representing between 18 and 51 percent of total production. Several Sub-Saharan countries show high levels of informal production and substantial contribution by woman workers. Except for Indonesia where the informal sector represents almost half of total production,

informal sector production is less important in the countries in Asia and in Latin America.

Agricultural Employment

In Sub-Saharan Africa agriculture constitutes the main source of livelihood for households especially for women. A high percentage of the female labour force, 75 per cent, is in agriculture in Sub-Saharan Africa and 55 per cent in Southern Asia [5]. Large proportions of women in agriculture in these countries are unpaid family workers working in self-employment and family business. Therefore although there are considerable regional variations much of the literature relating the adjustment and the agricultural sector from a gender perspective relates to sub-Saharan Africa (Table.3).

Table.3: Percentage distribution of the female and male labour force by industrial sector, 1994

	Female labour force			Male labour force		
	A	I	S	A	I	S
Developed regions						
Eastern Europe	17	35	48	20	45	35
Western Europe and Other Developed	7	20	73	7	43	50
Africa						
Northern Africa	25	29	46	27	33	40
Sub-Saharan Africa	75	5	20	61	15	23
Latin America and Caribbean						
Central America	7	19	74	41	23	36
South America	10	14	76	27	28	45
Caribbean	11	12	77	23	28	49
Asia and Pacific						
Eastern Asia	35	29	36	29	34	37
South-eastern Asia	42	16	42	47	19	34
Southern Asia	55	25	20	59	14	27
Central Asia	33	20	47	34	31	35
Western Asia	23	15	61	19	33	48
Oceania	21	13	66	27	29	44

A: Agriculture, I: Industry, S: Services

Source: *The World's Women 1995, Trends and Statistics, United Nations, New York [5].*

Prepared by the Statistical Division of the United Nations Secretariat from data provided by the International Labour Office, Bureau of Statistics, based on the 1986 ILO estimates and projections.

As mentioned above, the advocates of adjustment policies predict that, the overall impact of adjustment on agriculture in terms of output, prices and incomes are more positive than for other sectors. The adjustment

policies in agriculture increase agricultural output and incomes through the increasing incentives to cash crop production. This improved price incentive lead to increases in demand for labour in which women's labour is an important component. Much of women's agricultural work is in subsistence crops rather than cash crops. In developing countries most agricultural households consume mainly food produced within the family holding and the extent of production for the market varies widely. Therefore women are more likely to benefit from incentives under expanded commercial agriculture when they are able to market surplus produce from traditional food or cash crops. This may be partly as a result of favourable price changes, but also requires access to sufficient land, labour and markets, as well as prior investment in improving productivity [14].

In population surveys and censuses the participation of women in agriculture is largely underreported but some data show the extent of invisible work. According to the 1991 Indian Census, 73 per cent of rural women were not economically active [5]. But a survey by the Ministry of Planning in 1987/88 showed that of women engaged in housework and classified as not economically active, 60 per cent of rural and 15 per cent of urban women collected firewood, fodder or foodstuffs, maintained kitchen gardens or fruit trees, or raised poultry or cattle. Moreover, 52 per cent of rural women and 9 per cent of urban women prepared cow dung cakes for fuel, and 63 per cent of rural and 32 per cent of urban women collected water from outside the premises. All of these activities are considered as economic activities in ILO recommendations [5].

Global Feminization: Some Ambiguities

In the context of supply-side macro-economic policies of the 1980s, the empirical evidence suggests that exports promotion and trade liberalisation policies lead to the feminisation of the labour force. This relationship between export-oriented industrialisation and feminisation is particularly important in the economies specialising in commodities that require low skill and labour-intensive methods [1,3] argued that the global feminisation and flexibility of the work force are interlinked phenomena, which have been closely related to erosion of labour regulations. However, this interpretation and the global feminisation of employment thesis may be questioned by several points.

Despite the positive trend, the increase in the female labour force participation, there is still a substantial gap between men and women in their economic activity rates and inequalities in working conditions remain. Women have been most likely to suffer from the social costs of the changes in the world economy such as globalisation, increased international competition,

and the transition to market economies, changes in technology and structural adjustment [11]. By deteriorating the quality and conditions of work and reducing employment opportunities in the public sector, economic restructuring programmes have forced women to move into informal work activities such as home-based production, petty trading that are not covered by labour legislation. Performing more than 70 per cent of the unpaid work, woman continue to labour under gender segregation and still face inequalities in the labour market in terms of the level of education, vocational training, flexibility and accesses to productive resources [11]. Even the increase in women's labour force participation rate was only 3 per cent during the period from 1970 to 1990 and there have been growing numbers of women among the unemployed, underemployed and workers in precarious employment [16].

The failure of adjustment to generate significant employment creation in most countries means that unemployment rates, especially those of women, have persisted at high levels. In the developed regions officially reported unemployment rates among women for recent years are more than men, about 50 to 100 per cent greater, in about two thirds of countries [5]. As women's percentage of unemployment increased, women became even more overrepresented than before in precarious and informal employment. Unemployment is difficult to measure in the populations dependent on subsistence agriculture and due to the limitations in data for the poorer countries of sub-Saharan Africa and Asia. Female unemployment rates in sub-Saharan Africa and Latin America and the Caribbean have been higher than that of men's historically and this trend continues. In urban Africa unemployment rates doubled between 1975 and 1990 from around 10 per cent to 20 per cent (Table 4).

The crucial point, however is that even the workforce is feminised, it would still be wrong to see this as an irreversible and sustainable process. Moreover, the phenomenon of female-led and export-led growth has been geographically patchy as well as being highly volatile (This phrase is borrowed from Razavi [3]). Even in Asia and Latin America, export-oriented and female-intensive firms have been successful only in some countries, while complex political and economic factors have precluded their emergence in most parts of sub-Saharan Africa and the Middle East [3]. Women are disadvantaged in the processes of production which are capital-intensive and which rely on skilled labour. Based on this assumption there is also some evidence to suggest that technological and skill upgrading of export products, especially multi-skilling of flexible labour engaged in high-performance production, can lead to a process of defeminisation of manufacturing labour (Razavi, 1999).

Table 4: Unemployment Rate by Sex, 1991-92 (%)

	W	M		W	M
Developed regions			Latin America and Caribbean		
Australia	10.0	11.4	Argentina	7.7	6.6
Austria	6.2	5.7	Bahamas	12.5	11.0
Belgium	10.7	4.6	Barbados	25.7	20.4
Canada	10.4	12.0	Bolivia	7.8	6.9
Czechoslovakia	5.4	4.7	Brazil	3.4	3.8
Denmark	12.9	10.0	Chile	5.6	4.1
Finland	10.5	15.2	Costa Rica	5.4	3.5
France	12.8	8.1	Ecuador	8.5	4.1
Germany	7.1	5.2	El Salvador	7.2	8.4
Greece	12.9	4.8	French Guiana	17.6	11.7
Hungary	10.5	7.6	Guadeloupe	34.0	16.0
Iceland	3.6	2.6	Jamaica	23.1	9.3
Ireland	12.1	17.3	Mexico	3.1	2.5
Italy	16.8	7.5	Netherlands Antilles	20.9	13.1
Japan	2.2	2.1	Nicaragua	19.4	11.3
Latvia	1.2	0.9	Panama	21.2	10.0
Luxembourg	1.9	1.5	Paraguay	4.7	5.4
Malta	2.3	4.4	Peru	10.7	6.0
Netherlands	9.5	10.9	Puerto Rico	12.9	19.0
New Zealand	5.1	6.5	Trinidad and Tobago	23.4	15.7
Norway	14.9	11.8	Uruguay	11.6	7.2
Poland	5.0	3.4	Venezuela	9.4	9.6
Portugal	10.7	6.2			
Romania	25.6	14.3	Asia and Pacific		
Spain	25.6	14.3	China	1.1	0.8
Switzerland	3.4	2.8	Hong Kong	1.9	2.0
Sweden	3.8	5.7	Israel	13.9	9.2
United Kingdom	7.2	11.5	Korea, Rep. Of	2.1	2.6
United States	6.9	7.6	Macau	2.5	3.0
Yugoslavia (former)	19.3	11.7	Pakistan	16.8	4.5
			Phillippines	9.9	7.9
			Singapore	2.6	2.7
			Sri Lanka	21.0	10.6
			Syrian Arab Republic	14.0	5.2
			Thailand	2.4	2.1
			Turkey	7.2	8.1

Source: *The World's Women 1995, Trends and Statistics*, United Nations, New York [5].

Compiled by Carmen Mc Farlane as consultant to the Statistical Division of the United Nations Secretariat from International Labour Office, Year Book of Labour statistics and national reports. Data are generally from labour force or household sample surveys, or are official estimates. Exceptions are the United Kingdom whose data are from social insurance statistics; and Austria, Czechoslovakia, Denmark, Hungary, Iceland, Latvia, Luxembourg, Malta, Poland, Romania, Switzerland, the former Yugoslavia, French Guiana and Guadeloupe, whose data are derived from employment office statistics.

Table 5: Women's average wages in manufacturing as percentage of men's, 1970, 1980 and 1990

	1970	1980	1990
Developed regions			
Australia	57	79	82
Belgium	68	70	76
Czechoslovakia	..	68	68
Denmark	74	86	85
Finland	70	75	77
France	..	77	79
Germany (Federal Rep. Of)	70	73	73
Greece	68	68	76
Hungary	72
Ireland	56	69	69
Italy	..	83	..
Japan	..	44	41
Luxemburg	55	61	65
Netherlands	72	80	77
New Zealand	..	71	75
Norway	75	82	86
Portugal	72
Spain	72
Sweden	80	90	89
Switzerland	65	66	68
United Kingdom	58	69	68
United States	68
Africa			
Egypt	64	62	68
Kenya	..	62	74
Swaziland	..	55	54
Zambia	73
Latin America and Caribbean			
Costa Rica	..	70	74
El Salvador	82	81	94
Netherlands Antilles	..	79	66
Paraguay	..	79	66
Asia and the Pasific			
Cyprus	..	50	58
Guam	..	50	51
Hong Kong	..	78	69
Korea, republic of	..	45	50
Myanmar	84	86	97
Singapore	55
Sri Lanka	..	75	88

Considering the linkages between export-oriented manufacturing and gender discrimination in wages, in some cases the income distributive aspects of structural adjustment policies have been associated with falling wages and rising urban poverty. It has been also argued that these income distributive effects have in turn pushed women into both formal and informal sector employment

with women's wages barely making up some of the shortfall from declining male wages and social sector cut-backs. Women currently earn an average of between 50 and 96 per cent of men's pay, but there are significant variations between countries and regions. For example, women's earnings as a percentage of men's earnings in non-agricultural employment stand between 90 and 96 per cent in Australia and Turkey, but between 57 and 60 per cent in Cyprus and Korea. In none of the 37 countries with data does women's pay in manufacturing industries equal men's. Ratios closer to equality between women's and men's wages-higher than 80-are found in some of the Nordic countries, in Italy and Australia, and among some developing countries, including El Salvador, Myanmar and Sri Lanka (Table.5).

Several feminist writers have questioned the interpretation of a global feminisation thesis. First of all in many cases the growth of women's share of industrial employment reflects the faster growth of labour-intensive sectors in which women have always been employed, such as textiles, clothing and footwear, and the decline of jobs/sectors previously dominated by men, rather than the substitution of cheaper women for men [17]. Another critical observation about global feminisation made by Elson [17] is that male norms of full-time employment may not necessarily be the desirable norm to which all workers do and should aspire. "The global feminisation thesis confounds two distinct processes which, Elson argues, are not intrinsically interlinked: flexibility of production made possible by technological changes, and the erosion of workers' rights made possible by the unfettered mobility of capital and political decisions by states and employers to eschew responsibility for worker's well-being" [3].

III. RESTRUCTURING of THE TURKISH ECONOMY and THE CHANGE in THE STRUCTURE of EMPLOYMENT

In Turkey, as in other developing countries, the gender pattern of employment has changed considerably since the economic crisis of the 1970s. The 1980s witnessed a turning point in the Turkish economy and were marked by the reorientation of the Turkish economy from import-substitution industrialisation to export-oriented manufacturing. This industrial restructuring was achieved through a variety of structural adjustment policies that aim increasing integration into international markets. As in many developing countries the Turkish adoption of structural adjustment policies in the post-1980 period, has led to significant changes in the labour markets. At the same time, the gender composition of the labour force in Turkey has exhibited a systematic change through the restructuring process.

In Turkey like in many other developing countries, structural adjustment was accompanied by the deterioration of labour standards, informalisation of employment and other familiar aspects of these policies such as erosion of wages, job security and increasing unemployment [7,8,18,19]. As mentioned before, Standing [1] has argued that, in such employment conditions a feminisation of employment, through the relative and absolute growth in the use of women's labour and the substitution of women for men. Standing (1989) has further argued that this feminisation of employment is a global phenomenon and has resulted from structural adjustment with increase emphasis in flexibility. Indeed, studies of the female economic position during the course of export-led industrialisation indicate a growth in female industrial employment. In developing countries women's share of employment has been growing in the export-oriented manufacturing sector. Both through the changes in income distribution and through the shifts in outward orientation of the economy, structural adjustment policies led to a feminisation of the labour force in these countries [6]. This provides some support to the Standing's argument that export-oriented production leads to the feminisation of employment.

In Turkey, female share of employment in the manufacturing industries, especially in labour-intensive sectors has also increased following the structural adjustment. For example, the rate of the increase in women's employment was 76 per cent with only 11 per cent increase for men between 1980-1992 [18]. Nonetheless, the reorientation of the Turkish economy from import substitution to export-led industrialisation does not seem to point an economy-wide feminization of the labour force. Studies show that successful export-orientation of the Turkish economy was not accompanied by a feminisation of employment in large-scale manufacturing industries but with a possible increasing involvement of women in the informal economy through homeworking [7,8,18,20,21]. In the following sections, I will first present an overview on the shift in Turkish industrialisation strategies and its implications for the female employment. Then, the lack of feminisation of employment in the Turkish case of structural adjustment will be examined.

Industrialisation strategies and the gender composition of employment

Import-substituting industrialisation (ISI) policies are generally associated with the marginalisation of women from modern manufacturing employment. The rationality behind this argument is that the capital intensive nature of the technology used under ISI provide mostly skilled jobs undertaken by men and create only a small proportion of the new employment opportunities. The Latin American experience of ISI after World War II

supports this argument and shows a slow growth of women's manufacturing employment [7,22]. The other argument relating the changes in women's employment to the industrialisation process is the one that focuses on the export-led industrialisation (ELI). Studies focusing on the post 1960's ELI experiences especially in East Asian economies and also in Latin American countries conclude that ELI was accompanied by the feminisation of the labour force [1,3,6]. The pursuit of flexibility and lowering unit labour costs under ELI resulted in high and growing concentration of women in labour-intensive manufacturing industries. The position of women in the context of industrialisation strategies and gender composition employment was referred as the female marginalisation. "While the earlier studies emphasise the marginalisation of women by exclusion from capitalist development and industrialisation, this later vintage of studies emphasises women's marginalisation by inclusion and segregation into labour-intensive sectors with 'low wages' and 'low skills' [6].

Turkey's experience of import substitution industrialisation is quite familiar to what happened in other developing countries during the post-World War II period. As many Latin American countries, Turkey began to implement an economic program which was characterised by protectionism, planning and a considerable degree of state involvement. These import substitution policies led, especially in 1960s, to a rapid growth of manufacturing and thus to the formation of an industrial base [23]. The average annual rate of growth of manufacturing between the years of 1963 and 1977 was about 10.2 percent. On the other hand, the share of manufactured goods in exports has risen significantly, from an average of 20.6 percent in 1963-65 to 31.2 percent in 1978-80 [7]. Turkey, however, remained a closed economy due to the protectionist policies implemented during those two decades and the international trade amounted only to the 9.9 percent of GDP by the end of the era, in 1980 [7,23].

The rapid growth of the manufacturing, on the other hand, hasn't changed the structure of Turkish economy significantly. In spite of the considerable industrialisation, the manufacturing sector accounted for only 10.7 percent of the employment and 16.7 percent of the GDP in 1980 [7]. One important objective of the government during this period has been to increase investment in the public sector with the effect of increasing production in agriculture. The import-oriented growth strategies that influenced the Turkish economy until 1980 thus promoted heavily market-oriented agricultural production both through subsidies and the use of new technology [24]. Even though the growth of the manufacturing sector was considerable, agriculture remained as the major sector of the economy during the

ISI period with a share of 60.4 percent in total employment and 29 percent of GDP in 1980 [7,8].

Turkey has started a shift in its industrialisation policy from an import substitution industrialisation to a more export oriented program by the end of 1970s, more specifically in January 1980, with the adoption of a new stabilisation package. This shift basically followed the severe economic crisis that the country suffered since 1977. In an attempt to find a remedy for the rising national debt and foreign currency crisis, a structural adjustment and stabilisation program was introduced in 1980. This stabilisation program which has been implemented after the 1980 proposed devaluation of currency, liberalised trade by dismantling foreign exchange controls and quotas on imports, direct government support in the form of subsidies, tax rebates and credits to encourage exports and privatisation attempts. These policies have also been supported by income policy and the falling costs of labour. Following the military coup d'état in September 1980, the nature of the labour policy has also changed fundamentally [8,23]. The power of labour unions and labour standards were reduced and wages have fallen dramatically from an index of 100 in 1979 to 71 in 1982 and 68 in 1985 [18]. The fall in wages with export incentives and devaluation have made labour-intensive production, such as clothing industry, internationally competitive. This export-oriented growth based on low-cost production resulted in the restored growth rates of GDP with an average 4.8 per cent annual growth rate between 1980 and 1985 [23]. At the same time, Turkey became an outward-oriented economy with the 24 per cent share of exports in GDP in 1985 [7,23].

The data on labour-force statistics in Turkey show that the share of women in economically active population was around 35 per cent both during the ISI and ELI period. Their share, which fell from 43.11 per cent to 36.06 per cent between 1955 and 1980, showed another slight fall between 1980 and 1985 and became 35.44 per cent [8]. During the 1990s, female labour force participation rate accounted for between 35.1 per cent in 1989 and 29.7 per cent in 1999 [25]. Even though Turkey has experienced a considerable industrialisation between 1960 and 1985, an overwhelming proportion of the economically active women were in the agricultural sector. According to the 1985 population census, women were making up 53.8 per cent of the agricultural labour force, with 92 per cent working as unpaid family labour [24]. Based on the same census findings, 86.5 per cent of economically active women were in the agricultural sector with only a 4.4 per cent manufacturing share during the same period [7]. During the 1990s, more than 70 per cent of all women participating in the labour force were in the agricultural sector. According to the Household Labour Force Surveys [25], 72 per cent of economically active

women were in the agricultural sector making up 47.6 per cent of the agricultural labour force.

The same consistency of the female participation rate is observed in the manufacturing industry in the course of both ISI and ELI. Under the ISI period, the share of the female employment in manufacturing first grew from 16.26 per cent in 1960 to 22.51 per cent in 1970 and then declined to 15.36 per cent by 1980. Thus, the manufacturing data covering only large establishments also supports the argument of consistency of the female share in manufacturing which was around 18.5 per cent through both ISI and ELI periods [7]. The 1990s showed a similar relative constancy of the share of economically active women in manufacturing industry. During this period, the share of economically active women in manufacturing varied between 7.9 per cent in 1989 and 9.3 per cent in 1999 [25].

In manufacturing industry, with regard to the sexual segregation of employment, we observe that women tend to be heavily concentrated in certain branches of the manufacturing sector. This characteristic of female employment in Turkish manufacturing industry is mostly observable in the textile, clothing industry. For example, 51 per cent of economically active women were employed in the textile, clothing and leather industries and 18 per cent in the food, beverage, and tobacco industries in 1980 [26]. Therefore a particular attention should be drawn to the textile industry to examine the links between industrial restructuring and the changes in gender composition of employment. In the next section, I will attempt to scrutinize the textile industry, which has important consequences for the female employment in the light of the two recent studies.

The restructuring of the textile industry and female workers

The clothing industry in Turkey has experienced a considerable expansion in 1970s and textiles became the most important export products of Turkey [18,21]. The switch to export-led industrialisation policies with increasing integration into international markets has risen the degree of competition in the industry. Along with that, both direct government support and labour costs became extremely important for newly emerged institutions such as associations of small exporters, foreign trade companies and semi-public exporter associations [18]. The government also encouraged production for export by direct subsidies; in the first half of the 1980s direct subsidies to export sectors amounted 20 per cent of the total cost of production [18]. In this suitable environment, the clothing industry developed rapidly in the second half of the 1980s: clothing exports reached to approximately US\$6,100 million (28 per cent of total exports) in 1995 from 130 million (9 per cent of total exports) in 1980

[18]. Parallel to the expansion of production and exports, between 1985 and 1990 the registered employment in the clothing industry increased by 47 per cent and accounted 7 per cent of total manufacturing employment. According to the same official statistics, women's share in total employment in the sector is about 59 per cent, which supports the previous arguments above.

However, despite these positive trends, Ansal's [21] research on the impacts of industrial restructuring for women employment documents that restructuring in the textile industry led to the deterioration in the economic position of women in Turkey in 1980s. Based on a case study she conducted in large textile establishments in Istanbul and the information she gathered, she argued that women seem to be disadvantaged in the processes of production, which are capital-intensive and which rely on skilled labour. She attributed this deterioration in the economic position of women to the technological and skill upgrading of textile industry during the 1980s. Çağatay and Berik [7] and Çağatay [8] have put forward a similar argument about the feminisation of employment. They argued that women's labour force participation throughout the 1980's does not indicate an economy-wide feminisation.

A more recent study reported by Eraydın and Erendil [18] provides further arguments on this issue and conclude that women are no longer serve as a reserve labour as it was the case at the beginning of the restructuring process, but they have become active agents in the labour markets with increasing bargaining power. Eraydın and Erendil conducted a survey by randomly selecting 240 clothing firms and by interviewing 500 women working in this industry in 1996. The survey showed that wages in the industry are very low: 11 per cent of the paid workers and 75 per cent of the homeworkers earn less than the official minimum wage. According to the same survey in which four major groups are identified; paid workers, factory owners, homeworkers and family workers, homeworkers were found to be the most disadvantaged group being mostly migrant families. However the survey on the Istanbul clothing industry indicated that during the rapid expansion of the industry, women more than 80 per cent of whom came from families migrating to Istanbul from rural areas, have become an integral part of the labour market and can no longer be described as marginal in the labour market.

Informal Sector

Much of the literature on restructuring and adjustment argues that the feminisation of labour is almost synonymous with the downgrading of employment conditions and the increasing participation rates of women in precarious and informal employment [10,14]. The reason is that the intensified international competitiveness

led to the pursuit of flexibility in production, which in turn enhanced temporary, part-time and home-based employment where women are overrepresented. The Turkish experience of structural adjustment also showed that export-oriented growth and competitive conditions in the industrialisation process has been based on the low-cost production and flexibility in the structures of production. Both flexibility and cost-cutting international competitiveness were achieved in deregulated market conditions through the extensive use of temporary employment and high rates of labour turnover. Female employment has been used as a reserve army in this process and as a result much of the expansion in women's employment occurred in the informal sector [19]. Evidence from many developing countries show that export oriented growth and production coincides with the increasing involvement of women in the homeworking. Whether the same pattern was observed in Turkey during the restructuring remains an important question yet to be answered.

Women are vulnerable to invisibility and disguised employment conditions in which official statistics are inadequately recorded and most of the employment is disguised or hidden. Homeworking that involves unskilled, semi-skilled and usually migrant labour is one of those sectors in which women are vulnerable to disguised employment conditions. As Standing [1], noted women make up a majority of migrants in many developing countries and often gain entry to labour markets by only taking the most precarious jobs. One study in Istanbul clothing industry [18] also reveals the example of rural-to-urban migration and finds that during the initial phases of migration, women have entered into the labour market mainly through the informal sector.

Another study, Çınar's [19] research, on urban unskilled female labour force in Istanbul examines the informal labour market opportunities for women in Turkey. Using exploratory samples and data from three surveys conducted in Turkey, the study tries to find out whether international competition and cost efficiency led to a switching from factory or workshop production to out-sourcing production through use of homeworking or subcontracting to small informal enterprises. As noted earlier, the global pursuit of flexible low-cost labour has encouraged industrial enterprises to use more informal forms of labour (homeworking and subcontracting to small informal enterprises) that are not covered by minimum wage legislation and other job security regulations such as health insurance and retirement benefits. Thus the expectation relating to cost advantages leads us to expect that homework wages are substantially cheaper than formal sector wages.

The survey findings document that mostly married unskilled women take work at home due to the scarcity of

jobs open to them in the formal sector. The cost advantage by subcontracting and advantage of keeping the workforce flexible to match seasonal fluctuations in export demand lead employers to prefer unskilled migrant women in the informal sector. The hourly wages received by women doing homework have been calculated and compared with formal sector wages and were found to be close to minimum wages. The results from the subcontracting survey showed that there is no important difference between homework wages and formal sector wages. Based on the same survey conducted to quantify the number of homeworking migrant women in urban centers, the estimates show that 3.10 per cent of the total female population in Istanbul are taking work at home and at least one in four migrant women take homework in. Even though homeworking has become an important part of production involving female migrant labour, the production switching from factories or workshops to informal homeworking was not observed for the Turkish case.

The lack of feminisation of the labour force

Another way of evaluating the phenomenon of female labour in Turkey is to analyse the urban labour force separately. In contrast to high economic activity rates in rural areas, women have very low economic activity rates in the urban areas. Considering the urban labour markets, urban women's labour-force participation rates has increased throughout the adjustment period and reached its highest level 18.83 percent in 1989. During the 1990s, women in urban areas made up only 16-17 per cent of the labour force, while in rural areas they accounted for between 54 per cent in 1989 and 47 per cent in 1999 [25]. An important characteristic of the labour markets in Turkey is that women have higher unemployment rates than males in all educational background and have longer unemployment spells. During the 1980s women in the urban sector faced a very high unemployment rate compared to the low unemployment rates for women in rural sector [7]. Urban female unemployment, a striking characteristic of the urban labour markets in Turkey, indicates that unemployment is first of all and in itself an urban female phenomenon [8]. Moreover the participation rate of women in the urban economy is mostly affected by high unemployment rates of women who tend to be unemployed for a longer period than men. While Standing's [1] - feminisation argument predicted a relative and absolute growth in the use of women's labour with a fall in female unemployment rates, the Turkish urban sector does not support this position. The increase in urban women's labour-force participation in Turkey did not lead to the feminisation of employment as indicated in Standing's thesis but in a sense to the feminisation of unemployment [8].

During the 1980s, women in the urban sector experienced high unemployment rates that range from 23 per cent in 1982 to 33 percent in 1985. These figures, however, were much lower for men: 9 and 11.6 per cent respectively. In 1989 and 1990, the unemployment rates for women and men turned to be 26.5 per cent for women and 10.7 per cent for men. According to the Household Labour Force Survey Results [24] the urban unemployment rate for women has fallen gradually throughout the 1990s and became 16.4 per cent in 1999, while the comparable figure for men was 10.6 in 1999 (Table.6). Another feature of the Turkish urban employment is that the same situation holds for younger groups; women aged between 15 and 24 years experience a higher unemployment rate than the men of the same age group, 40 per cent and 21 per cent in 1990, respectively [27].

Table. 6: Non-Institutional Civilian Population by Period, Sex and Labour Force Status, 1989-1999

	Labour Force Participation Rate (%)				Unemployment Rate (%)			
	Urban		Rural		Urban		Rural	
	F	M	F	M	F	M	F	M
1989	17.2	71.1	54.4	79.9	26.3	10.7	4.3	6.1
1990	17.0	72.3	49.2	77.7	26.3	11.1	4.3	6.1
1991	13.8	70.0	52.2	80.5	20.9	10.5	2.0	5.4
1992	16.3	70.4	46.9	76	20.3	10.4	3.0	6.0
1993	16.7	67.7	46.5	75.1	19.4	9.7	1.9	6.0
1994	16.2	67.6	48.5	75.4	19.7	11.2	2.0	6.7
1995	15.5	66.6	48.4	75.9	16.4	9.4	2.3	5.8
1996	14.3	66.2	48.6	75.2	13.9	8.3	1.7	5.3
1997	16.1	64.4	45	75.5	14.6	8.0	2.1	3.8
1998	14.9	64.7	41.5	74.9	15.0	8.7	2.2	3.7
1999	15.8	64.3	47.6	73.7	16.4	10.6	2.1	4.3

In studying the gender composition of employment in Turkey, we should also consider the patriarchal relations that shape the female labour participation. The persistence of patriarchy and in particular the patriarchal family unit may constitute a significant customary constraint on women's mobility and employment [2]. Moghadam and Karshenas [1] define the patriarchal family as a kingship-based unit in which members have clearly-defined roles derived from age and gender, and within which women are economically dependent upon the males. Two recent studies one on women home-workers in urban Turkey [19] and the other on female labour in the Istanbul Clothing Industry [18], suggest that patriarchal relations still exist. Çınar observes that the permission of the male household head is important among women and the lack of this permission may be a significant obstacle in female labour force participation.

As noted earlier, the HLFS data underrecords the extent of female labour and much of the informal

activities, eg. home-working. The patriarchal relations constitute an important reason for the underestimation of the numbers of home workers who carry out their activity secretly. At the same time, for married unskilled women whom husbands do not allow them to work outside provides an available option for working.

Throughout the 1990s, female labour force participation rate in Turkey was around 30 per cent, even though this share showed a gradual fall from 36.06 per cent to 31.8 per cent between 1980 and 1999 [25]. This decline in the female participation rate reflects mainly the migration from rural to urban areas where women's labour force participation rates are much lower than the rural areas [8,19]. Therefore this trend in the women's labour force participation rates throughout the 1980s and 1990s does not seem to indicate an economy-wide feminisation. Moreover, the U-shaped pattern of women's labour force participation that is observed in industrialised economies does not seem to appear in Turkey [8].

Women's changing status across economic development can be studied in the histories of developed economies and through a cross section of the world economies. Using cross-country data, several studies found that across the process of economic development the women's share of the labour force is U-shaped [6,28]. When incomes are extremely low and when certain type of agriculture dominate women are in the labour force to a great extent. They are sometimes paid labourers but more often are unpaid workers on family farms and in household businesses. As income rise in most societies, often because of an expansion of the market or the introduction of a new technology, women's labour force participation rates fall. This decline in female labour force participation rates owes mainly to an income effect and to the reduction in the relative price of home-produced goods and the decrease in the demand for women's labour in agriculture. But as female education improves and the level of economic development increases, women move back into the paid labour force, as reflected in the move along the rising portion of the U-shaped curve [28]. The evidence, however, shows that the U-shaped pattern of the women's share of the labour force is not observed in Turkey's case. At the same time a process of feminisation of the labour force did not follow the structural adjustment policies [8].

IV. CONCLUSION

The investigation of the structural adjustment and the female employment in Turkey shows that the transition from ISI to ELI in Turkey has occurred without an economy-wide feminisation. Moreover, based on the dissimilarity index (DI) calculated by Çağatay and Berik

[7], there is no evidence of a decrease in the overall degree of gender segregation in the 1980s.

Although one type of economic activity –home-based production- seems to contribute to the growth of female urban manufacturing employment, the general trend towards feminisation of labour is not clearly evident, at least, in Turkey's case. This could consist merely of a false appearance. Firstly, the empirical evidence, which is available, seems to limit the extent of the research from the beginning. Limitations in data collection undercount woman's economic activities and their economic contribution. The available data fails to take into account especially the non-market, informal work which consists of work performed by women who are not directly included in the labour force (eg. working within the family structure and in family-run businesses, and of women working at home through subcontracting). This group could consist of a considerable part of the female labour depending on the structure of the national economy in question. The predominance of the agricultural sector could amplify the magnitude of the unrecorded female work force. Representing large proportions of the work force in agricultural smallholdings, in family farms or businesses, women tend to be inadequately recorded in statistics. Furthermore, the cultural and ideological differences could also play a major role in determining the gender composition of the labour force. A more patriarchal society for example may have an influence on female labour participation and may hamper it. Cultural emphasis on female education, religious approach to women's work, the average of marriage age etc. could also be considered as crucial factors. Moreover, the general socio-economic development level of the relevant country could affect the women's participation. Depending mainly on the socio-economic status of the family unit (and arguably of the developing country in question), the economic needs of the family might induce women to participate in the production process. The U-shaped pattern of women's labour force participation could be an empirical example of such findings. Finally, the overall age distribution of the population could have significant ramifications. Greater affluence and ease might decrease this participation, whereas poverty might impel both parents to work actively. In addition to these few elements mentioned, other factors could be mentioned to enlarge the scope of the research.

REFERENCES

- [1] STANDING, G., "Global Feminisation Through Flexible Labour", *World Development*, Vol.17, No: 7, 1989, pp.1077-1096.
- [2] KARSHENAS, M.; V.M., "Female Employment, Competitiveness and Structural Adjustment in the Middle East and North Africa", **Paper to be presented at the Middle East Economic Association (MEEA) Meeting, January 4-6 1997**, New Orleans, 1997.
- [3] RAZAVI, S., "Export-Oriented Employment, Poverty and Gender: Contested Accounts", *Development and Change*, Vol. 30, 1999, pp. 653-683.
- [4] BADEN, S., "The Impact of Recession on Women's Employment in OECD Countries", **Paper prepared for the Interdepartmental Project on Equality for Women in Employment**, ILO, Geneva, , 1993.
- [5] **The World's Women 1995, Trends and Statistics**, United Nations, New York, 1995.
- [6] ÇAĞATAY, N.; ÖZLER, Ş., "Feminization of the Labour Force: The Effects of Long-term Development and Structural Adjustment", *World Development*, Vol. 23, No: 11, pp.1883-1894.
- [7] ÇAĞATAY, N.; BERİK, G., "Transition to Export-led Growth in Turkey: Is there a Feminization of Employment?", *Capital and Class*, Vol.43, 1991, pp.153-177.
- [8] ÇAĞATAY, N., "Turkish Women and Structural Adjustment", in I. Bakker (ed.), **The Strategic Silence. Gender and Economic Policy**, Zed Books, London, 1994, pp.130-136.
- [9] ELSON, D., "From Survival Strategies to Transformation Strategies: Women's Needs and Structural Adjustment", in Benena, L. and S. Peldmen (eds.), **Unequal Burden, Economic Crises, Persistent Poverty and Women's Work**, Westview Press, Boulder, 1992.
- [10] DREW,E.; EMEREK, R., "Employment, Flexibility and Gender", in Eileen Drew, Ruth Emerek and Evelyn Mahon (eds.) **Women, Work And the Family in Europe**, Routledge, London, 1998, pp.89-99.
- [11] DATE-BAH, E., **Promoting Gender Equality at Work**, ILO Publications, Geneva, 1997.
- [12] "Woman and Structural Adjustment: Selected Case-Studies Commissioned for a Commonwealth Group of Experts", **Commonwealth Economic Papers**,No: 22, London, 1991.
- [13] **The World's Women 1990, Trends and Statistics**, United Nations, New York, 1991.
- [14] ELSON, D., "Gender and adjustment in the 1990s: An Update on evidence and strategies", **Background paper for the International Meeting on Economic Distress, Structural Adjustment and Woman**, Commonwealth secretariat, London, June 1991.
- [15] *From the resolution of the fifteenth International Conference of Labour Statisticians, January 1993*,

concerning statistics of employment in the informal sector, *System of National Accounts 1993*, pp. 111-112

- [16] **Human development report 1995**, UNDP, Oxford University Press, New York, 1995.
- [17] ELSON, D., "Appraising Recent Developments in the World Market for Nimble Fingers", in A. Chhachhi and R. Pittin (eds) **Confronting State, Capital and Patriarchy: Women Organizing in the Process of Industrialization**, Macmillan, in association with the Institute of Social Studies, Basingstoke, 1996, pp. 93-130.
- [18] ERAYDIN, A.; ERENDİL, A., "The Role of Female Labour in Industrial Restructuring: New Production Processes and Labour Market Relations in The Istanbul Clothing Industry", **Gender, Place and Culture**. Vol.6, No.3, 1999, pp.259-272.
- [19] KAZGAN, G., **Tanzimat'tan XXI. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi, Birinci Küreselleşmeden İkinci Küreselleşmeye**, Altın Kitaplar, İstanbul, 1999.
- [20] ÇINAR, M.E., "Unskilled Urban Migrant Women and Disguised Employment: Home-working Women in Istanbul, Turkey", **World Development**, Vol.22, No: 3, 1994, pp.369-380
- [21] ANSAL, H., "Ekonomik Yeniden Yapılanma Sürecinde Kadın Emegi", **Türk-İş/97 Yıllığı: 1990'Ların Değerlendirme Yazıları**, Türk-İş Araştırma Merkezi, Cilt 2, Ankara, 1997.
- [22] ACOSTA-BELEN, E.; BOSE, C. E., "Colonialism, Structural Subordination, and Empowerment. Women in the Development Process in Latin America and The Caribbean", in C.E. Bose and E. Acosta-Belén (eds.) **Women in the Latin American Development Process**, Temple Univ. Press, Philadelphia, 1995, pp.15-36.
- [23] BORATAV, K., **Türkiye İktisat Tarihi**, Gerçek Yayınevi, İstanbul, 1988.
- [24] MORVARIDI, B., "Gender Relations in Agriculture: Women in Turkey", **Economic Development and Cultural Change**, Vol.40, No.3, 1992, pp.567-586.
- [25] **SIS 1999 April Household Labour Force Survey Results**. State Institute of Statistics, Ankara.
- [26] ECEVİT, Y., "Shop Floor Control. The Ideological Constructing of Turkish Women Factory Workers", in N.Redclift and M.T. Sinclair (eds.), **Working Women: International Perspectives on Labour and Gender Ideology**, Routledge, London, 1991, pp.56-78.
- [27] **SIS 1989 April Household Labour Force Survey Results**, No: 1445, State Institute of Statistics, Ankara, 1991.

- [28] GOLDIN, C., "The U-Shaped Female Labor Force Function in Economics Development and Economic History", in T.P. SCHULTZ (ed.), **Investment in Women's Human Capital**, The University of Chicago Press, London, 1995, pp.61-90.



Beyza Ç. KARAHASANOĞLU TEKİN

İstanbul Bilgi Üniversitesi
İnönü Cad. No: 28
Kuştepe – İSTANBUL

Tel: +90 (212) 216 22 22 - 6284
bevyak@bilgi.edu.tr

Beyza Ç. KARAHASANOĞLU is currently enrolled as a Phd student in the Department of Political Studies and International Relations at Bogazici University. She has been working as a Research and Teaching Assistant at the Istanbul Bilgi University. Her primary research interests are gender and politics in the middle-east, political economy of gender differences, especially in developing countries.

İKİ AMAÇLI PORTFÖY SEÇİMİ PROBLEMİ

Erhan ÖZDEMİR¹, Gökhan TURAN²

¹*Istanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Doçent Dr.*

²*Istanbul Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Araştırma Görevlisi*

PORTFOLIO SELECTION PROBLEM WITH BICRITERIA

Abstract: In this paper, daily closing prices of stocks in İMKB-30 index is examined between periods of August3, 1998 and August 31, 2000. Afterwards a model with two objective functions is established. The primary purpose of this model is portfolio risk minimization and the secondary purpose is portfolio expected return maximization. Suppose the distribution of the portfolio returns are known to be normal with mean μ and variance σ^2 . In this case, we can design the linear expected return function $E(X)$ and the quadratic risk function $V(X)$. Therefore the investor has two conflicting functions. We can reformulated as a single compromise objective function by taking convex combination of these functions with a $\lambda(0 \leq \lambda \leq 1)$ parameter called a risk-aversion coefficient. Thus, we have a parametric quadratic programming problem. We can solve this problem for each calculating λ with two person-zero sums game matrix and we find some efficient portfolios on the efficiency frontier.

Keywords: Bicriteria Portfolio Selection, Convex Combination, Game Theory, Decision Matrix, Quadratic Programming

İKİ AMAÇLI PORTFÖY SEÇİMİ PROBLEMİ

Özet: Bu çalışmada, İMKB-30 endeksinde yer alan hisse senetlerinin 03.08.1998 ve 31.08.2000 tarihleri arasındaki günlük kapanış fiyatları dikkate alınarak iki amaçlı bir portföy seçimi problemi modeli oluşturulmuştur. Bu modeldeki birinci amaç portföy riskinin minimizasyonu, ikinci amaç portföy getirisinin maksimizasyonudur.

Hisse senetlerinin oluşturduğu portföylerin getirilerinin μ ortalamalı σ^2 varyanslı normal dağılıma sahip oldukları varsayılarak doğrusal $E(X)$ portföy getirisi amaç fonksiyonu ile kuadratik $V(X)$ portföy riski amaç fonksiyonu düzenlenmiştir. Bir yatırımcı için çatışan bu iki amaç fonksiyonunun, riskten kaçınma katsayısı adı verilen bir $\lambda(0 \leq \lambda \leq 1)$ parametresi ile konveks kombinezonu alınarak uzlaşık tek bir amaç fonksiyonu oluşturulmuştur. Böylece parametrik kuadratik programlama problemi modeli elde edilmiştir. İki kişili sıfır toplamli oyun matrisi ile seçilen her λ ağırlığı için model çözümlenerek etkin sınır üzerinde yeni bir portföy bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: İki Amaçlı Portföy Seçimi, Konveks Kombinezon, Oyun Teorisi, Karar Matrisi, Kuadratik Programlama

I. GİRİŞ

Markowitz'in 1952 yılında yazmış olduğu makalede, portföy seçimi problemi için önerdiği "Ortalama-Varyans" yöntemi bu alandaki araştırmalara hız katmış ve aynı zamanda da modern finans teorisinin gelişmesinde temel olmuştur [1]. Bu tarihten sonra çeşitli yazarlar tarafından ortalama-varyans modelinin geliştirilmesi ve çözümü ile ilgili birçok makale ve kitap yazılmıştır. Yine Markowitz'in 1959 yılında yayımlanan kitabı ile portföy seçimi problemi hem ayrıntılı olarak incelenmiş hem de yatırımların etkin çeşitlendirilmesi kavramı ile yeni bir araştırma ufkunun açılması sağlanmıştır [2].

Markowitz'in "Ortalama-Varyans" modelinin esası, yatırım getirisi olarak portföyün beklenen getirisinin, yatırım riski olarak da portföyün beklenen getirisi varyansının alınmasına dayanır. Bu nedenle Markowitz'e göre, istenilen bir getiri oranı karşılığında portföyün varyansının minimize edilmesi ile minimum yatırım riskine veya katlanılabilecek bir risk seviyesine

göre portföyün beklenen getirisinin maksimize edilmesi halinde maksimum yatırım getirisine ulaşılır. Bunu yapabilmek için de yatırım getirisi ve yatırım riski fonksiyonlarını içeren bir model menkul kıymet getirileri kullanılarak oluşturulur ve bu model kuadratik programlama ile çözümlenerek etkin sınır üzerindeki portföy bileşimleri elde edilir.

Genel olarak, $U(f_1(\bar{x}), f_2(\bar{x}))$ şeklinde iki amaçlı bir fayda fonksiyonu içeren modeller çeşitli yazarlar tarafından fonksiyonlara ağırlıklar verilerek tek amaçlı hale dönüştürülerek çözümlenmiştir [3,4]. Fayda fonksiyonu, birisi doğrusal getiri fonksiyonu diğeri de kuadratik portföy riski fonksiyonu gibi birbiri ile çatışan iki fonksiyondan oluştuğu zaman bu fonksiyonlar çeşitli yazarlar tarafından değişik şekillerde ağırlıklandırılarak tek bir uzlaşık amaç fonksiyonu elde edilmiştir [5,6 gibi]. Yine bazı yazarlar bu iki fonksiyonu riskten kaçınma katsayısı adını verdikleri ağırlıklı konveks kombinezon olarak birleştirmişlerdir. Riskten kaçınma katsayısının seçimi de literatürde çok farklı şekillerde yapılmaktadır.

Bazı araştırmacılar yatırımcıya bağlı olduğunu belirterek $[0,1]$ aralığında [7], bazıları da $(0,\infty)$ aralığında keyfi bir reel sayı olarak seçmişlerdir [1]. Portföy seçimi probleminin amaç fonksiyonunu **Getiri/Risk** şeklinde kesirli programlama problemi olarak tanımlayan araştırmacılar (Ziembra) ın modelleri Dinkelbach anlamında çözümlenirken kullanılan parametre riskten kaçınma katsayısı olarak tanımlanmıştır [8]. Bu modelin çözümü sonucunda optimal parametre yani optimal riskten kaçınma katsayısı bulunarak yatırımcıya önerilmiştir [9].

Bizim bu çalışmamızda ise, riskten kaçınma katsayısı, risk ve getiri fonksiyonları kullanılarak oluşturulan iki kişili-sıfır toplamlı oyun matrisinden elde edilmiştir [10]. Daha sonra bu katsayı ile getiri ve risk fonksiyonlarının konveks kombinezonu alınarak uzlaşık tek amaçlı model tertiplenmiştir.

II. MODEL

Hisse senedi getirilerinin Ortalama-Varyansın'a dayalı olarak bir portföy seçimi problemi modeli aşağıdaki gibi yazılabilir.

$$Z_{\min} = \lambda \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_i x_j \sigma_{ij} - (1-\lambda) \sum_{i=1}^n \mu_i x_i \quad (1)$$

Sınırlayıcı Koşullar;

$$\sum_{i=1}^n x_i = 1$$

$$x_i \geq 0, i = 1, 2, \dots, n$$

Burada λ ($0 \leq \lambda \leq 1$), olmak üzere yatırımcının riskten kaçınma katsayısıdır. λ ne kadar büyükse o kadar fazla riskten kaçınılır. Yani $\lambda = 1$ olduğunda yatırımcı riskten çok korkuyor ve getiriye fazla önemsemiyor demektir. Tersine $\lambda = 0$ olması risk ne kadar büyük olursa olsun ben katlanırım, yeter ki getiri fazla olsun şeklinde düşünen ve yatırımın riskini tamamen ihmal eden yatırımcıyı gösterir. $x_i \geq 0$ ile de borsada açığa satışın yapılmadığı varsayılmaktadır.

Portföyün beklenen getirisi,

$$E(X) = E_p = \sum_{i=1}^n \mu_i x_i \quad (2)$$

ile hesaplanır. Burada;

n : Hisse senedi sayısı

x_i : Portföye giren i . hisse senedinin oranı

μ_i : i . Hisse senedinin ortalama getirisi

$E(X) = E_p$: Portföyün beklenen değeridir.

Portföyün riski, portföyün getirisinin değişkenliği olarak tanımlanır. Riskin hesabında kullanılan temel ölçüler, ortalama sapma, varyans ve standart sapmadır. Genellikle portföy riski hesaplarken varyanstan faydalanılır. Ancak getiri ve risk arasındaki ilişkiyi geometrik olarak gösterirken varyansın karekökü olan standart sapmadan yararlanır. Yani etkin sınır eğrisi çizilirken eksenlerden biri getiri E_p , diğeri ise risk σ_p dir.

Portföyün riski,

$$V(X) = \sigma_p^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_i x_j \sigma_{ij} \quad (3)$$

ile ölçülür. Burada;

σ_p^2 : Portföyün varyansı (riski)

x_i : Portföye giren i . hisse senedinin oranı

x_j : Portföye giren j . hisse senedinin oranı

σ_{ij} : i . ve j . hisse senetlerinin getirileri arasındaki kovaryans

Bu açıklamalar ışığında kovaryans kavramını açıklamak yararlı olacaktır. Kovaryans birlikte hareket eden herhangi bir tesadüfi değişkenler grubunun eğilimini ölçer. İki tesadüfi değişken arasındaki kovaryans "*bu iki değişkenin ortalamalarından sapmalarının çarpımının beklenen değerinin bulunması ile elde edilen bir katsayıdır.*"

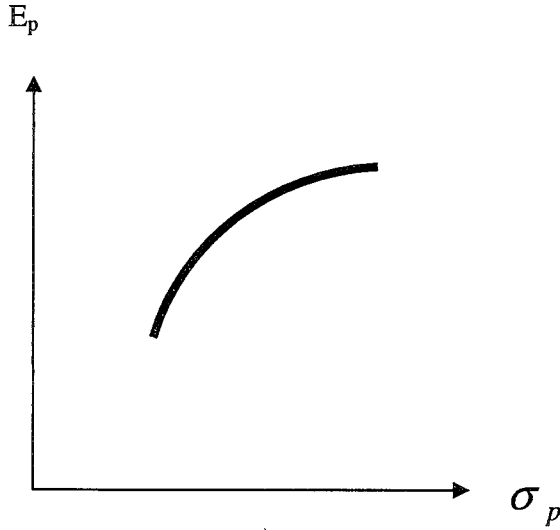
Genel olarak R_i ve R_j getirileri arasındaki kovaryans;

$$\sigma_{ij} = E\{[R_i - E(R_i)] [R_j - E(R_j)]\}$$

şeklinde hesaplanır.

Markowitz' in, "*bir yatırımcı gerçekleştireceği yatırımdan yüksek oranda getiri bekler ve riski ise istemez*" varsayımı üzerine kurduğu portföy seçimi modelinde, yatırımcı belli bir getiri için riski minimum kılan yada belirli bir risk seviyesinde maksimum getiriyi sağlayan portföyü seçmeyi ister. Çeşitli getiri düzeyleri için minimum riski, belirli risk düzeyleri için maksimum getiriyi sağlayan portföylerin oluşturduğu kümeye "etkin küme" denir. Etkin kümenin içinde yer alan bir portföy belli bir getiri düzeyi için aynı getirili diğer portföyler veya onların kombinasyonlarından daha az risklidir. Bu etkin kümenin geometrik yeri, mümkün portföyler

kümesinin sınırında olduğu için “etkin sınır” adını almaktadır.



Şekil.1: Etkin Sınır Eğrisi

III. UYGULAMA

Uygulamada, İMKB-30 endeksinde 31.08.2000 tarihi itibari ile yer alan ve Tablo.1’de gösterilen firmalara ait hisse senetlerinin 03.08.1998 ve 31.08.2000 tarihleri arasındaki günlük kapanış fiyatları kullanılmıştır.

Ele alınan periyot içinde hisse senetlerinin günlük getirileri, günlük getirilerin aritmetik ortalaması alınarak günlük ortalama getiri ve getirilerin (30x30) luk varyans-kovaryans matrisi sırasıyla (4), (5) ve (6) formülleri kullanılarak bulunmuştur. Varyans-kovaryans matrisinin pozitif definitliği test edilerek $V(X)$ kuadratik formunun minimuma sahip olduğu garantilenmiştir. Daha sonra portföy getirisi ve portföy riski fonksiyonları sırasıyla,

$$E(X) = \sum_{i=1}^{30} \mu_i x_i, \quad V(X) = \sum_{i=1}^{30} \sum_{j=1}^{30} x_i x_j \sigma_{ij}$$

formülleri kullanılarak bulunmuştur. (7) de verilen çok amaçlı doğrusal programlama problemi modeli yukarıdaki fonksiyonlara uygulanarak iki amaç fonksiyonlu ve eşitlik kısıtlı (8) modeli tertiplenmiştir. Bu modelin çözümü için ağırlıklı toplamlar yöntemi kullanılarak (1) modeli elde edilmiştir. Bu modeli oluşturan risk ve getiri fonksiyonlarının ağırlığı olan riskten kaçınma katsayısı λ , fonksiyon değerleri oyun matrisi kullanılarak bulunmuş ve Tablo.3’de gösterilmiştir. (1) modeli her bulunan λ için yeniden tertiplenmiş ve kuadratik programlama ile çözülerek etkin sınır üzerinde yeni bir portföy bulunmuştur (Tablo.4).

Tablo.1: Uygulama Kapsamındaki Hisse Senetleri

1. AKBANK
2. AKÇANSA
3. AKSİGORTA
4. ALARKO HOLDİNG
5. ALCATEL TELETAS
6. ARÇELİK
7. DOĞAN HOLDİNG
8. DOĞAN YAYIN HOLDİNG
9. EFES HOLDİNG
10. ENKA HOLDİNG
11. EREĞLİ DEMİR ÇELİK
12. FORD OTOSAN
13. GARANTİ BANKASI
14. HÜRRİYET GAZETECİLİK
15. İHLAS HOLDİNG
16. İŞ BANKASI C
17. KOÇ HOLDİNG
18. MEDYA HOLDİNG
19. MİGROS
20. NETAŞ TELEKOM
21. PETKİM
22. PETROL OFİSİ
23. SABANCI HOLDİNG
24. ŞİŞE CAM
25. TANSAS
26. TOFAŞ OTO FABRİKA
27. TRAKYA CAM
28. TÜPRAŞ
29. VESTEL
30. YAPI KREDİ BANKASI

Hisse senetlerine ait getiriler,

$$R_{i,t} = \frac{\bar{p}_i^{t+1} - \bar{p}_i^t}{\bar{p}_i^t} \quad (4)$$

formülü ile hesaplanmıştır. Burada;

$R_{i,t}$: i . hisse senedinin t . gündeki getirisi

\bar{p}_i^{t+1} : i . hisse senedinin $t+1$. gündeki ortalama fiyatı

\bar{p}_i^t : i . hisse senedinin t . gündeki ortalama fiyatıdır.

Her bir hisse senedi için ortalama getiri;

$$\mu_i = \frac{1}{m} \sum_{t=1}^m R_{i,t} \quad (5)$$

olmak üzere, i . ve j . hisse senetleri getirileri arasındaki kovaryans

$$\sigma_{i,j} = \frac{1}{m-1} \sum_{t=1}^m (R_{i,t} - \mu_i) (R_{j,t} - \mu_j) \quad (6)$$

olup, (30×30) boyutlu **pozitif definit** varyans-kovaryans matrisidir. Burada,

m : Yatırım periyodu (gün sayısı)

$t = 1, 2, \dots, m$ dir.

Aşağıdaki tabloda getirilerin varyans-kovaryans matrisinin, ana minörlerinin determinantlarının değerleri görülmektedir. Bütün ana minör determinantları ($\Delta_1, \Delta_2, \dots, \Delta_{30} > 0$) olduğu için, varyans-kovaryans matrisi **pozitif definit**dir. Bu nedenle amaç fonksiyonu konveks ve tek minimumludur.

Tablo.2: Varyans-Kovaryans Matrisinin Ana Minör Değerleri

$\Delta_1 = 0,001913638$	$\Delta_{16} = 1,49806E-49$
$\Delta_2 = 1,82895E-06$	$\Delta_{17} = 1,53141E-52$
$\Delta_3 = 1,63781E-09$	$\Delta_{18} = 1,7962E-55$
$\Delta_4 = 1,02558E-12$	$\Delta_{19} = 1,44665E-58$
$\Delta_5 = 7,26302E-16$	$\Delta_{20} = 1,29186E-61$
$\Delta_6 = 6,13793E-19$	$\Delta_{21} = 1,31142E-64$
$\Delta_7 = 8,15286E-22$	$\Delta_{22} = 2,17435E-67$
$\Delta_8 = 1,2918E-24$	$\Delta_{23} = 7,88437E-71$
$\Delta_9 = 7,86366E-28$	$\Delta_{24} = 8,39329E-74$
$\Delta_{10} = 5,36986E-31$	$\Delta_{25} = 8,79471E-77$
$\Delta_{11} = 7,48152E-34$	$\Delta_{26} = 1,03465E-79$
$\Delta_{12} = 6,579E-37$	$\Delta_{27} = 7,66196E-83$
$\Delta_{13} = 3,95243E-40$	$\Delta_{28} = 4,87361E-86$
$\Delta_{14} = 2,52733E-43$	$\Delta_{29} = 3,73112E-89$
$\Delta_{15} = 1,85582E-46$	$\Delta_{30} = 3,00652E-92$

Aşağıda genel formunu verdiğimiz çok amaçlı doğrusal programlama probleminin

$$\begin{aligned} \max \{ & f_1(x) = C^1 \bar{x} \} \\ \max \{ & f_2(x) = C^2 \bar{x} \} \\ & \vdots \\ \max \{ & f_k(x) = C^k \bar{x} \} \end{aligned} \quad (7)$$

$$S = \left\{ \bar{x} \mid \bar{x} \in R^n, A\bar{x} = b, x \geq 0, b \in R^m \right\}$$

çözümü için; Belenson-Kapur'un önerdiği ağırlıklı toplamlar yöntemi [10] ve bu yöntem Giresunlu-Özdemir tarafından karar matrisi ilave edilerek oluşturulan yeni algoritmanın [9] bu çalışmadaki problemin ilk iterasyonuna uygulanması aşağıda gösterilmiştir.

f_1 risk ve f_2 getiri fonksiyonlarını ifade etmek üzere f_1 fonksiyonu lineer bir fonksiyon iken, f_2 fonksiyonu non-lineer bir fonksiyon olup kuadratik bir form teşkil etmektedir.

Çalışmamızda,

$$\begin{aligned} \text{Min} \{ & f_1 = V(\bar{x}) \} \\ \text{Min} \{ & f_2 = -E(\bar{x}) \} \end{aligned} \quad (8)$$

$$S = \left\{ \bar{x} \mid \sum_{i=1}^{30} x_i = 1, x_i \geq 0 \right\}$$

modeli her iki fonksiyon için ayrı çözümlenerek ;

\bar{x}_1^* :Risk Fonksiyonun Çözüm Noktası

\bar{x}_2^* :Getiri Fonksiyonun Çözüm Noktası

olmak üzere

$$\bar{x}_1^* : \begin{pmatrix} 0;0.066;0.022;0;0;0.085;0;0.11;0;0;0.16;0;0;0; \\ 0.003;0.012;0;0.02;0.11;0;0;0.0457;0.037;0; \\ 0.15;0.12;0.054;0;0;0 \end{pmatrix}$$

$$\bar{x}_2^* : \begin{pmatrix} 0;0;0;0;0;0;0.183;0.170;0;0;0;0.162;0;0;0;0;0;0; \\ 0;0;0;0;0.484;0;0;0 \end{pmatrix}$$

çözüm noktalarını sırası ile bu fonksiyonlarda yerine koyularak (2×2) lik fonksiyon değerleri oyun matrisini oluşturulalım.

IV. OYUN MATRİSİ

$$G = \begin{array}{c|cc} & \bar{x}_1^* & \bar{x}_2^* \\ \hline f_1 & 0,014 & 0,044 \\ f_2 & -0,003 & -0,004 \end{array}$$

$K=1$ olmak üzere

$$G = \begin{array}{c|cc} & \bar{x}_1^* & \bar{x}_2^* \\ \hline f_1 & 1,014 & 1,044 \\ f_2 & 0,997 & 0,996 \end{array}$$

$z_{ij} = \frac{f_{ij}}{f_{ii}} \quad j=1,2,\dots,k$ şartına göre,

V. NORMALİZE EDİLMİŞ OYUN MATRİSİ

$$G_N = \begin{array}{c|cc} & \bar{x}_1^* & \bar{x}_2^* \\ \hline f_1 & 1 & 1,028 \\ f_2 & 1,001 & 1 \end{array}$$

halini alır. Normalize edilmiş matris lineer programlama problemi olarak çözülmüşür;

$z = 0,998$
 $x_1 = 0,044719$
 $x_2 = 0,95399$

değerleri bulunur.

$\lambda' = \left(\frac{x_1}{z}, \frac{x_2}{z} \right) = (\lambda'_1, \lambda'_2)$ olmak üzere

$\lambda' = (0,0447; 0,9553)$ dir.

$m_i = \frac{\lambda'_i}{f_{ii}}, M = \sum_{i=1}^k m_i$ ve $\lambda_i^* = \frac{m_i}{M} \quad i=1,2,\dots,k$ eşitliğinden

$m_1 = \frac{0,0447}{0,998} = 0,0448$

$m_2 = \frac{0,9553}{0,998} = 0,9564$

$M = 0,0448 + 0,9564 = 1,0012$

$\lambda_i^* = \frac{m_i}{M}$ olmak üzere;

$\lambda^* = \left(\frac{0,0448}{1,0012}, \frac{0,9564}{1,0012} \right) = (0,0447; 0,9553)$

Bu değerler birinci iterasyondaki λ^* değerleridir. (Bkz. Tablo.3.)

VI. KARAR MATRİSİ

$d_{ij} = \begin{cases} 1 - z_{ij}, & i \neq j \\ 0, & i = j \end{cases}$ yardımı ile normalize edilmiş

G_N matrisi, karar matrisine aktarılır.

$$D = \begin{array}{c|cc} & \bar{x}_1^* & \bar{x}_2^* \\ \hline f_1 & 0 & -0,028 \\ f_2 & -0,001 & 0 \end{array}$$

Buna göre;

$d_{ij}^* = \max_i \left\{ \max_j |1 - z_{ij}| \right\}$ eşitliğinden

faidalanarak bir sonraki aşamada x_2^* noktası çıkıp, yeni x_3^* noktası karar matrisinde yer alacaktır.

Bu iterasyonlar birbirinin aynı iki çözüm noktası bulunana kadar devam eder. Birbirinin aynı olan bu noktalar optimum çözüm değerini veren noktalar. Bizim çalışmamızda ise, sekizinci iterasyonda Tablo 4. de yer alan altıncı portföy (P6) ün getirisi ile aynı getiriye sahip ancak riski daha fazla olan bir portföy elde edilmiştir. Bu portföyün etkin sınır üzerinde yer almadığı tesbiti yapılarak iterasyonlara son verilmiş ve algoritma bu aşamadan sonra çalıştırılmamıştır.

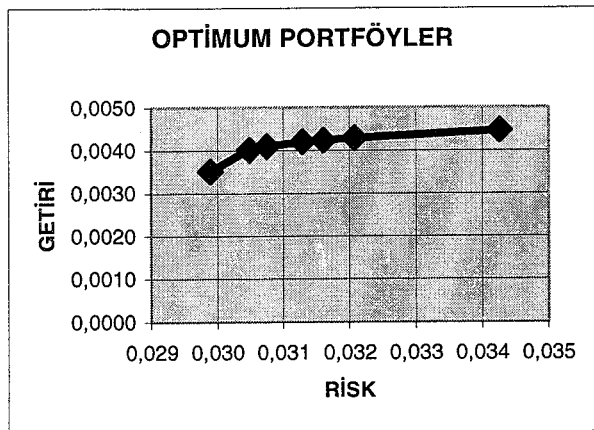
Tablo.3: λ^* Değerleri

İterasyon Sayısı	λ^*	$1 - \lambda^*$
1	0,9553121509	0,0446878491
2	0,8048263535	0,195173645
3	0,6200755693	0,3799244307
4	0,7006426373	0,2993573627
5	0,6579272884	0,3420727116
6	0,8607590633	0,1392409367
7	0,4326975231	0,5673024769

Aşağıdaki tabloda etkin sınırı oluşturan portföyler ve bu portföylerin oluşturduğu etkin sınır eğrisi Şekil.2' de gösterilmiştir..

Tablo.4: Etkin Sınır Üzerindeki Portföyler

HİSSE SENEDİ	PORTFÖYLER(%)						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
AKBNK	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
AKCNS	%1,59	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
AKGRT	%3,72	%4,26	%0,00	%0,32	%0,00	%4,62	%0,00
ALARK	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
ALCTL	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
ARCLK	%9,85	%10,52	%4,62	%8,61	%7,00	%10,35	%0,00
DO HOL	%0,00	%0,00	%8,80	%4,59	%6,52	%0,00	%18,30
DY HOL	%12,76	%15,93	%17,11	%16,92	%16,49	%15,01	%17,01
EFES	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
ENKA	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
EREGL	%16,70	%15,44	%9,98	%12,85	%11,55	%15,98	%0,00
FROTO	%0,00	%6,39	%13,18	%9,63	%11,47	%3,87	%16,25
GARAN	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
HURGZ	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
IHLAS	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
IS C	%4,29	%9,92	%5,29	%7,56	%6,57	%9,17	%0,00
KCHOL	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
MEDYA	%2,93	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%1,61	%0,00
MIGRS	%7,60	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
NETAS	%0,00	%3,71	%1,55	%2,81	%2,29	%4,63	%0,00
PETKM	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
PTOFS	%5,34	%5,38	%1,30	%3,53	%2,58	%5,90	%0,00
SAHOL	%2,65	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
SISE	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
TNSAS	%18,40	%28,45	%38,17	%33,18	%35,53	%25,26	%48,43
TOFAS	%8,20	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
TRKCM	%5,97	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%3,60	%0,00
TUPRS	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
VESTL	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
YKBNK	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00	%0,00
GETİRİ	%0,35	%0,41	%0,43	%0,42	%0,42	%0,40	%0,45
RİSK	%2,97	%3,07	%3,21	%3,13	%3,16	%3,05	%3,43



Şekil.2: Etkin Sınır Eğrisi

VII. SONUÇ

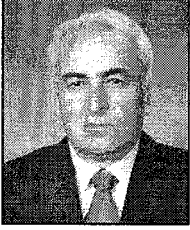
Tablo.3'de bulunan λ değerlerinin (1) modelinde yerine konulup çözülmesi sonucu elde edilen Tablo 4. deki portföylerin getiri ve riskleri de hesaplanarak son iki satırda verilmiştir. Bu değerlerin risk-getiri düzleminde noktalanması sonucunda Şekil 2. de görünen etkin sınır eğrisi bulunmuştur. Etkin sınır yatırımcıya optimal portföyler hakkında bilgi verir, ancak hangi etkin portföyün seçileceği yatırımcının riske karşı tutumuna göre belirlenir.

Genellikle, yatırımcılar riskten kaçınan ve riskli sevenler olarak ikiye ayrılır. Çalışmamızın sonucunda elde edilen Tablo.3' deki λ riskten kaçınma katsayılarına karşı gelen portföy riskleri incelendiğinde λ 'nın değeri 1'e yaklaştıkça risklerin küçüldüğü yani riskin daha fazla dağıldığı ve portföylerin daha çok çeşitlendiği görülmektedir. Bu durumda riskten kaçınan bir yatırımcı daha büyük bir λ riski seven yatırımcı ise daha küçük bir λ seçerek daha büyük riskli bir portföy elde eder. Tabii ki risk arttıkça getiride artacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] MARKOWITZ, H., "Portfolio Selection", *Journal of Finance*, 1952;7, ss.77-91.
- [2] MARKOWITZ, H., *Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments*, Wiley, New York, 1959.
- [3] GEOFFRION, A.M., "Solving Bicriterion Mathematical Programs", *Operations Research*, V.15, 1967, s.39.
- [4] ZELENY, M., *Linear Multiobjective Programming*, Springer, New York, 1974.
- [5] BALLESTERO, E.; ROMERO, C., "Portfolio Selection: A Compromise Programming Solution", *Journal of the Operational Research Society*, V.47, 1996, ss.1377-1386.
- [6] DEMOKAN, N.; LAND, A.H., "A Parametric Quadratic Program to Solve A Class of Bicriteria Decision Problems", *Journal of the Operational Research Society*, V.32, No: 6, 1981, ss.477-488.
- [7] YUSEN, X.; BOADING, L.; SHOUYANG, W.; K.K.L., "A Model For Portfolio Selection With Order Of Expected Returns", *Computers & Operations Research*, 27, 2000, ss.409-422.
- [8] DINKELBACH, W., "On Nonlinear Fractional Programming", *Management Science*, V.13, No: 7, 1967, ss.492-497.

- [9] GİRESUNLU, İ.M.; ÖZDEMİR, E., "A Proposal on Utilization of Game Theory to Find Weights for Multiple Objective Linear Programming Problems", *İstanbul Üniversitesi Fen Fakültesi Matematik Dergisi*, Sayı: 54, 1995, ss.1-8.
- [10] BELENSON, S.M.; KAPUR, K.C., "An Algorithm for Solving Multicriterion Linear Programming Problems With Examples", *Operational Research Quarterly*, V.24, No: 1, 1973, ss.65-77.



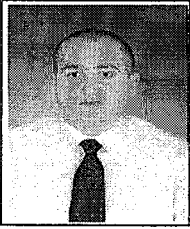
Erhan ÖZDEMİR

İstanbul Üniversitesi,
İşletme Fakültesi
34850 Avcılar – İSTANBUL

Tel: +90 (212) 473 70 70 - 18298

erhan@istanbul.edu.tr

Erhan ÖZDEMİR completed his Ph.D. at Istanbul University Business Administration Faculty. He is Associate Professor at Istanbul University Business Administration Faculty. His research areas are applied mathematics and portfolio optimization methods.



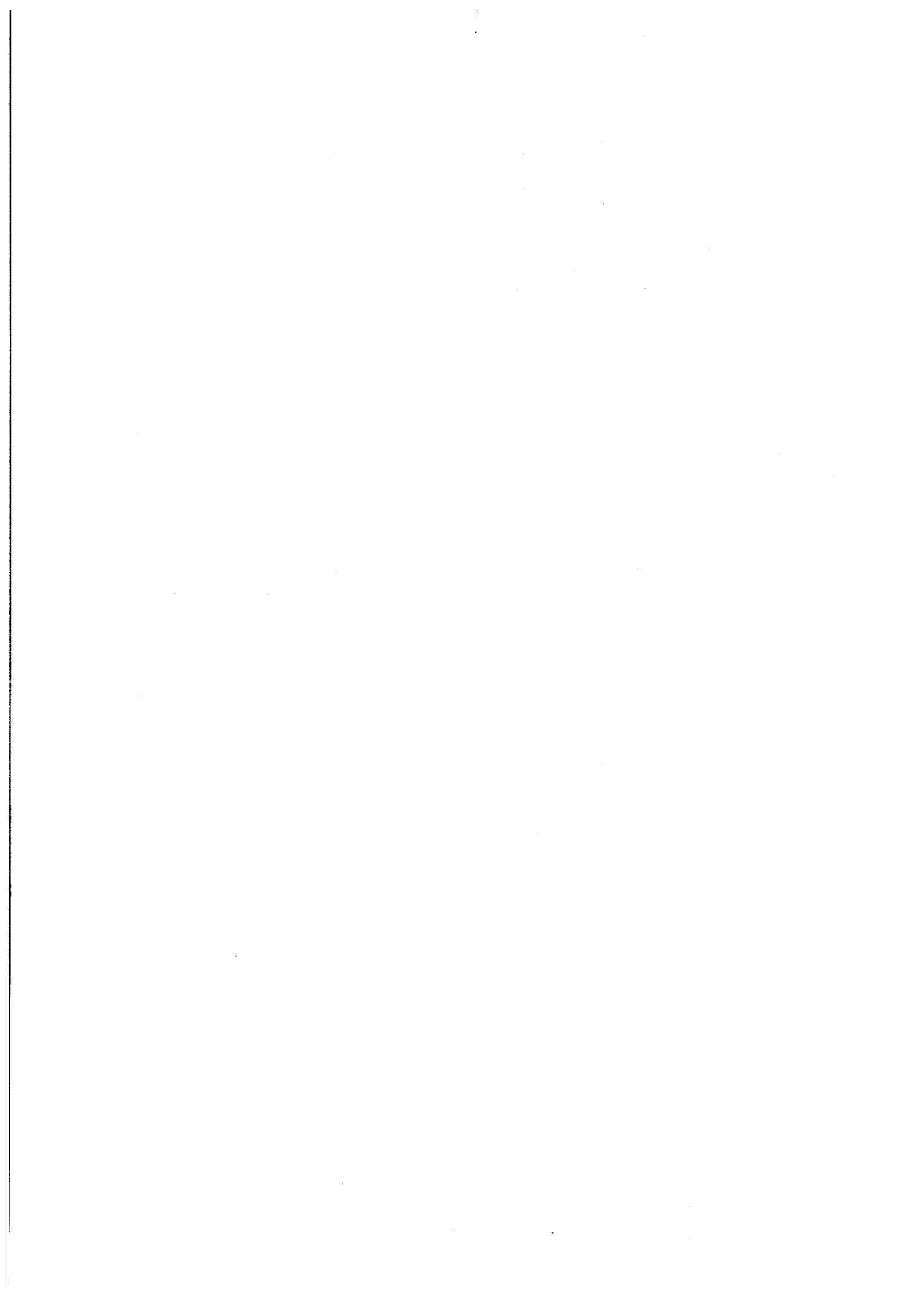
Gökhan TURAN

Gelincik Sok.
Şöhret Apt. No:1/9
Dikilitaş/BEŞİKTAŞ

Tel: +90 (212) 327 18 85

gturan1975@yahoo.com

Gökhan TURAN graduated in Forest Industrial Engineering Department, Faculty of Forestry, Karadeniz Technical University, 1996. He finished master program in Quantitative Methods Department of Business Administration Faculty in Istanbul University, 2002. He had worked as a research assistant in Istanbul University Vocational School of Technical Sciences between April 1999-November 2002. His research areas are multicriteria decision making, portfolio selection.



TRAFİK KAZASINA KARIŞAN SÜRÜCÜLERİ ÖNGÖREN DEĞİŞKENLERİN BELİRLENMESİ

İhsan YÜKSEL

Kırıkkale Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

DETERMINING THE VARIABLES FORECASTING DRIVERS INVOLVED IN TRAFFIC ACCIDENTS

Abstract: The main purpose of this research is to estimate by a discriminative analysis the drivers making and not making an accident, depending on the variables causing a traffic accident. At the beginning, 24 variables were taken for the discriminative model. At the end of stepwise action, it was established that the five variables included in the model envisioned correctly in 93.7% level the drivers making and not making an accident. In this developed model, the variables discriminating the drivers making and not making a traffic accident are: frequency of making a traffic accident, the date of the latest traffic accident involved, making changes in the way of driving after the traffic accident, state of satisfaction from activities made recently, daily period of driving.

Keywords: Traffic Accident, Discriminant Analysis

TRAFİK KAZASINA KARIŞAN SÜRÜCÜLERİ ÖNGÖREN DEĞİŞKENLERİN BELİRLENMESİ

Özet: Bu araştırmanın temel amacı, trafik kazasına neden olan değişkenlere bağlı olarak, kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini diskriminant analizi ile öngörmeye çalışmaktır. Diskriminant modeline başlangıçta trafik kazasına karışmada etkisi olduğu düşünülen 24 değişken alınmıştır. Stepwise işlemi sonucunda modele giren beş değişkenin kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini % 93.7 düzeyinde doğru öngördüğü belirlenmiştir. Araştırma sonucunda geliştirilen diskriminant analizi modeline göre, trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücülerini ayırt edici değişkenler; sürücülerin trafik kazası yapma sıklığı, karışılan en son trafik kazası tarihi, trafik kazasından sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma, son zamanlarda sürücülerin yapmış olduğu aktivitelerden zevk alma durumu ve sürücülerin günlük araç kullanım süresidir.

Anahtar Kelimeler: Trafik Kazası, Diskriminant Analizi

1. GİRİŞ

Ulaşım hizmeti insan gereksinimlerinin karşılanması ve dolayısıyla insan yaşamının sürekliliği ve kalitesi için oldukça önemli bir faaliyettir. İnsan kimi zaman ulaşım faaliyeti sürecinde bir işgören, kimi zaman ulaşım hizmetinden yararlanan bir müşteri ve kimi zamanda yaşama ya da çalışma koşulları bakımından doğrudan yer alabilen bir faktördür. Ancak çalışma ve yaşama gereksinimlerinin sağlanması için gereksinim duyulan ulaşım hizmetinin gerçekleşmesi sürecinde istenmedik ve beklenmedik durumlarla karşılaşabilmektedir. Mal ve can kaybı ya da yaralanmaları ile sonuçlanan trafik kazaları da bunlardan biridir.

Trafik; insan, araç ve yol faktörlerinden ve bu faktörler arasındaki etkileşimden oluşmaktadır [1]. Trafik akış ve düzenliliğinin sağlanması bu faktörlere bağlı bulunmaktadır. Faktörlerin trafikteki yetersizliğinden ve düzensizliğinden kaynaklanan trafik kazaları can ve mal kayıplarına neden olmaktadır. Literatürde trafik kazalarına yönelik çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Trafik kazalarına yönelik çalışmalarda; konu farklı boyutlarda incelenmiş olup; genelde, trafik kazalarının nedenleri, sonuçları ve önlenirliği üzerinde durulmuştur.

Trafik kazalarının nedenlerine farklı boyutlardan yaklaşıması olanaklı olmakla birlikte; trafik sürecinde yer alan faktörler açısından, bir diğer deyişle trafik kazalarının nedenleri; insan, araç ve çevre faktörleri açısından incelenebilir. Literatürde, trafik kazalarında insan faktörü sorumluluğunun; sürücü, yolcu ve yaya olarak ayrılandırıldığı görülmektedir. Yapılan araştırmalarda, dünyada olduğu gibi; ancak Türkiye’de daha fazla oranda olmak üzere oluşan trafik kazalarında sürücü kusurlarının ağırlıklı bir pay taşıdığı belirlenmiştir [2-4]. Türkiye’deki trafik kazalarına ilişkin istatistikler de bunu doğrulamaktadır. Nitekim Türkiye’de 2000 yılında meydana gelen trafik kazalarında; sürücülerin kusur oranı % 96.38, yayaların kusur oranı % 2.68, yolcuların kusur oranı % 0.15, araçların kusur oranı % 0.20 ve yola ilişkin kusur oranı ise % 0.59’dur [5]. Görüldüğü gibi Türkiye’de meydana gelen trafik kazalarında ölüm, yaralanma ya da maddi yitikle sonuçlanan kazaların % 96.38’inde sürücülerin sorumluluğu ve kusuru bulunmaktadır.

Emniyet Genel Müdürlüğü Trafik İstatistiği Yıllığı [6] verilerine göre 2000 yılında Türkiye’deki motorlu araç sayısı 9.554.868 iken aynı yıl meydana gelen trafik kaza sayısı ise 466.385’tir. Ancak bu istatistiklerin gerçeği tam yansıtmadığı bilinmektedir. Çünkü Emniyet Genel Müdürlüğü trafik kazası istatistiklerine geçen kazalar yalnızca polis görev bölgelerindeki kazaları içermektedir.

Jandarmanın sorumluluğunda meydana gelen kazalar ile kazalardan sonra hastanelerde yaşamını yitirenler bu istatistiklerde bulunmamaktadır [7]. Öte yandan uluslararası karşılaştırmada önemli bir ölçüt olan 100.000 araca düşen ölüm sayısı Türkiye'de 41 iken, bu A.B.D.'de 19, Almanya'da 15, Avusturya'da 19, Belçika'da 26, Finlandiya'da 16, Fransa'da 24, Hollanda'da 14, İngiltere'de 12, İsveç'te 13, İsviçre'de 13, Japonya'da 13'tür [6]. Görüldüğü gibi Türkiye'de oluşan trafik kazalarının ölümle sonuçlanma olasılığı da Avrupa Birliği ülkeleri ve gelişmiş ülkelere göre oldukça yüksektir.

Yukarıdaki verilerden anlaşıldığı gibi Türkiye'de var olan ulaşım hizmetinin yetersiz ve düzensiz bir şekilde gerçekleştiği görülmektedir. Bir diğer anlatımla Türkiye'de trafik sürecinde yer alan sürücü, yaya ve yolcuların yaşam güvenliği gelişmiş toplumlara göre oldukça düşüktür. Öte yandan, can güvensizliğinin yüksekliğine koşut maddi kayıplar da yüksek olmaktadır. Bütün bunlar trafik sorununun, özellikle trafik kazalarında kusuru ve sorumluluğu oldukça yüksek olan sürücülerin incelemesini önemli kılmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı da; sürücülerin kazaya karışmasında etken olan değişkenleri çok boyutlu istatistiksel yaklaşımla incelemeye çalışmaktır. Sürücülerin trafik kazasına karışmalarına neden olan değişkenlerin istatistiksel modellerle saptanması ve bu modellerin bir öngörü aracı olarak kullanılması, gerek sürüş performansı ve güvenliği, gerek sürücü ve diğer insanların can ve mal güvenliğinin sağlanmasında belirleyici olan faktörlerin saptanmasına olanak sağlayabilecektir.

Literatürde trafik kazalarının nedenleri ve sonuçlarının analizine yönelik çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda trafik kazaları sorununu farklı değişkenler ile ele almıştır. Ancak bu çalışmada yukarıda değinildiği gibi, trafik kazalarının nedenlerine sürücü faktörü açısından yaklaşmıştır.

Literatürde trafik sürecinde yer alan sürücünün sürüş performansı ve güvenliğinin çeşitli faktörlere bağlı olduğu görülmüştür. Sürücü davranışlarının analizine yönelik yapılmış olan bir çalışmada [8]; 20 yıldan fazla süre araç kullanan sürücülerin diğer gruplardaki sürücülere göre daha az kazaya karıştıkları ve en fazla trafik kazasına karışanların ise beş yıldan az sürücülük deneyimi olanlar bulunmuştur. Yine aynı çalışmada trafik kazasına karışmayan sürücülerin kişisel uyum düzeylerinin yüksek olduğu, trafik kazasına karışma sıklığının artmasıyla uyum düzeylerinin azaldığı saptanmıştır. Trafik kazalarına karışan sürücülerin kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik yapılmış olan bir diğer çalışmada [9]; kazaya karışan sürücülerin heyecanlı, daha az uyumlu, daha az sorumlu, sosyal olmayan kişilik özelliklerinde oldukları belirtilmiştir.

Literatürde yer alan araştırmalarda sürücülerin trafik kazasına karışmalarında demografik faktörlerin de

etkisinin bulunduğu ilişkin bulgular saptanmıştır. Ancak cinsiyet açısından kazaya karışan sürücüler incelendiğinde literatürde farklı bulgular görülmektedir. Literatürde [8,10] erkek sürücülerin kadın sürücülere oranla daha fazla kazaya karıştıkları ya da cinsiyet değişkeninin trafik kazasına karışmada önemli bir faktör olduğu yer alırken tersi bulgulara da rastlanılmıştır [11].

Trafik kazasına karışan sürücülerin ayırt edilmesinde; cinsiyet değişkenine benzer sonuçlar, eğitim açısından da görülmüştür. Literatürde bazı çalışmalarda [12,13] trafik kazasına karışma ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenirken; bazı araştırmalarda ise [11,14,15] eğitim düzeyi ile trafik kazasına karışma arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Yine trafik kazasına karışan sürücülere yönelik yapılan çalışmalarda medeni durumun da ayırt edici bir değişken olabileceği belirtilmiştir [14]. Evli olan sürücülerin evli olmayanlara göre daha az kazaya karıştıkları belirlenmiştir. Evli sürücülerin kazanın yaratacağı olumsuz sonuçları daha çok önemsedikleri saptanmıştır. Aynı zamanda evli sürücülerin trafik kurallarına daha çok uyma eğilimi gösterdikleri belirlenmiştir.

Yukarıda verilen literatür incelemesinde görüldüğü gibi, sürücülerin trafik kazasına karışmalarına neden olan çok sayıda değişken bulunmaktadır. Trafik kazasına neden olan, bir başka ifadeyle trafik kazasının oluşumunu etkileyen öğelerin tek değişkenli istatistiksel yöntemlerle incelenmesi durumunda, yapılacak açıklamanın durağan ve trafik kazalarının nedenlerini eşanlı açıklamada yetersiz kalabilecektir. Çünkü trafik kazasına karışan sürücü tek etken sonucu kazaya karışabileceği gibi, birden fazla etken ve bu etkenlerin etkileşim sonucu da trafik kazasına karışabilmektedir. Trafik sorunu bir bilinmeyenli bir sorun olmaktan çok, bir den fazla bilinmeyenli bulunduğu bir sorundur. Bu nedenle tek değişkenli bir modelde önemli ya da önemsiz görülebilecek bir değişken çok değişkenli bir modelde tersi bir durum ifade eden bir değişken olabilir. Çok boyutlu istatistiksel yöntemlerle, trafik kazasına neden olan ya da etkileyen tüm özellikler ve bu özellikler arasındaki ilişkiyi belirlemek olası iken, tek boyutlu yöntemlerde bu olanaksız olmaktadır.

Trafik kazasına karışan sürücülerin incelenmesine yönelik yapılan araştırmalar [8,9,13-17] incelendiğinde; trafik kazasına karışan sürücüler tanımlayan ya da kazaya karışan ve karışmayan sürücüler ayırt edici değişkenlerin birer birer ele alındığı görülmüştür. Bir diğer ifadeyle trafik kazasına karışan sürücülerin belirlenmesine ilişkin araştırmaların daha çok tek değişkenli tasarlandığı ve araştırma sonuçlarının da tek değişkenli analiz bulgularına dayandığı belirlenmiştir.

Trafik kazalarının sıklığı, nedenleri, sonuçları, şiddeti, bir diğer ifadeyle öldürücü olması ya da olmamasını çok boyutlu istatistiksel yaklaşımla inceleyen araştırmalar bulunmakla birlikte [18-24], çok boyutlu istatistiksel yöntemlerle kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini belirlemeye yönelik az sayıda çalışmaya rastlanılmıştır [11,25].

Sürücülerin trafik kazasına karışma, hızlı ve alkollü araç kullanma gibi davranışların stres oluşturucu değişkenlere bağlı olarak öngörülmesine ilişkin yapılan çalışmada [25]; stres oluşturucu değişkenler diskriminant modeline bağımsız değişken olarak alınmıştır. Çalışmada kazaya karışan sürücülerini öngören modele iki değişken girmiştir. Bu değişkenler zor yollarda tetikte olma ve diğer sürücülerin yanlış bir şey yapması olmuştur. Modele giren bu iki değişkenin kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini % 73 düzeyinde doğru sınıflandırdığı saptanmıştır. Öte yandan modelin kazaya karışan sürücülerini % 82'sini, kazaya karışmayan sürücülerini % 38'5'ini doğru öngördüğü saptanmıştır. Modelin bir bütün olarak doğru sınıflandırma olasılığı ve kazaya karışan sürücülerini öngörülmesi olasılığı iyi bir düzeyde iken kazaya karışan sürücülerini öngörme olasılığı düşük bulunmuştur.

Literatürde yer alan bir diğer çalışmada [11] ise, kazaya karışan sürücülerini öngörme amacıyla lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Modele; cinsiyet, sürücülük deneyimi, yaş, alkollü araç kullanımı gibi demografik değişkenlerle birlikte; sürücü davranışı envanteri, sürekli öfke ve öfke ifade tarzı ölçeği, sorumluluk atfı öykü puanları bağımsız değişken olarak alınmıştır. Araştırma sonucunda sürücü davranışı envanterine ilişkin; saldırgan sürücülük olarak tanımlanan sürücü davranışı envanteri faktörü ile sürücü stresi ve hatalar olarak isimlendirilen sürücü davranışı envanteri faktörü modele girmiştir. Modele giren değişkenlerin kazaya karışan sürücülerini doğru öngörme olasılığı % 48 olarak bulunmuştur. Modelin bir bütün olarak trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücülerini doğru sınıflandırma olasılığı ise % 66 bulunmuştur. Çalışmanın sonucunda geliştirilen modelin doğru sınıflandırma olasılığının düşük olduğu görülmektedir.

Bu iki çalışmada da görüldüğü gibi, geliştirilen çok boyutlu istatistiksel modellerle kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini öngörülmesi olanaklı olabilmektedir [11,25]. Geliştirilen bu iki modelin kazaya karışan sürücülerini öngörme olasılığı karşılaştırıldığında Yüksel'in [25] geliştirdiği modelin Tekinsav'ın [11] geliştirdiği modele göre kazaya karışan sürücülerini öngörmede daha iyi bir başarı sağladığı görülmektedir. Tekinsav'ın [11] modelinde kazaya karışan sürücülerini doğru öngörülmesi olasılığı % 48 iken Yüksel'in [25] geliştirmiş olduğu modelde % 82'dir. Ancak her iki modelin kazaya karışan ya da karışmayan sürücülerini öngörmedeki oranları farklılık göstermektedir. Bir diğer ifadeyle kazaya karışan sürücülerini öngörülmesi ile kazaya

karışmayan sürücülerini öngörülmesi olasılığı arasındaki fark büyük sayılabilecek düzeydedir.

Bu araştırmanın temel amacı ise sürücülerin trafik kazasına karışmasında ya da karışmamasında belirleyici olduğu düşünülen değişkenleri (Ek) doğrusal diskriminant analizi ile saptamaya çalışmaktır. Araştırmada yer alan değişkenler, literatürde trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücülerini ayırt etmeye yönelik yapılmış olan çalışmalarda [11,25] ele alınmamış olan değişkenler olmuştur. Bir diğer anlatımla literatürde geliştirilen modellere başlangıçta alınmayan değişkenlerle trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücülerini belirlemeye çalışılmıştır. Bu temel amaçla birlikte araştırmanın alt amaçları ise şunlardır:

1. Sürücü davranışlarının belirlenmesine neden olan değişkenlere bağlı olarak; trafik kazasına karışan ya da karışmayan sürücülerini diskriminant analizi ile öngörmeye çalışmak,

2. Diskriminant analizine başlangıçta alınan 32 bağımsız değişken sayısından daha az değişken sayısıyla trafik kazasına karışan ya da karışmayan sürücüler arasındaki farklılıkları açıklamaktır.

II. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın verileri Ankara'da kent içi öğrenci taşımacılığı alanında faaliyet gösteren özel bir şirkette çalışan 112 okul servisi sürücüsünden 63 servis sürücüsüne uygulanan anketlerle sağlanmıştır.

Sürücülerin trafik kazasına karışmalarına neden olan değişkenleri belirlemek için oluşturulan anketin maddeleri literatürdeki çalışmalardan alınmıştır [26,27]. Anket toplam 24 maddeden oluşmuştur. Bu maddeler sürücünün çalışma koşullarını, sürüş davranışını, sürüş güvenliğini, yaşadığı ekonomik ve sosyal koşulları, psikolojik ve sağlık durumunu içermektedir.

Trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücülerini ayırt edici değişkenleri belirlemek amacıyla doğrusal diskriminant analizi kullanılmıştır. Trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücülerini bağımlı değişken, sürücülerin trafik kazası yapma davranışı üzerinde etkisi olduğu düşünülen unsurlar ise bağımsız değişken olarak analize alınmıştır.

Diskriminant analizi, birimleri en az hata ile ait oldukları kitlelere ayırmak için yapılan işlemler topluluğu olarak tanımlanmaktadır. Diskriminant analizinin temeli, incelenen birimlerin kitlesinin belirlenmesini sağlayacak bir fonksiyonu bulmak ve bu fonksiyonlar yardımıyla yeni gözlenen bir birimi sınıflama hatası minimum kılacak biçimde gruplardan birine atama yapmaktır [28,29].

III. BULGULAR

Trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücüler arasındaki farklılığı belirlemek amacıyla başlangıçta diskriminant modeline 32 bağımsız değişken alınmıştır. Stepwise işlemi sonucunda modele .05 anlamlılık düzeyinde beş değişken girmiştir (Tablo.1).

Modele giren bu değişkenler DB07 (trafik kazası yapma sıklığı), DB05 (günlük araç kullanımı süresi-saat), DB08 (karışılan en son trafik kaza tarihi), DB10 (trafik kazasından sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma) ve DB18 (sürücünün son zamanlarda yapmış olduğu aktivitelerden zevk alma)'dir.

Modeldeki ayırıcı değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki göreceli etkisini gösteren standardize diskriminant fonksiyonu katsayılarına göre gruplar arasında en fazla ayırıcı etkide bulunan değişkenlerin önem sırası DB07 (trafik kazası yapma sıklığı), DB08 (karışılan en son trafik kaza tarihi), DB10 (trafik kazasından sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma), DB18 (sürücünün son zamanlarda yapmış olduğu aktivitelerden zevk alma), DB05 (günlük araç kullanımı süresi-saat) biçimindedir.

Tablo.1:Yapı Matrisi ve Fisher'in Doğrusal Diskriminant Fonksiyonu

Ayırıcı Değişken	Wilks' Lambda	Önemlilik	Yapı Matrisi	Unstandartize Kanonik Diskriminant Fonksiyon	Standardize Kanonik Diskriminant Fonksiyon	Fonksiyon 1 Kaza Yapan	Fonksiyon 2 Kaza Yapmayan
DB07	.627	.01	.510	.558	.829	1.332	-.285
DB05	.450	.02	.379	.131	.380	.969	.589
DB08	.898	.01	.390	.188	.642	.456	-.008
DB10	.953	.01	.255	.953	.442	3.405	.640
DB18	.943	.02	-.178	-.901	-.390	2.217	4.831
Sabit				-2.321		-8.775	-4.515

Yapı matrisine göre, diskriminant fonksiyonu ile DB07 (trafik kazası yapma sıklığı) arasındaki korelasyon .510, DB05 (günlük araç kullanımı süresi-saat) arasındaki korelasyon .379, DB08 (karışılan en son trafik kaza tarihi) arasındaki korelasyon .390, DB10 (trafik kazasından sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma) arasındaki korelasyon .255 ve DB18 (sürücünün son zamanlarda yapmış olduğu aktivitelerden zevk alma) arasındaki korelasyon -.178'dir.

Modelin Wilks' Lambda değeri .413, Ki-kare değeri 51.782 (S.D.=5) olup, model istatistiksel açıdan .001 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Modelin kanonik korelasyon değerinin .766 olduğu saptanmıştır. Unstandardized kanonik diskriminant fonksiyon grup ortalamaları ise kazaya karışmayan sürücüler için -2.302, kazaya karışan sürücüler için .599 bulunmuştur.

Fisher'in doğrusal diskriminant fonksiyonunda yer alan değişkenlerin katsayıları (Tablo.1) incelendiğinde kazaya karışan sürücülere (Fonksiyon 1) ilişkin katsayılar ile kazaya karışmayan sürücülere ilişkin (Fonksiyon 2) katsayıların farklı olduğu görülmektedir. Kazaya karışan sürücülerin trafik kazası yapma sıklığı, günlük araç kullanım süresi, trafik kazasını yapmış olduğu yıl, trafik kazasından sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma değişkenlerinin katsayıları kaza yapmayanlara göre yüksek bulunmuştur. Fonksiyon katsayıları incelendiğinde; sürücülerin yapmış oldukları aktivitelerden zevk alma değişkeninin katsayısının kazaya karışanlara göre kazaya karışmayan sürücülerin katsayısı daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Tablo.2'de görüldüğü gibi diskriminant analizi bulgularına göre gerçek grup üyeliğinde yer alan, 13 kazaya karışmayan sürücünün tamamı (%100), kazaya karışmayan 50 sürücünün 46'sının (% 92) doğru sınıflandırılmış olduğu saptanmıştır. Modelin bir bütün olarak trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücülerini doğru sınıflandırma olasılığı % 93.7 bulunmuştur.

Tablo.2: Sınıflandırma Matrisi

Gerçek Grup Üyeliği	Tahmin Edilen Grup Üyeliği		Toplam
	Kazaya Karışmayan	Kazaya Karışan	
Kazaya Karışmayan	13 (%100)	0 (%00)	13
Kazaya Karışan	4 (% 8)	46 (%92)	50

Doğru sınıflandırma olasılığı % 93.7

Diskriminant analizi sonucunda trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücülerini en iyi öngören değişkenlerin; trafik kazası yapma sıklığı, günlük araç kullanım süresi, karışılan en son kaza tarihi, kazadan sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma ve yapmış olduğu aktivitelerden zevk alma olup bu değişkenlerin kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini % 93.7 düzeyinde ayırt edici değişkenler olduğu saptanmıştır. Modelde görüldüğü

gibi beş değişkenle, trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücüleri % 93.7 düzeyinde doğru öngörmek olasıdır.

IV. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücüleri ayırt edici değişkenler ve ayırt edici değişkenlere bağlı olarak trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücüler diskriminant analiziyle öngörülmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda istatistiksel açıdan anlamlı bulunup, trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücüleri öngören diskriminant modeline giren değişkenler; kaza yapma sıklığı, günlük araç kullanım süresi, karışılan en son trafik kaza tarihi, kazadan sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma ve sürücülerin yapmış oldukları aktivitelerden zevk alma durumudur. Bu değişkenlerin sürücülerin trafik kazasına karışma ya da karışmamasında belirleyici olduğu saptanmıştır.

İstatistiksel açıdan anlamlı bulunup modele giren değişkenlerin trafik literatürü açısından da anlamlı birer değişken olduğu görülmüştür. Modele giren değişkenler incelendiğinde bu anlamlılık anlaşılabilir. Nitekim trafik kazasına karışan sürücüleri ayırt etmede önemli bir değişken olarak modele giren trafik kazası yapma sıklığı trafik kazalarının açıklanmasında önemli bir değişkendir. Trafik kazası yapma sıklığı fazla olan sürücülerin, bir diğer anlatımla trafik kazasına sık karışan sürücülerin daha az trafik kazasına karışanlara göre daha fazla trafik kazasına karışabileceklerini göstermektedir. Trafik kazalarına karışmada trafik kazası yapma sıklığının bir erken uyarı ya da öngörü değişkeni olabileceği anlaşılmıştır. Trafik kazası sıklığı fazla olan sürücülerin trafik kazasına karışma olasılıklarının diğer sürücülere göre daha fazla olabileceği görülmektedir.

Araştırmada trafik kazasına karışma ya da karışmama belirleyici olan bir diğer değişken günlük araç kullanım süresi bulunmuştur. Trafik kazasına karışmada sürücünün günlük araç kullanım süresinin önemli bir değişken olduğunu göstermektedir. Trafik literatüründe [30] yorgunluğun sürüş performansında ve sürücülerin trafik kazasına karışmada önemli bir faktör olduğu ve bu faktör üzerinde, bir diğer anlatımla yorgunluğun ortaya çıkmasında araç kullanım süresinin belirleyici olduğu ifade edilmektedir. Bu nedenle sürücülerin günlük çalışma sürelerinin, sürüş performans ve güvenliğini bozmayacak bir çalışma süresi ile araç kullanımı sağlanmalıdır.

Kazaya karışan ve karışmayan sürücüleri öngören modelde yer alan üçüncü değişken karışılan en son trafik kaza tarihi olmuştur. Fisher'in doğrusal diskriminant fonksiyonu katsayılarında görüldüğü gibi trafik kazasına karışan sürücülerin katsayıları daha yüksektir. Bu bulgu

trafik kazasına karışmada kazadan sonra geçirilen sürenin önemli olduğunu göstermektedir. Bir diğer anlatımla sürücüler trafik kazasına karışmada, bir süre geçtikten sonra tekrar trafik kazasına karışabileceklerini göstermektedir. Bu davranış biçimi karışılan trafik kazası ve sonuçlarının unutulmuş olduğunu ifade ettiği söylenebilir.

Araştırma modelinde yer alan dördüncü değişken kazadan sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma olmuştur. Sürüş biçiminde değişme; örneğin hızlı, tehlikeli, alkollü araç kullanma gibi davranış değişmelerin trafik kazasına karışan sürücülerde görülebileceğini belirtmektedir. Sürücüler geçirilen trafik kazasından sonra daha dikkatli ve özenli bir sürüş biçimi ile trafik sürecinde bulunmaktadırlar.

Trafik sürecinde kazaya karışan ve karışmayan sürücülerin ayırt edilmesinde istatistiksel açıdan anlamlı bulunan bir diğer değişken sürücülerin yapmış oldukları aktivitelerden zevk alma durumudur. Sürücülerin yapmış olduğu aktivitelerden zevk alma ya da almama durumunun trafik kazasına karışmada belirleyici olduğu görülmüştür. Bu değişken sürücülerin psikolojik durumlarının ve psikolojik durumlarını belirlemede etkili olan faktör ve koşulların trafik kazasına karışma ya da karışmama önemli olduğunu ifade ettiğini göstermektedir.

Trafik kazasına karışan ve karışmayan sürücüleri öngören modele giren değişkenlerin sürücülerin trafik kazasına karışma ya da karışmama üzerindeki göreceli etkisi ise sırasıyla; trafik kazası yapma sıklığı, karışılan en son trafik kaza tarihi, trafik kazasından sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma, sürücünün son zamanlarda yapmış olduğu aktivitelerden zevk alma durumu, günlük araç kullanım süresidir.

Analiz sonucunda Fisher'in doğrusal diskriminant fonksiyonuna göre, kazaya karışan sürücülerin; trafik kazası yapma sıklığı, günlük araç kullanım süresi, karışılan en son trafik kaza tarihi, trafik kazasından sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma katsayıları kazaya karışmayan sürücülere göre yüksektir. Bu farklılık şöyle açıklanabilir: Trafik kazası yapma sıklığı ve günlük araç kullanım süresinin trafik kazasına karışan sürücülerde daha fazla olması ve kazaya karışan sürücülerin kazaya karışmış oldukları tarihlerin karışmayan sürücülere göre daha önce olması iki grup arasında değişkenlerin katsayılarında görülen bu farklılığa neden olabilir. Kazaya karışmayan sürücülerin ise yapmış oldukları aktivitelerden zevk alma durumuna ilişkin değişkeninin katsayısı kazaya karışan sürücülere göre yüksek bulunmuştur. Bu farklılık ise kazaya karışan sürücülerin kazaya karışmayan sürücüler göre yapılan aktivitelerden daha az zevk aldığını göstermektedir.

Diskriminant analizi modeline göre, kazaya karışmayan sürücülerin tamamı, kazaya karışan

sürücülerin % 92'si doğru tahmin edilmiştir. Diskriminant modelinin kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini doğru sınıflandırma olasılığı ise % 93.7 bulunmuştur. Bir diğer deyişle, diskriminant analizi sonucunda kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini en iyi öngören değişkenler; trafik kazası yapma sıklığı, günlük araç kullanım süresi, trafik kazasının en son kaç yıl önce yapıldığı, kazadan sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma, yapılan aktivitelerden zevk alma durumu olup bu değişkenlerin kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini % 93.7 düzeyinde ayırt edici değişkenler olduğu saptanmıştır. Bu çalışmada geliştirilen diskriminant modelinin; trafik kazasına karışan ya da karışmayan sürücülerini doğru sınıflandırma olasılığı literatürde yer alan modellere göre daha yüksek bulunmuştur. Nitekim bu çalışmada geliştirilen modelin kazaya karışan ve karışmayan sürücülerini ayırt etme olasılığı % 93.7 iken; Yüksel'in [25] çalışmasında % 73, Tekinsav'ın [11] çalışmasında % 66 bulunmuştur.

Bu çalışmanın örnekleminde ifade edildiği gibi araştırmanın verileri Ankara'da bir şirkette çalışan sürücülere uygulanan anketlerle sağlanmıştır. Bu nedenle araştırmanın sonuçları inceleme kapsamındaki işyerindeki sürücüler ile sınırlı olup, araştırmanın sonuçlarının genelleştirilmesine olanak bulunmamaktadır. Araştırmanın bundan sonra yapılacak çalışmalara gerek konu gerek kullanılan yöntem olarak ışık olabileceğini belirtmekle birlikte; araştırmanın sonuçlarının genelleştirilmesine yönelik saptamaların, ancak bu konuda daha geniş bir örneklem ve farklı sürücü gruplarına yönelik yapılacak araştırmalarla olası görülebilir. Ayrıca, bundan sonra yapılacak çalışmalarda lojistik regresyon analizinin kullanılması önerilebilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] ÖZDİRİM, M., **Trafik Mühendisliği**, K.G.M., Ankara, 1994..
- [2] ERDOĞAN, İ.; TEKARSLAN, E., "*Türkiye'de İstanbul Özel Oto Sürücüsünün Bir Profili*", **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, 10, 1981, ss.145-164.
- [3] İÇMELİ, C., "*Trafik Kazalarında Şoförlerin Davranışlarını Etkileyen Psiko-Sosyal Faktörler*", **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 7, 1995, ss.113-128.
- [4] TANSEL, A., "*Türkiyede Trafik Kazalarının Bölgesel Dağılımı*", **ODTÜ Gelişme Dergisi**, 20, 1983, ss.189-206.
- [5] www.egm.gov.tr/daireler/trafik hizmetleri/11.02.2002
- [6] EMNİYET GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (E.G.M.), **Trafik İstatistik Yıllığı**, Ankara, 2000.
- [7] SÜMER, N.; ÖZKAN, T. "*Sürücü Davranışları, Becerileri, Bazı Kişilik Özellikleri ve Psikolojik Belirtilerin Trafik Kazalarındaki Rollerini*", **Türk Psikoloji Dergisi**, 17, 2002, ss.1-22.
- [8] KALYONCUOĞLU, Ş.F., **Türkiye'de Trafik Güvenliğinde Etken Sürücü Davranışlarının Analizi, Yayınlanmamış Doktora Tezi**, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 1999.
- [9] McGUIRE, F.L., "*Personality Factors in Highway Accidents*", **Human Factors**, 18, 1976, ss.433-442.
- [10] FRENCH, D.J.; WEST, R.J.; ELANDER, J.; WILDING, M., "*Decision-Making Style, Driving Style, Self-reported Involvement in Road Traffic Accidents*", **Ergonomics**, 36, 1993, ss.627-644.
- [11] TEKİNSAV, G.S., **Sürücü Davranışının İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 2000.
- [12] LOURENS, P.F.; VISSERS, J.A.M.; JESSURUN, M., "*Annual Milage, Driving Violations, and Accidents Involvement in Relation to Drivers' Sex, Age, and Level of Education*", **Accident Analysis & Prevention**, 31, 1999, ss.593-597.
- [13] DENİZ, B., **EGO Otobüs Sürücülerinin Çalışma Koşullarının Ergonomik Yönden İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1997.
- [14] ÖZDEMİR, C., **Aydın İlinde Trafik Kazası Yapan Sürücülerin Sosyolojik Yönden Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 1995.
- [15] AKSAY, B., **Ankara Şehirlerarası Terminal İşletmesinde Bulunan Acentalara Bağlı Otobüs Sürücülerinin Karışıklıkları Trafik Kazaları Konusunda Tutum ve Düşüncelerinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1998.
- [16] LEWIN, İ. "*Driver Training: A Perceptual -Motor Skill Approach*", **Ergonomics**, 25, 1982, ss.917-924.
- [17] TÜZÜNER, D., **Trafik Kazalarında Sürücülerin Rolü ve Karayoluyla Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığındaki Önemi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 1993.
- [18] GREIBE, P., "*Accident Prediction Models For Urban Roads*", **Accident Analysis & Prevention**, 35, 2003, ss.273-285.
- [19] AL-GHAMDI, A.S., "*Using Logistics Regression to Estimate the Influence of Accident Factors on Accident Severity*", **Accident Analysis & Prevention**, 34, 2002, ss.729-741.
- [20] PAGE, Y., "*A Statistical Model to Compare Road Mortality in OECD Countries*", **Accident Analysis & Prevention**, 33, 2001, ss.371-385.

- [21] JONES, A.P.; JERGENSEN, S.H., "The Use of Multilevel Models for the Prediction of Road Accident Outcomes", *Accident Analysis&Prevention*, 35, 2003, ss.59-69.
- [22] HIJAR, M.; CARRILLO, C.; FLORES, M.; ANAYA, R.; LOPEZ, V., "Risk Factors in Highway Traffic Accidents: A Case Control Study", *Accident Analysis & Prevention*, 32, 2000, ss.703-709.
- [23] McKNIGHT, A.J.; McKNIGHT, A.S., "Multivariate Analysis of Age -Related Driver Ability and Performance Deficits", *Accident Analysis & Prevention*, 31, 1999, ss.445-454.
- [24] ABDEL-ATY, M.; ABDELWAHAB, H., "Exploring the Relationship Between Alcohol and The Driver Characteristics in Motor Vehicle Accidents", *Accident Analysis & Prevention*, 32, 2000, ss.473-482.
- [25] YÜKSEL, İ., "Sürücü Davranışlarının Stres Oluşturucu Değişkenlere Bağlı Olarak Öngörülmesi", *Erciyes Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (Yayında).
- [26] GULIAN, E.; MATTHEWS, G.; GLENDON, A.I.; DAVIES, D.R.; DEBNEY, L.M., "Dimensions of Driver Stress", *Ergonomics*, 32, 1989, ss.585-602.
- [27] HARTLEY, L.R.; EL HASSANI, J., "Stress, Violations and Accidents", *Applied Ergonomics*, 25, 1994, ss.221-230.
- [28] ÖZDAMAR, K., *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*, Kaan Kitabevi, Eskişehir, 1999.
- [29] TATLIDİL, H., *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*, Akademi, Ankara, 1996.
- [30] SABANCI, A., *Ergonomi*, Baki Kitabevi, Adana, 1999.

EK

- DB01- Sürücünün yaşı
- DB02- Haftalık dinlenme süresi (Gün)
- DB03- Günde ortalama uyumu süresi (Saat)
- DB04- Araç kullanma süresi (Yıl)
- DB05- Günlük araç kullanım süresi (Saat)
- DB06- Haftalık ortalama araç kullanımı (Km.)
- DB07- Sürücülük esnasında trafik kazası yapma sıklığı
- DB08- En son trafik kazasına karışma tarihi (Yıl)
- DB09- En son yapılmış olan trafik kazasında sorumluluğun olması
- DB10- Kazadan sonra sürüş biçiminde değişiklik yapma
- DB11- Hızlı araç kullanmaktan suçlu bulunma
- DB12- Tehlikeli araç kullanmaktan suçlu bulunma
- DB13- Alkollü araç kullanmaktan suçlu bulunma
- DB14- Araç kullanırken radyo v.b. dinleme
- DB15- Araç kullanırken yorgun olduğunu duyumsadığında dinlenme
- DB16- Sürekli olarak kendini gerilimli duyumsama
- DB17- Son zamanlarda sorunlarla başa çıkamayacağını duyumsama
- DB18- Yapılan aktivitelerden zevk alma durumu
- DB19- Mutsuzluk ya da üzüntü duyumsama
- DB20- Kendine olan güvenini yitirme
- DB21- Kendini değersiz bir kişi olarak düşünme
- DB22- İşsiz kalma kaygısı yaşama
- DB23- Önemli parasal sorun yaşama
- DB24- Zaman zaman herhangi bir hastalıktan yakınmanın olması

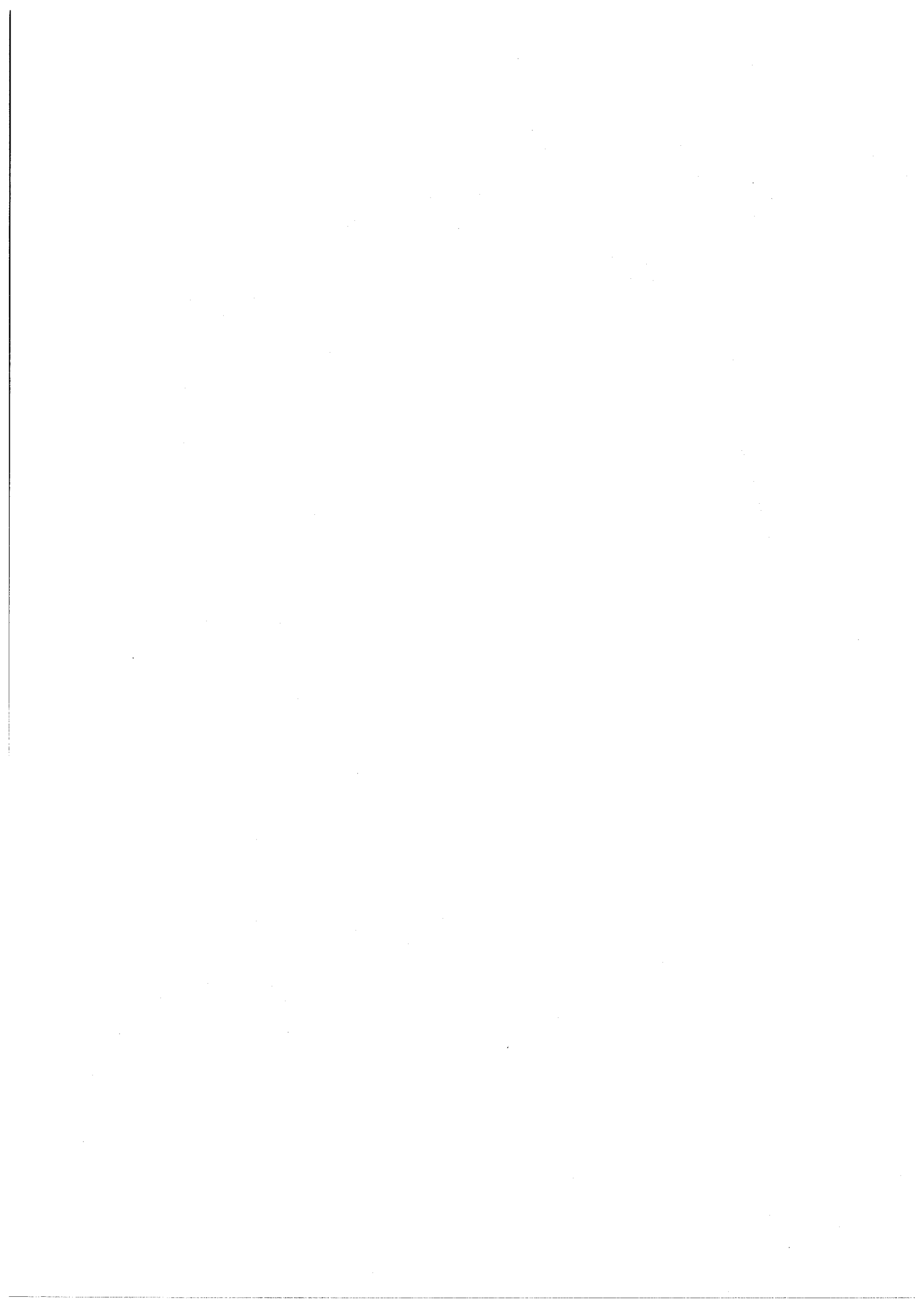


İhsan YÜKSEL

Kırıkkale Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
İşletme Bölümü
KIRIKKALE

Tel: +90 (312) 322 88 16
yuksel194@yahoo.com

İhsan YUKSEL received his master and Ph.D. degrees from Gazi University. He is Assistant Professor in Business Administration at Kırıkkale University. His research areas are job difficulty, job satisfaction, organizational commitment, job stress, driver stress, and driver behaviors.



HİYERARŞİK LOGARİTMİK DOĞRUSAL MODELLER ARASINDAN EN UYGUN MODELİN SEÇİMİ

Ayşe OĞUZLAR

Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F., Ekonometri Bölümü, Yardımcı Doçent Dr.

THE SELECTION OF THE BEST MODEL OUT OF HIERARCHICAL LOG LINEAR MODELS

Abstract: Contingency tables or cross tables are the oldest and most widely used tools by social scientist. The reason of widely usage of contingency tables are to be simplicity and necessity of non parametric assumptions. Contingency tables are named according to number of variables such as 2 way, 3 way or multi way. Chi-square test which is used for analysis of 2 way contingency tables are not sufficient for analysis of 3 way or multi way tables. Most widely used method for 3 way or multi way tables is the hierarchical log linear models. In this study DİE 2002 III. term household manpower survey was used. The 3, 3 way contingency tables which were created from DİE survey. For this 3, 3 way contingency tables, all hierarchical log linear models were created. Then for these 3 tables, the best model selection phase was explained and interpreted.

Keywords: Contingency Tables, Hierarchical Log Linear Models.

HİYERARŞİK LOGARİTMİK DOĞRUSAL MODELLER ARASINDAN EN UYGUN MODELİN SEÇİMİ

Özet: Kontenjans tabloları veya çapraz tablolar sosyal bilimcilerin kullandıkları en eski ve en çok kullanılan araçlardır. Kontenjans tablolarının yaygın kullanıma nedenleri, basit oluşları ve zayıf parametrik varsayımlar gerektirmeleridir. Kontenjans tabloları içerdikleri değişken sayısına bağlı olarak 2 yönlü, 3 yönlü veya çok yönlü olarak isimlendirilirler. İki yönlü kontenjans tablolarının analizinde kullanılan ki-kare testleri, 3 yönlü veya çok yönlü tabloların analizinde yetersiz kalmaktadırlar. Üç yönlü veya çok yönlü tablolar için en çok kullanılan yöntem hiyerarşik logaritmik doğrusal modellerdir. Bu çalışmada, DİE 2002 3. döneminde yapılan hanehalkı işgücü anketi kullanılmıştır. DİE' nin yaptığı bu alan araştırmasından 3 tane 3 yönlü kontenjans tablosu oluşturulmuştur. Bu 3 tane 3 yönlü kontenjans tablosu için, tüm hiyerarşik logaritmik doğrusal modeller oluşturulmuştur. Ardından bu 3 tablo için en iyi modelin seçimi aşaması açıklanmış ve yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kontenjans Tabloları, Hiyerarşik Logaritmik Doğrusal Modeller.

I. GİRİŞ

Kontenjans tabloları veya çapraz tablolar, sosyal bilimcilerin sıkça kullandıkları eski araçlardan biridir. Kontenjans tablolarının sık kullanılıma gerekçesi basitliği ve parametrik olmayan veya zayıf parametrik varsayımları gerektirmeleridir [1]. İki değişken için oluşturulan iki yönlü tabloların analizinde kullanılan ki-kare testi, üç veya daha fazla değişkeni içeren sırasıyla üç yönlü veya çok yönlü çapraz tabloların analizinde yetersiz kalmaktadır. Üç değişkeni veya üçten fazla değişkeni aynı anda içeren üç yönlü veya çok yönlü tabloların analizinde kullanılabilir yaklaşım, logaritmik doğrusal modellerin kullanımınıdır. Çalışmamızda öncelikle logaritmik doğrusal modeller hakkında genel bilgi verilmeye çalışılacaktır. Ardından üç yönlü tabloların analizi için logaritmik doğrusal modeller açıklanarak çok yönlü tablolar için kısaca bilgi verilecek ve en iyi modelin seçimi konusuna açıklık getirilmeye çalışılacaktır. Uygulama bölümünde ise DİE 2002 yılı 3. dönemi için yapılan hanehalkı işgücü anketi verilerinden hareketle oluşturulmuş üç yönlü üç tablo logaritmik doğrusal modellerle analiz edilmeye çalışılacaktır.

II. HİYERARŞİK LOGARİTMİK DOĞRUSAL MODELLER

Yapılan çalışmalarda kullanılan verilerin ölçüm düzeyleri, kullanılacak analizi belirlemektedir. Düşük ölçüm düzeyleri olarak tanımlanan sınıflayıcı (nominal) ve sıralayıcı (ordinal) ölçek düzeyleri ile yapılan çalışmalarda, diğer bir deyişle kategorik değişkenlerle çalışıldığı durumlarda logaritmik doğrusal modeller kullanılabilir. Logaritmik doğrusal modellerle iki veya daha çok sayıda değişkenin birbirine bağımlı olup olmadığını ve aralarındaki etkileşimleri test etmek, değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisi kurmaksızın mümkün olabilmektedir. Diğer bir deyişle logaritmik doğrusal modeller değişkenler arasındaki birlikteliği göstermektedirler. Eğer değişkenlerden biri bağımlı değişken olarak atfedilebiliyorsa ve diğer değişkenlerde bu değişkeni açıklamak için bağımsız değişken olarak ele alınabiliyorsa logaritmik doğrusal modeller logit modeline dönüşürler [2]. Logaritmik doğrusal modeller iki veya daha fazla kategorik değişken arasındaki koşullu ilişkilerin analizinde kullanılabilir [3].

Basitlik sağlması açısından öncelikle iki yönlü kontenjans tablolarının analizinde logaritmik doğrusal modellerin kullanımı açıklanmaya çalışılacaktır. Bunun ardından üç yönlü tablolar için genelleştirme yapılacaktır.

Her biri iki farklı düzeye sahip iki değişkenli bir kontenjans tablosu için (2x2) geleneksel logaritmik doğrusal model aşağıdaki şekildedir:

$$Ln(F_{ij}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_{ij}^{AB} \quad (1)$$

Bu eşitlikteki;

$Ln(F_{ij})$: Kontenjans tablosundaki ij hücresi için beklenen frekansın doğal logaritması

μ : Beklenen frekansların doğal logaritmalarının ortalaması

λ_i^A : A değişkeninin ana etkisi

λ_j^B : B değişkeninin ana etkisi

λ_{ij}^{AB} : A ve B değişkenlerinin etkileşim etkisini göstermektedir.

(1) nolu eşitlikteki model doymuş (saturated) model olarak adlandırılır. Çünkü tüm tekli ve ikili etkileşimleri içermektedir. Doymuş bir modelde beklenen frekanslar ile gözlenen frekanslar, serbestlik derecesi kalmayacak biçimde tam bir eşleşme gösterir. Ayrıca bu modelde yer alan parametre sayısı ilgili kontenjans tablosunun hücre sayısı ile aynı olacaktır.

A değişkeninin B değişkeni üzerinde etkisi olmaması durumunda (veya B değişkeninin A değişkeni üzerinde etkisi olmaması durumunda) λ_{ij}^{AB} parametresi 0 değerini alarak modelden çıkarılacaktır:

$$Ln(F_{ij}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B \quad (2)$$

(2) nolu eşitlikte verilen model, doymamış bir modeldir ve literatürde bağımsızlık modeli olarak isimlendirilir. Bağımsızlık modeli olarak adlandırılmasının nedeni A ve B arasındaki etkileşim parametresini (λ_{ij}^{AB}) içermemesidir. (2) nolu eşitlikle gösterilen bağımsızlık modelinin testi, ki-kare bağımsızlık hipotezinin testine benzemektedir.

Bir adım ileri giderek üç yönlü kontenjans tablolarının modellenmesi ile ilgilenilmiş olsun. 2x2x2 boyutlu dolayısıyla 2 düzeyli 3 değişken içeren bir kontenjans tablosu için doymuş model aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$Ln(F_{ijk}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC} + \lambda_{jk}^{BC} + \lambda_{ijk}^{ABC} \quad (3)$$

Doymuş logaritmik doğrusal model, orijinal frekans tablosuna tam uyan modeldir. Logaritmik doğrusal modellemede en çok kullanılan yapı hiyerarşik yapıdır [5]. Doymuş modelin dışındaki logaritmik doğrusal modeller, doymamış modeller (unsaturated) olarak isimlendirilirler ve genellikle **hiyerarşik logaritmik doğrusal modeller** olarak bilinirler [4]. Hiyerarşik logaritmik doğrusal modeller veya kısa söyleyişle hiyerarşik modeller, aynı zamanda daha düşük düzeydeki birliktelikleri de modellemektedirler [6]. Basit bir deyişle daha az komplike modeller daha yüksek dereceli modellerde yer almaktadır [7]. Hiyerarşik olmayan modellerde ise bu tarz bir kısıtlama bulunmamaktadır. Örneğin

$$Ln(F_{ij}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_{ij}^{AB} \quad (4)$$

modeli hiyerarşik olmayan bir modeldir. Çünkü λ_i^B ana etkileşim terimi modelde yer almamaktadır.

A, B ve C gibi üç değişken içeren bir kontenjans tablosu için oluşturulabilecek hiyerarşik logaritmik doğrusal modeller aşağıda gösterildiği şekildedir [8]:

$$1. Ln(F_{ijk}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C$$

$$2. Ln(F_{ijk}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB}$$

$$3. Ln(F_{ijk}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ik}^{AC}$$

$$4. Ln(F_{ijk}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{jk}^{BC}$$

$$5. Ln(F_{ijk}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{jk}^{BC}$$

$$6. Ln(F_{ijk}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC}$$

$$7. Ln(F_{ijk}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ik}^{AC} + \lambda_{jk}^{BC}$$

$$8. Ln(F_{ijk}) = \mu + \lambda_i^A + \lambda_j^B + \lambda_k^C + \lambda_{ij}^{AB} + \lambda_{ik}^{AC} + \lambda_{jk}^{BC}$$

Yukarıda verilen 8 modelin tümü, hiyerarşik modeldir. Çünkü daha yüksek düzeydeki birliktelikleri içeren modeller, aynı zamanda daha düşük düzeydeki birliktelikleri de modelde içermektedir. Hiyerarşik bir modelde bir λ parametresi sıfır bulunduğunda, daha yüksek dereceli etkileşimleri gösteren tüm λ parametreleri sıfıra eşit olur. Benzer biçimde bir λ parametresi sıfırdan

farklı bulunduğu da, daha düşük düzeydeki etkileşimleri içeren tüm parametreler de sıfırdan farklı bulunacaktır [9]. Örneğin modelde λ_{ijk}^{ABC} terimi yer almakta ise, aynı zamanda λ_{ij}^{AB} , λ_{ik}^{AC} , λ_{jk}^{BC} , λ_i^A , λ_j^B , λ_k^C ve genel ortalama olan μ 'de modelde yer almak durumundadır [8].

İstatistiksel paket programları hiyerarşik olmayan modelleri test edememektedir. Çünkü hiyerarşik olmayan modellerde potansiyel modeller arasından seçim için bir istatistiksel süreç sağlanamamaktadır. Bunun sebebi ise bir etkileşim teriminin anlamlı olmadığı durumlarda, daha yüksek dereceli etkileşimlerin anlamlı olup olmadığının yorumunun anlam taşımamasındandır.

Etkileşimlerin test edilmesinde iki farklı yaklaşım izlenebilir:

1. En yüksek düzeyde etkileşim içeren modelden başlanılarak modelin uygunluğu kabul edilebilir düzeye gelinceye değin yüksek dereceden etkileşim terimlerini modelden çıkarmak,
2. En basit model olan bağımsızlık modelinden başlayarak, etkileşim terimlerini sırasıyla kabul edilebilir düzeye ulaşılan değin modele almak.

III. EN İYİ MODELİN SEÇİLMESİ

Bir modelin uyum iyiliği, her bir model için gözlenen ve beklenen frekansların karşılaştırılmasıyla sağlanır. Pearson χ^2 istatistiği veya olabilirlik oran (G^2) ki-kare istatistiği modelin uygunluğunun testi için yaygınlıkla kullanılan iki test istatistiğidir. Pearson χ^2 istatistiği aşağıdaki formül yardımıyla elde edilmektedir [10]:

$$Q_p = \sum_i \sum_j \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \quad (5)$$

Formülde yer alan e_{ij} 'ler beklenen frekansları göstermektedir.

Olabilirlik oran χ^2 istatistiği ise aşağıdaki formül yardımıyla bulunmaktadır:

$$G^2 = 2 \sum_i \sum_j n_{ij} \ln \left(\frac{n_{ij}}{e_{ij}} \right) \quad (6)$$

Bu iki test istatistiği modelin verilere uygun olup olmadığının belirlenmesinde kullanılabilmesine karşılık,

çok boyutlu tabloların analizinde daha çok olabilirlik oran χ^2 istatistiği (G^2) kullanılmaktadır [11].

$r \times c \times l$ boyutlu kontenjans tablosu için etkiler, sıfır hipotezleri, beklenen frekans tahminleri ve serbestlik derecesi formülleri şu şekilde özetlenebilir [12]:

1. Genel Etki

Sıfır hipotezi:

$$p_{111} = \dots = p_{rcl} = \frac{1}{rcl}$$

Beklenen frekans tahmini:

$$n_{111} = \dots = n_{rcl} = \frac{N}{rcl}$$

Serbestlik derecesi:

$$rcl - 1$$

2. Tek Faktör Etkileri

Sıfır hipotezleri:

$$p_{1..} = \dots = p_{r..} = \frac{1}{r}$$

$$p_{.1.} = \dots = p_{.c.} = \frac{1}{c}$$

$$p_{..1} = \dots = p_{..l} = \frac{1}{l}$$

Beklenen frekans tahminleri:

$$n_{1..} = \dots = n_{r..} = \frac{N}{r}$$

$$n_{.1.} = \dots = n_{.c.} = \frac{N}{c}$$

$$n_{..1} = \dots = n_{..l} = \frac{N}{l}$$

Serbestlik dereceleri:

$$r - 1$$

$$c - 1$$

$$l - 1$$

3.İki Faktör Marjinal Etkileşim Etkileri

Sıfır hipotezleri:

$$p_{ij.} = p_{i.} p_{.j.}$$

$$p_{i.k} = p_{i.} p_{.k}$$

$$p_{.jk} = p_{.j.} p_{.k}$$

Beklenen frekans tahminleri:

$$\frac{n_{i.} n_{.j.}}{N}$$

$$\frac{n_{i.} n_{.k}}{N}$$

$$\frac{n_{.j.} n_{.k}}{N}$$

Serbestlik dereceleri:

$$(r-1)(c-1)$$

$$(r-1)(l-1)$$

$$(c-1)(l-1)$$

$r \times c \times l$ boyutlu kontenjans tablosu için etkilere karşılık gelen G^2 etki istatistikleri ise aşağıda belirtildiği şekildedir [12]:

1.Genel Etki İçin

$$G_g^2 = 2 \sum^{rcl} n_{ijk} \log \left(n_{ijk} \left[\frac{rcl}{N} \right] \right)$$

2.Tek Faktör Etkileri İçin

$$G_x^2 = 2 \sum^r n_{i.} \log(Nn_{i.} / r)$$

$$G_y^2 = 2 \sum^c n_{.j.} \log(Nn_{.j.} / c)$$

$$G_z^2 = 2 \sum^l n_{.k} \log(Nn_{.k} / l)$$

3.İki Faktör Etkileşim Etkileri İçin

$$G_{xy}^2 = 2 \sum^r \sum^c n_{ij.} \log \left[\frac{Nn_{ij.}}{n_{i.} n_{.j.}} \right]$$

$$G_{xz}^2 = 2 \sum^r \sum^l n_{i.k} \log \left[\frac{Nn_{i.k}}{n_{i.} n_{.k}} \right]$$

$$G_{yz}^2 = 2 \sum^c \sum^l n_{.jk} \log \left[\frac{Nn_{.jk}}{n_{.j.} n_{.k}} \right]$$

4.Üç Faktör Etkileşim Etkileri İçin

$$G_{xyz}^2 = 2 \sum^r \sum^c \sum^l n_{ijk} \log \left[\frac{n_{ijk}}{\hat{m}_{ijk}} \right]$$

Bu G^2 etki istatistiklerinden hareketle bulunan G^2 uyum iyiliği istatistikleri ise aşağıda gösterilmiştir:

$$G_g^2 - (G_x^2 + G_y^2 + G_z^2) = G_{(x,y,z)}^2$$

$$G_g^2 - (G_x^2 + G_y^2 + G_z^2 + G_{xy}^2) = G_{(xy,z)}^2$$

$$G_g^2 - (G_x^2 + G_y^2 + G_z^2 + G_{yz}^2) = G_{(xz,y)}^2$$

$$G_g^2 - (G_x^2 + G_y^2 + G_z^2 + G_{xz}^2) = G_{(yz,x)}^2$$

$$G_g^2 - (G_x^2 + G_y^2 + G_z^2 + G_{xy}^2 + G_{xz}^2) = G_{(xy,xz)}^2$$

$$G_g^2 - (G_x^2 + G_y^2 + G_z^2 + G_{xy}^2 + G_{yz}^2) = G_{(xy,yz)}^2$$

$$G_g^2 - (G_x^2 + G_y^2 + G_z^2 + G_{xz}^2 + G_{yz}^2) = G_{(xz,yz)}^2$$

$$G_g^2 - (G_x^2 + G_y^2 + G_z^2 + G_{xy}^2 + G_{xz}^2 + G_{yz}^2) = G_{(xy,xz,yz)}^2$$

Elde edilen bu nihai olabilirlik oran ki-kare istatistikleri, p anlamlılık düzeyi veya tablo ki-kare değeri ile kıyaslanmak suretiyle ve diğer mümkün modellerden elde edilen G^2 istatistikleri incelenerek modele ilişkin bir karara ulaşmak mümkündür.

Çok yönlü tablolarda tablonun boyutu arttıkça yüksek dereceden etkileşimlerin modele alınıp alınmamasına karar vermek için hiyerarşik yapıdaki logaritmik doğrusal modeller incelenir [13]. En iyi

modelin seçilmesi amacıyla (verilere en uygun model) tüm etkiler ile etkileşimler için G^2 istatistikleri hesaplanır. Anlamli bulunan etkiler ve etkileşimler verilere en uygun bulunacak modelde yer alması muhtemel olan etkiler ve etkileşimler olacaktır. Etkiler ve etkileşimlerin anlamlılığının test edilmesinin ardından anlamlı bulunan etkiler ve etkileşimleri içeren hiyerarşik logaritmik doğrusal modellerin uygunluğu test edilecektir. Örneğin İki model anlamlı bulunduysa daha az terim içeren model tercih edilecektir [12]. Diğer bir yaklaşıma göre ise hiyerarşik bir yapıda olan iki modelden daha az terim içeren model seçilerek, diğer anlamlı model ile aralarındaki G^2 farklılığı hesaplanır. Eğer farklılık anlamlı ise daha az terim içeren model seçilir. Eğer aralarındaki farklılık anlamlı değil ise ikinci model dolayısıyla daha fazla terimi içeren model anlamlı olacaktır [14].

Logaritmik doğrusal modellerde test edilen değişken ve oluşturulan hipotez sayısı çok fazladır. Bu nedenle örneklem hacminin küçük seçilmesi sonuç elde etmeyi güçleştireceğinden büyük hacimli örneklerle çalışılması gerekmektedir. Bu doğrultuda örneklem hacminin tablodaki hücre sayısının 5 katı olması önerilmektedir [15].

Uygulama bölümünde 2002 III. Dönemi için açıklanan hanehalkı işgücü anket sonuçlarından yararlanılarak her biri üç değişken içeren üç farklı kontenjans tablosu için en iyi model araştırılmıştır.

IV. UYGULAMA

Uygulama bölümünde 2002 III. Dönemi için uygulanan hanehalkı işgücü anket sonuçlarından yararlanılmıştır. 24487 hanehalkı ve 72620 kişi için uygulanan anket değişkenlerinden yaş grubu, hanehalkı reisine yakınlık, medeni durum, işteki durum, en son bitirilen okul, meslek ve istihdamda olup olunmadığını gösteren iş değişkenleri ele alınmıştır.

Bu değişkenlerin analizde ele alınan kategorileri aşağıdaki biçimdedir:

Yaş Grubu

0. 0-14
1. 15-19
2. 20-24
3. 25-29
4. 30-34
5. 35-39
6. 40-44
7. 45-49
8. 50-54
9. 55-59
10. 60-64
11. 65+

Hanehalkı reisine yakınlık

1. Hanehalkı reisi
2. Eşi
3. Çocuğu
4. Gelini veya damadı
5. Torunu
6. Ebeveyni
7. Diğer akrabası
8. Akraba olmayan

İş: Referans haftası içinde çalışıp/çalışmadığı veya işi ile bağlantısının devam edip etmediği

1. Evet (İstihdamda)
2. Hayır (İstihdamda değil)

Medeni Durum

1. Hiç evlenmedi
2. Evli
3. Boşandı
4. Eşi öldü

İşteki Durum

1. Düzenli ücretli (Maaşlı)
2. Yevmiyeli (Mevsimlik, arızı, geçici)
3. İşveren
4. Kendi hesabına

En son bitirilen okul

1. İlkokul
3. İlköğretim
4. Ortaokul
5. Lise
6. Mesleki lise
7. 2 yıllık önlisans
8. 4 yıllık lisans

Meslek

1. Profesyonel meslek mensupları
2. Yardımcı profesyonel meslek grupları
3. Büro ve müşteri hizmetlerinde çalışan elemanlar
4. Hizmet ve satış elemanları
5. Nitelikli tarım, hayvancılık, avcılık, ormancılık ve su ürünlerinde çalışanlar
6. Sanatkarlar ve ilgili işlerde çalışanlar

Bu değişkenlerin tümünün ele alınarak bir kontenjans tablosunun oluşturulması boş hücrelerin çokluğundan dolayı mümkün olamamıştır. Dolayısıyla asıl inceleme konumuz olan iş değişkeni ile diğer değişkenler üç yönlü bir kontenjans tablosu biçiminde ele alınarak üç farklı model grubu arasında en iyi modelin seçilmesine karar verilmiştir. Öncelikle bu değişkenlerden yaş grubu (1), hanehalkı reisine yakınlık (2) ve iş (3) değişkenleri ele alınarak oluşturulan kontenjans tablosu

için Statistica paket programında etkiler ve etkileşimlerin anlamlılığı test edilmiştir. Test edilen etkiler ve etkileşimler için elde edilen olabilirlik oran ki-kare istatistiği, Pearson ki-kare istatistiği, gözlenen anlamlılık düzeyleri ve serbestlik dereceleri aşağıda özetlenmiştir:

Ana Etki: (1)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 132727,9

S.d:150 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 201905,6

S.d:150 p=0,000

Ana Etki: (2)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 65863,14

S.d:152 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 82905,82

S.d:152 p=0,000

Ana Etki: (3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 143289,1

S.d:158 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 226643,9

S.d:158 p=0,000

İkili Etkileşim: (12)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 19388,25

S.d:80 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 17532,42

S.d:80 p=0,000

İkili etkileşim: (13)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 122948,7

S.d:140 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 164642,6

S.d:140 p=0,000

İkili Etkileşim: (23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 55568,44

S.d:144 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 62135,51

S.d:144 p=0,000

Ana etkiler ve ikili etkileşimlerin tümü için gözlenen anlamlılık düzeyleri $p < 0,05$ bulunduğundan tüm ana etki ve etkileşimler anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla ana etkiler ve ikili etkileşimler için tüm mümkün modeller oluşturularak bu modellerin verilere uygun olup olmadığı test edilebilir. Aşağıda bu ikinci değişken grubuna ilişkin ana etkiler ve etkileşimleri içeren tüm mümkün modeller için olabilirlik oran ki-kare istatistiği, Pearson ki-kare istatistiği, gözlenen anlamlılık düzeyleri ve serbestlik dereceleri özetlenmiştir:

1.Model: (1,2)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 52515,92

S.d:143 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 58723,21

S.d:143 p=0,000

2.Model: (1,3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 129941,9

S.d:149 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 193085,1

S.d:149 p=0,000

3.Model: (2,3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 63077,07

S.d:151 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 72465,47

S.d:151 p=0,000

4.Model: (1,2,3) (bağımsızlık modeli)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 49729,82

S.d:142 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 52934,64

S.d:142 p=0,000

5.Model: (12,3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 16602,18

S.d:79 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 15524,69

S.d:79 p=0,000

6.Model: (13,2)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 42736,58

S.d:133 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 41647,39

S.d:133 p=0,000

7.Model: (23,1)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 42221,26

S.d:135 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 40816,72

S.d:135 p=0,000

8.Model: (12,13)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 9608,907

S.d:70 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 8971,502

S.d:70 p=0,000

9.Model: (12,23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 9093,581

S.d:72 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 8619,141

S.d:72 p=0,000

10.Model: (13,23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 35227,98

S.d:126 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 31977,70

S.d:126 p=0,000

11.Model: (12,13,23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 1428,757

S.d:63 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 1674,454

S.d:63 p=0,000

Bu modellere bakıldığında modellerin tümünün $p<0,05$ bulunduğundan verilere uygun olmadığı görülebilir. Dolayısıyla yaş grubu, hanehalkı reisine yakınlık ve iş değişkenleri için oluşturulacak tüm

modeller $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamsız bulunmuştur.

İkinci bir model grubu olarak **medeni durum (1)**, **iş (2)** ve **isteki durum (3)** değişkenleri ele alınarak oluşturulan kontenjans tablosu için etkiler ve etkileşimlerin anlamlılığı test edilmiştir. Test edilen etkiler ve etkileşimler için elde edilen olabilirlik oran ki-kare istatistiği, Pearson ki-kare istatistiği, gözlenen anlamlılık düzeyleri ve serbestlik dereceleri aşağıda özetlenmiştir:

Ana Etki: (1)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 35338,08

S.d:28 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 40616,06

S.d:28 p=0,000

Ana Etki: (2)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 37689,37

S.d:30 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 50986,82

S.d:30 p=0,000

Ana Etki: (3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 53089,71

S.d:28 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 76845,28

S.d:28 p=0,000

İkili Etkileşim: (12)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 11596,14

S.d:32 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 11862,98

S.d:32 p=0,000

İkili Etkileşim: (13)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 30507,36

S.d:20 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 22068,43

S.d:20 p=0,000

İkili Etkileşim: (2,3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 33962,24

S.d:30 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 33846,22

S.d:30 p=0,000

Ana etkiler ve ikili etkileşimlerin tümü için gözlenen anlamlılık düzeyleri $p < 0,05$ bulunduğundan tüm ana etki ve etkileşimler anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla bu ikinci değişken grubuna ilişkin ana etkiler ve ikili etkileşimler için tüm mümkün modeller oluşturularak bu modellerin verilere uygun olup olmadığı test edilebilir. Aşağıda ana etkiler ve etkileşimleri içeren tüm mümkün modeller için olabilirlik oran ki-kare istatistiği, Pearson ki-kare istatistiği, gözlenen anlamlılık düzeyleri ve serbestlik dereceleri özetlenmiştir:

1.Model: (1,2)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 11620,85

S.d:35 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 11954

S.d:35 p=0,000

2.Model: (1,3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 32949,16

S.d:32 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 26345,34

S.d:32 p=0,000

3.Model: (2,3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 33966,72

S.d:34 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 33850,51

S.d:34 p=0,000

4.Model: (1,2,3) (bağımsızlık modeli)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 2474,980

S.d:31 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 2290,428

S.d:31 p=0,000

5.Model: (12,3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 2450,277

S.d:28 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 2147,161

S.d:28 p=0,000

6.Model: (13,2)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 33,1801

S.d:19 p=0,022966

Pearson χ^2 istatistiği: 227,2043

S.d:19 p=0,000

7.Model: (23,1)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 2470,518

S.d:27 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 2233,300

S.d:27 p=0,000

8.Model: (12,13)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 8,46669

S.d:16 p=0,933718

Pearson χ^2 istatistiği: 14,33257

S.d:16 p=0,573958

9.Model: (12,23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 2445,804

S.d:24 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 2141,798

S.d:24 p=0,000

10.Model: (13,23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 28,7054

S.d:15 p=0,017585

Pearson χ^2 istatistiği: 168,4319

S.d:15 p=0,000

11.Model: (12,13,23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 3,811476

S.d:12 p=0,986597

Pearson χ^2 istatistiği: 5,671220

S.d:12 p=0,931723

Medeni durum (1), iş (2) ve işteki durum (3) değişkenleri için test edilen model değerlerine bakıldığında $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyi için verilere uygun modeller 14. (12,13) ve 17. (12,13,23) modellerdir. 14. modelin s.d.=16 olabirlik oran χ^2 istatistiği=8,46669, 17. modelin s.d.=12 olabirlik oran χ^2 istatistiği=3,811476 olduğundan fark alındığında s.d.=4 ve olabirlik oran χ^2 istatistiği=4,655214 bulunmaktadır. $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde s.d.=4 için ki-kare tablo değeri 9,49 olduğundan iki model arasındaki fark anlamlı bulunamamıştır. Bu sebeple daha az terim içeren 14. model (12,13) modeli verilerimize en uygun model olarak kabul edilmiştir.

Son bir model grubu olarak **en son bitirilen okul (1), iş (2) ve meslek (3)** değişkenleri ele alınarak oluşturulan kontenjans tablosu için etkiler ve etkileşimlerin anlamlılığı test edilmiştir. Test edilen etkiler ve etkileşimler için elde edilen olabirlik oran ki-kare istatistiği, Pearson ki-kare istatistiği, gözlenen anlamlılık düzeyleri ve serbestlik dereceleri aşağıda özetlenmiştir:

Ana Etki: (1)Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 35379,83

S.d:91 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 44146,42

S.d:91 p=0,000

Ana Etki: (2)Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 30783,83

S.d:96 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 59649,43

S.d:96 p=0,000

Ana Etki: (3)Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 48560,80

S.d:91 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 92909,93

S.d:91 p=0,000

İkili Etkileşim: (12)Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 14065,59

S.d:84 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 14335,08

S.d:84 p=0,000

İkili Etkileşim: (13)Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 21343,40

S.d:49 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 15522,72

S.d:49 p=0,000

İkili Etkileşim: (23)Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 27268,01

S.d:84 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 38744,67

S.d:84 p=0,000

Ana etkiler ve ikili etkileşimlerin tümü için gözlenen anlamlılık düzeyleri $p<0,05$ olduğundan tüm ana etki ve etkileşimler anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla üçüncü değişken grubuna ilişkin ana etkiler ve ikili etkileşimler için tüm mümkün modeller oluşturularak bu modellerin verilere uygun olup olmadığı test edilebilir. Aşağıda ana etkiler ve etkileşimleri içeren tüm mümkün modeller için olabirlik oran ki-kare istatistiği, Pearson ki-kare istatistiği, gözlenen anlamlılık düzeyleri ve serbestlik dereceleri özetlenmiştir:

1.Model: (1,2)Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 14092,67

S.d:90 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 14379,41

S.d:90 p=0,000

2.Model: (1,3)Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 31869,61

S.d:85 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 42865,59

S.d:85 p=0,000

3.Model: (2,3)Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 27273,63

S.d:90 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 38761,24

S.d:90 p=0,000

4.Model: (1,2,3) (bağımsızlık modeli)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 10582,47

S.d:84 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 13755,03

S.d:84 p=0,000

5.Model: (12,3)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 10555,38

S.d:78 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 13713,53

S.d:78 p=0,000

6.Model: (13,2)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 56,2462

S.d:48 p=0,193763

Pearson χ^2 istatistiği: 250,8701

S.d:48 p=0,000

7.Model: (23,1)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 10576,85

S.d:78 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 13750,46

S.d:78 p=0,000

8.Model: (12,13)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 29,16570

S.d:42 p=0,933182

Pearson χ^2 istatistiği: 99,15006

S.d:42 p=0,000002

9.Model: (12,23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 10549,76

S.d:72 p=0,000

Pearson χ^2 istatistiği: 13720

S.d:72 p=0,000

10.Model: (13,23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 50,6280

S.d:42 p=0,169905

Pearson χ^2 istatistiği: 212,2511

S.d:42 p=0,000

11.Model: (12,13,23)

Olabilirlik Oran χ^2 istatistiği: 28,46584

S.d:36 p=0,810098

Pearson χ^2 istatistiği: 98,78715

S.d:36 p=0,000

En son bitirilen okul (1), iş (2) ve meslek (3) değişkenleri için oluşturulan modellere baktığımızda, $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyi için anlamlı olan modeller 12. (13,2), 14. (12,13), 16. (13,23) ve 17. (12,13,23) modellerdir. En az terimi içeren ilk anlamlı model olan 12. (13,2) model için s.d.=48 ve olabilirlik oran χ^2 istatistiği= 56,2462 ve ikinci anlamlı bulunan model olan 14. (12,13) model için s.d.=42 ve olabilirlik oran χ^2 istatistiği=29,16570 bulunmuştur. Bu iki model arasındaki fark için s.d =6 ve olabilirlik oran χ^2 istatistiği=27,08050 olarak bulunmaktadır. $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyi ve s.d.=6 için χ^2 istatistiği=12,59 olduğundan aradaki fark anlamlıdır. Dolayısıyla 12. (13,2) modelden ziyade 14. (12,13) model verilerimiz için daha uygun görünmektedir. Anlamlı bulunan diğer modeller olan 16. (13,23) model ile 17. (12,13,23) modeller için serbestlik dereceleri ve olabilirlik oran χ^2 istatistikleri sırasıyla 42 ile 36 ve 50,6280 ile 28,46584 olarak bulunmuştu. Bu iki modelin serbestlik dereceleri arasındaki fark 6 ve olabilirlik oran χ^2 istatistikleri arasındaki fark ise 22,16216 olarak bulunmaktadır. $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyi ve s.d.=6 için χ^2 istatistiği=12,59 olduğundan aradaki fark anlamlıdır. Bu sebeple 17. (12,13,23) olan modelin verilerimize uygun olduğu söylenebilir. Verilerimiz için uygun olan 14. (12,13) ile 17. (12,13,23) model kıyaslanırsa iki modelin serbestlik dereceleri arasındaki fark 6 ve olabilirlik oran χ^2 istatistikleri arasındaki fark ise 0,69986 olarak bulunmuştur. $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyi ve s.d.=6 için χ^2 istatistiği=12,59 olduğundan aradaki fark anlamlı değildir. Sonuç olarak üçüncü model grubu için en uygun model 14. (12,13) modeldir.

V. SONUÇ

Çapraz tablolar diğer bir deyişle kontenjans tabloları sosyal bilimcilerin sıkça kullandıkları bir araçtır. Bu tabloların analizinde, tablonun içerdiği değişken sayısı ve değişkenlerin kategorilerinin fazla oluşu klasik χ^2 analizinin kullanımını imkansız hale getirmektedir. Logaritmik doğrusal modeller çok sayıda değişken ve kategorinin söz konusu olduğu kontenjans tabloları için sıkça kullanılmaktadır. Ele alınan uygulama çalışmasında 2002 III. Dönemi için uygulanan hanehalkı işgücü anket sonuçlarından hareketle, her biri üç değişken içeren üç

farklı model grubunun içinden en iyi modelin seçilmesi amaçlanmıştır. İlk model grubunu oluşturan yaş grubu (1), hanehalkı reisine yakınlık (2) ve iş (3) değişkenleri ele alınarak oluşturulan kontenjans tablosu için Statistica paket programında öncelikle tüm ana etki ve ikili etkileşimlerin anlamlı bulunmasının ardından tüm mümkün modellerin testine geçilmiştir. Bu modellere bakıldığında modellerin tümünün anlamsız olduğu verilere uygun olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla yaş grubu, hanehalkı reisine yakınlık ve iş değişkenleri için oluşturulacak tüm modeller $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde verilere uygun bulunmamıştır.

İkinci model grubu ise medeni durum (1), iş (2) ve işteki durum (3) değişkenleri ele alınarak oluşturulmuştur. Bu değişkenler ele alınarak tüm ana etki ve ikili etkileşimlerin anlamlı bulunmasının ardından, oluşturulan modeller için kıyaslamalar yapıldığında 14. model (12,13) bu değişken grubu için verilerimize en uygun model olarak kabul edilmiştir.

Son model grubu olarak da en son bitirilen okul (1), iş (2) ve meslek (3) değişkenleri ele alınarak tüm ana etki ve ikili etkileşimlerin anlamlı bulunmasının ardından hiyerarşik logaritmik doğrusal modellerin testi gerçekleştirilmiştir. Bu değişken grubu için oluşturulan modellere bakıldığında $\alpha=0,05$ anlamlılık düzeyinde en uygun modelin 14. (12,13) olduğuna karar verilmiştir.

Sonuç olarak ele alınan değişkenler için anlamlı bulunan modeller aşağıdaki modellerdir.

1. (medeni durum \times iş)(medeni durum \times işteki durum)
2. (en son bitirilen okul \times iş)(en son bitirilen okul \times meslek)

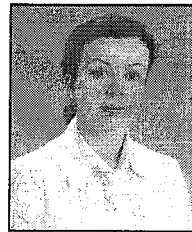
Son bir cümle olarak medeni durum ile iş değişkeninin etkileşimi ve en son bitirilen okul ile iş değişkeninin etkileşiminin verilere uygun modellerde yer alması, kişilerin istihdamda olup olmasını etkileyen en önemli faktörlerin kişilerin medeni durumu ile en son bitirilen okul olduğu sonucuna ulaşılabilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] POWERS, D.A.; XIE, Y., **Statistical Methods For Categorical Data Analysis**, Academic Press, USA, 2000, s.87.
- [2] Loglinear Models For Multinomial Counts, <http://www.stat.psu.edu/~jls/stat544/2001/lec21.pdf>.
- [3] Log-Linear, Logit and Probit Models, <http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa/65/logit.htm>
- [4] LAKHAN, V.C.; LAVALLE, P.D., "Use Of Loglinear Models To Assess Factors Influencing Concern For The

Natural Environment", **Environmental Management**, Vol.30, No:1, Springer Verlag, New York, 2002, s.80.

- [5] LEMAY, P., Hierarchial, Non-hierarchial and Conditional Models, <http://tecfa.unige.ch/~lemay/thesis/THX-Doctorat/node239.html>.
- [6] AGRESTI, A., **An Introduction to Categorical Data Analysis**, John Wiley Sons, USA, 1996, s.168.
- [7] JEANSONNE, A., Loglinear Models, <http://www.sfsu.edu/~efc/classes/biol710/loglinear/Log%20Linear%20Models.htm>, 2002.
- [8] Open And Distance Learning, <http://www.mathpsyc.uni-bonn.de/doc/cristant/node32.html>.
- [9] LE, C.T., **Applied Categorical Data Analysis**, John Wiley&Sons., New York, 1998, ss.15-102.
- [10] Chi-Square Tests and Statistics, <http://www.id.unizh.ch/software/unix/statmath/sas/sasdoc/stat/chap28/sect19.htm>.
- [11] Hierarchical Log-linear Models, <http://faculty.ucr.edu/~hanneman/soc203a/loglin.htm>.
- [12] Open And Distance Learning, <http://www.mathpsyc.uni-bonn.de/doc/cristant/node34.html>.
- [13] ÖZDAMAR, K., **Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-1**, Kaan Kitabevi, Eskişehir, 1999, s.450.
- [14] EVERITT B.S., **The Analysis Of Contingency Tables**, London Chapman And Hall, Great Britain, 1977.
- [15] ACAR F., "Çapraz Tabloların Çözümlemesinde Logaritmik Doğrusal Modellerin Kullanımı", **IV. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu Bildirileri**, 14-16 Mayıs 1999, Antalya, s.790.

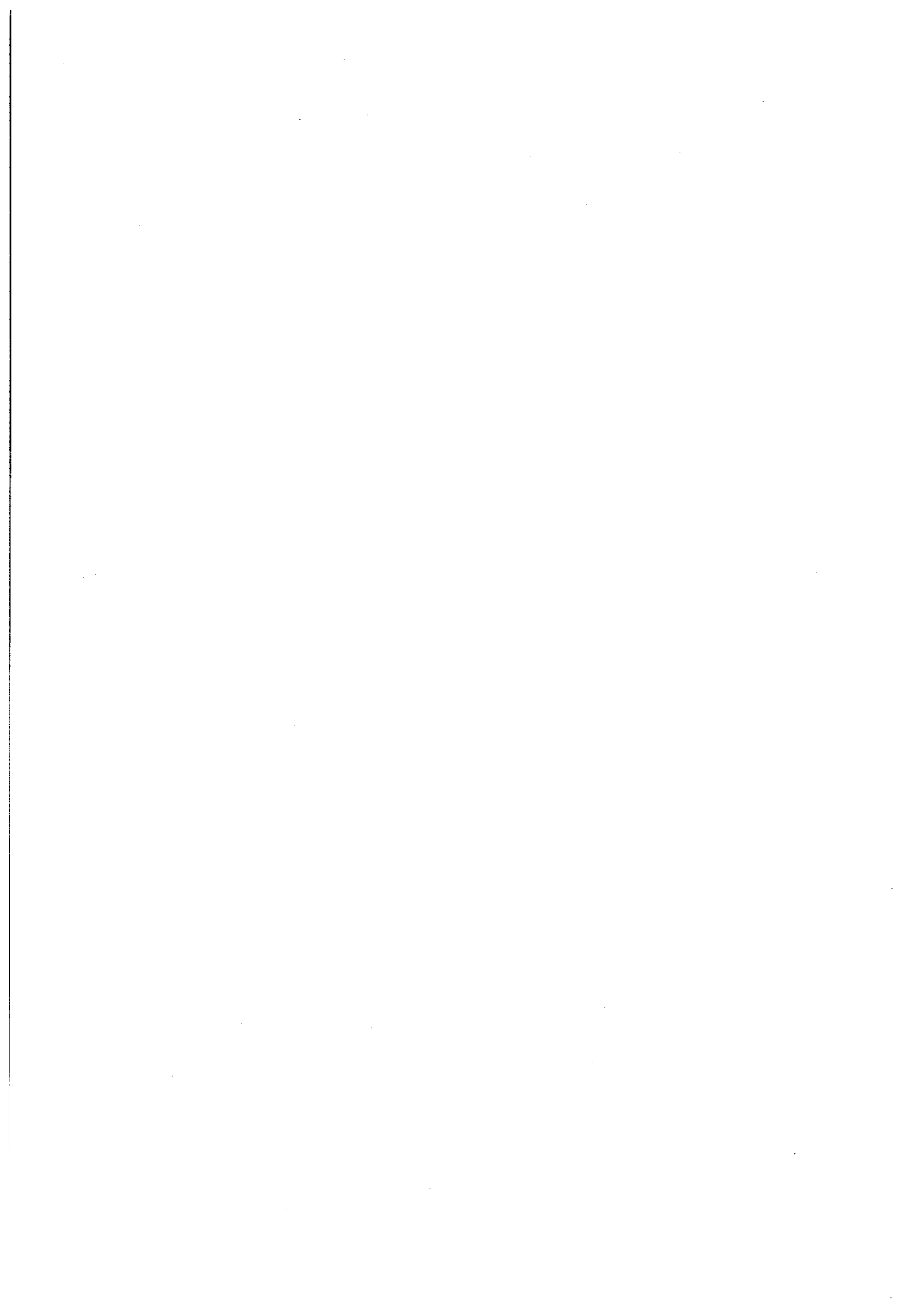


Ayşe OĞUZLAR

Uludag University,
Department of Econometrics,
Görükle - BURSA

Tel: +90 (224) 442 89 41 - 41158
avseog@uludag.edu.tr

Ayşe OĞUZLAR has Ph.D. of Statistics at Uludag University Institute of Social Sciences. She is Assistant Professor since October 2000 in Uludag University, Department of Econometrics. Her scientific interests are multivariate statistical analysis, categorical data analysis and data mining.



UNE ETUDE STYLISTIQUE SUR LE ROI SE MEURT D'EUGENE IONESCO

Rıfat GÜNDAĞ

Maître de conférences adjoint à la Faculté de Pédagogie de l'Université Ondokuz Mayıs, Yrd.Doç.Dr.

A STYLISTIC STUDY ON IONESCO'S THE KING IS FADING AWAY

Abstract: In this study, *The King Is Fading Away*, one of most well-known plays of Absurd Theatre, has been studied in terms of style, and the elements of language, character, dream and fantasy, tragedy and comedy, and satire have been analysed. Language is an effective means of reflecting reality according to Ionesco as the new novelists so. While doing so, language has been presented with many figures of speech such as puns and gestures. Characters are very different from the ones in traditional (classic) tragedies and the actors are very active by using language, feelings and action rather than their physical appearance and personality. The subject play reflects the interior world of the King who deeply distressed by the thought of death. While presenting his conscious and subconscious worlds, Ionesco uses symbols, fantastic elements, and dream. Ionesco can be considered to be a surrealist playwright due to his way of handling dream. He uses together fantasy world and realistic method in his work. In this play, tragic and comic elements have been interwoven. The author uses satire as well. Two types of satire are mentioned: existential satire and social satire. In existential satire, the author analyses the human in between death and non- existence whereas in social satire the social gap between classes illustrated by the King and his servant is highlighted. As a conclusion, in Ionesco's work, the function of motivating and attracting the reader and audience's attention is largely based on the usage of language rather than delightful decoration of stage as in traditional theatre.

Keywords: Absurd Theatre, Ionesco, Language, Character, Dream, Fantasy, Symbol, Tragedy, Comedy, Satire

IONESCO'NUN KRAL CAN ÇEKİŞİYOR ADLI YAPITI ÜZERİNE BİR BİÇEM ÇALIŞMASI

Bu çalışmada, Uyumsuz (Absurd) Tiyatro'nun en ünlü yapıtlarından birisi olan *Kral can çekişiyor* adlı oyunda biçem boyutu incelenerek; dil, kişi, düş ve fantastik, trajik ve komik, ve yergi öğeleri irdelendi. Yeni romancılar da olduğu gibi, Ionesco için de gerçeği yansıtmada dil en etkin araç konumundadır. Bunu yaparken söze, söz oyunları ve jestler eşlik etmektedir. Kişiler klasik trajedilerdekinden çok farklı olup, sahnede fiziki görünümleri, karakterleri ve eylemleriyle değil, sözleri, duyguları ve devinimleriyle etkindirler. Söz konusu oyun, ölüm düşüncesinin bunalmaya sürüklediği Kral'ın iç evrenini yansıtmaktadır. Yazar, bilinç ve bilinçaltı dünyasının sunusunda düş, fantastik öğelere ve sembollere geniş biçimde yer vermektedir. Ionesco'nun düş ve rüya yaklaşımı onu gerçeküstücü yazarlar arasına sokmaktadır. Oyunun sunusunda yazar fantastik ve gerçeği metotları birlikte kullanmaktadır. Yine Ionesco'nun bu oyununda trajik ve komik öğeler birbiriyle iç içe girmiş durumdadır. Bir diğer önemli nokta da bu yapıta Ionesco'nun yergiyi geniş yer vermesidir. İki tür yergi söz konusu edilmektedir: varoluşla ilgili olan ve sosyal içerikli olan. Varoluşla ilgili yergide yazar ölüm ve yok oluş karşısında insanın durumunu irdelemekte, sosyal içerikli yergide ise Kral ve hizmetçi aracılığıyla toplumun iki sınıfı arasındaki farka dikkat çekmektedir. Sonuç olarak, geleneksel tiyatrodaki zengin sahne dekorunun kullanımına bırakılan seyirci ve okuyucuyu etkileme işlevi, Ionesco'nun yapıtında dilin kullanımına verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uyumsuz Tiyatro, Ionesco, Dil, Kişi, Düş, Fantastik, Sembol, Trajik, Komik, Yergi

I. INTRODUCTION

Au XXe siècle la renaissance dramatique continue à se développer. Mais, avant 1945, le théâtre français produit des oeuvres importantes sans quitter totalement les principes et techniques traditionnelles. Dans les oeuvres des auteurs existentialistes comme Jean-Paul Sartre et Albert Camus on aperçoit un théâtre philosophique. Mais, ils ne bouleversent pas profondément les principes et les techniques de l'art dramatique. Or, dès les années trente on saisit un effort pour renouveler la représentation théâtrale. C'est surtout après la guerre que l'on voit des changements considérables au théâtre. Il s'agit des révolutions dans la mise en scène, la structure, la signification et le langage de l'oeuvre dramatique [1].

A partir des années cinquante, une nouvelle conception de théâtre rompt avec les techniques et les styles de la pièce traditionnelle. Le monde dans lequel nous vivons se transforme avec une grande rapidité, et parallèlement à cette transformation, les techniques de pièce aussi se transforment dans les oeuvres des dramaturges du *Théâtre de l'Absurde*. Les dramaturges comme Arthur Adamov, Samuel Beckett, Eugène Ionesco et Jean Genet s'efforcent de renouveler les principes et les techniques de l'art dramatique et ils constituent le *Nouveau Théâtre* que l'on appelle le *Théâtre de l'Absurde*. Le *Théâtre de l'Absurde*, comme le *Nouveau Roman*, occupe la place la plus importante dans l'histoire de la littérature du XXe siècle. Mais, les dramaturges du *Théâtre de l'Absurde* ne font pas partie d'un mouvement organisé. Parce que chacun a son style personnel pour

construire sa technique et pour traiter son thème [2]. Cependant, les oeuvres de ces dramaturges exposent certains principes et techniques analogues. Tout d'abord, ils quittent le style traditionnel et pratiquent un style nouveau dans leurs pièces. "Dans le *Théâtre de l'Absurde* il n'y a pas d'une histoire qui montre le développement de la pièce. L'histoire contient les ennuis et les inquiétudes des personnages. La pièce expose la réalité intérieure" [3]. Les principales caractéristiques du *Théâtre de l'Absurde* sont: "primauté du physique et du plastique, identification du dramatique avec le cruel, et dérision du langage" [1]. Surtout le langage gagne une grande importance à la présentation d'une pièce. De même que dans le *Théâtre de l'Absurde* c'est le langage qui met en évidence l'effet sur le spectateur ou le lecteur, de même, dans le théâtre traditionnel, les riches décors de scène laissent un effet pareil.

Lorsque nous recherchons le sens du mot "absurde", nous voyons qu'il comprend plusieurs sens. Ici, je veux citer sa définition dans le dictionnaire de *Robert*; "absurde" c'est être en désaccord avec la raison et la bienséance, incongru, irraisonnable et illogique [4]. Comme on le comprend par cette définition, le mot "absurde" contient en même temps une rupture. Si l'on a donné ce nom au *Théâtre de l'Absurde*, ce n'est pas par hasard. Car, ce théâtre a réalisé des bouleversements remarquables à la présentation d'une pièce.

Eugène Ionesco, qui est l'un des dramaturges du *Théâtre de l'Absurde*, donne plusieurs oeuvres importantes dans lesquelles il a pratiqué avec un grand succès les techniques modernes. Ses pièces, surtout les premières, reposent sur la transcription des rêves et l'exploration psychanalytique de la conscience. Ionesco exprime ses réflexions sur l'art dramatique dans ses oeuvres intitulées *Notes et Contre-Notes*, 1962 et *Découvertes*, 1969. Ces oeuvres de Ionesco nous rappellent une oeuvre d'Alain Robbe-Grillet: *Pour un Nouveau Roman*. Comme Ionesco, dans cette oeuvre Robbe-Grillet aussi exprime ses idées sur le roman. Ionesco est contre le théâtre engagé, le théâtre de divertissement des années 1940, les procédés de l'intrigue conventionnelle, la prétention à la logique et à la vraisemblance. Il prête à ses personnages un langage automatique, absurde et saugrenu. Ce langage est convenable à la spontanéité et à la vérité des êtres. Il apporte sur la scène une présentation poétique des symboles conçus par des imaginations, des cauchemars et des visions fantastiques. On peut dire que ses oeuvres sont construites plutôt des matériaux symboliques et fantastiques, bien qu'il suive de temps en temps une méthode réaliste. Selon Ionesco, le spectacle total ne doit pas adresser seulement à l'intelligence, mais doit toucher tous les sens. Il pratique systématiquement le mélange des genres, allant du registre le plus noble à la farce grotesque. Il joue aussi sur la surprise du langage: jeux de mots, pataquès, réflexions hétérogènes, prolifération

verbale, accélération caricaturale du débit. Les personnages provoquent de temps en temps le rire; et dans la pièce les effets de rupture et de répétition ont souvent pour objet de stimuler notre réflexion ou de dévoiler l'inconscient le plus intime des êtres [1]. Dans *Le Roi se meurt* nous voyons l'application de la plupart de ces originalités de style citées ci-dessus.

Le Roi se meurt est l'une des pièces les plus importantes de Ionesco. Comme le thème, le style que Ionesco emploie dans cette oeuvre est remarquable. Dans la pièce, d'une part nous trouvons un côté classique; car, l'action se passe dans un palais et le thème se passe parmi les individus de la Cour. D'autre part sa technique, son style et son point de vue sont parfaitement différents et nouveaux.

Dans cette pièce il ne s'agit pas de l'intrigue. L'action se passe dans un royaume situé sur un territoire inconnu. "Dans la plupart des pièces contemporaines, l'auteur n'a pas d'inquiétude de décrire et de déterminer l'espace, en général l'espace est inconnu" [5]. C'est un espace imaginaire. Le rideau s'ouvre après le lever du soleil, vers le midi et on annonce que dans une heure et demie le roi mourra. La pièce a lieu surtout pendant ce court temps comme une heure et demie: "*Tu va mourir dans une heure et demie, tu va mourir à la fin du spectacle*" [6].

Bérenger est le roi qui règne dans ce royaume depuis des siècles. Il a deux reines dans la Cour: sa première épouse Marguerite et sa deuxième épouse Marie. Les personnages de la pièce sont: Bérenger (le roi), Marguerite (la première épouse du roi), Marie (la deuxième épouse du roi), Le Médecin (le chirurgien, bourreau, bactériologue et astrologue) Juliette (femme de ménage, infirmière) et Le Garde. Tous ces personnages sont des individus de la Cour. Le roi Bérenger est le héros de la pièce.

Au pays du roi Bérenger rien ne fonctionne plus. Toutes les catastrophes se mettent une à une. Cela annonce la décadence prochaine du royaume. Ionesco utilise des éléments symboliques. Les valeurs symboliques de certains éléments importants dans la pièce sont: ce pays en état de ruines symbolise le vieillissement du corps humain et les systèmes divers qui ne fonctionnent plus dans le pays, sont ses organes nombreux. Nous pouvons dire que le royaume dont il s'agit, représente le corps mortel du roi Bérenger. Marguerite symbolise la réalité implacable. Marie représente la dimension sentimentale de la nature humaine. Le Médecin, qui est aussi l'astrologue et le bourreau, porte le masque de la science et justifie la réalité inévitable. Le Garde représente le pouvoir limité de l'homme. La servante Juliette symbolise la vie quotidienne. "Il s'agit d'une pièce absurde qui raconte l'histoire d'un roi qui vit les derniers moments de sa vie dans un royaume qui vit la même agonie. *Le roi se meurt*

raconte la lente dégradation d'un homme, le roi Bérenger; et son chemin vers la mort" [7]. La scène où l'on expose le drame, est en réalité l'univers intérieur du héros de pièce, autrement dit de tout homme. "Le roi qui est décrit comme un symbole de l'homme en face de la condition humaine vit dans les souffrances en sentant le sort de l'homme" [8]. Le héros que le dramaturge a choisi comme victime de ses craintes, le roi Bérenger, symbolise aussi sans doute l'âme hantée et la conscience harcelée de Ionesco. L'écrivain expose dans les espaces imaginaires et symboliques les problèmes existentiels. Tous les éléments symboliques et fantastiques servent à montrer du dedans la vérité que l'on vit [9].

II. LE LANGAGE

Selon les nouveaux romanciers, un seul moyen de refléter la réalité est l'écriture. De la même façon, pour Ionesco le langage est tout pour présenter la réalité dans la pièce. A l'expression de l'anxiété, le langage théâtral a une grande importance. Selon Ionesco, "...tout est langage au théâtre: les mots, les gestes, les objets, l'action elle-même, car tout sert à exprimer, à signifier. Tout n'est que langage" [10]. Dans *Le Roi se meurt*, c'est le langage qui anime et exprime tout. "...le langage constituait à l'intérieur des pièces de Ionesco une entité à part, doué de vie propre, un véritable catalyseur capricieux dont la fantaisie imprévisible conditionne action et personnages. Quoiqu'il en soit, le mot y est objet, il se prête à toutes les manipulations qui interdisent son sens reçu, les associations ordinaires qu'il évoque. Le langage ainsi pétri à neuf témoignages de la fragilité, de l'absurdité de toute communication verbale" [11].

Dans son style de penser qui a le but de questionner au lieu de répondre, le langage est le meilleur moyen pour questionner la vie et exposer les profondeurs du monde de l'inconscient. Comme l'a désigné Ínal, dans la pièce de Ionesco la pensée se réalise par la parole [12], et la parole est accompagnée des jeux de mots et des gestes: "...la fonction de communication du langage chez Ionesco est susceptible de déviations linguistiques par la suite du jeu de mots" [12]. Dans ce cas, la parole porte des valeurs symboliques en dehors de son vrai signifié. Elle ne fonctionne pas conformément aux règles de la langue, le signe se divise, perdant ses propriétés, le signifié quittant son signifiant s'unit à une autre [12]. Par une seule phrase, les éléments et les mots dans la pièce gagnent une valeur symbolique en dehors de leurs sens essentiels. Et ainsi le langage devient le moyen le plus efficace pour exprimer l'aspect terrible d'une réalité insupportable. On peut dire que, en traitant la condition humaine, Ionesco "prête à ses personnages un langage automatique, absurde et saugrenu" [1] et il utilise "un langage sans lois" [11]. Er désigne "des dialogues qui sont privés d'un ordre logique dans les pièces contemporaines. Il n'y a pas d'un lien et d'un ordre entre

les mots, les phrases et les répliques utilisés" [5]. Bref, Ionesco sort en dehors des principes classiques à l'usage du langage. Prenons comme exemple une scène de dialogue qui se passe entre le roi, la garde, Juliette et Marie. Dans ce dialogue, on ne suit pas un ordre logique et on saisit des fautes de langue:

"LE GARDE

Majesté, mon Commandant, Maître, monsieur le Directeur...

LE ROI

Qu'est-ce qu'un cheval?... Voici les fenêtres, voici des murs, voici un plancher...

JULIETTE

Il ne se souvient même plus d'un cheval.

LE ROI

Je me souviens d'un petit chat tout roux.

MARIE

Il se souvient d'un chat.

LE ROI

J'avais un petit chat toux roux...

LE ROI

Je rêvais de lui... Qu'il était dans la cheminé, couché sur la braise, Marie s'étonnait qu'il ne brûlât pas; j'ai répondu "les chats ne brûlent pas, ils sont ignifugés". Il est sorti de la cheminée en miaulant, il s'en dégageait une fumée épaisse, ce n'était plus lui, quelle métamorphose! C'était un autre chat, laid, gros. Une énorme chatte. Comme sa mère, la chatte sauvage. Il ressemblait à Marguerite" [6].

Le monde de l'inconscient a un langage différent. Ionesco pratique une nouvelle technique du langage. Au lieu des expressions clichées que l'on emploie dans le langage quotidien, en renouvelant l'expression, Ionesco crée un langage poétique. C'est elle qui orne tous les thèmes de sa pièce. En outre, "les fautes de langue par ses structures particulières apparaissent comme un problème de style" [5]. D'abord on dit *un chat*, dans la phrase suivante *une chatte*. Dans ce passage il ne s'agit pas d'une unité sémantique. "Des milliers de mots basiques assemblés un peu au hasard, un texte ça et là balisé de grossièretés et d'incongruités, un texte à vrai dire "caricatural" lui aussi, (...) tout son génie repose donc dans cette volontaire dérision de la langue. Ce qui n'est pas rien, quand on y pense" [13]. Ionesco, comme dans le nouveau roman, s'adresse aussi aux répétitions des expressions et des mots:

“LE ROI

Qui donc?... Je n'aime pas qu'on m'enferme. Ouvre les portes.

MARGUERITE

Patiente un peu. Tout à l'heure, les portes seront grandes ouvertes.

LE ROI, après un silence.

Les portes... les portes... Quelles portes ?

MARGUERITE

Y'a-t-il des portes, y a-t-il eu un monde, as-tu vécu ? (...)

LE ROI

Moi. Moi. Moi.

MARGUERITE

Ce toi n'est pas toi” [6]

Cela aussi crée une dimension poétique au style de Ionesco. L'auteur emploie habilement les richesses de langue et de style.

III. LE PERSONNAGE

Les personnages de Ionesco sont très différents de ceux de la tragédie classique. Ionesco explique la place des personnages dans sa pièce par ces expressions: “au théâtre tout devient présence et tout devient personnage. L'absence devient personnage, l'orage devient personnage, le silence est personnage, rien est personnage” [10].

Sur la scène les personnages ionesciens existent par leurs paroles, leurs sentiments, leurs mouvements et surtout par leurs mondes de conscience et d'inconscient, mais non par leurs corps, leurs caractères et leurs actes. Au lieu des actes des personnages, l'esprit du spectateur ou du lecteur s'occupe de leurs paroles et sentiments. Ionesco matérialise les sentiments de ses personnages. “Tout, note Ionesco, est permis au théâtre: incarner des personnages, mais aussi matérialiser des angoisses, des présences intérieures” [10]. Le héros de la pièce, “Bérenger, représente un état d'esprit plutôt qu'un personnage” [9]. Le dialogue suivant expose clairement la présentation des sentiments:

“LE ROI

J'ai un miroir dans mes entrailles, tout se reflète, je vois mieux en mieux, je vois le monde, je vois la vie qui s'en va.

MARGUERITE

Va au-delà des reflets.

LE ROI

Je me vois. Derrière toute chose, je suis. Plus que moi partout. Je suis la terre, je suis le ciel, je suis le vent, je suis le feu. Suis-je dans tous les miroirs ou bien suis-je le miroir de tout ?

JULIETTE

Il s'aime trop.

LE MÉDECINE

Maladie psychique bien connue : narcissisme.

MARGUERITE

Viens, approche.

LE ROI

Il n'y a pas de chemin.

JULIETTE

Il entend. Il tourne la tête quand on parle, il prête l'oreille, il tend un bras, il tend l'autre.

LE GARDE

Que veut-il saisir.

JULIETTE

Il cherche un appui” [6]

Dans *Le Roi se meurt*, Ionesco ne donne pas de place ni à l'analyse des caractères et ni à l'identification des personnages. “Le refus de représenter des caractères psychologiques sur la scène est un aspect de la conception du théâtre de Ionesco” [14]. On abandonne le principe de l'identité et de l'unité des caractères, au profit du mouvement et des sentiments. Dans cette pièce, nous connaissons le roi Bérenger, plutôt par ses réactions et sentiments, mais pas par sa personnalité, son caractère et ses actes. Chaque personnage est moins lui-même que l'autre [15]. Nous ne savons rien sur les familles des personnages et leurs passés. Par exemple, qui sont-elles la première femme Marguerite et la deuxième femme Marie du roi Bérenger? D'où et de quelles familles sont-elles? A ce sujet, le dramaturge ne donne aucune explication. Les nouveaux romanciers aussi présentent leurs personnages par la même technique. Ionesco ne donne pas de renseignements sur les histoires de vie de ses personnages. “Dans les pièces contemporaines il est difficile de parler de l'histoire de vie d'un homme en partant des connaissances citées sur lui” [5]. Par exemple, bien que Bérenger soit le personnage principal, le dramaturge ne parle ni de ses conquêtes et ni de sa bonheur ou de sa malheur avec ses femmes. Le spectateur ou le lecteur ne peut connaître les personnages de la pièce par ces cotés, autrement dit ils sont inconnus.

Un autre point important, comme dans l'exemple du Garde et du Médecin qui sont deux personnages assez importants, certains personnages n'ont pas même un nom. Qui sont-ils, le Garde et le Médecin? Quels sont leurs

noms ou prénoms? De ce point de vue aussi, il s'agit d'un parallélisme entre la technique de Ionesco et celle des nouveaux romanciers.

III. LE RÊVE ET LE FANTASTIQUE

Pour composer son oeuvre, Ionesco se sert des rêves et des éléments fantastiques. *Le Roi se meurt* est plein des matériaux symboliques et fantastiques. Dans cette pièce nous voyons que, pour le roi Bérenger, il est difficile de mener une vie anxieuse. Donc, comment peut-il se sauver des anxiétés de l'existence. Les efforts du roi sont pour retrouver le monde de l'enfance où la pensée de la mort n'existait pas encore. Et pour cela, dans sa pièce Ionesco s'adresse de temps en temps au rêve. Il constitue un univers soutenu des rêves et des imaginations. Ici, nous voyons deux sortes de consciences: l'une diurne et l'autre onirique [9]. Mais dans cette étude nous ne les traitons pas en distinguant.

Le rêve est un monde qui contient à la fois le présent, le passé et l'avenir. Grâce au rêve l'homme peut sortir en dehors de l'instant où l'on vit et peut se sentir libre de l'écoulement du temps. Ainsi il peut oublier la menace de la mort pour un instant. "Je suis toujours jeune, dit Ionesco, dans mes rêves: j'ai entre seize et vingt-trois ans. Pourquoi? Parce que je refuse de vieillir et de mourir" [16]. Corvin accentue cette réalité par ces paroles: "Le rêve sert de contrepoids au néant. Il est l'expansion de l'imaginaire dans le réel, la révélation des évidences, la libération des puissances créatrices..." [17]. Le rêve devient un espace soulageant contre les conditions amères de la vie quotidienne [9]. Le roi Bérenger se réfugie de temps en temps aux rêves en face du problème de l'existence. "Le roi devient vieux et malade et on peut suivre son enfoncement progressif dans l'immobilité funèbre, le dérèglement d'une conscience, qui se réfugie dans ses souvenirs, les remords et regrets, avant d'entrer dans la résignation" [7]. Nous pouvons dire que le monde de rêve est un moyen important pour le soulagement:

"LE ROI

J'avais un petit chat tout roux... Une fois, il s'est caché dans la manche du manteau d'une visiteuse, Madame. C'était l'être le plus poli. Une politesse naturelle, un prince. Il venait nous saluer, les yeux tout engourdis, quand on rentrait au milieu de la nuit. Le matin, il nous réveillait pour se coucher dans notre lit. Un jour, on a fermé la porte. Il a essayé de l'ouvrir, il la poussait avec le derrière, il s'est fâché, il a fait un beau tapage, il a boudé une semaine. Il avait très peur de l'aspirateur, c'était un chat poltron, un désarmé, un chat poète... Un beau jour, tout de même, il a dû se dire qu'il devait sortir...

LE ROI

Mon pauvre chat, mon seul chat...

(avec une sorte de stupeur rêveuse, sauf peut être cette toute dernière réplique qui exprime une détresse).

MARGUERITE

J'y veille. Il est dans les délais réglementaires. Je vous dis que c'était prévu.

LE ROI

(Juliette laisse quelques moments le Roi dans son fauteuil...)

LE ROI

Je rêvais de lui...

JULIETTE

C'est malheureux tout de même, c'est bien dommage, c'était un si bon roi" [6]

Dans un interview, à ce sujet Ionesco dit: "rêver c'est penser et c'est penser d'une façon beaucoup plus profonde, plus vraie, plus authentique. Le rêve est une sorte de méditation de recueillement. Il est une pensée en images. Quelquefois il est extrêmement révélateur, cruel. Il est d'une évidence lumineuse" [18]. C'est pour cette raison que ce dramaturge emprunte aux rêves de son héros certains éléments fantastiques de ses jeux théâtraux. Comme nous le voyons clairement dans le passage ci-dessus, par le rêve il cherche, sous multiples masques, les indices d'une vérité suprême. Les rêves deviennent parfois une quête profonde des énigmes sur la vie et la mort [9].

Les rêves du roi Bérenger nous rappellent la scène du théâtre où l'on expose des pièces fantastiques. Dans cette pièce, Ionesco utilise d'autres éléments fantastiques. L'anxiété en face de la réalité inévitable fait blanchir tout d'un coup les cheveux du roi Bérenger. Les rides s'accumulent sur son front, sur son visage. Il vieillit soudain de quatorze siècles:

"LE ROI

Je ne veux pas mourir.

MARIE

Hélas ! Ses cheveux ont blanchi tout d'un coup. (En effet, les cheveux du Roi ont blanchi.) Les rides s'accumulent sur son front, sur son visage. Il a vieilli soudain de quatorze siècles.

LE MÉDECIN

Si vite démodé" [6]

Cet rapprochement psychanalytique du rêve place Ionesco au rang des auteurs surréalistes. "Je crois trop au mythe de la psychanalyse. Elle est une vérité" [16] dit Ionesco. Car il n'accepte pas le rêve comme les images simples de la vie quotidienne. Chez Ionesco, le rêve a une

dimension scientifique. De ce côté, il existe un parallélisme entre Ionesco et les auteurs surréalistes. Seipel considère sa manière comme le moyen d'exposition d'un théâtre qui se déplace entre réalisme et surréalisme [14]. Il utilise une méthode psychanalytique contre une vérité indispensable: la mort [9]. Parce que, selon Ionesco, ni la théologie et ni les sciences positives n'ont pas trouvé une solution aux problèmes de l'existence comme la mort et le néant. Il part des sentiments véritables pour analyser d'une manière surréaliste la dimension inconnue de l'existence. Pour cela il emploie un décor surréaliste dans sa pièce. "De nombreuses scènes étrangères ont joué les pièces de l'auteur dans un décor surréaliste" [14] dit Seipel. La scène de *Le Roi se meurt* est une scène imaginaire et surréaliste.

La fin de *Le Roi se meurt* forme l'exemple le plus remarquable pour montrer le fantastique. Sur la scène il s'agit des murs imaginaires et à la fin de la pièce le roi Bérenger disparaît parmi les brumes. Dans le dénouement il ne s'agit pas d'une scène sanglante et tragique, c'est un dénouement imaginaire et fantastique. La pièce prend fin d'une façon inhabituelle. D'abord, tous les personnages disparaissent un à un sur la scène. Et puis, le roi Bérenger disparaît parmi les brumes:

"Et voilà, tu vois, tu n'as plus la parole, ton coeur n'a plus besoin de battre, plus la peine de respirer. C'était une agitation bien inutile, n'est-ce pas? Tu peut prendre place.

Disparition soudaine de la reine Marguerite par la droite...

Enfin, il n'y a plus que cette lumière grise.

La disparition des fenêtres, portes, murs, Roi et trône doit se faire lentement, progressivement, très nettement.

Le roi assis sur son trône doit rester visible quelque temps avant de sombrer dans une sorte de brume" [6]

C'est un dénouement absurde. A partir de cette scène nous pouvons déchiffrer plus aisément la condition humaine. Comme si toute la chose et tous les personnages sont disparus dans le monde d'âme ou dans un monde inconnu.

IV. LE TRAGIQUE ET LE COMIQUE

Dans *Le Roi se meurt*, en analysant le problème tragique de l'humanité, Ionesco donne place de temps en temps aux traits comiques. Şener explique cette pluralité de genre par une phrase: "Dans *le Théâtre de l'Absurde* on a employé des éléments grotesques et le genre comique-noir, qui est la composition de la tragédie et de la comédie. (...) l'abondance des éléments grotesques renforce l'effet tragi-comique" [3]. Déjan accentue le même sujet par ces expressions: "En continuant à

transcender le réel, ou plus exactement à anamorphoser, Ionesco nous fait sentir ce qu'il y a de plafond et d'actuel dans son talent insolite, dans ces comédies angoissantes, ces drames qui prêtent à rire" [11]. Et il ajoute: "comique et tragique sont constamment mêlés dans le jeu: "Sur un texte burlesque, note Ionesco, un jeu dramatique. Sur un texte dramatique, un jeu burlesque." Ainsi, les deux obsessions majeures de l'auteur, contradictoires et coexistantes variables de son angoisse, le vide et la surabondance, seront tour à tour moteurs tragiques ou comiques" [6]. Un dialogue qui a lieu entre le roi Bérenger et la servante Juliette nous montre très clairement cette originalité de Ionesco:

"JULIETTE

Une robe moche, de quatre sous.

LE ROI

Tu ne sais pas ce que tu dis. Que c'est beau une robe moche.

JULIETTE

J'ai eu un abcès dans la bouche. On m'a arraché une dent.

LE ROI

On souffre beaucoup. La douleur s'atténue, elle disparaît. Quel soulagement! On est très heureux après.

JULIETTE

Je suis fatiguée, fatiguée, fatiguée.

LE ROI

Après on se repose. C'est bon.

JULIETTE

Je n'en ai pas le loisir.

LE ROI

Tu peux espérer que tu l'auras... Tu marches, tu prends un panier, tu vas faire les courses. Tu dis bonjour à l'épicier...

JULIETTE

Ensuite, je rentre... Par le même chemin.

LE ROI

Deux fois par jour le même chemin! Le ciel au dessus! Tu peux le regarder deux fois par jour. Tu respirez. Tu ne penses jamais que tu respirez. Penses-y. Rappelle-toi. Je suis sûr que tu n'y fais pas attention. C'est un miracle...

JULIETTE

Et puis, et puis, je lave la vaisselle de la veille. Des assiettes pleines de gras qui colle. Et puis, j'ai la cuisine à faire.

LE ROI

Quelle joie”! [6]

De ce dialogue nous comprenons que, lorsqu’il s’agit de la mort, un roi peut voir aimable même la vie d’une servante. C’est l’absurde. D’une part en pleurant, d’autre part, le roi peut faire rire les spectateurs ou les lecteurs. Malgré leur état tragique, parfois les personnages de Ionesco deviennent comiques. Bien que les ennuis et les difficultés de la vie continuent, l’homme peut essayer de rire ou de faire rire. Le roi Bérenger conseille à la servante Juliette les beautés de sa vie. Dans cette pièce de Ionesco le rire attire notre attention sur le malheur ontologique. Selon le héros de la pièce, durer une vie anxieuse est mieux que d’être néant, autrement dit de mourir. Il faut aimer la vie même qu’elle ne réponde pas à nos désirs. Le roi Bérenger préfère cette vie difficile de la servante au néant. “Ionesco nous proposait de prendre la vie un peu au sérieux” [19]. En somme, pour les personnages ionesciens, le comique et le tragique se mêlent profondément. Selon Inal, l’œuvre de Ionesco “se fonde sur l’esprit de contradiction, nourri d’éléments à la fois tragique et comique” [19] et “le rire fonctionne donc, devant le mal comme un soulagement” [19]. C’est un autre point important à la présentation de Ionesco. “Le théâtre de Ionesco amène un rire nouveau où se mêlent comique et pathétique, grotesque et non-sens. Il se démarque par son humour sarcastique et sa façon de mettre en scène le vide et l’absurdité du monde” [20]. C’est surtout Ionesco qui désigne cette contraste dans la vie: “Rien n’est comique. Tout est tragique. Rien n’est tragique, tout est comique” [19,20].

En outre de la dimension de rêve, ce mélange des genres aussi pousse Ionesco à employer des différentes méthodes: une méthode réaliste et une méthode fantastique. “De là deux jugements catégoriques: l’un, Ionesco est un génie comique; l’autre, Ionesco est un dramaturge profondément tragique. C’est à cause de cette pluralité de méthode et de critère que Ionesco est considéré par les uns comme dramaturge fantastique et par les autres comme réalistes” [19] dit Inal.

V. LA SATIRE

Le style du *Roi se meurt* arrive de temps en temps à la manière de satire. “Dans *le Théâtre de l’Absurde*, on s’est adressé aux méthodes d’ironie et de satire” [3]. Dans cette pièce, comme l’a désigné Sarica [9], nous voyons deux sortes de satires: un pamphlet social et un pamphlet existentiel, mais surtout le pamphlet existentiel se trouve partout d’un bout à l’autre de la pièce.

S’il faut expliquer la cause du pamphlet existentiel, c’est la condition humaine en face de la fuite du temps, de la crainte de la mort et d’être néant. Car, une vie menacée toujours par la mort pousse Ionesco à un tel style. Les réactions du roi Bérenger montrent un

pamphlet existentiel. Bien qu’il soit un roi, Bérenger expose des mouvements ridicules en face de la crainte de mort:

“LE ROI

Mourir dignement? (A la fenêtre.) Au secours! Votre Roi va mourir.

MARIE

Pauvre roi, mon pauvre Roi.

JULIETTE

Cela ne sert à rien de crier...

LE ROI

Ce n’est pas possible. (Revenant à la fenêtre.) J’ai peur. Ce n’est pas possible.

MARGUERITE

Il s’imagine qu’il est le premier à mourir...

LE ROI

Peuple, au secours... Peuple, au secours!

MARGUERITE

Vas-tu finir, Majesté? Tu te fatigues en vain.

LE ROI, à la fenêtre.

Qui veut me donner sa vie? Qui veut donner sa vie au Roi, sa vie au pauvre Roi?” [6]

Comme on le comprend clairement de ce dialogue, en narrant les réactions de son héros, Ionesco pratique dans sa pièce avec un grand succès le pamphlet existentiel. Nous pouvons dire que Ionesco est l’un des plus célèbres dramaturges de satire. Il devient un grand pamphlétaire de la vie et de l’existence. Bref, *Le Roi se meurt* acquiert surtout l’aspect d’une satire existentielle. C’est une projection de l’état d’âme que Ionesco a mise sur la scène.

Quant au pamphlet social, Ionesco donne place de temps en temps au pamphlet social aussi. Surtout lorsque la servante Juliette est sur la scène nous pouvons voir ce genre de satire dans la pièce. Dans un long dialogue qui se passe entre le roi Bérenger et la servante Juliette nous saisissons aisément un pamphlet social. Ici, Ionesco critique les conditions difficiles où une servante dure sa vie:

“JULIETTE

Je frotte les parquets. Je balaye, je balaye, je balaye. Ça n’en finit pas.

LE ROI, avec ravissement

Ça n’en finit pas!

JULIETTE

J'en ai mal dans le dos...

JULIETTE

Depuis qu'il n'y a plus de jardinier, je bêche, et je pioche. Je sème.

LE ROI

Et ça pousse!

JULIETTE

Je n'en peux plus de fatigue.

LE ROI

Tu aurais dû nous le dire.

JULIETTE

Je vous l'avais dit...

JULIETTE

Ma chambre n'a pas de fenêtre.

LE ROI,

avec le même ravissement.

Pas de fenêtre! On sort. On cherche la lumière. On la trouve. On lui sourit... Où habites-tu?

JULIETTE

Au grenier.

LE ROI

Pour s'habiller, tu avais mis des bas, des souliers.

JULIETTE

Des souliers éculés!

LE ROI

Une robe. C'est extraordinaire!...

JULIETTE

Une robe moche, de quatre sous." [6]

Ce dialogue nous révèle que Ionesco désigne deux registres de la société: des maîtres et des ouvriers. La condition de la vie de la servante est très différente par rapport à celle de son maître. Ici, le dramaturge souligne tous les contrastes dans la vie humaine.

VI. CONCLUSION

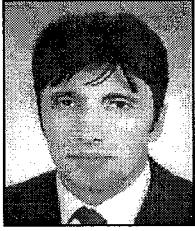
Dans *Le Roi se meurt*, Ionesco veut exposer les amertumes de l'homme au seuil de la mort en suivant une méthode qui est à la fois fantastique et réaliste. L'absurdité se trouve au fond de ce thème tragique. Son style devient de temps en temps tragi-comique. Les rêves deviennent le langage de la pensée du héros de la pièce et les jeux de mots contiennent des vérités masquées [9].

Cette pièce comprend des éléments fantastiques et symboliques qui aident à analyser l'être, la vie et la mort. Pour décrire la condition humaine, Ionesco s'adresse aussi à la satire. Surtout à la présentation des anxiétés de l'existence et de la différence entre deux classes dans la société le dramaturge suit une méthode satirique. C'est la manière d'expression de Ionesco qui essaie d'expliquer ce qui est difficile à s'exprimer. Finalement, à l'expression de l'anxiété humaine le langage théâtral a une grande importance. Ionesco crée un langage efficace et poétique. Car le langage est le meilleur moyen pour exposer les profondeurs d'univers intérieur de l'homme. Dans cette pièce, c'est le langage qui anime et exprime tout.

BIBLIOGRAPHIE

- [1] LAGARDE, A.; MICHARD, L., *XXe Siècle*, Bordas, 1973, pp.561-587.
- [2] ESSLIN, M., *Le Théâtre de l'Absurde*, Paris, Buchet-Chartel, 1963, p.18.
- [3] ŞENER, S., *Dünden Bugüne Tiyatro Düşüncesi*, Adam Yayınları, 1982, pp.255-257.
- [4] Robert, Paris, 1971.
- [5] ER, A., *Oyun Çözümlemesinde İlk Adım*, Ürün Yayınları, Ankara, 1998, pp.37-55.
- [6] *Le Roi se meurt*, Gallimard, 1963.
- [7] www.francite.net/education/lecture/page_248.htm
- [8] ER, A., "Eugène Ionesco'nun Kral Ölüyor (*Le roi se meurt*)'unda Ölümlerle Gelen Başkalaşım", in *Littéra*, Cilt: 6, Ürün Yayınları, Ankara, 1995, p.142.
- [9] SARICA, M., L'Etude de l'Angoisse et du Pessimisme chez Ionesco, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, 1992, pp.6-96.
- [10] *Notes et Contre-Notes*, Gallimard, Paris, 1962, pp.197-367
- [11] DEJAN, J.-L., *Le Théâtre Français d'Aujourd'hui*, Fernad Nathan, 1971, p.87.
- [12] "Ionesco'da Dil Göstergesinin Özellikleri", in *FDE*, Cilt: III, Sayı: 13, Bahar 1984, Şafak Matbaası, Ankara, p.178.
- [13] perso.club.internet.fr/baechler/fich.theatr.macbett.htm
- [14] SEIPEL, H., "Entre réalisme et surréalisme", in *Les Critiques de Notre Temps et Ionesco*, Garnier, Paris, 1973.

- [15] IONESCO, E., *Victimes du devoir*, Gallimard, 1953, p.220.
- [16] *Le Journal en Miettes*, Mercure de France, 1967, pp.88-132.
- [17] CORVIN, M., *Le Théâtre Nouveau en France*, Presses Universitaires de France, Paris, 1963, pp.12-86.
- [18] BONNEFOY, C., *Entretiens avec Eugène Ionesco*, Pierre Belfond, Paris, 1966, p.10.
- [19] İNAL, T., "*Ionesco la Cantatrice Chauve*", in *FDE*, Cilt: III, Sayı: 11, Şafak Matbaası, Bahar 1983, pp.121-123.
- [20] www.bordée.qc.ca/ionesco.htm



Rıfat GÜNDAY

19 Mayıs Üniversitesi,
Eğitim Fakültesi
Yabancı Diller Bölümü - SAMSUN

Tel: +90 (362) 438 00 33
rgunday@omu.edu.tr

Rıfat GÜNDAY has Ph.D. of French Language at Marmara University Social Sciences Institute. He is Assistant Professor at the Department of French Language Teaching of Ondokuz Mayıs University. His research areas are comparative literature, French literature, new Turkish literature, teaching literature and teaching French language.

Hakemli “ÖNERİ” Dergisinin 22. sayısı HAZİRAN 2004 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 fotoğraflarının (JPEG formatında), 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-Yazının e-mail ile sbe@marmara.edu.tr adresine gönderilmesinde yarar vardır.

8-İstenilen özelliklerde olmayan yazılar değerlendirilmeye alınmayacaktır.

9-Aynı yazara ait tek yazarlı birden fazla yazı bir sayıda yayınlanamaz.